



Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
Sigorta Acenteleri İcra Komitesi

Sigorta Acenteleri Dünya
Uygulamaları Araştırma ve **2023**
Vizyonu Belirleme

Deloitte.

Önsöz



Ekonomimizin gelişmesine ve büyümesine paralel olarak Sigortacılık sektörümüz de büyümektedir. Rekabetin her geçen gün arttığı ve ülke sınırlarını aştığı bir ortamda ticari faaliyetleri sürdürmek hem zorlaşmakta hem de daha riskli hale gelmektedir.

Tüm bu riskleri tek başına yüklenmek mümkün değildir. Sigortacılık sektörü de burada devreye giriyor. Girişimcinin, iş insanının ve vatandaşın üzerindeki riskleri paylaşan bir ortak haline geliyor. Yani Sigortacılık Sektörü kar'a değil, riske ortak oluyor.

Bu nedenle iş adamlarımıza ve girişimcimimize, alacakları riskleri minimize edecek olan sigortacılığı en iyi şekilde tanıtmak durumundayız. Zira, sigortacılık sektörü gelişmediği takdirde müteşebbisler daha az risk almak durumunda kalacak, daha az ticari faaliyette bulunacak, neticede ekonomi yavaşlayacaktır. Ekonomiyi büyütmenin ve ticareti artırmanın yolu güçlü bir sigorta sistemine sahip olmaktır.

2023 hedeflerine ulaşmak için sigorta bilincini daha da yaygınlaştırmak zorundayız. TOBB olarak bu yönde çalışıyor ve TOBB Sigorta Acenteleri Sektör Meclisimiz ve TOBB Sigorta Acenteleri İcra Komitemiz ile sektörümüze kurumsal bir yapı ve disiplin kazandırıyoruz. Sektörün gelişmesi, kendini disipline etmesi, meslek mensuplarının eğitimi ve müşteri memnuniyetinin artması noktasında çok önemli mesafeler kaydetmiş durumdayız. Türkiye'de sigortacılık hizmetinin kalitesi dünya standartlarına ulaşırken; insanların da sigortaya olan ilgisi artıyor.

Sigortacılarımız diğer sektörlerde de rol model olacak bir yapı kurdular. Bir mesleğin nasıl kayıt altına alınacağını, mesleki disiplinin ve mesleki eğitimin nasıl en iyi şekilde sağlanacağını gösterdiler. Sigorta Acenteleri Sektör Meclisi; mesleğe ilişkin sorunları tespit ederek çözüm önerileri geliştirirken, politika ve stratejiler oluşturulmasında önemli rol üstleniyor. Sigorta Acenteleri İcra Komitesi ise meslek kurallarını ve etik ilkeleri belirlemek, haksız rekabeti önlemek, disiplin işlemleri, eğitim gibi pek çok konuda görev yapıyor.

Dünyanın önde gelen denetim ve danışmanlık firmalarından Deloitte tarafından hazırlanan bu kapsamlı ve güzel çalışmanın Sigortacılık Sektörümüzün yapısına ve gelişmesine ışık tutacağına inanıyorum. Sektörümüze ilgi duyan herkesin bu çalışmadan mutlaka yararlanmasını öneriyorum. Sigorta acenteleri ile sigorta eksperleri başta olmak üzere sektörde görev yapanlara ve tüm müteşebbislerimize çalışmalarında başarılar diliyorum.

Saygılarımla,

*M.Rifat Hisarcıkhoğlu
TOBB Başkanı*



Dünya tarihi boyunca sigorta şu veya bu formda hep var olagelmıştır. İnsan hayatı devam ettikçe insanı tehdit eden riskler de var olacaktır. Bu riskler var oldukça da bir yandan riskleri ortadan kaldırmak için fiziki tedbirler alınacak, tamamen ortadan kaldırılamayan riskler için de daima, sigorta gibi finansal çözümler mevcut olacaktır.

İnsan hayatı için bu derecede önemli olan sigortanın sunumunda da hem devlet hem de özel sektör rol almaya devam edecektir. Önümüzdeki dönemlerde kamu özel sektör işbirliği modellerinin daha da geliştirildiğine şahit olacağız. Bu modeller özellikle katastrofik riskler, uzun yaşamının finansmanı gibi alanlarda odaklanacaktır.

Sigortacılık uygulamasında büyük önem arz eden temel hususlardan biri de dağıtım kanalları konusudur. Diğer bir ifadeyle sigorta hizmetlerinin bireylere ve firmalara ulaştırılması hususudur. Ancak dağıtım kanallarının sağlıklı biçimde çalıştığı durumlarda sigorta da işlevini tam olarak yerine getirebilmektedir.

Ülkemizin sigortacılık sektöründe prim üretiminde en büyük pay, dağıtım kanalları arasında bulunan sigorta acentelerine aittir. Bu nedenle sağlıklı çalışan, iyi düzenlenmiş bir acentelik sistemi elzemdir. Nitekim özellikle 2007 yılında çıkartılan sigortacılık kanunu ve sonrasında çıkartılan ikincil mevzuat ile sigorta acenteliği faaliyetlerinin çerçevesi belirlenmiştir. Yasal çerçeve hem uluslararası düzenlemelere hem de AB düzenlemelerine uygundur. Bu durumda, kamu açısından yapılacak ilave bir eylem kalmamış sigorta acentelerinin kendilerini geliştirmelerinin, değişim ve dönüşüm süreçlerini başarıyla yönetmelerinin gerekliliği ön plana çıkmış bulunmaktadır.

TOBB-SAİK tarafından hazırlatılan bu çalışma tam da yukarıda belirtilen gerekliliği karşılama amaçlı bir çalışma olarak ortaya çıkmaktadır. Sigorta acentelerinin anlık veya kısa vadeli değerlendirmeler yerine bilimsel çalışmalara itibar etmeleri büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu ve benzer nitelikli çalışmaların daha özel ve ayrıntılı konu başlıkları çerçevesinde devamının getirilmesinde de büyük yarar bulunduğu kanaatindeyim.

Bu duygu ve düşünceler içerisinde sigorta acenteliği ile ilgili ülke uygulamaları ve acentelerin 2023 vizyonunu içeren çalışmayı hazırlatan TOBB-SAİK'i, TOBB Sigortacılık Müdürlüğünü ve emeği geçen herkesi tebrik ediyor başarılarının devamını diliyorum.

Saygılarımla,

*Dr. Ahmet Genç
Hazine Müsteşarlığı
Müsteşar Yardımcısı*



Günümüz modern toplumlarının ekonomik ve sosyal gelişmişliğine en temel katkıyı sağlayan sigorta endüstrisi, tüm dünyada finansal sistemin lokomotifleri olarak kabul görmeye devam etmektedir. Son yıllarda yaşanan küresel ekonomik durgunluğa rağmen, ülke ekonomimiz büyümeye ve güçlenmeye devam ettiği gibi sigortacılık sistemimiz de gelişmiş ülkelerin seviyesini yakalama gayretinden geri kalmamaktadır. Şüphesiz ki güçlü ekonomi, güçlü sigortacılık sistemi ile var olacaktır. Bu kapsamda, bir milat niteliğinde olan 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu ile önemli kazanımlar elde edilmiştir.

2007 yılından itibaren ülkemiz sigortacılığının hızla geliştiğine, yabancı yatırımcılar için cazibe noktası haline geldiğine hep birlikte şahit olduk.

Artık ülkemizde, Avrupa'dan, Amerika'dan, Orta Doğu ve Uzak Doğu'dan önemli sigorta şirketleri faaliyet göstermektedir. Bu çeşitliliği, başka bir ülkede görmek pek mümkün olmamaktadır. Bu noktada çeşitlilik her ne kadar zenginliği ve gelişimi beraberinde getirirse de uluslararası sigortacılık norm ve uygulamalarından hangilerinin ülkemiz sigortacılık sistemine katkı sağlayacağını sorgulamak da bir o kadar önemli olacaktır. Gelişmiş toplumların sigortacılık endüstrisinde kat ettikleri yol göz önüne alındığında, bu ülkeleri model almak son derece önemlidir. Gerek bu ülkelerin sermayelerine giren sigorta şirketlerinin ülkemizde de faaliyet gösteriyor olmaları gerekse de Avrupa Birliği Tek Sigorta Piyasasına olan uyumumuz açısından değiştirilecek ve geliştirilecek çok sayıda unsurun olduğu tüm sektör aktörlerince kabul edilmektedir.

Bu noktada temel sorun, Türk sigortacılık sektörünü geliştirecek uygulamaların, sektör aktörlerinin beklentilerini ne ölçüde karşılayacağı noktasındadır. Bir başka ifadeyle model alınacak ülkelerde süregelen uygulamalardan hangileri, ülkemiz sigortacılık sisteminin işlerliğine gerçekten katkı sağlayacaktır? Bilindiği gibi her toplum farklı kültürel unsurlara, değer ve normlara sahiptir. Bu nedenle ülkemiz sigortacılık sistemi için model alınacak yabancı uygulamaların yine ülkemiz sosyal yaşamına kolay adapte edilebilir ve sürdürülebilir olması da bu anlamda önemlidir.

Sigortacılık Kanununu takip eden süreçte süregelen değişimden belki de en fazla etkilenen sektör aktörü olarak acenteleri söylemek sanırım yanlış olmayacaktır. Acente sorunlarının tartışıldığı her ortamda farklı bakış açıları ve farklı çözüm önerileri geliştirilse de sorunların çözümüne ilişkin çok daha makro unsurların dikkate alınması gerekmektedir. Özellikle sigorta şirketleri ile acenteler arasında düzenlenen yetki anlaşmaları, belirlenen komisyon ve teşvikler için çok sayıda gelişmiş ülke örneğinin incelenmesi ve acente - şirket ilişkilerinin her iki tarafın menfaatlerini gözeterek şekilde yapılandırılması gerekmektedir.

Bu projeye birlikte yıllar önce kurduğum hayallerden ikincisini de gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyorum. Kısa bir süre önce sizlerle paylaştığımız Acente Taşıma Kapasitesi Projesi bunlardan ilkiydi. Bu ikinci çalışmada ise, ilk olarak, dokuz gelişmiş ülkede, sigorta acentelerinin, sigorta şirketleri karşısında sahip oldukları hak ve menfaatlerinin nitelikleri sorgulanmıştır. Bunun gerçekleştirilmesindeki amaç, sigorta şirketleri karşısında sigorta acentelerinin uğradıkları hak ve menfaat kayıplarını ortaya koymak ve bu olası kayıpları gidermede geliştirilecek yasal zemini ve yol haritasını belirlemektir. Raporda ikinci olarak sigortalıların geleneksel ve dijital satın alma eğilimleri sorgulanmıştır. Şüphesiz ki teknolojik değişimle beraber müşteri beklentilerinin de her geçen gün değişiyor olması, tüm hizmet sektörleri için önemli bir sorundur. Ne yazık ki Türkiye'deki acentelerin büyük bir çoğunluğu yalnızca motorlu taşıt sigortalılarına yönelik geleneksel satış tekniklerini kullanmaktadır. Oysa çok sayıda farklı riski telafi edecek sigorta türü, sigortalıların ilgisine hazır beklemektedir. Ayrıca teknoloji ve dijital satış teknikleri şüphesiz ki gelecekte ülkemizde önemli bir yere sahip olacaktır.

Raporda üçüncü olarak sigorta acentelerinin yapısal analizi ile kısa, orta ve uzun vadede acente büyüme ve gelişme tahminlerinin hesaplanmasını arzuladık. Bu kapsamda acentelerin gider ve gelir kalemlerine etki edecek unsurlar acentelik mesleğinin hangi düzeyde karlılıkla sürdürüldüğünü ortaya koymuştur. Raporda son olarak ise sigorta acenteliği 2023 vizyonunu ve Türkiye sigorta acenteleri dönüşüm projesinin oluşturulmasını amaçladık. Bu son aşamadaki amacımız sigorta acenteliğini ayağa kaldırarak ve yapısal sorunlarından arındıracak bir yol haritası çıkarmaktır.

Söz konusu projenin yürütücülüğünü üstlenen ve büyük katkı sağlayan Deloitte'a teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca ortaya koyduğu vizyon ile bizleri daha iyiyi en iyiyi yapmaya teşvik eden Başkanımız Sayın Rifat HİSARCIKLIOĞLU'na, Hazine Müsteşar Yardımcısı Sayın Ahmet GENÇ'e ve çalışmada emeği geçen herkese şükranlarımı sunuyorum. "Sigorta Acenteleri Dünya Uygulamaları Araştırma ve 2023 Vizyonu Belirleme" çalışmasının sektörümüze ve ülkemiz ekonomisine hayırlı olmasını temenni ediyorum.

Saygılarımla,

Hüseyin Kasap

TOBB Sigorta Acenteleri İcra Komitesi Başkanı

Proje'ye ve rapora akademik danışman olarak büyük katkısı bulunan Başkent Üniversitesi'nden Yardımcı Doçent Doktor Erdem Kırkbeşoğlu'na teşekkür ederiz.

İçindekiler

1.	Kısaltmalar Tablosu	1
2.	Giriş	2
3.	Yurt Dışı Sigortacılık Sektörü ve Acentelik Uygulamaları Mevcut Durum Analizi	3
3.1.	Yurt Dışı Sigortacılık Sektörü Mevcut Durum Analizi	3
3.2.	Yurt Dışı Sigorta Acenteleri Uygulamaları, İdari ve Yasal Düzenlemeler	7
3.2.1.	Fransa	8
3.2.2.	İngiltere	11
3.2.3.	Almanya	14
3.2.4.	İspanya	16
3.2.5.	İtalya	19
3.2.6.	Danimarka	22
3.2.7.	Brezilya	24
3.2.8.	ABD	25
3.2.9.	Japonya	27
3.3.	Yurt Dışı Acentelere Verilen Komisyon ve Teşvikler	30
3.4.	Yurt Dışı Teminat ve Fiyat Karşılaştırması	31
4.	Türkiye Sigortacılık Sektörü ve Sigorta Acenteliği Mesleği Mevcut Durum Analizi	32
4.1.	Türkiye Sigortacılık Sektörü Mevcut Durum Analizi	32
4.2.	Sigorta Geleneksel ve Dijital Satın Alma Eğilimleri	39
4.2.1.	Bilinirlik/Sahiplik	40
4.2.2.	Satın Alma Eğilimleri	41
4.3.	Türkiye Sigorta Acenteleri Mevcut Durum Analizi	47
4.3.1.	Mevcut Durum	47
4.3.2.	Acente Anket Çalışması	48
4.3.3.	Acente Sınıflandırması	52
4.3.4.	Acentelerin Karşılaştığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri	53
4.3.4.1	Sektörde Uygulanan Farklı Fiyat Politikaları	54
4.3.4.2	Düşük Komisyon Gelirleri	55
4.3.4.3	Banka Satışları Kaynaklı Rekabet	55
4.3.4.4	İnternet Satışları Kaynaklı Rekabet	55
4.3.4.5	Artan Maliyetler	56
4.3.4.6	Civarda Bulunan Acentelerin Çokluğu	56
4.3.4.7	Müşterilerin Sigorta Konusundaki Bilgi Eksiklikleri	56
4.3.4.8	Sektörel İtibarın Müşteriler Tarafından Düşük Seviyede Algılanması	57
4.3.4.9	Broker Kaynaklı Rekabet	57
4.3.4.10	Yasal ve Hukuki Düzenlemelere Adaptasyon Sağlamanın Güçlüğü	57
4.3.4.11	Bölgesel Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Seviyesi	57
4.3.4.12	Kalifiye İşgücü Eksikliği	57
4.3.4.13	Teknolojik Altyapı Eksikliği	58
4.3.4.14	Diğer Sorunlar	58
4.4.	Kısa, Orta ve Uzun Vadede Acente Büyüme ve Gelişme Tahminleri	59
4.5.	Acente SWOT Analizi	64
5.	Sigorta Acenteliği 2023 Vizyonu ve Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi	65
5.1.	Sigorta Acenteliği 2023 Vizyonu	65
5.2.	Sigorta Acenteliği 2023 Vizyonu ve Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi Yol Haritası	65
5.2.0.	“Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi” Proje Yönetim Ofisinin (PYO) Kurulması	66
5.2.1.	Etkin Denetim Mekanizmasının Kurulması	66
5.2.2.	C Tipi Acentelerin Birleşmesi ve Finansman Desteği	67
5.2.3.	Sigorta Acenteliği Akademisinin Kurulması	69
5.2.4.	Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformunun Oluşturulması	70
5.2.5.	Teknolojik Altyapı Yatırımlarının Yapılması	71
5.2.6.	Bilinçlendirme ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi	71
5.3.	Çalışma Modelleri	73
5.4.	Tahkim Heyeti	75
5.5.	İcra Komitesi Kısa, Orta ve Uzun Vadeli Eylem Planları	76
5.6.	İcra Komitesi Yurt İçi ve Yurt Dışı İletişim Planı	77
5.7.	Önerilen Paydaş Sorumlulukları	78
6.	Kaynaklar	79
Ek. 1		81

1. Kısaltmalar Tablosu

Kısaltma	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABI	Association of British Insurers
ACPR	Autorite de Controle Prudentiel et de Résolution
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
AGEA	Federation Nationale des Syndicats d'Agents Generaux d'Assurance
ANIA	Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici
APFA	Association of Professional Financial Advisers
AVAD	Auskunftsstelle über Versicherungs-/Bausparkassenanwendungsdienst und Versicherungsmakler in Deutschland
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BES	Bireysel Emeklilik Sistemi
BIBA	British Insurance Brokers' Association
BOE	Boletín Oficial del Estado
BVK	Bundeverband Deutscher Versicherungskaufleute
CATI	Bilgisayar Destekli Telefon Görüşmesi
CDA	Code des Assurances
CII	Chartered Insurance Institute
CNSP	Conselho Nacional de Seguros Privados
CSCA	Chambre Syndicale des Courtiers d'Assurance
DASK	Doğal Afet Sigortaları Kurumu
DFSA	Danish Financial Supervisory Authority
DGSFP	Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones
DGT	Direction Générale du Trésor
EEA	European Economic Area
EIU	Economist Intelligence Unit
EU	European Union
FCA	Financial Conduct Authority
FENACOR	Federacao Nacional dos Corretores de Seguros Privados, de Capitalizacao, de Previdencia Privada e das Empresas Corretoras de Seguros
FFSA	Fédération Française des Sociétés d'Assurance
FIN-NET	Financial Dispute Resolution Network
FINRA	Financial Industry Regulatory Authority
FSA	Financial Services Agency
FSMA	Financial Services and Markets Act
FUNENSEG	Fundação Escola Nacional de Seguros
GEMA	Groupement des Entreprises Mutuelles d'Assurances
GewO	Gewerbeordnung
GIAJ	The General Insurance Association of Japan
GSYIH	Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft
IBA	Insurance Business Act
ICOBS	Insurance: Conduct of Business Source
IGVM	Interessengemeinschaft Deutscher Versicherungsmakler
IFA	Independent financial advisors
IMO	Insurance Marketing Organization
IHK	Industrie-und Handelskammer
IMF	International Monetary Fund
IMD	Insurance Mediation Directive
IPA	Instrument for Pre-Accession Assistance
IVASS	Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
LIAM	Life Insurance Awareness Month
LFB	Local Finance Bureau of Ministry of Finance
LIMRA	Life Insurance and Market Research Association
LMSP	Ley de Mediación de los Seguros y Reaseguros Privados
MIPRU	Prudential sourcebook for Mortgage and Home Finance Firms, and Insurance Intermediaries
NAIC	National Association of Insurance Commissioners
NARAB	National Association of Registered Agents and Brokers
ORIAS	Organisme Pour le Registre Unique des Intermediaires en Assurance Banque et Finance
PYO	Proje Yönetim Ofisi
PRA	Prudential Regulation Authority
RDR	Retail Distribution Review
SAİK	Sigorta Acenteleri İcra Komitesi
SASTI	Small Amount and Short Term Insurance
SBM	Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi
SEGEM	Sigortacılık Eğitim Merkezi
SFAC	Syndicat Français des Assurés Conseils
SUSEP	Superintendencia de Seguros Privados
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats
TCF	Treating Customers Fairly
TEYDEB	Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSB	Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UIF	Unita di Informazione Finanziaria per L'Italia
UMEM	Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri
VersVermV	Versicherungsvermittlungsverordnung
VVG	Versicherungsvertragsgesetz
YBBO	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

2. Giriş

Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta acenteleri; coğrafi dağılımları, sahaya yakınlığı ve tecrübesi ile sigorta dağıtım kanalları içerisinde oldukça büyük bir öneme sahiptir. Ancak günümüzde ve gelecekte, özellikle diğer dağıtım kanalları kaynaklı rekabet, teknolojinin günlük yaşamda kullanımının artması, alternatif dağıtım kanallarının oluşması, mevzuata uyum süreci ve artan maliyetler ile birlikte acentelerin dönüşümleri geçmişten daha fazla önem taşımaktadır.

“Sigorta Acenteleri Dünya Uygulamaları Araştırma ve 2023 Vizyonu Belirleme” raporu, acentelik mesleğine yönelik yurt dışı uygulamaları ve Türkiye için “Sigorta Acenteleri 2023 Vizyonu”nun oluşturulması hedefi ile hazırlanmıştır. Sigorta acenteleri için ortak bir vizyon tanımlanması sektörün gelecekte daha sağlam bir yapıda faaliyet göstermesini sağlayacaktır. Bu kapsamda araştırmanın temel amaçları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Yurt dışı sigortacılık sektörü ve sigorta acenteliği uygulamalarının mevcut durum analizinin, idari ve yasal yaptırımları ile acentelere verilen komisyon ve teşviklerin ortaya konması
- Sigorta müşterilerinin geleneksel ve dijital satın alma eğilimlerinin sorgulanması (1.010 katılımcı ile)
- Türkiye sigortacılık sektörü ve sigorta acentelerinin yapısal analizi ile kısa, orta ve uzun vadede acente büyüme ve gelişme tahminlerinin ortaya konması (yaklaşık 2.500 katılımcı ile)
- Sigorta acenteliği 2023 vizyonu ve Türkiye sigorta acenteleri dönüşüm projesinin oluşturulması

Raporun 3. bölümünde, yurt dışı sigortacılık sektörüne yönelik seçilmiş ülkeler (Fransa, İngiltere, Almanya, İspanya, İtalya, Danimarka, Brezilya, ABD ve Japonya) özelinde mevcut durum analizi ve yine seçilmiş ülkeler özelinde sigorta acenteleri uygulamaları, çalışma modelleri ile idari ve yasal düzenlemelere yer verilmektedir.

Raporun 4. bölümünde, Türkiye sigortacılık sektörüne yönelik mevcut durum analizi, sigorta geleneksel ve dijital satın alma eğilimine yönelik pazar araştırmasına ilişkin bulgular, sigorta acentelerine yönelik mevcut durum analizi, acentelerin sınıflandırılması, acentelere yönelik gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda il bazlı acente maliyetleri, branş bazlı poliçe maliyetleri ve acentelerin karşılaştığı sorunlara yer verilmektedir. Aynı bölümde, acentelerin toplam prim üretiminden alacağı payın gelişimi kısa, orta ve uzun vade için incelenmiştir. Acentelerin prim üretiminden aldıkları payın, geçmiş trendin devam etmesi durumunda gelecekte nasıl şekilleneceğini gösteren tahminler, sigorta acentelerinin dönüşümleri adına önemli bir motivasyon oluşturmaktadır.

Raporun 5. bölümünde, Sigorta Acenteliği 2023 vizyonu ile “Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi” kapsamında ele alınması gereken yol haritası; eylem adımları, performans göstergeleri, finansman kaynakları ve paydaşlar çerçevesinde tanımlanmakta olup, aynı bölümde acentelere yönelik çalışma modellerine ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Sigorta Acenteleri İcra Komitesi’nin (SAİK) yurt içi ve yurt dışı iletişim planına yer verilmektedir.

3. Yurt Dışı Sigortacılık Sektörü ve Acentelik Uygulamaları Mevcut Durum Analizi

Raporun bu bölümünde, seçilmiş yurt dışı ülkeleri genelinde sigortacılık sektörü ile acentelik uygulamalarının analizine yer verilmektedir. Rapor kapsamında farklı bölümlerde ele alınan seçilmiş ülkeler; Fransa, İngiltere, Almanya, İspanya, İtalya, Danimarka, Brezilya, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Japonya'dır.

3.1. Yurt Dışı Sigortacılık Sektörü Mevcut Durum Analizi

Dünya sigorta prim üretimi, 2013 ve 2014 yılları arasında yaklaşık %4 oranında nominal artış göstererek 4,59 trilyon ABD dolarından (dolar) 4,78 trilyon dolara çıkmıştır. Aynı dönem içerisinde, hayat branşı %4,3, hayat dışı branşı ise %3,7 nominal artış göstermiştir.¹ Aşağıdaki tabloda Türkiye ile birlikte seçilmiş ülkelerin sigorta sektörüne ilişkin temel göstergeleri derlenmiştir. Türkiye'de kişi başına düşen primin seçilmiş ülkelere göre düşük seviyelerde olduğu gözlenmektedir.

Tablo 1: Seçilmiş Ülkelerdeki Temel Ekonomi ve Sigorta Göstergeleri (2014)

Gösterge	Fransa	İngiltere	Almanya	İtalya	İspanya	Japonya	Danimarka	Brezilya	ABD	Türkiye
GSYİH (milyar dolar)	2.829,2	2.941,9	3.852,6	2.144,3	1.404,3	4.601,4	342	2.346,1	17.419	799,5
Nüfus (milyon kişi)	66,2	64,5	80,9	61,3	46,4	127,1	5,6	202	318,9	75,8
Kişi Başına Düşen GSYİH (bin ABD Doları)	42,7	45,6	47,6	35	30,3	36,2	60,6	11,6	54,6	10,5
Yatırım/GSYİH (%)	22,2	17,8	18,9	16,6	19,5	21,8	19,3	20,1	16,4	20,4
Toplam Konut Sayısı (bin) ²	34.014	27.767 ³	40.995	29.392	25.241	60.631	2.612	54.987	132.799	20.737
1000 Kişiye Düşen Binek Araç Sayısı	497	487	542	597	460	468	442	204	408	131
Binek Araç Kaydı ⁴ (bin)	1.795,9	2.476,4	3.036,8	1.359,6	855,3	4.699,6	189,1	2.794,4	16.404,0	587,0
Ticari Araç Kaydı ⁵ (bin)	415	366,6	320	132,7	132	863,3	32,7	703,6	406,7	220,1
Hayat Branşı Sigorta Şirketi	59	387	90	69		38	19		904	24 ⁷
Hayat Dışı Branşı Sigorta Şirketi	212	911	212 ⁸ , 47 ⁹	124	252	30	75	74 ⁶	2.623 ¹⁰ , 835 ¹¹	38
Hayat Prim Üretimi - 2014 (milyon dolar)	172.761	235.321	118.475	145.292	33.012	371.588	22.931	44.980	528.221	1.476
Hayat Prim Üretimi - 2013 (milyon dolar)	161.204	219.020	114.662	118.062	33.870	383.576	22.485	43.774	533.181	1.761
Hayat Dışı Prim Üretimi - 2014 (milyon dolar)	97.759	115.945	136.170	49.443	38.462	108.174	11.378	40.464	752.222	10.119
Hayat Dışı Prim Üretimi - 2013 (milyon dolar)	96.241	106.655	133.063	50.790	38.106	114.428	11.183	38.970	721.595	10.699
Toplam prim Üretimi - 2014 (milyon dolar)	270.520	351.266	254.644	194.735	71.473	479.762	34.308	85.444	1.280.443	11.595
Toplam Prim Üretimi - 2013 (milyon dolar)	257.444	325.675	247.725	168.852	71.977	498.003	33.668	82.743	1.254.776	12.460
Kişi Başına Sigorta Prim Tutarı (dolar)	3.902	4.823	3.054	3.078	1.532	3.778	5.795	422	4.017	153
Kişi Başına Hayat Dışı Sigorta Prim Tutarı (dolar)	1.350	1.185	1.617	746	825	852	1.722	200	2.360	133

Kaynak: Prim üretimleri için Swiss Re Sigma No4/2015 Report; GSYİH, nüfus ve kişi başına düşen GSYİH için World Bank; Yatırım/GSYİH, konut ve araç sayıları için Economist Intelligence Unit kullanılmıştır. Sigorta şirketi sayıları ise; Fransa için ACPR Annual Report 2014; İngiltere için ABI, UK Insurance Key Facts 2014; Almanya için BaFin 2014 Annual Report; İspanya için DGSFP, Seguros y Fondos de Pensiones Informe 2014; İtalya için ANIA, Italy Insurance 2013-2014; Danimarka için DFSA; Brezilya için FENACOR; ABD için Insurance Information Institute; Japonya için Financial Services Agency ve Türkiye için T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Sigorta Denetleme Kurulu kaynaklıdır.

¹ Swiss Re Sigma No 4/2015 Report

² 2013 verisini göstermektedir.

³ 2012 verisini göstermektedir.

⁴ 2014 yılındaki yeni kayıt sayısı

⁵ Bkz. bir önceki dipnot

⁶ 2013 verisini göstermektedir.

⁷ Emeklilik şirketleri dahildir.

⁸ Mal ve Kaza

⁹ Sağlık

¹⁰ Mal ve Kaza

¹¹ Sağlık

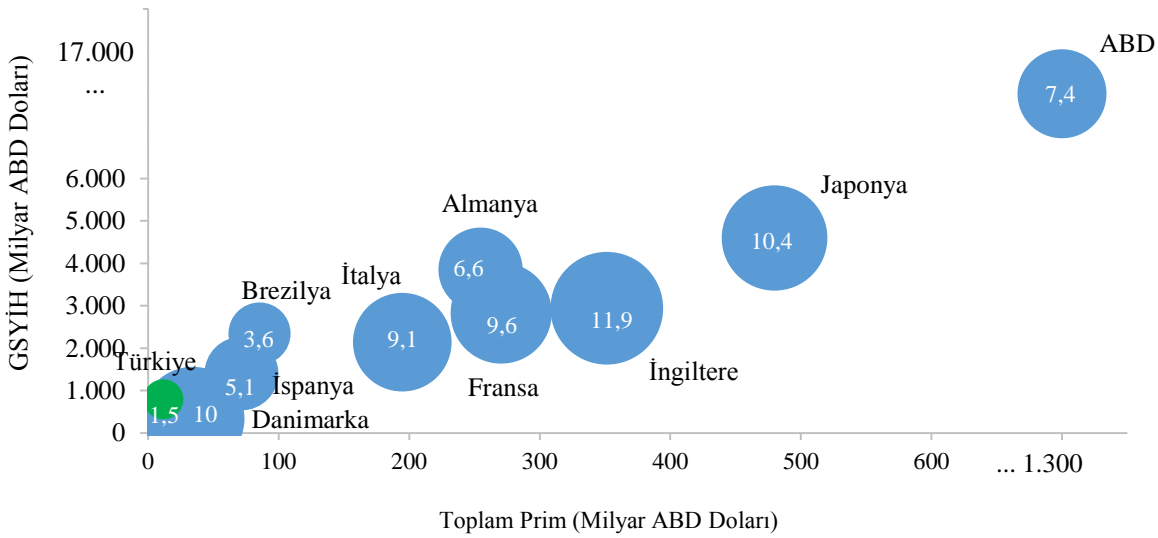
Seçilmiş ülkelerde dikkat çeken önemli bir konu, ülkeler arası farklılık göstermesine rağmen, gelişmişlik seviyesi ile paralel olarak hayat primlerinin oldukça yüksek olmasıdır. Hayat branşı prim üretimi artış oranı; ekonomik konjonktür, bazı ülkelerde sağlanan vergi avantajları ve ülkedeki tasarruf oranları ile doğru orantılıdır.

Avrupa Birliği Tek Sigorta Piyasası (The EU Single Insurance Market) kapsamında, “Tek bir sigorta piyasası içerisinde şirketler ürünlerini Avrupa Birliği üyesi tüm ülkelerde serbestçe satabildikleri gibi, kişiler de sigortacılık işlemleri için kendi yerleşik buldukları ülke dışında herhangi bir üye devlet sigortacısına başvurabilmektedir”.¹² Ülkeler bazında 2014 yılı rakamları incelendiğinde, Avrupa Birliği’nde en yüksek prim hacmi yaklaşık 351 milyar dolar ile İngiltere’de olup, İngiltere’yi sırasıyla yaklaşık 271 ve 255 milyar dolar ile Fransa ve Almanya takip etmektedir.

ABD, 2013 ve 2014 yılları arasında toplam prim üretiminde yaklaşık %2 oranında büyüme kaydederek 2014 yılında 1,28 trilyon dolar prim üretimine ulaşmış ve dünya lideri pozisyonunu korumaya devam etmiştir. Japonya toplam prim üretimi bakımından Asya bölgesinde lider, dünyada ise yaklaşık %10 pazar payı ile ikinci sırada yer almaktadır.¹³

Sigortacılık sektörü için toplam yazılan primlerin Gayrisafi Yurt içi Hasıla (GSYİH)’ya oranı olarak hesaplanan ve sektörün olgunluk seviyesini gösteren penetrasyon oranı incelendiğinde, Türkiye’nin diğer Avrupa ülkelerine kıyasla gelişime açık bir piyasaya sahip olduğu görülmektedir. İngiltere, seçilmiş ülkeler içinde en yüksek toplam prim penetrasyon oranına sahip ülke olarak ön plana çıkarken, hayat dışı prim penetrasyonunda ise seçilmiş ülkeler arasında ABD en yüksek orana sahiptir.

Grafik 1: Seçilmiş Ülkelerde Toplam Sigortacılık Sektörü Penetrasyon Oranları* (2014)



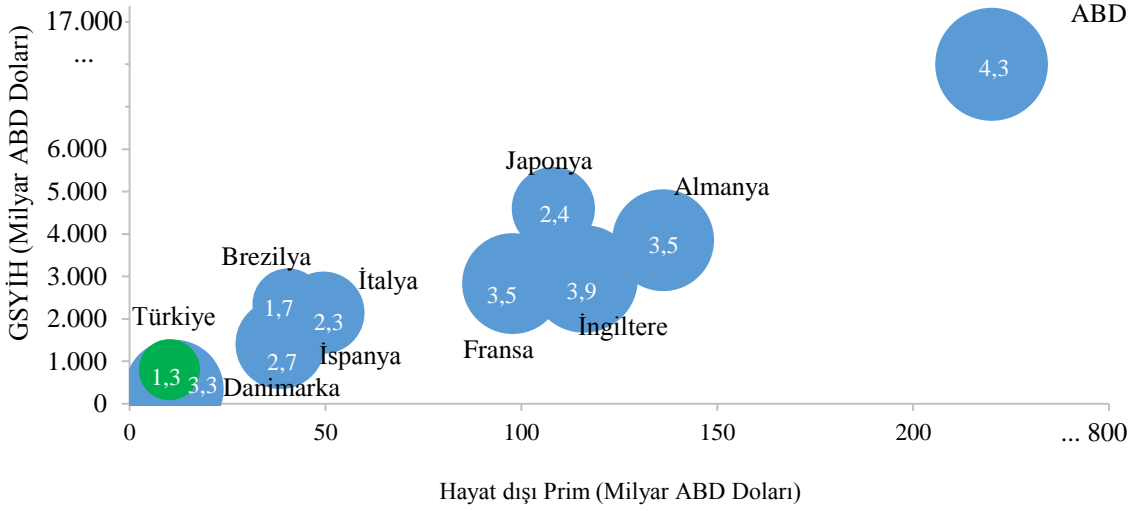
*Not: Daireler o ülkedeki penetrasyon oranını (%) göstermektedir. Penetrasyon oranı, üretilen primin gayri safi yurt içi hasılaya oranlanması ile elde edilmiştir.

Kaynak: Prim: Swiss Re Sigma No4/2015 Report, GSYİH: World Bank

¹² Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

¹³ Swiss Re Sigma No 4/2015 Report

Grafik 2: Seçilmiş Ülkelerde Toplam Hayat Dışı Sigorta Penetrasyon Oranları* (2014)



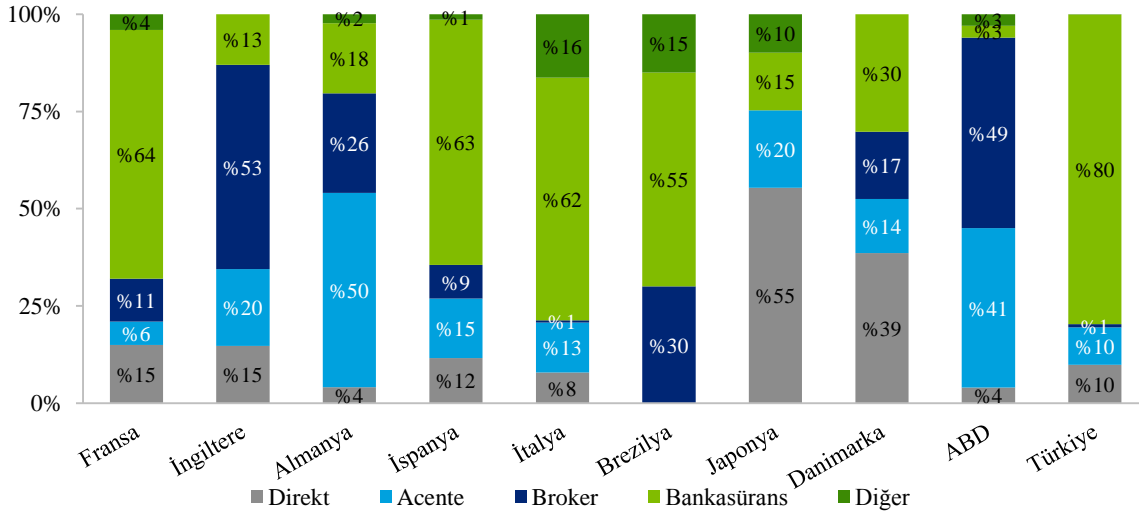
*Not: Daireler o ülkedeki penetrasyon oranını (%) göstermektedir. Penetrasyon oranı, üretilen primin gayri safi yurt içi hasılaya oranlanması ile elde edilmiştir.

Kaynak: Prim: Swiss Re Sigma No4/2015 Report, GSYİH: World Bank

Seçilmiş ülkeler genelinde hayat branşında en büyük paya sahip dağıtım kanalının bankasürans olduğu görülmektedir. İtalya, Fransa ve İspanya gibi büyük ve önemli piyasalarda hayat branşında bankasürans kanalının payı oldukça yüksektir. İspanya, İtalya ve Fransa'da bankasürans dağıtım kanalının hayat sigortası içerisindeki payı %60 - %65 bandındadır.

Hayat branşı dağıtım kanallarının payları dikkate alındığında, İspanya, Fransa ve İtalya'nın Türkiye'deki mevcut duruma benzerlik gösterdiği gözlenmektedir.

Grafik 3: Hayat Sigortası Primlerinin Dağıtım Kanallarına Göre Kırılımı^{14 15}



Kaynak: Fransa: Fédération Française des Sociétés d'assurances Rapport Annuel 2014; İngiltere: Insurance Europe Statistics No:50 ve Finaccord Distribution Channels for Life Insurance: A Global Perspective, 2014; Almanya: GDV, Statistical Yearbook of German Insurance 2014; İspanya: DGSP, Seguros Y Fondos De Pensiones Informe 2014; İtalya: ANIA, L'assicurazione Italiana 2014-2015; Danimarka: Life Insurance in Denmark, Key Trends and Opportunities to 2018, Timetric, February 2015 - Diğer ve broker kanalları, broker kategorisinde yer almaktadır; Brezilya: Fenacor; ABD: Insurance Information Institute; Japonya: The Life Insurance Association of Japan; Türkiye: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği. İlgili ülkelerden Fransa, İtalya ve Türkiye için 2014 verileri yayımlanmıştır. Almanya için kullanılan Statistical Yearbook of German Insurance 2014 raporu 2012 verisini göstermektedir. İspanya, Brezilya, Japonya ve ABD için en güncel veri olan 2013 tarihli veriler göz önünde bulundurulmuştur. Danimarka için 2013 verisi kullanılmış olup; acente, bankasürans ve direkt kanal kırılımı dışında kalan yüzde için dağılım bulunmadığından broker ve diğer dağıtım kanalı kırılımları brokerin altında değerlendirilmiştir, yeni satışların dağılımını göstermektedir. İngiltere için kullanılan Insurance Europe'un en güncel raporu olan Statistics No:50 verilerinde (2012 verisi) bankasürans payı bulunmamaktadır, Finaccord'un yayımladığı bankasürans dağıtım kanalı payına göre diğer tüm kanal payları revize edilerek yansıtılmıştır.

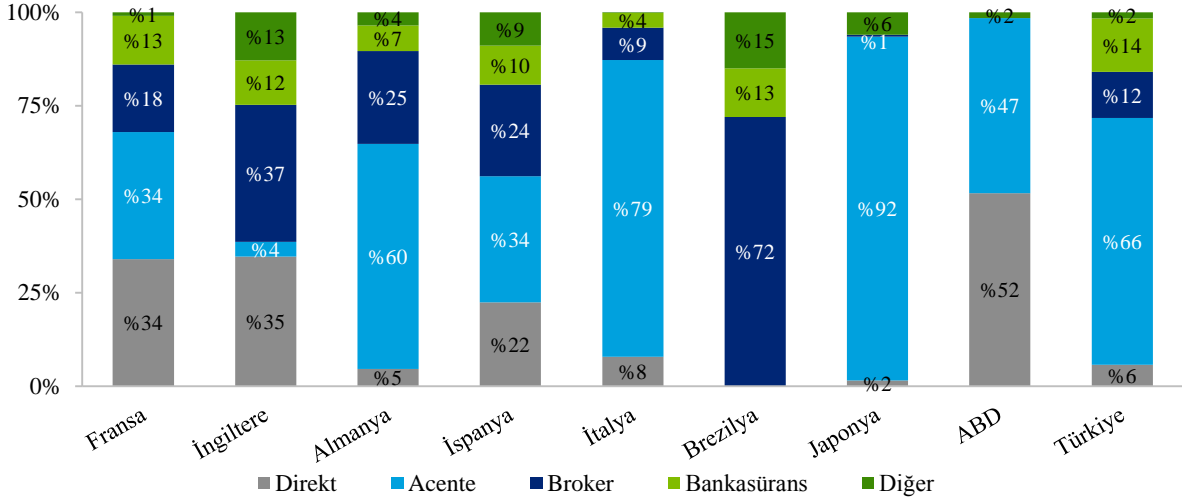
¹⁴ Japonya için hayat sigortası kanal kırılımı verileri, Japonya Hayat Sigortası Derneği (The Life Insurance Association of Japan) tarafından yapılan müşteri anketi sonuçlarını yansıtmaktadır. Veriler %100 toplamını verecek şekilde revize edilmiştir. Brezilya hayat sigortası prim üretiminde, ülkede acente/broker ayrımı bulunmadığından sadece broker verisine yer verilmiştir.

¹⁵ ABD hayat branşı dağıtım kanalında; broker kategorisinin içinde brokerler ve sigorta şirketleri adına çalışan bağımsız araçlar (personal producing general agents) yer almaktadır. Broker, acente ve direkt satış dışında kalan payın kırılımı bulunmadığından, diğer ve bankasürans kanallarına eşit olarak dağıtılmıştır.

Seçilmiş ülkeler **hayat dışı** sigorta branşları bazında incelendiğinde, acentelerin çoğu seçilmiş ülkede en büyük paya sahip dağıtım kanalı olmaya devam ettiği gözlenmektedir. İngiltere’de ise hayat branşında olduğu gibi hayat dışı branşta da birincil satış kanalı brokerlerdir.

Acentelerin hayat dışı dağıtım kanallarından aldığı pay Japonya’da %92, İtalya’da %79, Almanya’da %60 ve Fransa ile İspanya’da %34 olup, bu ülkelerde acenteler, hayat dışı sigorta branşı dağıtımında lider konumundadır. Hayat dışı dağıtım kanalları incelendiğinde, seçilmiş ülkeler özelinde Türkiye’deki yapıya en çok benzeyen ülkelerin İtalya ve Almanya olduğu tespit edilmiştir.

Grafik 4: Hayat Dışı Sigorta Primlerinin Dağıtım Kanallarına Göre Kırılımı¹⁶¹⁷



Kaynak: Fransa: Fédération Française des Sociétés d’assurances Rapport Annuel 2014; İngiltere: ABI, UK Insurance Key Facts 2014 (Personal Lines General Insurance kırılımı, Brokerler kategorisi, bağımsız araçları göstermektedir.); Almanya: GDV, Statistical Yearbook of German Insurance 2014; İspanya: DGSFP, Seguros Y Fondos De Pensiones Informe 2014; İtalya: ANIA, L’assicurazione Italiana 2014 - 2015; Brezilya: Fenacor; ABD: Insurance Information Institute; Japonya: The General Insurance Association of Japan; Türkiye: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği. İlgili ülkelerden Fransa, İtalya ve Türkiye için 2014 verileri yayımlanmıştır. Almanya için kullanılan Statistical Yearbook of German Insurance 2014 raporu 2012 verisini göstermektedir. İngiltere, İspanya, Brezilya, Japonya ve ABD için en güncel veri olan 2013 tarihli veriler göz önünde bulundurulmuştur. Danimarka için ilgili veri bulunmamaktadır.

¹⁶ ABD hayat dışı (mal ve kaza) dağıtım kanalı payları acente ve direkt olarak sınıflandırılmıştır. Acente başlığında bağımsız acenteler, brokerler ve bağlı acente dışındaki diğer araçlar yer almaktadır. Direkt başlığında ise internet, sigorta şirketi ya da bağlı acente aracılığıyla üretilen primler yer almaktadır.

¹⁷ İngiltere’de bağımsız araçlar, broker kategorisinde incelenmiştir.

3.2. Yurt Dışı Sigorta Acenteleri Uygulamaları, İdari ve Yasal Düzenlemeler

Raporun bu bölümünde, seçilmiş ülkeler özelinde acentelere yönelik uygulamalar, idari ve yasal düzenlemeler ile kamu otoritelerinin müdahale alanlarına yer verilmektedir.

Ülke bazlı uygulamalara yer vermeden önce özellikle Avrupa Birliği (AB) aracılık faaliyetlerine yönelik AB Direktif 2002/92 (Avrupa Sigortacılık Sektörü Aracılık Direktifi (Insurance Mediation Directive)) - IMD'den bahsetmek önem arz etmektedir. Direktif, tüm Avrupa Birliği üye ülkelerinde faaliyet gösteren sigorta aracılarını kapsamaktadır. Bu direktifin ana amacı;¹⁸

- Sigorta aracılarının profesyonel ve yetkin olmaları
- Müşterilerin haklarını gözetmeleri
- Sigorta ve reasürans aracılarının (diğer AB ülkelerinde de faaliyet göstermelerini sağlayan) ilgili AB ülkesinde kayıtlı olmaları
- Aşağıdaki minimum profesyonel gereksinimleri yerine getirmeleri (IMD Madde 4)¹⁹
 - Uygun bilgi ve kabiliyet (IMD Madde 4.1 uyarınca, aracının bulunduğu Avrupa Birliği üye ülkesi tarafından belirlenen uygun bilgi ve kabiliyete hakim olması)
 - Saygınlık (IMD Madde 4.2 uyarınca, sigorta aracılarının asgari olarak mali ve mülkiyet suçlarına ilişkin temiz adli sicil kayıtlarının bulunması ve ulusal kanun tarafından ticari itibarı iade edilmediği müddetçe önceden iflas etmemiş olması gerekmektedir)
 - Mesleki sorumluluk sigortası veya ilgili teminatlar²⁰ (IMD Madde 4.3 uyarınca, sigorta aracılarının her bir tazminat talebi için teminatı en az 1.000.000 Euro ve bir yıl boyunca tüm tazminat talepleri için 1.500.000 Euro olmak üzere ve tüm Avrupa Birliği ülkelerini kapsayan mesleki sorumluluk sigortası yaptırmaları - adına çalıştığı sigorta şirketi tarafından hali hazırda mesleki sorumluluk sigortası veya eşdeğerinde bir teminat sağlanmıyorsa)
 - Müşterileri korumak için gerekli finansal kapasiteye sahip olmak (IMD Madde 4.4 paragraf b uyarınca, sigorta aracılarının yıllık toplanan primlerin %4'ü ve asgari 15.000 Euro değerinde finansal teminat göstermesi gerekmektedir).
- Müşterilere verilen açıklamaların net olması
- Kayıt işlemlerine yönelik ulusal finansal otorite ve organların dahil olması (IMD Madde 3.1 uyarınca, sigorta aracılarının kendi üye ülkelerinde yetkili bir otorite tarafından kayıt edilmesi gerekmektedir. Üye ülkeler, başka organların da yetkili otorite ile işbirliği yaparak sigorta aracılarının kayıtlarını yapmasına izin vermektedir. Ayrıca IMD Madde 7 uyarınca yetkili otorite, ulusal kanun tarafından kabul edilmiş veya IMD'nin yerine getirilmesi için özellikle görevlendirilmiş kamu otoriteleri veya organlarıdır.)
- Kayıtlı sigorta ve reasürans aracılarının yönelik detayların kamuya açık olması
- Uygun ve etkin alternatif uyuşmazlık çözüm prosedürlerinin varlığı (özellikle FIN-NET networkü üzerinden) (IMD Madde 11 uyarınca, üye ülkeler sigorta aracıları ve müşteriler arasında yaşanan uyuşmazlıkların mahkeme dışı çözülmesini desteklemelidir.)

FIN-NET (Financial Dispute Resolution Network), Avrupa Komisyonu tarafından 2001 yılında devreye alınmıştır. FIN-NET, Avrupa Ekonomik Alanı (European Economic Area) ülkelerindeki müşteriler ve bankalar, sigorta şirketleri, yatırım şirketleri gibi finansal hizmet veren kuruluşlar arasındaki sınır ötesi uyuşmazlıkların ulusal mahkemeler dışında çözülmesini sağlayan bir finansal şikayet çözüm ağıdır.

Avrupa Komisyonu, 3 Temmuz 2012 tarihinde, özellikle finansal kriz sonrası müşteri güveninin azalması sonucunda müşterilerin korunmasına yönelik olarak, Sigorta Aracıları Direktifi (Insurance Mediation Directive) - IMD2'nin devreye alınmasına yönelik teklif vermiştir. Bu direktifin ana amacı, sigortacılık sektöründe müşterilerin korunması için sigorta satışı ve doğru tavsiyenin verilmesindeki standartları oluşturmaktır.

¹⁸ Avrupa Komisyonu internet sitesi, http://ec.europa.eu/finance/insurance/consumer/mediation/index_en.htm

¹⁹ Directive 2002/92/EC of The European Parliament and of The Council of 9 December 2002 on insurance mediation, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002L0092&from=EN>

²⁰ Direktifin ilgili maddelerinde belirtilen teminat miktarları, Eurostat tarafından açıklanan Tüketici Fiyatları Endeksine göre her beş yılda bir revize edilmektedir.

3.2.1. Fransa

Sigorta aracıları:

Fransa sigortacılık sektöründe dört çeşit sigorta aracı faaliyet göstermektedir:²¹

- Genel sigorta acenteleri (les agents généraux d'assurance): Bir veya birden fazla sigorta şirketi ile münhasırlık anlaşması gerçekleştirmiş gerçek veya tüzel kişilerdir. Genel sigorta acenteleri, aynı branş için farklı sigorta şirketlerinin poliçelerini satmamaktadır.
- Brokerler: Ticaret Odasına (registre du commerce et des sociétés) kayıtlı olan ve yasal olarak herhangi bir sigorta şirketi ile münhasır anlaşma gerçekleştirmeyen gerçek ve tüzel kişilerdir. Brokerler hem müşteri hem de sigorta şirketinden ücret/komisyona alabilmekte ve müşteriden prim toplayabilmektedirler.
- Sigorta şirketi temsilcileri (les mandataires d'assurance): Genel sigorta acenteleri dışında kalan bir veya birden fazla sigorta şirketi adına serbest olarak çalışan (self - employed) gerçek veya tüzel kişilerdir. Genel sigorta acentelerinden yasal olarak farklı tanımlanmış olan sigorta şirketi temsilcilerinin, sigorta şirketleri ile münhasırlık anlaşmaları bulunması zorunlu değildir.
- Sigorta aracılığı temsilcileri (les mandataires d'intermédiaires d'assurance): Bir veya birden fazla sigorta aracısına (broker, genel sigorta acentesi veya sigorta şirketi temsilcisi) bağlı olarak çalışan gerçek ve tüzel kişilerdir. Hem sigorta şirketi temsilcilerinin hem de sigorta aracılığı temsilcilerinin sözleşmelerin yönetimi ve hasar yönetimi alanlarında sorumlulukları bulunmamaktadır.

Tablo 2: Fransa Sigortacılık Sektörü Aracı Kayıtları (2014)

	Gerçek Kişi Kayıt	Tüzel Kişi Kayıt
Genel Sigorta Acenteleri	11.047	640
Brokerler ²²	9.044	13.228
Sigorta Şirketi Temsilcileri	116	469
Sigorta Aracıları Temsilcileri	5.616	10.967

Kaynak: ORIAS Rapport Annuel 2014

Fransa sigortacılık sektöründe, yukarıda tanımlanan araçlara ek olarak, bankalar ve aynı zamanda banka gibi faaliyette bulunan posta ofisleri ("La Banque Postale") şubelerinde hayat ve hayat dışı sigorta poliçesi de satılmaktadır.²³ Fransa'da süpermarketler, seyahat acenteleri, emlakçılar, telefon hattı ve cihazı satan bayiler gibi diğer satış kanallarından da sigorta poliçesi satılmaktadır. 2014 yılında, bu tip alternatif satış kanallarının hayat branşında üretilen primlerden aldığı pay %4, hayat dışı branşlarda ise %1 olmuştur.²⁴

Fransa sigortacılık sektöründe, 2014 yılında hayat branşında %64'lük payla bankalar ön planda iken, hayat dışı branşta acente ve direkt satışlar sektörün en yüksek prim üreten kanallarıdır. Hayat branşında özellikle bankasüransın tarihsel olarak artan payı dikkat çekicidir; bu payın en önemli nedenleri arasında bankaların müşterileri ile olan kuvvetli bağları, müşterinin tüm finansal ihtiyaçlarının merkezi olarak karşılanabilmesi, bankalara yönelik daha güvenilir bir algıya sahip olunması, maliyet avantajları ve mevzuat gereksinimleri bulunmaktadır. 2014 yılında, acentelerin hayat branşı prim üretiminde aldıkları pay yaklaşık %6'dır. Hayat dışı branşlarda %34 ile önemli bir paya sahip olan acenteler geniş bir coğrafi alanda faaliyet gösterirken, hayat dışında %18 pay alan brokerler büyük illerde daha kurumsal müşteriler ile çalışmaktadırlar.²⁵

Sigorta aracılara yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

Fransa'da faaliyet gösteren sigorta aracılara yönelik yasal çerçeve IMD'den etkilenerek oluşturulmuştur. Fransa'daki acenteler ve diğer sigorta aracılarının faaliyetlerine yönelik maddeler Sigorta Kanunu (Code des assurances) - CDA'da yer almaktadır.²⁶

CDA uyarınca, sigorta aracılarında beklenen gereksinimler aşağıdaki gibidir:

- Saygınlık sahibi ve önceden iflas etmemiş olması
- Çalışan personelin mesleki tecrübe, bütünlük ve becerileri karşılaması

²¹ ACPR internet sitesi

²² Broker kategorisi sadece sigorta aracılığı yapan brokerleri ve farklı finansal aracılık faaliyetlerinde de bulunan sigorta aracıları brokerleri de kapsamaktadır.

²³ La Banque Postale internet sitesi, www.labanquepostale.fr

²⁴ FFSA, Tableau de bord de l'assurance en 2014

²⁵ Bkz. bir önceki kaynak

²⁶ Legifrance internet sitesi

- Sigorta aracılarının her bir tazminat talebi için teminatı en az 1.500.000 Euro ve bir yıl boyunca tüm tazminat talepleri için 2.000.000 Euro olmak üzere ve tüm Avrupa Birliği ülkelerini kapsayan mesleki sorumluluk sigortası yaptırması - adına çalıştığı sigorta şirketi tarafından hali hazırda mesleki sorumluluk sigortası veya eşdeğerinde bir teminat sağlanmıyorsa
- Asgari olarak 115.000 Euro değerinde finansal teminat göstermesi

Buna ek olarak sigorta aracılarının²⁷; bağımsız olması, sigorta şirketleri ile olan yasal ilişkilerine yönelik açıklamaları net olarak vermesi, tüm doğabilecek çıkar çatışmalarına yönelik açıklamaları vermesi, müşterinin şikayet yönetimine ilişkin açıklamaları vermesi, sahtekarlık ve dolandırıcılık işlemlerini saptaması, engellemesi ve raporlaması, kara para aklama ve terörün finansmanı işlemlerinin engellenmesine yönelik tedbirleri alması, kara para aklama ve terörün finansmanı riskinin ölçülmesi ve yönetilmesine yönelik sistemi sağlaması ve bu bağlamda risk kontrol prosedürlerini tanımlaması gerekmektedir. Ayrıca, acenteler ve diğer aracılar, her satış kararı öncesi müşterilerinin ihtiyaçlarını tespit etmek ve müşterilerin beklentilerine ve isteklerine yönelik danışmanlık vermek zorundadırlar. Müşteriler aracılarının aldıkları komisyonlar konusunda açıklama talebinde bulunabilmektedirler.

CDA Madde R512 - 9 uyarınca, Fransa'da acentelerde çalışan personelin aşağıdaki mesleki tecrübe, bütünlük ve becerilerden birini karşılaması gerekmektedir:

- Bir sigorta şirketinde, kredi sağlayıcısı şirkette, finansman şirketinde, sigorta aracısında veya sigorta şirketi tarafından belirlenen bir eğitim merkezinde en az 150 saat olmak kaydıyla yeterli bir süre boyunca staj yapması
- Bir sigorta şirketinde veya sigorta aracısında beyaz yakalı olarak çalışmış ve sigorta yönetimi konusunda en az iki yıl deneyimli olması
- Bir sigorta şirketinde veya sigorta aracısında çalışmış ve sigorta yönetimi konusunda en az dört yıl deneyimli olması
- Ekonomi ve Eğitim Bakanlıkları tarafından hazırlanan listede belirtilmiş diploma veya sertifikaya sahip olması (lisansüstü derecesinde diplomaya sahip olunması veya finans, bankacılık ve sigortacılık konusunda lisans derecesinde diplomaya veya sertifikaya sahip olunması)

23 Haziran 2008 tarihli kararnamede, sigorta aracılığı konusunda faaliyet gösteren brokerler, sigorta acenteleri ve sigorta şirketi çalışanlarının, 150 saat staj kapsamında aşağıdaki belirtilen 5 konu ile ilgili eğitim görmüş olmaları gerekmektedir:²⁸

- Genel bilgiler (sigorta sektörü, sigorta sektörü oyuncularını, sigorta sektörü faaliyetleri, sigorta branşları, sigorta sektörü araçları, müşteri ile olan ilişkiler ve kara para aklamaya yönelik genel bilgiler)
- Koruma ve sağlık sigortası
- Hayat sigortası
- Grup poliçeleri
- Mal ve sorumluluk sigortaları

Fransa sigortacılık sektöründe faaliyet gösteren aracılarının sigorta aracılığı faaliyetlerini yerine getirebilmeleri için kar amacı gütmeyen ve Hazine Yönetimi (Direction Générale du Trésor) - DGT gözetiminde bir birlik olan Sigorta, Banka ve Finans Aracıları Sicil Teşkilatı (Organisme pour le registre unique des intermédiaires en assurance, banque et finance) - ORIAS'a kayıt yaptırmaları ve her yıl kayıtlarını yenilemeleri gerekmektedir.

IMF'nin Fransa finans sektörü özelinde yayımladığı raporda sigortacılık sektöründeki denetim faaliyetlerine detaylı olarak yer verilmiştir. Rapor uyarınca:²⁹

- Fransa'da yer alan tüm banka ve sigorta şirketlerinin branş bazında lisanslanmasından ve denetiminden İhtiyati ve Çözüm Kontrol Otoritesi (Autorité de contrôle prudentiel et de résolution) - ACPR sorumludur. ACPR, Fransa Merkez Bankası'na (Banque de France) bağlı bağımsız bir idari yapı olarak faaliyet göstermektedir ve kendine ait bir organizasyon yapısı ve operasyon modeli bulunmaktadır.
- ACPR içerisinde, 3 banka denetimi, 3 sigorta denetimi, 2 destek ve 5 ortak hizmetler (hukuk, araştırma, politika ve uluslararası, mevzuat ve lisanslama, ve iş faaliyetlerinin denetimi) olmak üzere toplam 13 birim bulunmaktadır. Sigorta aracılarının denetimi, ACPR altında yer alan "iş faaliyetlerinin denetimi" birimi

²⁷ IMF External Publications - France: Financial Sector Assessment Program Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles

²⁸ Legifrance internet sitesi

²⁹ IMF External Publications - France: Financial Sector Assessment Program Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles

tarafından yönetilerek Fransız Merkez Bankası'nın bölge müdürlüklerinden alınan dış hizmet aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. ACPR'nin yaklaşık bin çalışanı bulunmakta olup, çalışanları yasal olarak Fransız Merkez Bankası'na bağlıdır. Sigorta sektörü denetiminde yer alan çalışanların aktüeryal yetkinliğe ve bilgiye sahip olması beklenmektedir. ACPR'nin tüm denetim faaliyetleri, denetlenen şirketler tarafından yıllık sağlanan katkı ile finanse edilmektedir.

- ACPR'nin sigortacılık sektörüne yönelik başlıca görevi sigorta sektörü lisanslaması, denetimi ve sigorta müşterilerinin korunmasıdır. Bu bağlamda, haksız rekabeti önleyici tedbirler alır ve sigorta müşterilerinin lehine sigorta sektörünün güvenilirliğini ve istikrarını korumayı amaçlar.
- ACPR aynı zamanda, sigorta aracılarının da denetiminden sorumludur. ACPR, sigorta aracılarının bünyesinde bulunan özel bir ekip aracılığı ile yerinde denetlemekte olup, düzenli ve yerinde olmayan izleme faaliyetlerinde de bulunmaktadır.
- Yerinde olmayan izleme ve kontroller, sigorta şirketi ve aracılarının ACPR'ye göndermek ile yükümlü oldukları yıllık iç kontrol raporu, kara para aklamaya yönelik periyodik olarak doldurdıkları soru seti, uyum ve kara para aklama konularından sorumlu yetkililer ile yapılan görüşmeler, önceden yazılmış yerinde denetim raporları, yasal ve halka açık bilgiler doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.
- ACPR'nin sigorta mevzuatı ve yönetmeliklerine yönelik hiçbir yasal otoritesi bulunmamakla birlikte, DGT'ye yönetmelik ve mevzuatların düzeltilmesi ve/veya iyileştirilmesi için önerilerde bulunabilmektedir. DGT altında yer alan sigorta birimi, sigorta sektörüne ilişkin mevzuat ve yönetmeliklerden sorumlu birimdir. ACPR ve DGT çok yakın olarak çalışmakta olup, DGT temsilcisi ACPR'nin yönetim toplantılarına gözlemci olarak katılarak mevzuata ilişkin bir değişikliğe sebebiyet verecek veya ihtiyaç duyulmasını sağlayacak durumları tespit eder.
- ORIAS tarafından sigorta aracılığına kabul edilmek için aracılardan CDA'da belirtilen saygınlık, tecrübe, bütünlük ve beceri anlamında belli başlı gereksinimleri karşılamaları, mesleki sorumluluk sigortası yaptırımları ve gerekli finansal teminatı sağlamaları gerekmektedir. Mesleki sorumluluk sigortasının ve finansal teminatın varlığı ORIAS tarafından her sene denetlenmektedir.

ACPR tarafından gerçekleştirilen denetimde, sigorta aracılarının mevzuat ile uyumlu faaliyet gösterip göstermediği ve kara para aklamaya yönelik tedbirlerin alınıp alınmadığı incelenmektedir. İncelenen diğer konular aşağıdaki gibidir:³⁰

- ORIAS kaydının bulunması
- Mesleki tecrübe ve yeterliliğe sahip olunması
- Sigorta aracılığı ve sigortacılık faaliyetlerine yönelik müşterilere gerekli bilgilerin sağlanması
- Sigorta ürününün pazarlamasına ilişkin gerekli bilgilerin bulunması
- Sigorta aracılığı komisyonu alan tarafların açıkça belirtilmesi

Fransa'da faaliyet gösteren acenteler, Sigorta Acenteleri Sendikaları Ulusal Federasyonu (Fédération Nationale des Syndicats d'Agents Généraux d'Assurance) - AGEA'ya kayıtlıdır. AGEA, ulusal bir federasyon olup Brokerler Sendikası Odası (Chambre Syndicale des Courtiers d'Assurance) - CSCA, Fransa Sigorta Şirketleri Federasyonu (Fédération Française des Sociétés d'Assurance) - FFSA, Mütüel Sigorta Şirketleri Birliği (Groupement des Entreprises Mutuelles d'Assurances) - GEMA'nın temsilcileri ile birlikte ORIAS'ın yönetiminden sorumludur.³¹

AGEA, Fransa'daki acenteleri hem ulusal hem de Avrupa genelinde temsil etmek ve acentelerin çıkarlarını korumaktan sorumludur. AGEA'ya 15 sendika, 21 bölgesel dernek ve yüzden fazla yerel dernek bağlıdır. AGEA'nın 6 temel görevi bulunmaktadır:³²

- Acenteleri sosyal mecralarda tanıtmak ve çıkarlarını korumak (çalışanların emeklilik planları, çalışma sürelerinin belirlenmesi, eğitimlerinin sağlanması vb.)
- Acentelerin iletişim faaliyetlerini gerçekleştirmek
- Acentelik mesleğini tanıtmak için lobi faaliyetleri gerçekleştirmek
- Kendisine bağlı acentelere ve derneklere danışmanlık vermek
- Acentelerin "profesyonelleşmesi" için eğitim vermek ve bilgi sağlamak

³⁰ ACPR internet sitesi

³¹ ORIAS internet sitesi

³² AGEA internet sitesi

- Buna ek olarak, acenteler bağlı buldukları sigorta şirketleri özelinde bir dernek çerçevesinde organize olmaktadır. AGEA'nın altında organize olan bu dernekler ilgili sigorta şirketleri ile komisyon oranları özelinde müzakere etmektedirler.

Fransa sigorta aracılığı temsilcisi örnek sözleşmesi uyarınca, sigorta aracı temsilcisi ve sigorta aracı arasındaki sözleşmenin feshedilmesi durumunda, sigorta aracı temsilcisi tüm poliçeleri ve bilgileri sigorta aracısına teslim etmekle yükümlü olup, belirlenen bir süre zarfı boyunca sigorta aracısının müşteri portföyüne direkt veya endirekt herhangi bir satış yapma hakkı bulunmamaktadır. Bu bağlamda sigorta aracılığı temsilcisi sözleşmesinin feshedildiği durumlarda; sigorta aracı, sigorta aracı temsilcisine sözleşme esnasında belirlenen bir portföy tazminatı öder. Sigorta aracı temsilcisi sözleşmesi, sigorta aracı tarafından feshedilir ise portföy tazminatı sözleşme esnasında belirlenen üst bir tutar dahilinde sigorta aracı tarafından sigorta aracı temsilcisine ödenir. Sigorta aracı temsilcisi hatası sebebiyle feshedilmiş sözleşmeler için herhangi bir portföy tazminatı ödenmez.³³

Fransa sigortacılık sektöründe, mal ve kaza sigortalarına yönelik faaliyette bulunan genel sigorta acentelerine 5 Mart 1949 tarihli 49 - 317 No'lu kararname uyarınca bölgesel münhasırlık tanımlanmıştır. 28 Aralık 1950 tarihli 50 - 1608 No'lu kararname uyarınca, hayat sigortasına yönelik faaliyette bulunan genel sigorta acentelerinin bölgesel münhasırlıkları bulunmamaktadır.³⁴ 15 Ekim 1996 tarihli ve 96 - 902 No'lu yeni kararnamede bölgesel münhasırlığa yönelik herhangi bir atıfta bulunulmamakla birlikte, genel sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri arasında yapılan sözleşmelerde genel sigorta acentesinin ürünlere yönelik münhasırlık koşulları ve hangi bölgelerde faaliyet göstereceği sözleşme bazında belirlenmektedir.³⁵

Sigorta aracılığı ve sigorta şirketi arasındaki ilişkilere ve anlaşmazlıklara, herhangi bir otorite müdahale etmemektedir, anlaşmazlıklar mahkeme yolu ile çözülmektedir.

3.2.2. İngiltere

Sigorta aracılığı:

İngiltere sigortacılık sektöründe faaliyet gösteren sigorta aracılığı hayat ve hayat dışı branşları için farklılık göstermektedir:³⁶

- Hayat sigortası genel olarak bağımsız finansal danışmanlar (independent financial advisors - IFA), münhasır acenteler, direkt satış ve banka aracılığıyla satılmaktadır.
 - Bağımsız finansal danışmanlar (independent financial advisors): Sigortacılık dahil olmak üzere tüm finansal konularda müşterilerine bağımsız danışmanlık sağlayan ve piyasada yer alan ürünlerden müşterisi için en uygun ürünleri öneren profesyonel kişilerdir. Bağımsız Finansal Danışman olarak tanımlanabilmek için;
 - Geniş bir yelpazede yatırım ürünlerine hakim olmak,
 - Müşterilere kapsamlı ve adil bir analiz ile tarafsız ve sınırlandırılmamış tavsiyeler sunmak,
 - Müşterilere danışmanlık yapmadan önce bağımsız bir danışman olduğunu belirtmek gerekmektedir.
 - Münhasır acenteler (appointed representatives veya tied agents): Finansal Hizmetler ve Piyasalar Kanunu 2000 (The Financial Services and Markets Act) - FSMA Madde 39 uyarınca tanımlanan ve sadece bağlı olduğu sigorta şirketinin ürünlerini satabilen aracılardır.
 - Banka: Banka şubelerinden sigorta satan aracılardır.
- Hayat dışı sigorta branşındaki poliçe satışları ise çoğunlukla brokerler, fiyat karşılaştırma siteleri (price aggregators), direkt satış ve bankalar aracılığıyla yapılmaktadır.
 - Brokerler: Şirket veya bireysel müşteriler ile sigorta şirketleri arasında aracı olarak görev yapan ve müşterilerin bireysel danışmanı gibi hareket ederek piyasadaki en uygun poliçenin bulunmasına destek olan aracılardır. Brokerler komisyonlarını genellikle sigorta şirketinden

³³ SFAC, Modeles Types de Contrats de Mandataires d'Intermediaires d'Assurances

³⁴ Le portail de l'économie et des finances internet sitesi

³⁵ Bulletin Officiel des Finances Publiques - Impôts internet sitesi

³⁶ FSMA, FCA ve Deloitte yurt dışı ofis görüşmeleri

- almakta ve sadece yatırım ürünlerine yönelik alınan komisyonlar müşteriden tahsil edilmektedir. Brokerler müşteriden prim toplayabilmektedirler.
- Fiyat karşılaştırma siteleri: Farklı sigorta şirketlerinden alınan poliçe fiyatları doğrultusunda, müşterilerin etkin karar almasını sağlayan internet platformlarıdır.

Diğer taraftan, İngiltere’de, acente, brokerler, bankalar ve direkt satış kanalları dışında alternatif araçlar da sigorta poliçesi satmaktadırlar. Bunlar arasında posta ofisleri, süpermarketler, otomotiv şirketleri, elektrik, gaz ve su şirketleri, hayır kurumları, eğitim kurumları ve sendikalar bulunmaktadır.³⁷

Avrupa’nın en büyük prim üretimine sahip olan İngiltere sigortacılık piyasası incelendiğinde, Türkiye’den farklı olarak hem hayat hem de hayat dışı branşlarda dağıtım kanalı liderliğinin brokerlerde olduğu gözlenmektedir. İngiltere’de faaliyet gösteren toplam 3.284 adet broker bulunmaktadır.³⁸ Sigorta aracılığını ikinci iş olarak gerçekleştiren şirket adedi ise 5.981’dir.³⁹

İngiltere’de faaliyet gösteren brokerler ve acenteler belirli ücret karşılığında müşterilerine finansal danışmanlık hizmetleri de sağlamaktadırlar. Özellikle kurumsal satışlarda yüksek bir paya sahip olan brokerlerin aşağıda yer alan avantajları sektördeki lider konumlarını güçlendirmektedir:⁴⁰

- Araştırma maliyetinin düşük olması: Brokerler bağımsız olarak çalıştıklarından dolayı, sigorta şirketi ve sigorta ürünlerine ilişkin geniş bir bilgi ağına erişebilmektedir.
- Teknik birikim ve bilgi avantajı: Brokerlerin belli başlı konulardaki uzmanlıkları, müşteri ihtiyaçlarını daha iyi analiz etmelerini ve müşteriye daha uygun ürün sunmalarını sağlamaktadır.
- Standart olmayan ürün geliştirme ve sunma: Brokerler, standart olmayan (tailored) bir ürün ya da ürün paketini müşterilerine yönlendirebilmekte ve sigorta şirketlerine standart olmayan ürün tiplerini geliştirmesinde yardımcı olabilmektedirler.

Bireysel müşterilere yapılan (özellikle motor branşındaki) satışlar incelendiğinde ise; brokerlerin yükselen rakibi direkt satış ve fiyat karşılaştırma siteleri (price aggregator) gibi alternatif dağıtım kanallarıdır. Motor branşlarında son dönemlerde ön plana çıkan uzaktan satışlar (çağrı merkezi ve internetten) ile fiyat karşılaştırma sitelerinin küçük ölçekli geleneksel araçlardan aldıkları pay dikkat çekicidir. 2014 yılı içerisinde yayımlanan Swiss Re Sigma raporuna göre, bireysel motor branşındaki dağıtım kanallarının payları incelendiğinde, direkt (internet) %20, direkt (telefon) %17 ve fiyat karşılaştırma sitelerinin %24’lük prim pazar payları bulunmaktadır.⁴¹

Sigorta araçlarına yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

İngiltere’de FSMA, tüm sigorta şirketleri ve araçlar için düzenleyici ve denetleyici çerçeveyi oluşturmaktadır. Aynı zamanda, sigorta şirketleri ve araçlar arasında yapılan sözleşmeler bu kanun uyarınca düzenlenmektedir. Acenteler, sözleşmelerinde, FSMA prensipleri ve kuralları uyarınca faaliyet göstereceklerini taahhüt etmektedirler. Ayrıca, araçlar, Sigorta: İş İdaresi Kuralları (Insurance: Conduct of Business Source) - ICOBS ve Müşterilerin Haklarının Korunması (Treating Customers Fairly) - TCF’nin de dahil olduğu geniş bir yasal çerçeve içerisinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

İhtiyati Düzenleme Kurumu (Prudential Regulation Authority) - PRA ve Finansal Yürütme Kurumu (Financial Conduct Authority) - FCA, İngiltere sigortacılık sektöründen sorumlu iki kurumdur. Sigorta araçları, sadece FCA düzenlemesine tabidir. Bu kapsamda tüm sigorta araçları, FCA el kitapçığında belirtilen gereksinimlere karşı sorumludur.

FCA el kitapçığı 3.2.7. bölümü uyarınca, sigorta araçlarının mesleki sorumluluk sigortası limiti, her bir tazminat talebi için 1.120.200 Euro ve bir yıl boyunca tüm tazminat talepleri için toplamda 1.680.300 Euro veya bu sınırı üstü için azami 30 milyon Sterlin olmak kaydıyla yıllık gelirin %10’udur.⁴²

FCA el kitapçığında ayrıca, sigorta aracılığı yapan firmaların sermaye zorunlulukları da belirtilmiştir. Minimum sermaye gereksinimi, araçların müşteri varlıklarını hesaplarında tutup tutmamasına göre farklılık göstermektedir. Bu kapsamda, müşteri varlıklarını hesaplarında tutan araçlar için minimum sermaye gereksinimi 10.000 Sterlin ve aracılık faaliyetlerinden elde ettikleri yıllık gelirin %5’idir. Müşteri varlıklarını hesaplarında tutmayan araçlar

³⁷ Finaccord Channels Metrics: Consumer Distribution Trends in UK Insurance, February 2014

³⁸ Insurance Agents & Brokers in the UK: Market Research Report, www.ibisworld.co.uk/market-research/insurance-agents-brokers.html, March 2015

³⁹ Europe Economics, Distribution Channels in Insurance, December 2013

⁴⁰ Bkz. bir önceki kaynak

⁴¹ Swiss Re Sigma, Digital Distribution in insurance: a quiet revolution, No 2/2014. 2012 verisini göstermektedir.

⁴² FCA Handbook, MIPRU 3.2.7

için minimum sermaye gereksinimi ise 5.000 Sterlin ve aracılık faaliyetlerinden elde ettikleri yıllık gelirin %2,5'idir.⁴³

İngiltere sigortacılık sektöründe, bağımsız finansal danışman olarak faaliyet gösterebilmek için FCA'ya kayıt olmanın yanısıra, Nitelik ve Saygınlık Çerçevesi (Qualifications and Credit Framework) adı verilen eğitim programında belirli bir seviyeye gelinmesi gerekmektedir. Dağıtım Gözetimi (Retail Distribution Review) - RDR'nin devreye alınmasıyla birlikte minimum nitelik gereksinimleri arttırılmıştır. Bunun yanısıra, bağımsız finansal danışmanların Mesleki Durum Beyanı (Statement of Professional Standing) adı verilen ve her yıl minimum 35 saatlik profesyonel eğitimi kapsayan bir beyanı yerine getirmeleri gerekmektedir.⁴⁴

FCA el kitapçığında ayrıca, aracılık faaliyeti gösterecek kişi ve kurumların bilgi, yetenek ve iyi hallerinin gereklilikleri belirtilmiştir.⁴⁵ İlgili bölümde aracılardan, üst seviye yetkinlik gereksinimleri için hazırlanmış olan Üst Yönetim Düzenleme, Sistem ve Kontrolleri Kaynak Kitabı (Senior Management Arrangements, Systems and Controls Sourcebook) ve daha detaylı ve kapsamlı gereksinimlerin belirlendiği Eğitim ve Yeterlilik Kaynak Kitabı (Training & Competence Source Book) uyarınca belirlenmiş kurallara hakim olması gerektiği bildirilmiştir.

Sigorta acentelerinin İngiltere'de faaliyet gösterebilmeleri için FCA'dan faaliyet izni alması gerekmektedir.

FCA, aracılardan denetimi, iş, sermaye ve finansal kapasiteleri ile bilgi paylaşımlarının izlenmesi ve değerlendirilmesi görevlerini yürütmektedir. Küçük çaptaki aracılardan için denetim çoğunlukla uzaktan gerçekleştirilmekte iken, büyük çaptaki aracılardan için yerinde denetimler yapılmaktadır.⁴⁶

İngiliz Sigorta Brokerleri Derneği, (British Insurance Brokers' Association) - BIBA, broker, aracı ve müşterilerin menfaatlerini temsil eden İngiltere'nin önde gelen genel sigorta aracılık kuruluşudur. BIBA tarafından 7 Haziran 2004 yılında "Sigorta Brokerleri ve Sigortacılar Arasındaki İş Sözleşmelerinin Şartlarına Eklenecek Temel İlkeler"⁴⁷ adında Teknik Öneri Notu hazırlanmıştır. Hazırlanan notta öne çıkan noktalar aşağıdaki gibidir:

- Sözleşme'de yer alan maddeler mümkün olduğunca kısa, öz ve anlaşılır bir şekilde hazırlanmalıdır.
- Sözleşme'de yer alan tarafların birbirleriyle olan ilişkileri ile görev ve sorumlulukları açık ve net bir şekilde belirtilmelidir.
- Komisyon oranları (diğer tüm ödemeler ile birlikte) Sözleşme'de - ayrı bir sözleşmede ya da ekte de olabilir - açık ve net bir şekilde yer almalıdır.
- Komisyon oranlarının sigorta tipleri için farklılık göstermesi durumunda, bu farklılıklar Sözleşme'ye eklenmelidir.
- Komisyon oranlarının ödeme ve vade tarihleri Sözleşme'de yer almalıdır.
- Yeni sözleşme veya sözleşme yenilemedeki komisyon oranlarına ilişkin değişiklikler için minimum ihbar süresi Sözleşmeye eklenmelidir.
- Sözleşme'de yer alan genel işlem şartlarının, prim alacaklarına ilişkin kredi riskinin (alacağın tahsil edilememesi riskinin) brokerin üzerinde mi yoksa sigorta şirketinin üzerinde mi kalacağı konusunda açık hüküm içermesi gerekmektedir.
- Sözleşme'nin iptaline ilişkin maddeler ve ilgili yaptırımlar açıkça belirtilmelidir.
- İlgili kanun ve yönetmeliklerce belirlenmiş olan gereklilik ve yaptırımlar Sözleşme'de yer almalıdır (örn. Denetim).
- Sözleşme'de opsiyonel olarak, sözleşme maddelerinin uygulanmasında yaşanabilecek anlaşmazlıkların çözümü için her iki tarafın üstünde mutabık kalacağı bir arabulucu tanımlanabilir.

FCA'nın iş standartlarından biri olan ICOBS'a göre, 2013 yılından itibaren müşteri tarafından talep edilmesi halinde, sigorta aracılardan (acenteler dahil) tüm branşlar için aldıkları komisyon oranları hakkında bilgi vermek ve yayımlamak zorundadırlar. FCA sigorta acentelerinin mümkün olduğunca müşteri odaklı faaliyet sergilemelerini amaçlamakta olup, bu bağlamda komisyonların yayımlanması konusuna müdahale etmektedir. RDR'nin devreye alınmasıyla birlikte yatırım ürünlerine ilişkin acentelere verilen komisyon oranları sigorta şirketleri yerine poliçe sahibi müşteri ve acente arasında yapılacak anlaşma neticesinde belirlenmektedir. Dolayısıyla, sigorta şirketleri sigorta ürünlerinin satılması için aracı kurumlardan herhangi bir teşvik ya da yaptırımda bulunmamaktadır.⁴⁸

⁴³ FCA Handbook, MIPRU 4.2.11

⁴⁴ FCA internet sitesi

⁴⁵ FCA Handbook, MIPRU 2.3

⁴⁶ IMF External Publications - United Kingdom: Insurance Core Principles Detailed Assessment of Observance

⁴⁷ BIBA, Terms of Business Agreements

⁴⁸ FCA Handbook, ICOBS 4.4

Sigorta şirketi ile sigorta aracıları arasındaki anlaşmazlıklar; arabuluculuk, tahkim veya hukuki olarak (mediation, arbitration, litigation) çözülmektedir. Sektör kuruluşlarından APFA (Association of Professional Financial Advisers), BIBA (The British Insurance Brokers' Association) ve ABI (Association of British Insurers) anlaşmazlıkların değerlendirilmesi ve çözüme kavuşturulmasına yönelik görüş vermek ve uzlaşma sağlanması için ikna çalışması gerçekleştirebilmekle birlikte, bu kuruluşların tahkim veya hukuki olarak herhangi bir görevi bulunmamaktadır.

3.2.3. Almanya

Sigorta aracıları:

Almanya sigortacılık sektöründe 6 çeşit aracı faaliyet göstermektedir:⁴⁹

- Bağlı sigorta aracıları (gebundene versicherungsvertreter): Sigorta şirketleri tarafından kayıt ettirilen acenteler
- Yetkilendirilmiş acenteler (versicherungsvertreter mit erlaubnis): Tek bir sigorta şirketine veya birden çok sigorta şirketine bağlı olarak çalışan ve Sanayi ve Ticaret Odası (Industrie - und Handelskammer) - IHK'dan faaliyet izni alan acenteler
- Brokerler: Herhangi bir sigorta şirketine bağlı olmayan aracılar. Brokerler komisyonlarını sigorta şirketinden almakta, yatırım danışmanlığı verdikleri durumlarda ise müşteriden danışmanlık ücreti tahsil etmektedirler. Brokerler sigorta primlerinin toplanmasında herhangi bir rol oynamamaktadırlar.
- Yan Ürün Aracıları (produktakzessorische vertreter/makler): Sigorta aracılığı birincil faaliyeti olmayan ticari yapılar (seyahat sigortası satan seyahat acenteleri, nakliyat sigortası satan lojistik şirketleri, konut sigortası satan gayrimenkul şirketleri, motor sigortası satan otomotiv şirketleri gibi). Yan ürün aracılarının IHK'ya başvurması gerekmekte olup, GewO 34d uyarınca aşağıdaki durumların üçüne birden sahip olmaları halinde faaliyet izni alma gerekliliğinden muaftırlar:
 - Lisansı olan bir veya birden fazla acenteye ya da bir veya birden fazla sigorta şirketine bağlı olarak çalışılması
 - Mesleki sorumluluk sigortasına sahip olunması
 - Saygınlık sahibi olunması
- Danışmanlar (versicherungsberater): Sigorta ürünleri konusunda danışmanlık hizmeti veren kişilerdir. Sigorta şirketinden komisyon almamakta, verdiği hizmet karşılığında müşteriden ödeme/ücret talep etmektedirler. Danışmanların da diğer aracılar gibi IHK'dan faaliyet izni almaları gerekmektedir.
- Banka: Bankalar, acente veya broker olarak faaliyet gösterebilmektedirler.

Almanya sigortacılık sektöründe, yukarıda tanımlanan araçılara ek olarak Postbank ortaklığı ile Postbank Hayat Sigortası AG (Postbank Lebensversicherung AG) ve Postbank Sigorta AG (Postbank Versicherung AG) hayat ve hayat dışı sigorta poliçesi satmaktadırlar.⁵⁰ Almanya sigortacılık sektöründe bağlı aracılık çalışma modelinin ön plana çıktığı gözlenmektedir.

Tablo 3: Almanya Sigortacılık Sektörü Aracı Kayıtları⁵¹

	2013	2014
Bağlı Sigorta Aracıları	165.735	159.357
Yetkilendirilmiş Acenteler	31.116	30.600
Brokerler	46.544	46.769
Yan Ürün Aracıları	3.107	3.279
Danışmanlar	274	292

Kaynak: DIHK internet sitesi

Satış kanalı verileri göz önünde bulundurulduğunda, hayat sigortasının %50'si (yaklaşık 53 milyar dolar), hayat dışı sigorta ürünlerinin de %60'ı (yaklaşık 76 milyar dolar) acenteler aracılığıyla üretilmiştir.⁵²

⁴⁹ Europe Economics, Distribution Channels in Insurance, December 2013

⁵⁰ PB Versicherung internet sitesi

⁵¹ GDV'nin resmi verileri kayıtlı çalışan sayılarını göstermektedir.

⁵² European Insurance in Figures Statistics No:50, December 2014

Sigorta aracilarina yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

Almanya sigortacılık sektörü aracilarina yönelik yasal çerçeve, IMD ile geliştirilmiş ve iyileştirilmiştir. Sigorta Denetleme Yasası (Versicherungsaufsichtsgesetz) - VAG, sigortacılık sektörü faaliyetlerine ve Sigorta Sözleşmeleri Yasası ise (Versicherungsvertragsgesetz) - VVG sigorta sözleşmelerine ilişkin düzenleyici çerçeveyi belirlemektedir. Sigorta aracilarina yönelik yasal çerçeve ise Sigorta Aracıları Yönetmeliği (Versicherungsvermittlungsverordnung) - VersVermV ve Almanya Ticari Düzenleme Yasası (Gewerbeordnung) - GewO tarafından belirlenmektedir. GewO 34d⁵³ uyarınca sigorta aracilarından beklenen gereksinimler aşağıdaki gibidir:

- Saygınlık sahibi ve önceden iflas etmemiş olması
- IHK tarafından yapılan uzmanlık testini geçmesi
- Sigorta aracilarının her bir tazminat talebi için teminatı en az 1.300.000 Euro ve bir yıl boyunca tüm tazminat talepleri için 1.700.000 Euro olmak üzere ve tüm Avrupa Birliği ülkelerini kapsayan mesleki sorumluluk sigortası yaptırması - adına çalıştığı sigorta şirketi tarafından hali hazırda mesleki sorumluluk sigortası veya eşdeğerinde bir teminat sağlanmıyorsa
- Aşgari 17.000 Euro değerinde olmak üzere yıllık toplanan primlerin %4'ü tutarında finansal teminat göstermesi

Bunlara ek olarak sigorta aracilarının;⁵⁴ müşterilerini ürünler, genel poliçe kuralları, teminatın varlığı ve sözleşmenin süresinden önce sonlandırılması ile doğacak yükümlülükler konusunda bilgilendirmesi, sahtekarlık ve dolandırıcılık işlemlerini saptaması, engellemesi ve raporlaması, özellikle hayat sigortalarında kara para aklama ve terörün finansmanı işlemlerinin engellenmesine yönelik tedbir sistemlerini oluşturması ve şüpheli işlemleri raporlaması gerekmektedir.

Acenteler ve diğer aracilar, her satış kararı öncesi müşterinin ihtiyaçlarını tespit etmek ve müşterilerin beklentilerine ve isteklerine yönelik zamanında, eksiksiz ve uygun danışmanlık vermeyi taahhüt ederler. Ayrıca, GewO uyarınca sigorta araciları, müşterilerine kendileri hakkında mümkün olan detayda bilgi sağlamalı ve aracı kurum olduklarını açık ve net bir şekilde ifade etmelidirler.⁵⁵

VersVermV⁵⁶ uyarınca, aracılarda çalışan personelin aşağıdaki mesleki tecrübe, bütünlük ve becerilerden birini karşılaması gerekmektedir:

- Hukuk konusunda eğitim almış olması, sigorta konusunda uzman lisans diplomasına sahip olması, sigorta satış veya sigorta ve finans konularında bilgi sahibi olması
- İşletme konularında lisans derecesinde bir diplomaya sahip olması ve en az bir yıl sigorta aracılığı konusunda deneyime sahip olması
- Banka veya yatırım fonlarında bilgi sahibi olması ve en az iki yıl sigorta aracılığı konusunda deneyime sahip olması

VersVermV uyarınca bilgi ve eğitim seviyelerinin ölçülmesine yönelik, IHK tarafından yukarıda belirtildiği gibi uzmanlık testi uygulanmaktadır. Uzmanlık testi; ürün tanıtımı ve bilgisi, müşteri ihtiyaçlarının anlaşılması, müşteri çözüm önerileri gibi müşteri hizmetlerine yönelik bilgilerin ölçümünü ve sigorta aracılığı mevzuatı ile motor, sağlık ve diğer sigorta branşları hakkında teknik bilgilerin ölçümünü kapsamaktadır. Uzmanlık testi, yazılı ve sözlü olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Yazılı bölümde müşteri hizmetleri ve teknik bilgi birikimi ölçülürken, sözlü bölümde ise müşterinin ihtiyaçlarının doğru anlaşılıp doğru ürünün sunulduğuna dair müşteri ile bir telefon görüşmesi simülasyonu yapılmaktadır. Aracı kurumun çalışanlarının tümünün sınavı geçme zorunluluğu bulunmamakta olup, sınavı geçen çalışanların diğer çalışanları yönlendirmeleri gerekmektedir.⁵⁷

GewO uyarınca, sigorta araciları IHK'dan faaliyet izni almak zorundadırlar. IHK; acente, broker ve bankasürans aracilarının faaliyet iznini alması, kayıt olması ve direkt denetiminden sorumludur. IHK'nın sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri arasında yapılan sözleşmelere herhangi bir müdahale yetkisi yoktur; sigorta acentesinin ilgili kanuna (VersVermV ve GewO) uymadığı durumlarda ceza uygulama yetkisi bulunmaktadır.⁵⁸

⁵³ GewO Industrial Code 34d Insurance Intermediaries

⁵⁴ IMF External Publications - Germany: Financial Sector Assessment Program Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles

⁵⁵ Bkz. bir önceki kaynak

⁵⁶ Insurance Mediation Regulation - VersVermV

⁵⁷ Practical Law, Insurance and reinsurance in Germany: overview, April 2015

⁵⁸ IMF External Publications - Germany: Financial Sector Assessment Program Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles

Acentelerin bağılı acente olduğu veya acentelerin tüm sorumluluklarının sigorta şirketi tarafından üstlenildiği durumlarda, acentelerin IHK'dan faaliyet izni almalarına gerek duyulmamaktadır. Avrupa Ekonomik Alanı (European Economic Area) - EEA üyesi bir ülkede faaliyet izni almış bir aracı şirketin, kendi ülkelerinde izin aldığını IHK'ya bildirmeleri gerekmekte olup, IHK'dan yeni bir faaliyet izni almasına gerek yoktur.⁵⁹

VAG tarafından belirlenen koşulları uygulamak ve denetlemekten sorumlu düzenleyici kurum Federal Finansal Denetim Otoritesi (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht) - BaFin'dir. BaFin direkt olarak sigorta aracıları denetiminden sorumlu olmayıp, denetlediği sigorta şirketi ile aracıları arasında profesyonel ilişki yürütülmesini sağlamaktan, birbirlerine karşı olan sorumluluklarını tespit etmekten ve denetlemekten sorumludur. Bu sebeple, sigorta aracılarına yönelik yerinde denetim gerçekleştirilmemektedir.⁶⁰

Sigorta aracılarına ilişkin bilgilerin (olumsuz bilgiler de dahil olmak üzere) muhafaza edildiği birim ise Sigorta Aracıları Kayıt Bürosu (Auskunftsstelle über Versicherungs-/Bausparkassenaufendienst und Versicherungsmakler in Deutschland) - AVAD'dır. Bu sistemi kullanan sigorta şirketleri aracılar hakkında bilgi edinerek ilgili aracı ile çalışıp çalışmama kararını verebilmektedirler.

Sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri arasında düzenlenen sözleşmelere yönelik direkt bir kamu müdahalesi bulunmamaktadır. Sözleşme şartları sigorta şirketi ve acentesi arasında kendi istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda oluşturulmaktadır. Sözleşmelerde; genel yasadan (VVG) gelen zorunlu hükümler (örn: etik kuralların çiğnenmesi), zorunlu olmayan birçok hüküm ve özel hükümler (örn: sigorta şirketinin çalışanının acente gibi çalışmaması) yer alabilmektedir.

Sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri arasında anlaşmazlıkların çözülmesine yönelik herhangi bir prosedür bulunmamaktadır. Anlaşmazlıklar, genellikle her iki tarafın avukatları arasında şirket merkezinin bulunduğu yerel mahkemeler tarafından çözülmektedir. Bazı durumlarda, Almanya Sigorta Aracıları Birliği (Bundeverband Deutscher Versicherungskaufleute) - BVK ve Almanya Brokerler Derneği (Interessengemeinschaft Deutscher Versicherungsmakler) - IGVM gibi aracı kurumlar uzman ve avukat desteği sağlayarak sorunların çözümünde rol oynayabilmektedirler.

BVK, üyelerinin profesyonelleşmesi adına ekonomi, mevzuat ve sosyal konularda üyelerine destek vermektir. Bu bağlamda BVK'nın görevi aşağıdaki gibidir:⁶¹

- Haksız rekabete karşı mücadele eder
- Mesleği uluslararası platformlarda temsil eder
- Mesleki sorunlar karşısında danışmanlık verir
- Hukuksal konularda üyelerine destek olur
- Yılda on defa üyelerine Almanya'nın en kapsamlı dergilerinden biri olan "Sigorta Aracılığı" dergisini ve aylık haber bülteni ileterek sektördeki güncel konular konusunda üyelerini bilgilendirir
- Üyelerin daha kapsamlı eğitim almasını sağlar.

3.2.4. İspanya

Sigorta aracıları:

İspanya sigortacılık sektöründe 5 çeşit aracı faaliyet göstermektedir⁶²:

- Münhasır acente (agente exclusivos): Sadece bir sigorta şirketinin ve/veya farklı sigorta şirketlerinin farklı branşlardaki ürünlerini satmaya yetkili olan acentelerdir.
- Çoklu acente (agente vinculado): Birden fazla sigorta şirketinin ürünlerini satmaya yetkili olan acenteler
- Brokerler: Müşterilerinin ihtiyaçlarını en iyi karşılayan ürünü, herhangi bir sigorta şirketinden bağımsız olarak piyasada araştıran ve satan aracılarıdır. Brokerler komisyonlarını genellikle sigorta şirketinden almakta ve sigorta primlerinin toplanmasında çoğunlukla herhangi bir rol üstlenmemektedirler.
- Münhasır bankalar: Sigorta ürünlerini kendi dağıtım kanalları aracılığı ile satan ve münhasır olarak çalışan bankalardır.

⁵⁹ Practical Law, Insurance and reinsurance in Germany: overview, April 2015

⁶⁰ BaFin internet sitesi, http://www.bafin.de/EN/Supervision/InsuranceUndertakingsPensionFunds/insuranceundertakingspensionfunds_artikel.html

⁶¹ BVK internet sitesi

⁶² Lovells, The Regulation of Insurance and Reinsurance Mediation in Spain, 2008

- Çoklu bankalar: Sigorta ürünlerini kendi dağıtım kanalları aracılığı ile satan ve birden fazla sigorta şirketi ile çalışan bankalardır.

Tablo 4: İspanya Sigortacılık Sektörü Aracı Kayıtları (2014)

	Gerçek Kişi Kayıt	Tüzel Kişi Kayıt
Münhasır Acenteler	75.386	12.205
Çoklu Acenteler	65	140
Brokerler	835	2.243
Münhasır Bankalar	-	14
Çoklu Bankalar	-	41

Kaynak: DGSFP Seguros y Fondos de Pensiones, Informe 2014

İspanya’da posta ofisleri aynı zamanda banka (Bancorreos) faaliyetinde bulunmakta ve şubelerinde hayat ve hayat dışı sigorta poliçesi satmaktadırlar.⁶³ Ayrıca, internet portalları üzerinden de satışlar gerçekleştirilmektedir.⁶⁴ Acente çalışma modelleri incelendiğinde, münhasır acente kaydının oldukça yüksek olduğu gözlenmektedir.

İspanya sigortacılık sektöründe hayat branşı ürünlerinden elde edilen primin büyük çoğunluğu bankasürans kanalına aittir. 1997 ve öncesinde ortalama %45 paya sahip olan bankasürans kanalının günümüzdeki payı %63’tür. Acentelerin hayat branşındaki üretim payı ise %15’tir. Hayat dışı branşta ise acenteler, %34 oranındaki payıyla sektörün en fazla prim üreten aracıları olarak öne çıkmaktadır.⁶⁵

Sigorta aracılara yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

İspanya’da sigorta aracılara ilişkin temel düzenlemeler 17 Temmuz 2006 tarihli Özel Sigorta Aracılığı Kanunu 26/2006 (Ley de Mediación de los Seguros y Reaseguros Privados)^{66 67} - LMSP’de yer almaktadır. LMSP’nin ana amaçları, sigorta aracılık faaliyetlerine yönelik kuralların ortaya konması, farklı sigorta aracılara yönelik eşit koşulların sunulmasının sağlanması ve sigorta aracılığında şeffaflık sağlayarak müşterilerin korunmasının sağlanmasıdır.

LMSP’de aracılara ilişkin ön plana çıkan maddeler aşağıdaki gibidir:

- LMSP Madde 5’te kayıtsız işlem yapılamaması gibi aracılardan gerçekleştirilemeyeceği işlemler (“prohibición”)
- LMSP Madde 55’te LMSP’ye aykırı işlem yapma, sahtekarlık gibi aracılardan ihlal durumları (“Infracciones”)
- LMSP Madde 56’da aracılara yönelik maddi ve maddi olmayan (kaydın iptali, durdurulması, durumun kamuya duyurulması, vb.) yaptırımlar (“sanciones”)
- LMSP Madde 42’de müşteriye açıklaması zorunlu olan bilgiler
- LMSP Madde 8’de yardımcı sigorta aracılarının (Los colaboradores externos de los mediadores de seguros) gerçekleştirebilecekleri faaliyetlere ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

LMSP Madde 10 uyarınca sigorta aracılardan beklenen nitelikler aşağıdaki gibidir:

- Profesyonel ve ticari bütünlük
- Profesyonel, finansal ve sigorta alanında saygınlık
- Önceden iflas etmemiş olması
- Sahtekarlık, veri gizliliği ihlali, yolsuzluk gibi mali suçlarda adli sicil kaydının bulunmaması
- LMSP ihlalinde bulunmamış olması

LMSP uyarınca, çoklu acenteler, çoklu bankalar ve sigorta/reasürans brokerlerin tazminat talebi bazında ve yıllık olarak limitleri tanımlanmış olan teminatlarda mesleki sorumluluk sigortası yaptırımları veya finansal garanti sağlamaları gerekmektedir. 22 Ekim 2013 tarihli karar doğrultusunda mesleki sorumluluk sigortası ve finansal teminat limitleri aşağıdaki gibidir:⁶⁸

⁶³ Bancorreos internet sitesi

⁶⁴ DGSFP, Informe Estadístico Annual del Mediación 2014 Report

⁶⁵ DGSFP internet sitesi

⁶⁶ Boletín Oficial del Estado (BOE)

⁶⁷ İspanya’nın farklı bölgelerinde (Katalonya, Bask, Galiçya) lokal farklı regülasyonlar da bulunmaktadır.

⁶⁸ Boletín Oficial del Estado (BOE)

- Mesleki sorumluluk sigortasının, her bir tazminat talebi için teminatı en az 1.250.618 Euro ve bir yıl boyunca tüm tazminat talepleri için teminatı en az 1.875.927 Euro olması gerekmektedir.
- Sigorta araçlarının asgari olarak 18.760 Euro olmak üzere yıllık toplanan primlerin %4'ü değerinde finansal teminat göstermesi gerekmektedir.

11 Haziran 2010 tarihli 764/2010 No'lu Kararname'de⁶⁹ araçlardan beklenen raporlama, muhasebe ve profesyonel davranış gereksinimleri ortaya konmaktadır. Ayrıca ilgili kararnamede, sigorta ve reasürans araçları için eğitim programlarının genel ilkeleri, gereksinimleri ve süreleri araçlardaki farklı pozisyonlar (yöneticiler, teknik personel, satış personeli, destek personeli vb.) ve aracı tipleri için tanımlanmıştır. Bu kapsamda, araçlar için 3 farklı eğitim planlaması yapılmıştır:

Tablo 5: İspanya Sigortacılık Sektörü Aracı Eğitim Kategorileri

Eğitim Kategorisi	Kapsamı
Grup A	Broker, çoklu acente ve çoklu bankalardaki yönetim pozisyonları ve teknik yöneticiler
Grup B	Münhasır acente ve münhasır banka işletmecileri, teknik yöneticiler ile bu araçlara danışmanlık, sözleşmelerin uygulamaya alınması ve aracılık işlemlerine yardımcı olan personeller
Grup C	Teknik açıdan aracılık faaliyetlerine dahil olmayan tüm destek personeli

Kaynak: IMF External Publications - Spain: IAIS Insurance Core Principles: Detailed Assessment of Observance

Grup A, B ve C tipi araçların, hem sigortacılık hem de finansal konuları kapsayan ve her bir grup için sırasıyla 500, 200 ve 50'şer saatlik eğitimleri veya yeterlilik testi adı verilen bir diğer uygulamayı başarı ile tamamlamaları gerekmektedir. Eğitim içeriği ve testler Sigorta ve Emeklilik Fonları Genel Direktörlüğü (Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones) - DGSFP'nin onayladığı bağımsız bir kurum tarafından yerine getirilmektedir. Aracılık kaydının başarılı bir şekilde tamamlanmasına müteakip, araçların her 3 yılda bir en az 60 saatlik sürekli eğitimleri de yerine getirmeleri gerekmektedir.⁷⁰ 764/2010 No'lu Kararname uyarınca, A grubu eğitimleri alan araçların lisans veya dengi dereceye sahip olması, B grubu eğitimleri alan araçların ise lise ve dengi dereceye sahip olması gerekmektedir. Tüzel şirket olan çoklu araçlar ve brokerlerdeki yönetim kademesinin en az %50'si Grup A yetkinlik gerekliliklerini, tüzel şirket olan münhasır araçlardaki yönetim kademesinin ise minimum %50'sinin Grup B yetkinlik gerekliliklerini yerine getirmeleri beklenmektedir.⁷¹

18 Şubat 2011 tarihli 4178 No'lu karar gereği alınması gereken eğitim programı, genel ve branş bazlı olarak farklı modüllerden oluşmaktadır. Genel eğitim modülü aşağıdaki konuları kapsamaktadır:⁷²

- Sigortacılık sözleşmesi ve kişisel verilerin korunması
- Teknik konular ve kara paranın aklanmasının önlenmesi
- Pazarlama
- Bilgi Teknolojileri
- Müşterilerin ve finansal hizmet alanlarının korunması
- Genel kurallar (sözleşmeler, müşteri hakları ve anlaşmazlıkların çözülmesi)

IMF'nin İspanya finans sektörü özelinde yayımladığı raporda sigortacılık sektöründeki denetim faaliyetlerine detaylı olarak yer verilmiştir.⁷³ Rapor uyarınca;

- Sigorta araçlarının her türlü denetimi Ekonomi ve Maliye Bakanlığı'na bağlı faaliyet gösteren DGSFP sorumluluğunda olup, (sigorta şirketinin kendi direk satış ekibi dışında kalan) araçlar, sigortacılığa ilişkin faaliyetlerine başlamadan önce gerekli koşulları yerine getirerek DGSFP'ye kayıt olmak zorundadır.
- Araçların tanımlanan eğitimleri gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği DGSFP tarafından periyodik olarak izlenmektedir. Münhasır acentelerin denetim sorumluluğu sigorta şirketlerinin kendisinde olup, çoklu acenteler için denetim; kayıtlı olup olmama, çalışan sayısı ve eğitimlere yönelik raporlamaların gerçekleştirilmesi ile sınırlıdır. Buna ek olarak kurumsal araçlar, satış personellerini yetkinlik seviyeleri ile birlikte DGSFP'ye periyodik bazda raporlamakla yükümlüdür.

⁶⁹ Bkz. bir önceki kaynak

⁷⁰ IMF External Publications - Spain: IAIS Insurance Core Principles Detailed Assessment of Observance

⁷¹ Bkz. bir önceki kaynak

⁷² Boletín Oficial del Estado (BOE)

⁷³ IMF External Publications - Spain: IAIS Insurance Core Principles Detailed Assessment of Observance

Hem acenteleri hem de brokerleri temsil eden birlik olan Sigorta Aracıları Heyeti Genel Konseyi, aynı zamanda DGSFP'ye bu konuda danışmanlık vermektedir. Gönüllü bir organizasyon olması nedeniyle yaptırım gücü oldukça sınırlı olan birlik, üyelerinin mesleki ahlak ve etik ilkelere uyumunu sağlamayı amaçlamaktadır.⁷⁴

Sigorta acentelik sözleşmelerine ilişkin hükümlere LMSP'de (Madde 10 "Contrato de agencia de seguros") yer verilmektedir. Sigorta acentelik sözleşmelerinin 27 Mayıs 1992 tarihli 12/92 No'lu Acente Sözleşmesi Kanunu esaslarına uyumlu olması, aracılardan sözleşme ilişkisine girebilmesi için ticari, finansal ve sigortacılık alanlarında profesyonel iş yapış şekline sahip olması, veri gizliliği kurallarına uyması ve usulsüz ticari davranışlarda bulunmaması gibi gereksinimler LMSP'nin ilgili maddesinde belirtilmiştir. Sözleşmelerin yazılı ve ticari nitelikte olması zorunluluğu ortaya konmuştur. İlgili maddede ayrıca, sigorta şirketi ve sigorta acentesi arasındaki sözleşmede yer alması koşulu ile acentelerin Madde 8'de atıfta bulunulan yardımcı sigorta aracılardan dışarıdan hizmet alabileceği de belirtilmiştir.

Sigorta aracılık sözleşmeleri ile ilgili anlaşmazlıklar, sorunun kapsamına göre DGSFP ya da mahkemeye taşınabilmektedir.

3.2.5. İtalya

Sigorta aracıları:

İtalya sigortacılık sektöründe 5 çeşit aracı faaliyet göstermekte ve her bir aracı Sigorta Aracıları Sicili (Single Register of Insurance Intermediaries) altında A, B, C, D ve E bölümlerinden birine kayıt olmaktadır. Bu kategoriler şu şekildedir:^{75 76}

- A: Acenteler: Sigorta ve reasürans şirketleri adına çalışan aracılardır.
- B: Brokerler: Sigorta ve reasürans şirketlerini temsil etmeyen, müşterileri temsil eden aracılardır. Brokerler hem müşteri hem de sigorta şirketinden ücret/komisyon alabilmekte ve müşteriden prim toplayabilmektedirler.
- C: Direkt Satış: Sigorta şirketine bağlı çalışan, hayat, kaza ve hastalık sigortalarında aracılık eden temsilcilerdir.
- D: Bankasürans, Finansal Aracılar, Posta Italiana - Banco Posta birimidir.
- E: A,B,D kategorilerine kayıtlı aracılara bağlı olarak ve mülkiyetleri dışında çalışan şahıslar veya aracılardır. (Alt aracı veya sigorta aracısı temsilcisi)

İtalya sigortacılık aracı yapısı incelendiğinde ön plana çıkan bir diğer konu ise, E kategorisinde yer alan alt aracı ve temsilcilerdir. Bu kategoride yer alan ve çoğunlukla gerçek kişi olan aracılar, A, B veya D kategorisinde yer alan aracılara bağlı olarak ve mülkiyetleri dışında çalışan aracılardan ifade etmektedir.

Tablo 6: İtalya Sigortacılık Sektörü Aracı Kayıtları

Kategoriler	Gerçek Kişi Kayıt	Tüzel Kişi Kayıt
Acenteler	25.533	9.515
Brokerler	4.015	1.558
Direkt Satış	7.252	-
Bankasürans ve Finansal Aracılar	-	642
Alt aracı veya sigorta aracısı temsilcisi	183.488	12.232

Kaynak: IVASS 2014 Annual Report

İtalya sigortacılık sektöründe özellikle hayat branşındaki dağıtım kanallarının üretim paylarındaki değişim dikkat çekmektedir. 2009 - 2014 döneminde dalgalı bir seyir takip eden bankasürans dağıtım kanalı, 2014 yıl sonu itibarıyla hayat branşı içinde %62'lik paya sahip olmuştur. Bankalar ellerindeki müşterilere ait finansal bilgileri doğru ve etkili kullanarak çapraz satış avantajı elde etmiş ve yıllar içerisinde toplam prim üretimindeki paylarını hızlı bir şekilde arttırmışlardır. Acentelerin bu branştaki payı ise %13'e gerilemiştir. Hayat dışı branşta ise acentenin payı %79'dur. Son 5 yıllık süreçteki hayat dışı branşı dağıtım kanalları dikkate alındığında, acente payının düşüş gösterdiği dikkat çekmektedir. (2010 yılında %82'lik paya sahip olan acente dağıtım kanalı, 2014

⁷⁴ Bkz. bir önceki kaynak

⁷⁵ IVASS, 2014 Annual Report

⁷⁶ Europe Economics, Distribution Channels in Insurance, December 2013. İlgili raporda E kategorisi, "sub agent and collaborator" olarak tanımlanmaktadır.

yılında %79'luk bir pay elde etmiştir.) Toplam hayat dışı prim üretiminin %4,8'i internet ve telefon aracılığıyla yapılan satışlardan elde edilmiştir. Motor ürünleri için bu oran %7,9'dur.⁷⁷

Acentelerin hayat dışı branşlarda elde ettiği başarının en önemli etkenleri; geniş erişim ağları ve onlara bağlı olarak çalışan aracı ve şahısların bulunmasıdır. Bunun yanı sıra, müşteri ihtiyaçlarının çeşitlenmesi ile birlikte acenteler, kendi teknik birikimlerini arttırmaya başlamışlardır. Bu kapsamda acentelere düzenli eğitim ve destek (teknoloji ve donanım desteği gibi) verilerek müşterilerin satın alma kararlarında daha profesyonel bir yapı kurulması sağlanmıştır. Acentelere yapılan bu yatırımlar sadık bir acente ağının oluşturulmasını sağlamıştır.⁷⁸

Sigorta aracılara yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

Tüm sigorta şirketleri ve sigorta aracıları için düzenleyici kurum olarak İtalya Sigorta Denetleme Kurumu (Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni) - IVASS faaliyet göstermektedir. Sigorta aracılara yönelik mevzuatın düzenlenmesi, lisanslama ve denetim işlemleri IVASS tarafından gerçekleştirilmektedir. Kara para aklamanın önlenmesi yükümlülüklerine ilişkin yetkili kurum ise IVASS'la birlikte İtalyan Merkez Bankası Finansal İstihbarat Birimi (Unità di Informazione Finanziaria per l'Italia) - UIF'tir.

7 Eylül 2005 tarihli 209 No'lu Özel Sigortacılık Kanunu (Codice Delle Assicurazioni Private) uyarınca gereksinimler aracı tipleri bazında farklılaşabilmektedir: A ve B tipi gerçek kişi aracılar için gereksinimler aşağıdaki gibidir:

- İtalyan vatandaşı olması
- İlgili kanunun Madde 44'ünde yer alan idari ve ticari suçların işlenmemiş olması
- Önceden iflas etmemiş olması
- 31 Mayıs 1965 tarihli 575 No'lu Kanun Madde 10 uyarınca hak kaybı, yasaklanma ve durdurulmaya maruz kalmamış olması
- Gerekli profesyonel bilgi ve yetkinliğe sahip olması ve teknik, hukuki ve ekonomik konuların yer aldığı yeterlilik testini başarı ile geçmesi
- Mesleki sorumluluk sigortasına sahip olması

C tipi aracılar için yukarıda sayılan ilk 5 madde geçerli olup, bu maddelere uyup uymadığının teyidi, sigorta şirketinin sorumluluğundadır. Sigorta şirketleri, C tipi aracılar için ürünlere ve yapılan işlere yönelik yeterli eğitimi sağlamaktan sorumludur.

E tipi aracılar için yukarıda sayılan ilk 5 madde geçerli olup, bu maddelere uyup uymadığının teyidi, kendisi için çalışılan aracılardan sorumluluğundadır. E tipi aracılar, yapılan işler ve satılan ürünlere yönelik gerekli profesyonel bilgi ve yetkinliğe sahip olduklarına dair sigorta şirketi veya aracısının organize ettiği eğitimlerden başarı ile geçtiklerine dair sertifika alırlar. Bu iki gereksinim, aynı zamanda aracının mülkiyetinde faaliyet gösteren aracılarda da kapsamaktadır.

A, B ve E tipi aracı tüzel kişi kayıtları için aşağıdaki gereksinimler beklenmektedir:

- Genel Müdürlük ofisinin İtalya'da olması
- Önceden iflas etmemiş olması
- 31 Mayıs 1965 tarihli 575 No'lu Kanun Madde 10.4 uyarınca hak kaybı ve yasaklanmaya maruz kalmamış olunması
- Kayıt yaptırılan aracı tipinde kayıtlı en az bir gerçek kişinin bulunması
- B tipi aracılarda, hukuki temsilcinin ve varsa Yönetici Direktörün ve Genel Müdürün de ilgili aracı tipinde kayıtlı olunması
- Mesleki sorumluluk sigortasına sahip olunması
- Reasürans aracılığı yapıyorsa minimum sermaye yükümlülüğüne sahip olunması
- Hem sigorta hem de reasürans aracılığı yapan aracılardan bu iki işi farklı gerçek kişilerin yaptığı bir organizasyon yapısı oluşturmaları
- E tipi tüzel kişi aracılık kaydı yapıldığında, aracılık yapan gerçek kişilerin de gerçek kişi olarak kayıt yaptırması

⁷⁷ ANIA, L'assicurazione Italiana 2014-2015

⁷⁸ Europe Economics, Distribution Channels in Insurance, Aralık 2013

7 Eylül 2005 tarihli 209 No'lu Özel Sigortacılık Kanunu uyarınca aracılardan:

- Madde 110 - Sigorta aracılarının (A ve B tipi) mesleki sorumluluk sigortası yaptırmaları gerekmektedir. Mesleki sorumluluk sigortasının her bir tazminat talebi için teminatı en az 1.250.618 Euro ve bir yıl boyunca tüm tazminat talepleri için teminatı en az 1.875.927 Euro olması gerekmektedir⁷⁹.
- Madde 117 - Sigorta aracılarının (A, B ve D tipi) asgari 15.000 Euro olmak üzere yıllık toplanan primlerin %4'ü değerinde finansal teminat göstermesi gerekmektedir.

Sigorta acenteleri için bağlayıcı hükümleri olan IVASS yönetmelikleri şu şekildedir:

- Yetkilendirme prosedürleri ve faaliyetlerin sürdürülmesine ilişkin 16 Ekim 2006 tarihli ve 5 sayılı IVASS Yönetmeliği
- Aracıların sahip olması gereken profesyonel gerekliliklere ilişkin 6 Aralık 2014 tarihli ve 6 sayılı IVASS Yönetmeliği
- Aracılar için uygulanacak yaptırımlara ilişkin 8 Ekim 2013 tarihli ve 2 sayılı IVASS Yönetmeliği
- Kara para aklama yükümlülüklerine ilişkin 21 Temmuz 2014 tarihli ve 5 sayılı IVASS Yönetmeliği
- Sigorta şirketi ve aracılar arasındaki ilişkiyi güçlendirecek, kağıt yükünü azaltacak sistemlerin teşvik edilmesine ilişkin 3 Mart 2015 tarihli ve 8 sayılı IVASS Yönetmeliği

Özel Sigortacılık Kanunu Madde 110 uyarınca sigorta aracıları, IVASS tarafından sigorta şirketlerinden ayrı bir şekilde kayıt altına alınmakta olup Single Register of Insurance Intermediaries altında listelenmektedirler.

Kayıt işlemi ve aracılardan denetimi IVASS Aracı Gözetim Departmanı tarafından yerine getirilmektedir. 135/2012 sayılı kanun uyarınca, aracılara ilişkin kayıt işlemlerinin IVASS yerine IVASS gözetimindeki bir kuruma aktarılması planlanmaktadır.⁸⁰

IVASS aşağıdaki konularda denetim gerçekleştirmektedir:

- İtalya sigortacılık sektöründe faaliyette bulunabilmek için acentelerin yerine getirmesi gereken yükümlülükler (örn: zorunlu eğitim saatleri)
- Sigorta aracılığına yönelik mevzuata uyum
- Yüz yüze veya internet üzerinden yapılan satışlarda müşteriye sağlanan ön sözleşme bilgilerinin yeterliliği
- Sigorta şirketlerinden alınan komisyonlara yönelik müşterilere verilen açıklamalar
- Sözleşmelerdeki maddelere ve etik kurallarına uyum

29 Mayıs 2008 tarihinde yürürlüğe giren Etik Kodu⁸¹ (Codice Etico), kanuna tabi kişilerin tarafsızlık, bağımsızlık, vefalılık, gizlilik, adalet ve dürüstlük kuralları çerçevesinde faaliyet göstermelerini gerektirmektedir. İlgili Kod'da öne çıkan temel noktalar şu şekilde özetlenebilmektedir:

- Kod'a tabi kişiler yürütmekte oldukları faaliyetler kapsamında şeffaf olmalı, öncelikli muameleden kaçınılmalı, yersiz baskıyı reddetmeli, kendilerine veya başkalarına ayrıcalık sağlayabilecek durumları yaratmamalı veya bu gibi durumlara destek vermemelidirler.
- Sahip oldukları kurumsal bilgileri işleri dışındaki amaçlar için kullanmamalı ve buldukları pozisyonlar aracılığıyla dış ilişkilerinde yarar sağlamamalıdır.

Gerçek ve tüzel kişiler, Özel Sigortacılık Kanunu'na aykırı durumlar için IVASS'a şikayette bulunabilmektedirler. IVASS, talebe istinaden soruşturma açmak ve şikayetin kendisine ileildiği günden itibaren 120 gün içinde kararını bildirmek zorundadır.⁸²

Diğer taraftan, IVASS Dolandırıcılıkla Mücadele Departmanı (IVASS Antifraud Department) sahtekarlığa ilişkin şikayetlere ve aracılara ilişkin yerinde inceleme yapmakla sorumlu birimdir.⁸³

İtalya'da, sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri arasındaki ilişkiler sıkı bir şekilde düzenlenmekte, ancak aralarında yapılan sözleşmelere kamu kurumları müdahale etmemektedirler. Sigorta şirketleri ve sigorta acenteleri aralarındaki sözleşmenin şekil ve şartlarını düzenlemekte serbesttirler. Ancak, 4 Ağustos 2006 tarihli 248 No'lu Kanun Madde 8 uyarınca (4 Temmuz 2006 tarihli 223 No'lu kararnameyi onaylayan), sözleşmelerde, zorunlu

⁷⁹ 22 Ekim 2013 Tarihli 9 No'lu IVASS kararı ile revize edilmiştir

⁸⁰ ANIA internet sitesi, <http://www.ania.it/export/sites/default/it/pubblicazioni/rapporti-annuali/Italian-Insurance-Statistical-appendix/ANIA-Italian-Insurance-2014.pdf>

⁸¹ IVASS internet sitesi, www.ivass.it/ivass_cms/docs/F21881/Codice_etico.pdf

⁸² Practical Law, Insurance and reinsurance in Italy: overview, May 2014

⁸³ IMF External Publications - Italy: Detailed Assessment of IAIS Insurance Core Principles

motor branşı için, yeni sözleşmelerde münhasırlık maddelerinin eklenmesi yasaklanmıştır.⁸⁴ Buna ek olarak 2 Nisan 2007 tarihli 40 No'lu Kanun (31 Ocak 2007 tarihli 7 No'lu kararnameyi onaylayan) Madde 5.1 uyarınca bu durum tüm hayat dışı ürünleri kapsayacak şekilde genişletilmiştir.^{85 86 87}

Sigorta acente ve sigorta şirketleri arasındaki anlaşmazlıklara ilişkin herhangi bir özel mahkeme veya tahkim heyeti bulunmamaktadır. Anlaşmazlıklar, yetkili adli mahkemenin görüşüne sunulmaktadır.

3.2.6. Danimarka

Sigorta Aracıları:

Danimarka sigortacılık sektöründe aşağıda yer verilen sigorta aracı tipleri faaliyet göstermektedir:⁸⁸

- Brokerler: Herhangi bir sigorta şirketi ile münhasırlık anlaşması bulunmayan, müşterilerine sigorta piyasasında yer alan ürünlerin analizi doğrultusunda danışmanlık veren ve farklı sigorta şirketlerinin poliçelerini sunan sigorta aracılarıdır. Brokerler sadece müşteriden komisyon alabilmektedirler. Brokerler, hayat dışı branşlarda genellikle büyük ölçekli kurumlara hizmet vermekte ve kurum çalışanlarına yönelik emeklilik planlarının satışına aracılık etmektedirler.⁸⁹
- Sigorta acenteleri: Bir veya birden fazla sigorta şirketine bağlı olarak sigorta ürünü satan aracılarıdır.
- Alt acenteler: Bir sigorta acentesine bağlı olarak bir veya birden fazla sigorta şirketinin ürünlerini satan aracılarıdır.

Danimarka sigortacılık sektöründe, yukarıda tanımlanan aracılar ek olarak bankasürans ve diğer sigorta aracıları mevcuttur. Diğer sigorta aracıları, seyahat sigortası satan seyahat acenteleri, yetkili oto bayileri gibi birincil faaliyeti sigorta aracılığı olmayan ticari yapılardır.

Danimarka'da faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin kayıt ettirdiği 2335 bireysel acentelik sözleşmesi ve 1453 sigorta acentesi bulunmaktadır. Buna ek olarak, 150 tüzel kişi broker ve 549 gerçek kişi broker kaydı bulunmaktadır.⁹⁰

Sigorta aracılarına yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

Danimarka'da sigorta aracılarına ilişkin temel düzenlemeler 22 Ağustos 2013 tarihli 1065 No'lu Sigorta Aracılığı Kanunu'nda yer almaktadır. Sigorta Aracılığı Kanunu Madde 5, 8, 9 ve 20 uyarınca sigorta aracılarından beklenen nitelikler aşağıdaki gibidir:

- Ceza Kanunu veya mali mevzuat uyarınca ceza almamış olması
- Önceden iflas etmemiş olması
- Finans sektöründe saygınlığa sahip olması
- Sigorta aracılığı konusunda genel bilgi, teorik eğitim ve pratik yetkinliğe sahip olması
- Mesleki sorumluluk sigortasına sahip olması

1 Kasım 2013 tarihli 1256 numaralı kararname uyarınca sigorta aracılarının⁹¹:

- Her bir tazminat talebi için teminatı en az 1.250.618 Euro ve bir yıl boyunca tüm tazminat talepleri için 1.875.927 Euro olmak üzere ve tüm Avrupa Birliği ülkelerini kapsayan mesleki sorumluluk sigortası yaptırması gerekmektedir.
- 335.845 Euro değerinde finansal teminat göstermesi gerekmektedir.

24 Ekim 2007 tarihli ve 1253 No'lu ve 28 Haziran 2013 tarihli ve 928 No'lu kararnameler uyarınca sigorta aracılarının aşağıdaki iyi iş uygulamalarını (good business practices) yerine getirmesi gerekmektedir⁹²:

- Müşterinin çıkarları doğrultusunda hareket edilmesi ve ilgili ürün konusunda yetkinliğin bulunmaması durumunda işin reddedilmesi

⁸⁴ Parlamento Italiano internet sitesi, <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/062481.htm#decreto>

⁸⁵ Parlamento Italiano internet sitesi, <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/decreti/07007d.htm>

⁸⁶ Parlamento Italiano internet sitesi, <http://www.camera.it/parlam/leggi/070401.htm>

⁸⁷ The European Commission's Interim Report on Business Insurance, http://ec.europa.eu/competition/sectors/financial_services/inquiries/replies_interim_report/30_ania.pdf

⁸⁸ Finanstilsynet internet sitesi

⁸⁹ IMF External Publications - Denmark: Detailed Assessment of Observance of the Insurance Core Principles

⁹⁰ Bkz. bir önceki kaynak

⁹¹ Retsinformation internet sitesi

⁹² Bkz. bir önceki kaynak

- Yanlış veya yanlış anlaşılmaya sevk edecek bilgilerin kullanılmaması
- Sigorta ürününün kapsamı ve fiyatı, sözleşme şartları, ürünü sunan sigorta şirketi veya sigorta şirketinin şikayetleri nasıl çözeceği konusunda bilgi verilmesi

3 Temmuz 2007 tarihli ve 825 sayılı kararname⁹³ uyarınca, sigorta aracılarının sigorta aracılığı konusunda genel bilgiye sahip olması gerekmektedir. Brokerlerin, hayat dışı ve hayat sigortası konusunda müşterilerine doğru ve yeterli danışmanlık verebilmesi için teorik bilgiye ve en az iki yıl tam zamanlı sigorta aracılığı deneyimine sahip olmaları gerekmektedir. Sigorta ürünü satışında direkt görev alan acente veya alt acente personelinin, müşteriye sunulan sigorta ürünlerine yönelik gerekli bilgiye sahip olması beklenmektedir. Sigorta ürünlerine yönelik gerekli bilgiye sahip olunması için acente veya alt acentenin sigortalının karşılaşacağı sigorta riskleri konusunda sigortalıya bilgi verecek düzeyde olması gerekmektedir.

Sigorta aracılarının aşağıdaki konular özelinde eğitim alması gerekmektedir:

- Hukuk
- Sigorta ürünleri
- Müşteriler ve beklentileri
- Sigorta sektörü genel bilgisi
- Hasar ve sigorta kapsamı
- Trafik ve sorumluluk sigortaları
- Sigorta sözleşmeleri

Teorik bilgiye yönelik eğitimler, Danimarka Finansal Denetim Otoritesi - Finanstilsynet (DFSA) tarafından onaylanmış özel bir eğitim kurumu olan Sigorta Akademisi (Forsikringsakademiet) tarafından sağlanmaktadır.⁹⁴

Sigorta Aracılık Kanunu Madde 14a uyarınca; brokerlerin müşterilere sağladıkları hizmet karşılığında sigorta şirketlerinden komisyon almaları engellenmiştir. İlgili hüküm, acentelerin sigorta şirketlerinin temsilcisi olması sebebiyle acenteler için geçerli değildir. Müşteri talebi doğrultusunda acenteler, anlaşmalı olduğu sigorta şirketi ile olan ilişkisini ve aldıkları komisyonu açıklamak zorundadırlar.⁹⁵

14 Kasım 2004 tarihli 1114 No'lu kararname uyarınca sigorta aracılarının müşterilerine aşağıdaki bilgileri açıklaması gerekmektedir⁹⁶:

- Mal ve Hizmet Satışları Kanunu'na yönelik haklar
- Poliçenin kapsamı
- Sigorta sözleşmesinin kapsamı
- Poliçenin vadesi
- Sigorta sözleşmesinin iptal koşulları
- Hasar işlemlerine yönelik bilgiler

Sigorta aracılarının her türlü denetimi DFSA sorumluluğundadır. Sigorta brokerleri, sigortacılığa ilişkin faaliyetlerine başlamadan önce gerekli koşulları yerine getirerek DFSA'ya kayıt olmak zorundadırlar. Farklı bir Avrupa Birliği üyesi ülkede kurulmuş olan brokerler, ilgili ülkeden alınan lisanslarını Danimarka'da kullanabilmektedirler. Kayıtlı brokerlerin, Sigorta Aracıları Kanunu Madde 11 uyarınca isimlerinde "broker" yazması zorunludur. Danimarka'da kurulmuş acenteler veya AB üyesi sigorta şirketinin acentelerinin, Danimarka Sigorta Birliği'ne kayıt yaptırmaları gerekmektedir.⁹⁷ Alt acentelerin ise DFSA'ya kayıt yaptırmaları gerekmektedir.⁹⁸ Alt acentelerin kayıt yaptırabilmeleri için bağlı buldukları acentenin ilgili mesleki sorumluluk sigortasını veya teminatı alt acente adına karşıladığını bildirmesi gerekmektedir.⁹⁹

DFSA tarafından gerçekleştirilen denetim; kayıt koşullarının yerine getirilip getirilmediği, iyi iş uygulamalarına uyulup uyulmadığı ve müşteri şikayetleri özelinde gerçekleştirilen incelemeleri kapsamaktadır.¹⁰⁰

⁹³ Bkz. bir önceki kaynak

⁹⁴ IMF External Publications - Denmark: Detailed Assessment of Observance of the Insurance Core Principles

⁹⁵ International Finance and Banking Conference Report, FI BA, 2015

⁹⁶ The Insurance and Reinsurance Law Review, Law Business Research Ltd, Nisan 2014

⁹⁷ Bkz. bir önceki kaynak

⁹⁸ Forsikrings & agenter internet sitesi, Sigorta acenteleri rehberi - Kural ve kayıt, Nisan 2013

⁹⁹ The Insurance and Reinsurance Law Review, Law Business Research Ltd, Nisan 2014

¹⁰⁰ IMF External Publications - Denmark: Detailed Assessment of Observance of the Insurance Core Principles

3.2.7. Brezilya

Sigorta Aracıları:

Brezilya sigortacılık sektöründe, aracılar arasında ayrı bir “acentelik” kategorisi bulunmamakla birlikte, aracılar hem sigorta şirketleri hem de büyük firmalarla çalışabilmektedir. Brezilya’daki aracılık faaliyetleri brokerler, bankalar ve diğer satış kanalları aracılığıyla yürütülmektedir. Sektördeki aracı yapısı ve tanımları şu şekilde özetlenebilir:¹⁰¹

- Küçük ve Orta Ölçekli Bağımsız Brokerler (Pequenos e Médios Corretores Independentes): Çoğunlukla motor branşına odaklı ve çalışan sayısı az olan brokerlerdir.
- Ulusal ve Uluslararası Büyük Ölçekli Brokerler (Grandes Corretoras Nacionais e Internacionais): Özellikle çok uluslu büyük brokerlerdir. Brokerler komisyonlarını sigorta şirketinden almakta ve sigorta primlerinin toplanmasında herhangi bir rol üstlenmemektedirler.
- Sigorta Danışmanları (Assessorias de Seguros): Belli başlı sigorta ürünlerinde uzmanlaşmış olan ve sigorta şirketi ile özellikle küçük ve orta ölçekli brokerler arasındaki müzakerelere, operasyonel prosedürlere ve diğer ilişkilere destek veren ve sigorta şirketleri tarafından kendilerine komisyon bedeli ödenen bir grup brokerin oluşturduğu şirketlerdir. Kayıt yaptırımları gerekmekte olup, prim toplama yetkileri bulunmamaktadır. Sigorta aracılığı dışında diğer faaliyetlerde de bulunabilmektedirler.
- Banka (ortaklık veya direkt): Direkt veya ortaklık yoluyla poliçe satışı yapan bankalardır.
- Banka: Bankalar, acente veya broker olarak faaliyet gösterebilmektedirler.

Yukarıda yer verilen aracılar ek olarak internet (Fiyat karşılaştırma siteleri veya sigorta şirketlerinin kendi siteleri üzerinden yapılan satışlar), çağrı merkezleri ve perakende satış mağazalarında da poliçe satışları yapılmaktadır.

Brokerler, Brezilya sigortacılık sektörünün en temel dağıtım kanalı olarak öne çıkmaktadırlar. Sektörde yaklaşık 80.000 broker (sigorta ve reasürans) kaydı bulunmaktadır.¹⁰² Brokerlerin hayat dışı dağıtım kanalları içerisindeki payı yaklaşık %72’dir. Hayat branşı dağıtımında ise bankalar, yaklaşık %55 oranındaki payları ile lider konumdadır.¹⁰³

Sigorta aracılarına yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

Sigorta aracıları 1964 tarihli 4594 No’lu Kanun ve 73/66 No’lu Kararname’ye tabi olup, aracılar hem gerçek kişi hem de tüzel kişi olabilirler. SUSEP, 4594 No’lu Kanun ve 73/66 uyarınca sigorta aracılığı yetkisi bulunmayan aracılar yönelik gerekli işlemleri yapmaktan sorumludur.¹⁰⁴

Brezilya özel sigorta sisteminin düzenleyici temel iki kurumu aşağıdaki gibidir:

- Brezilya Maliye Bakanlığı’na bağlı olarak çalışan ve Brezilya sigortacılık piyasasının politikalarını oluşturma sorumluluğu bulunan Ulusal Özel Sigortacılık Konseyi (Conselho Nacional de Seguros Privados) - CNSP
- CNSP tarafından oluşturulan politikaların hayata geçirilmesi ve sektöre ilişkin düzenlemelerden sorumlu olan ve 73/66 No’lu Kanun sonucunda oluşturulmuş Özel Sigortacılık Müfettişliği (Superintendência de Seguros Privados) - SUSEP

SUSEP, sektörde faaliyet gösteren tüm şirketlerin gözetimini sağlamak, mevzuat ve ilgili düzenlemeleri oluşturmak, yargı yoluyla anlaşmazlıkları çözmek ve cezai yaptırımlar aracılığıyla sektör kurallarının uygulanmasını sağlamaktan sorumludur. SUSEP’in ana hedeflerinden biri, sigorta sistemine yönelik düzenlemelerin modernizasyonunu sağlamaktır. CNSP ise piyasaya ilişkin genel politikaların oluşturulmasından yanı sıra, aracılık işlemleri ve mesleğine yönelik disiplinli işleyişi sağlamaktan sorumludur.

Aracıların her bir bölgeyi temsilen üyelerinin yer aldığı Sigorta Aracıları Federasyonu (Federacao Nacional dos Corretores de Seguros Privados, de Capitalizacao, de Previdencia Privada e das Empresas Corretoras de Seguros) - FENACOR, oluşturduğu etik kodu çalışması ile sigorta şirketleri, müşteriler ve aracılar arasındaki ilişkilerin şeffaflığını sağlamayı hedeflemiş, üyelerine hukuki ve teknik destek sağlayan bir kurumdur.¹⁰⁵

¹⁰¹ FENACOR internet sitesi

¹⁰² SUSEP internet sitesi

¹⁰³ FENACOR internet sitesi

¹⁰⁴ IMF External Publications - Brazil: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles of the International Association of Insurance Supervisors

¹⁰⁵ FENACOR internet sitesi

CNSP'nin 2012 tarihli 249 No'lu kararı ve SUSEP'in 2012 tarihli ve 429 No'lu sirküleri uyarınca sigorta aracıları, profesyonel bilgi ve deneyim, bütünlük ve yetkinlik sağlamaya yönelik gereksinimleri karşılamak zorundadır. Bu bağlamda aracılardan, Sigortacılık Okulu Kurumu (A Fundação Escola Nacional de Seguros) - FUNENSEG veya SUSEP tarafından yetkilendirilmiş kurumlar tarafından ya ülke genelinde teknik sertifikasyon sınavını başarı ile geçmesi ya da aracılık eğitimini alması beklenmektedir. Eğitim konuları aşağıdaki gibidir.¹⁰⁶

- Sigortacılık
- Brezilya sigortacılık kanunu
- Müşterilerin korunması ve Medeni Kanun
- Temel sigorta muhasebesi
- Hasar yönetimi
- Sigortanın satışı, etik, kamu ilişkileri ve insan kaynakları konuları
- Temel iş ve bilgi teknolojileri yönetimi

Hayat sigortası ve emeklilik alanında aracılık işlemlerinde aracılardan ayrıca ilgili branşlara yönelik teknik ve mesleki eğitim veya teknik ve mesleki sınavı başarı ile geçmesi gerekmektedir.¹⁰⁷

Sigorta aracıları, 1998 yılı 9613 No'lu Kanun uyarınca kara paranın aklanmasına yönelik düzenlemelere tabidir.¹⁰⁸ Buna ek olarak, 2007 tarihli ve 344 No'lu Sirküler uyarınca, aracılardan sigorta işlemlerine yönelik her türlü sahtekarlık faaliyetlerine yönelik kontrol, önlem ve raporlama faaliyetlerini gerçekleştirmeleri beklenmektedir.¹⁰⁹

Sigorta aracılarının lisanslanmasından SUSEP sorumludur. SUSEP 510/15 No'lu Sirküler aracılığı ile sigorta aracılarının kayıt işlemlerine yönelik mevzuatı ortaya koymuştur. Lisans başvurusu için aracılardan, FUNENSEG veya SUSEP tarafından yetkilendirilmiş kurumlar tarafından düzenlenen eğitim veya teknik sertifikasyon sınavını başarı ile geçmesi gerekmektedir.¹¹⁰

SUSEP, aracılardan için düzenli olarak yerinde denetim gerçekleştirmemekle birlikte, aracılara yönelik gelen şikayetler uyarınca konu bazlı yerinde incelemeler gerçekleştirebilmektedir.¹¹¹ FENACOR'da yer alan her bir bölgenin kendi Etik Komitesi, etik davranışlara uygun olmayan durumların birincil değerlendirme noktası olup, ikincil değerlendirme ve kanuna uygun cezanın uygulanması için ilgili durumları SUSEP'e iletmektedir.¹¹²

3.2.8. ABD

Sigorta aracıları:

ABD sigortacılık sektöründe aşağıdaki sigorta aracı tipleri faaliyet göstermekte olup genellikle üretici (producer) olarak adlandırılmaktadır.

- Bağımsız acenteler (Independent agents): Birden fazla sigorta şirketi için çalışan aracılardan ve tek bir marka altında toplanan bağımsız acenteleri kapsamaktadır. Insurance Marketing Organization – IMO)
- Bağlı acenteler (Captive Agents): Tek bir sigorta şirketinin ürünlerini satan acentelerdir.
- Brokerler: Müşteri adına çalışan aracılardır. Brokerler sigorta branşına göre hem müşteri hem de sigorta şirkettenden ücret/komisyon alabilmektedirler. Primler çoğunlukla sigorta şirketi tarafından toplanmaktadır.

Tablo 7: ABD Sigortacılık Sektörü Çalışan Sayıları (2014)

	Kategoriler	Çalışan Kişi Sayısı
Direkt	Hayat ve Sağlık	838.200
	Mal ve Kaza	596.000
Reasürans		25.200
Sigorta Acenteleri ve Brokerler		711.700
Diğer (Aracılık yapan diğer kuruluşlar)		295.900
Toplam		2.467.000

Kaynak: Insurance Information Institute (III)

¹⁰⁶ IMF External Publications - Brazil: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles of the International Association of Insurance Supervisors

¹⁰⁷ SUSEP internet sitesi

¹⁰⁸ Planalto internet sitesi

¹⁰⁹ IMF External Publications - Brazil: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles of the International Association of Insurance Supervisors

¹¹⁰ SUSEP internet sitesi

¹¹¹ IMF External Publications - Brazil: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles of the International Association of Insurance Supervisors

¹¹² FENACOR internet sitesi

Sigortacılık sektöründe toplam çalışan sayısı 2005 yılından beri %5 artış gösterirken; direkt kanal hayat ve sağlık branşındaki çalışan sayısındaki artış yaklaşık %10'dur. Bu durum özellikle direkt satış kanalının zaman içerisinde güçlendiğini göstermektedir. Mal ve kaza branşında üretilen primlerin %52'si direkt (internet, sigorta şirketi ya da bağlı acenteler) kanal aracılığı ile üretilirken, acente kanalının (bağımsız acenteler ve brokerler) üretimdeki payı %47'dir. Bu kısımlar motor branşı için direkt satış kanalında %73, acente kanalında ise %27 olarak gerçekleşmiştir.¹¹³

ABD sigortacılık sektöründe, yine üretici lisansı olarak aracılık faaliyeti gösteren bankalar, finansal kurumlar ve işyeri (worksites) kanalı bulunmaktadır. Süpermarketler de sigorta satışına aracılık edebilmektedirler.

Sigorta araçlarına yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri

Dünyanın en büyük sigortacılık sektörüne sahip olan ABD'de eyalet bazlı mevzuat sistemi benimsenmiştir. Sigorta şirketleri ve üreticilerin lisanslanması, denetimi ve incelenmesinden eyaletler sorumludur. Kanunlar ve ilgili düzenlemelere yönelik destek Sigorta Temsilcileri Ulusal Birliği (National Association of Insurance Commissioners) - NAIC tarafından sağlanmaktadır. NAIC'in amacı, ABD geneli için standartları oluşturmak ve 50 eyalet, District of Columbia ve 5 ABD bölgesini temsil eden sigorta düzenleyicilerine mevzuat desteği sağlamaktır. Eyaletleri temsil eden sigorta düzenleyicileri, NAIC aracılığı ile en iyi uygulamaları ve standartları oluşturmada, mevzuata yönelik düzenlemeleri koordine edebilmektedir.¹¹⁴

Her bir eyaleti temsil eden atanmış veya seçilmiş sigorta düzenleyicileri (genellikle sigorta delegeleri, sigorta yöneticileri veya sigorta direktörleri olarak adlandırılmaktadır), ilgili eyaletteki sigorta kanunlarının uygulanması ve yaptırımından sorumlu olup, sigorta araçlarının sigortacılık aktivitelerinde müşteri haklarının korunmasına yönelik gözetim yapmaktadırlar.¹¹⁵

ABD'de sigorta satmak, teklif vermek ve müzakere etmek isteyen kişilerin "üretici" olarak lisans almaları zorunludur. 218 No'lu NAIC'in Üretici Lisanslama Model Kanunu (Producer Licensing Model Act) uyarınca, lisanslama standartlarını belirleme ve araçların lisanslanmasına ilişkin faaliyetler eyaletlerin sorumluluğundadır. Bu model kanun her bir eyalet tarafından ufak değişiklikler içermekle birlikte çoğunlukla kabul edilmiştir.¹¹⁶

Üretici lisansı için aranan nitelikler aşağıdaki gibidir:¹¹⁷

- 18 yaşından büyük olunması
- İlgili Model Kanun Madde 12 uyarınca belirtilmiş sahtekarlık, kanuna aykırı hareket etme gibi konular sebebi ile lisans başvurusu reddedilmemiş, lisansı durdurulmamış ya da iptal edilmemiş olması
- İlgili eyaletteki sigorta düzenlemesinin gerektirdiği (varsa) lisans öncesi eğitiminin tamamlanmış olması
- İlgili eyaletin gerektirdiği başvuru bedelinin yatırılmış olması
- Başvurulan branşlara yönelik yazılı testlerin başarı ile geçilmiş olması

Sigorta şirketlerinin, ilgili eyalette yetkili olmadığı durumlarda, sigorta işlemi (teklif, kontrat oluşturma, prim toplama, vb) gibi işlemleri yapması yasaktır. Benzer şekilde üreticilerin de, ilgili eyalette yetkili olmayan sigorta şirketlerinin aracılığını yapması (sigorta satışı ve reklamı) yasaktır.¹¹⁸

Model Kanun Madde 7 uyarınca, üreticiler, bir veya birden fazla branş için lisans başvurusunda bulunabilmektedir. Aynı Kanun Madde 5 uyarınca, yazılı test, ilgili eyaletteki sigorta düzenleyicisinin gereksinimlerine göre aşağıdaki konulara yönelik bilgiyi ölçmeyi hedeflemektedir:

- Lisans başvurusunun yapıldığı branşlardaki bilgi
- Üreticinin rol ve sorumlulukları
- İlgili eyaletteki sigorta kanunu ve düzenlemeleri

Model Kanun Madde 18 uyarınca ayrıca, herhangi bir aracı kurum sattığı ürüne ilişkin komisyonu müşteriden alması durumunda, müşterinin daha önceden yazılı bir şekilde bilgilendirilmediği durumda sigorta şirketinden ayrıca komisyon talep etmemelidir.

¹¹³ Insurance Information Institute (III) internet sitesi

¹¹⁴ NAIC internet sitesi

¹¹⁵ Practical Law, Insurance and reinsurance in United States: overview, May 2014

¹¹⁶ IMF External Publications - United States: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles

¹¹⁷ NAIC, Producer Licensing Model Act, January 2005

¹¹⁸ Practical Law, Insurance and reinsurance in United States: overview, May 2014

Eyalet kanunu, sigorta aracılarının kara para aklamasının önlenmesine ilişkin eğitim (Anti-Money Laundering Training) almasını zorunlu tutmaktadır. Her bir acente ve broker, Kara Para Aklamamın Önlenmesi Eğitim Sisteminde kullanıcı hesabı açmak ve buradaki eğitimleri tamamlamak zorundadır.¹¹⁹

Aracılar, poliçe satışı gerçekleştirilebilmek için faaliyet gösterecekleri her bir eyalette ayrı lisans almak durumundadır. Verilen lisansın türü (acente, broker veya üretici) eyaletler arası farklılık göstermektedir. Mevcut durumda toplam aracı sayısının sadece %30'u birden çok eyalette faaliyet göstermektedir. Lisanslar eyalette göre farklılık göstermekle birlikte 2-3 yıllık periyotlarda yenilenmektedir. Bazı sigorta ürünlerinde, Financial Industry Regulatory Authority - FINRA da devreye girerek lisans verme ve denetim faaliyetlerinde görev alabilmektedir.¹²⁰

NAIC bünyesinde, eyaletler arası lisanslama standartlarına uyum için "Üretici Lisanslama Çalışma Grubu" kurulmuş olup, bu grubun ana amacı eyaletler arasında; standartların, yorumlamaların ve terminolojinin koordine edilmesi ve reformlara yönelik sektörün aydınlatılmasını sağlamaktır.¹²¹

Diğer taraftan, eyaletler arası lisanslama işlemlerindeki farklılıklardan dolayı, ABD Kongresi tarafından ulusal bir sistem tasarlanmış (Kayıtlı Acenteler ve Brokerler Ulusal Birliği - National Association of Registered Agents and Brokers - NARAB II) olup, 2015 başında mevzuat hazırlıkları tamamlanmıştır. Bu sistem sayesinde acenteler ile müşterilerinin aynı eyalette ikamet etme zorunluluğu ortadan kalkacak ve acenteler herhangi bir eyaletteki müşterisine hizmet verebileceklerdir. Sistemin 2 yıl içerisinde devreye alınması beklenmektedir.¹²²

NAIC tarafından sigorta şirketlerinin denetim standartlarına yer verilen 2015 Sektör Düzenleme Rehberi, Denetim Standartları¹²³ çalışması, sigorta şirketinin üreticilerine yönelik olarak lisanslama standartlarına uyum konusunu kapsamaktadır. Üreticilere yönelik ayrı bir denetim prosedürü bulunmamaktadır.

Sigorta sözleşmelerinden doğan sorunlarda herhangi özel bir uygulama izlenmemektedir. Anlaşmazlıkların büyük bir çoğunluğu ilgili eyaletteki düzenleyici kurum nezdinde çözülmektedir. Anlaşmazlıklar son olarak yetkili adli mahkemeye ya da tahkim anlaşmasının yapılması durumunda hakem görüşüne sunulmaktadır.

3.2.9. Japonya

Sigorta aracıları:

Japonya sigortacılık sektöründe 5 çeşit aracı faaliyet göstermektedir:^{124 125}

- Hayat dışı sigorta acenteleri: Hayat dışı sigorta şirketleri adına poliçe satışı gerçekleştirmek ile görevli, sigorta şirketinin direkt satış personeli olarak çalışmayan gerçek veya tüzel kişilerdir. Hayat dışı sigorta acentelerine bağlı olarak çalışan satış personelleri de bulunmaktadır.
- Az tutarlı ve kısa vadeli sigorta aracıları (small-amount and short-term insurance solicitor): Az tutarlı ve kısa vadeli sigorta şirketleri (iki yıl veya daha az süreli olarak ve yazılan primleri 10 milyon yen altında olan sigorta şirketleridir) adına poliçe satışı gerçekleştirmek ile görevli gerçek ve tüzel kişilerdir.
- Brokerler: Sigorta şirketi adına aracılık yapmadan sigorta satışı gerçekleştirmek ile görevli gerçek ve tüzel kişilerdir. Brokerler komisyonlarını sigorta şirketinden almakta ve sigorta primlerinin toplanmasında herhangi bir rol üstlenmemektedirler. Sigorta danışmanlığı verdikleri durumlarda, müşteriden de ücret alabilmektedirler.
- Hayat sigortası direkt satış yetkilileri (life insurance solicitor): Hayat sigortası şirketine bağlı olarak çalışan direkt satış personelleridir.
- Hayat dışı sigorta direkt satış yetkilileri (non life insurance solicitor): Hayat dışı sigorta şirketine bağlı olarak çalışan direkt satış personelleridir.

¹¹⁹ Life Insurance and Market Research Association (LIMRA)

¹²⁰ IMF External Publications - United States: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles

¹²¹ NAIC internet sitesi

¹²² Bkz. bir önceki kaynak

¹²³ NAIC, Market Regulation Handbook Examination Standards Summary

¹²⁴ Japan Insurance Business Act, <http://www.fsa.go.jp/common/law/ins01.pdf>

¹²⁵ Practical Law, Insurance and reinsurance in Japan: overview, April 2015

Tablo 8: Japonya Sigortacılık Sektörü Aracı Kayıtları¹²⁶

	Gerçek Kişi Kayıt	Tüzel Kişi Kayıt
Hayatı Dışı Branşı Acente	95.146	109.844
Hayatı Dışı Branşı Satış Personeli	2.063.081	
Hayat Branşı Acente	56.938	34.714
Hayat Branşı Satış Personeli	1.015.242	

Kaynak: The General Insurance Association of Japan, The Life Insurance Association of Japan, Life Insurance Business in Japan 2013-2014

Japonya’da sigorta acenteleri bünyesinde personel çalıştırmanın daha maliyetli olmasından ötürü, acenteler, bağımsız gerçek kişilere (contracted solicitors) acentelik yetki delegasyonu yapabilmektedirler. Acentelerin, yetki delegasyonu yaptığı bağımsız kişilerin mesleki yetkinliklerini sağlamak için bir eğitim sistemi oluşturmaları beklenmektedir. Finansal Hizmetler Kurumu (Financial Services Agency) - FSA, Ocak 2014 ayında yayımladığı bir karar ile mevcut yetki delegasyonu uygulamasının Sigorta Faaliyetleri Kanunu (Insurance Business Act) - IBA Madde 275 gereğince “direkt satış” kurallarını ihlal ettiğini duyurmuştur.¹²⁷

Sigorta brokerliği sistemi ise, 1996 yılında yürürlüğe giren IBA ile Japonya sigortacılık sektörüne dahil edilmiştir. Japonya’da mevcut durumda 42 broker hizmet vermektedir.

Japonya sigortacılık sektöründe aracılar, sigorta aracılığının yanında başka iş alanları içinde de (oto galeri, seyahat acentesi vb.) faaliyet gösterebilmektedirler. Tam zamanlı çalışan acenteler ise belirli bir lokasyonda faaliyet göstermeyip çoğunlukla mobil olarak çalışmaktadırlar.

Sektördeki dağıtım kanalı payları incelendiğinde, hayat branşında direkt satış kanalı ön plana çıkmaktadır. Direkt satışı ise %20’lik payıyla acente kanalı izlemektedir.¹²⁸ Hayat dışı branşlarda ise acenteler, sektördeki prim üretiminin %92’sine sahiptirler.¹²⁹

Sigorta araçlarına yönelik idari ve yasal çerçeve ile kamu otoritelerinin müdahaleleri:

Japonya sigorta araçlarına yönelik yasal çerçeve IBA uyarınca belirlenmektedir. Düzenleyici kurum ise FSA’dır.

Japonya Genel Sigorta Birliği (The General Insurance Association of Japan) - GIAJ uyarınca;

- Japonya’da acentelik sistemi, Mart 2001 yılında revizyona uğramış ve bu revizyon ile birlikte acentelerden beklenen kişisel nitelikler, acente sınıflandırılması ve acente sınıflandırılmasına göre dağıtılan komisyonlar yeniden düzenlenmiştir. Bu doğrultuda her bir sigorta şirketi, sigorta acentesinden beklenen niteliklerin geliştirilmesine destek olmak ile yükümlü kılınmıştır.
- Acente eğitimi, GIAJ tarafından sigorta ürünlerinin tam ve doğru satışı ile müşterilerin korunması konusunda tamamlayıcı bir unsur olarak görülmektedir. Bu kapsamda GIAJ, Nisan 2001’de yeni bir eğitim sistemini yürürlüğe koymuştur. Bu sistem altında temel (sigorta ürünleri) ve gelişmiş (yasal uyum, kanun ve düzenlemeler ile vergilendirme) konuları kapsayan 2 farklı eğitim uygulaması bulunmaktadır.
- Müşterilerin direkt olarak iletişim içerisinde bulunduğu sigorta araçlarının yetkinliğini daha da artırmak amacıyla GIAJ, bahsedilen uygulamaları Ekim 2007’de yenilemiştir. GIAJ aynı zamanda genel sigorta acentelerinin ve hukuk danışmanlarının sicil kayıtlarını 2008 yılından itibaren her beş senede bir defa yenilemesini zorunlu kılmıştır. Aynı zamanda GIAJ, sigortacılık sektörü çalışanlarının, sigorta ürünleri konusundaki bilgilerini geliştirmeleri için “sigorta ürünü eğitim sistemini” başlatmıştır.

Japonya’da faaliyet gösteren tüm araçların FSA’ya kayıt yaptırmaları gerekmektedir. IBA Madde 276 uyarınca, hayat sigortası direkt satış yetkilileri, hayat dışı sigorta acenteleri ve az tutarlı ve kısa vadeli sigorta araçlarının, Japonya Maliye Bakanlığı’nın Yerel Finans Bürosu (Local Finance Bureau of Ministry of Finance) - LFB aracılığıyla Japonya Başbakanlığı’na da kayıt yaptırmaları gerekmektedir. Kayıt için, gerçek veya tüzel kişi adı, yeri, gerçekleştireceği faaliyetler ve hangi sigorta şirketine bağlı olarak çalışacağı bilgilerini içeren bir doküman sunması gerekmektedir. Ancak, hayat dışı sigorta direkt satış yetkilileri için böyle bir zorunluluk bulunmamaktadır. Brokerler de faaliyetlerine başlayabilmek için Başbakanlık’a kayıt olmak zorundadırlar. Acentelerin ve diğer sigorta araçlarının, kayıt esnasında verdikleri temel bilgilerde bir değişiklik olması veya faaliyetlerini sürdürmeyi bırakmaları durumunda FSA’ya bildirim yapma zorunluluğu bulunmaktadır.

¹²⁶ Hayat dışı branşı 2014 rakamlarıdır. Hayat branşı 2013 rakamlarıdır.

¹²⁷ Juristco Japan internet sitesi, https://www.jurists.co.jp/en/publication/tractate/docs/LBR2_Insurance_2014.pdf

¹²⁸ Bkz. bir önceki kaynak

¹²⁹ The General Insurance Association of Japan

IBA Madde 279 uyarınca acentelerin kayıt için aşağıdaki durumları sağlaması gerekmektedir:

- Önceden iflas etmemiş olmak
- Hapis ve benzeri ağır ceza almamış olmak
- Daha önce IBA'ya uyum konusunda herhangi bir ceza almamış olmak
- Daha önce IBA Madde 307 kapsamında reddedilmemiş olmak
- Vesayet altında olmamak
- Son üç yılda sigorta aracılık işlemlerinde kanuna aykırı davranmamış olmak
- Yukarıda belirtilen durumlarda olan personeli çalıştırmamak

IMF'nin Japonya finans sektörü özelinde yayımladığı raporda sigortacılık sektöründeki denetim faaliyetlerine detaylı olarak yer verilmiştir. Rapor uyarınca¹³⁰;

- Japonya'da sigorta acenteleri ve aracıları FSA tarafından IBA çerçevesinde denetlenmektedir. FSA altında Planlama ve Koordinasyon, Denetim ve Gözetim birimleri bulunmaktadır. Gözetim birimi, sigorta şirketlerinin finansal ve istatistiksel bilgilerine ilişkin yerinde olmayan gözetim ve denetim faaliyetlerinden sorumlu olup, Denetim birimi ise gözetim sonucunda ortaya çıkan bulgular doğrultusunda yerinde inceleme ve denetim faaliyetlerini gerçekleştirmekten sorumludur.
- FSA, brokerler hariç tüm aracılardan denetimini sigorta şirketi üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu yapıda, FSA sigorta şirketlerini denetlerken aynı zamanda ilgili sigorta şirketine bağlı çalışan acentelerin faaliyetlerini de denetlemektedir. FSA, "Genel Denetim" ve "Kısmi Denetim" olmak üzere iki denetim faaliyeti gerçekleştirmektedir. Genel Denetim kapsamında, sigorta şirketinin yönetim yapısı, mevzuata uyumu, risk yönetim sistemleri ve sigortacılık faaliyetleri denetlenmekte olup, Kısmi Denetim kapsamında Gözetim birimi tarafından belirlenen bulgular doğrultusunda belirli bir konu veya alan denetlenmektedir. Genel denetim kapsamında, FSA denetim kadrosu ve aynı zamanda konu uzmanları düzenli olarak sigorta şirketlerinin ve dolayısı ile sigorta acentelerinin denetiminde görev almaktadırlar.
- Brokerler ise direkt olarak FSA tarafından yerinde denetime tabi tutulmaktadır. FSA, sitesinde yayımladığı Denetim Rehberi'nde sigorta şirketleri ve brokerlerden denetim çerçevesinde beklenen gereksinimlere yer vermektedir. Brokerlerin denetimi için hazırlanan kontrol listesi¹³¹ (checklist), brokerlerin mesleki sorumluluk sigortası/teminat bulundurmaları, acente gibi faaliyet göstermemeleri, poliçe sahiplerine uygun ve yeterli bilgileri sağlamaları ve sigorta şirketleri ile olan ilişkilerinin uygunluğu gibi denetim konularını kapsamaktadır.
- FSA ve LFB'nin aşağıda belirtilen konularda müdahale yetkisi vardır:
 - Sigorta aracılarının faaliyetlerine ilişkin raporların ve bilgilerin istenmesi ve incelenmesi
 - Sigorta aracılara yönelik yerinde inceleme yapılması
 - Sigorta aracılara yönelik idari yaptırımlarda bulunulması
 - Sigorta aracı kayıtlarının 6 ay askıya alınması veya iptal edilmesi

Sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri aralarındaki sorunları; arabuluculuk (mediation), uzlaşma (settlement), tahkim kararı alma (arbitration) ve hukuki (litigation) yöntemler ile çözmektedirler.

¹³⁰ IMF External Publications, Japan: Insurance Core Principles Detailed Assessment of Observance

¹³¹ FSA internet sitesi

3.3. Yurt Dışı Acentelere Verilen Komisyon ve Teşvikler

Raporun bu bölümünde, seçilmiş ülkeler özelinde acentelere verilen komisyon oranları ile teşviklere yer verilmektedir.

Tablo 9: Acentelere Verilen Komisyon ve Teşvikler

	Hayat	Hayat Dışı		
		Sağlık	Araç	Diğer
Fransa	Giriş Komisyonu: %1-%5 Fon Yönetim Komisyonu: %0,10-%0,45 Fon Değişim Komisyonu: İkinci değişim işleminden sonra %0,5	%8-%15	%12-%16	%18-%22
İngiltere	Hayat (Koruma): İlk yıl primlerin en fazla %50'sine kadar ödenmektedir Hayat (Yatırım): Fon tutarının %3'ü kadar giriş ve diğer dönemlerde %0,5	%20-%25	%10-%15	%30
Almanya	Giriş komisyonu : %2,5-%4 Fon Yönetim Komisyonu: Yıllık ücretin %1-%2'si	İlk yıl: 5 ila 9 aylık prim tutarı kadar İkinci yıldan itibaren: Toplam prim tutarının %1-%2'si	%8-%11	İlk yıl: %23-%24 Diğer yıllar: %14-%15
İspanya	Hayat (Risk): %22-%25 Hayat (Birikim): Yönetilen Fonun %0,10-%0,80'i	%12-%18	%11-%16	%20-%28
İtalya	Ortalama %4-%5	%15-%21	%11-%13	%21-%24
Brezilya	-	%21 ¹³²		
ABD	İlk yıl: %40-%90	%15-%16 ¹³³		
Japonya	İlk yıl: Hayat (Birikim): %20-%30 Diğer Hayat: %50-%65 Yenileme (2-6 yıl): Hayat (Birikim): %2-%5 Diğer Hayat: %5-%10	-	%10-%20	%10-%30
Türkiye	%18-%20 (BES: %10-%20)	%15-%20	%14-%15	%10-%30 ¹³⁴

Kaynak: Europe Economics, Distribution Channels in Insurance, Aralık 2013, Yurt Dışı Deloitte kaynakları ve Türkiye acente görüşmeleri, Danimarka için ilgili veri bulunmamaktadır.

Ülkelere verilen teşvikler ve yan haklar incelendiğinde; tüm ülkelerde acentelere rapel ve broşür gibi pazarlama araçları ile teknolojik destek gibi yan haklar sağlandığı gözlenmektedir. Ayrıca; ABD, Fransa ve İtalya'da yeni poliçe, spesifik bir ürün veya belirli bir poliçe sayısı üstü satış için ekstra komisyon uygulanması bulunmaktadır. İspanya ve Almanya incelendiğinde ise, acentenin ilk kurulumunda finansal destek gibi yeni acentelere yönelik teşvikler verildiği gözlenmektedir.

¹³² Capgemini 2015 World Insurance Report

¹³³ Bkz. bir önceki kaynak

¹³⁴ Hayat dışı branşına ait komisyon oranları ürün bazında büyük farklılıklar göstermektedir. Bu kapsamda, Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK) zorunlu deprem sigortası komisyon oranı İstanbul ve diğer illerde farklılaşmaktadır. İstanbul genelinde yaklaşık %10 - %12 olan zorunlu deprem komisyon oranı dikkate alınmıştır. Yangın türüne ait komisyon oranı ise %30 seviyesindedir.

3.4. Yurt Dışı Teminat ve Fiyat Karşılaştırması

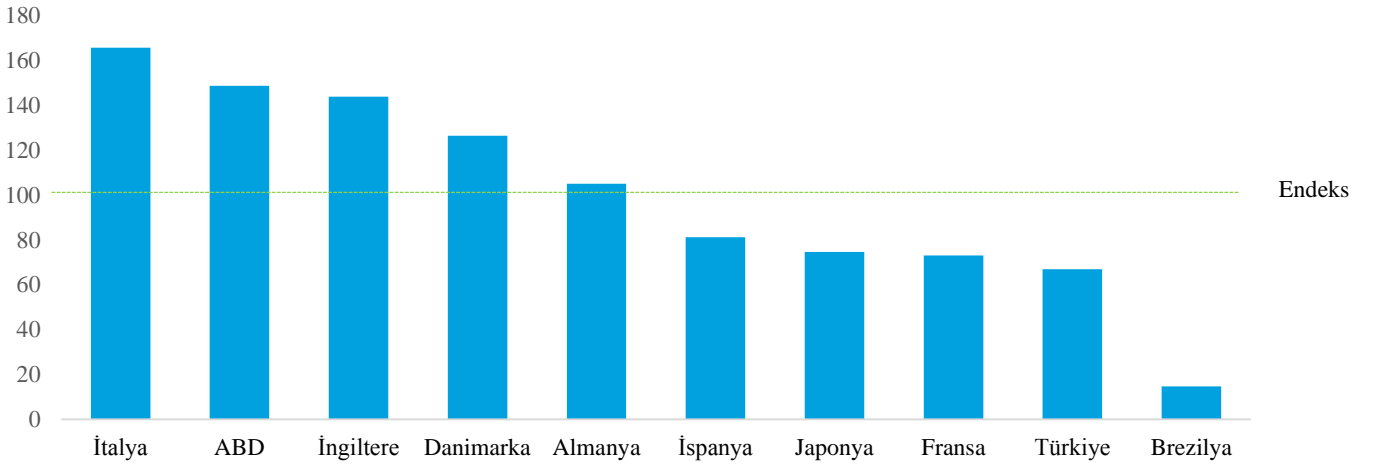
Seçilmiş ülkelerde zorunlu trafik branşında, sigortalı araç başına ortalama prim ve zorunlu minimum trafik teminat tutarları incelendiğinde, ülkeler arasında farklılıklar olduğu gözlenmektedir. Örneğin, Fransa’da sigortalı araç başına ortalama prim tutarı diğer ülkelerin altında yer alırken, zorunlu trafik minimum teminat tutarı limitsizdir. İtalya ise, seçilmiş ülkeler arasında araç başına ortalama prim tutarı endeksinde en yüksek değere sahip olup, zorunlu minimum teminat tutarı diğer seçilmiş Avrupa ülkelerinin altındadır.

Tablo 10: Seçilmiş Ülkeler Bazında Zorunlu Trafik Minimum Teminat Tutarı

Ülkeler	Zorunlu Trafik Minimum Teminat Tutarı
Fransa	Limitsiz
İngiltere	Limitsiz
Almanya	7.500.000 Euro (Kaza başına)
İspanya	70.000.000 Euro (Kaza başına)
İtalya ¹³⁵	5.000.000 Euro (Kaza başına)
Danimarka	12.800.000 Euro (Kaza başına)
Brezilya	2.700 - 13.500 BRL
ABD	24.000 (Kişi başına Bedeni Hasar)/49.000 (Kaza başına Bedeni Hasar)/16.000 (Maddi hasar) dolar
Japonya	30.000.000 (Ölüm)/750.000 - 40.000.000 (Sürekli Sakatlık)/1.200.000 (Diğer Bedeni Hasar) Yen (Kişi Başına)
Türkiye ¹³⁶	1.450.000 (Kaza başına - Sakatlanma ve Ölüm - 5 kişi)/290.000 (Kişi başına - Ölüm ve Sakatlanma) 58.000 TL (Kaza başına - Maddi Hasar)/29.000 TL (Araç başına - Maddi Hasar)

Kaynak: Fransa, Almanya, İspanya, İtalya ve Danimarka için European Commission internet sitesi; İngiltere için Scor: Motor Insurance & Reinsurance Current Issues and Future Trends Raporu; Brezilya için SUSEP internet sitesi; ABD için Insurance Information Institute internet sitesi; Japonya için General Insurance Rating Organization of Japan internet sitesi

Grafik 5: Seçilmiş Ülkelerin Araç Başına Düşen Ortalama Zorunlu Trafik Prim Endeksi¹³⁷



Kaynak: İtalya, İngiltere, Danimarka, Almanya, İspanya ve Fransa için Helgilibary internet sitesi; ABD için Insurance Information Institute internet sitesi; Japonya için General Insurance Rating Organization of Japan internet sitesi; Türkiye için Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği internet sitesinde yer alan Trafik Sigortası Rehber Tarifesi; Brezilya için Superintendencia de Seguros Privados (SUSEP) internet sitesi, Economist Intelligence Unit

¹³⁵ Motor Insurance Directive 2009/103/EC uyarınca belirlenen teminat tutarı enflasyon sebebiyle 5.600.000 Euro olarak revize edilmiştir.

¹³⁶ 10 kişi altı yolcu sayısı için geçerlidir.

¹³⁷ Tüm veriler ilgili ülkenin ulusal enflasyon oranlarında artırılmış ve 2014 yılı özelinde ülkelerin ortalamasına göre endekslenmiştir.

4. Türkiye Sigortacılık Sektörü ve Sigorta Acenteliği Mesleği Mevcut Durum Analizi

4.1. Türkiye Sigortacılık Sektörü Mevcut Durum Analizi

Türkiye sigorta sektöründe 2014 yılı itibariyle 5'i hayat, 19'u emeklilik olmak üzere toplam 24 hayat ve emeklilik şirketi, 38 hayat dışı sigorta şirketi ve 1 reasürans şirketi aktif olarak faaliyet göstermektedir.

Tablo 11: Aktif Sigorta Şirketlerinin Şirket Türüne Göre Dağılımı

Şirket Türü	2010	2011	2012	2013	2014
Hayat Dışı Sigorta Şirketi	34	35	35	36	38
Hayat Sigorta Şirketi	10	9	6	6	5
Emeklilik Şirketi	13	14	17	18	19
Reasürans Şirketi	1	1	1	1	1
Toplam	58	59	59	61	63

Kaynak: T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Sigorta Denetleme Kurulu, Türkiye'de Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Rapor 2014

Türkiye'de faaliyet gösteren aracı sayılarının gelişimi incelediğinde, broker sayılarının 2010 yılından beri %47 arttığı, acente sayılarının %4 oranında düştüğü ve bireysel emeklilik aracı sayısının %80 oranında arttığı gözlenmektedir. Aracılık yapan banka sayısında 2010 yılından beri değişiklik olmamıştır.

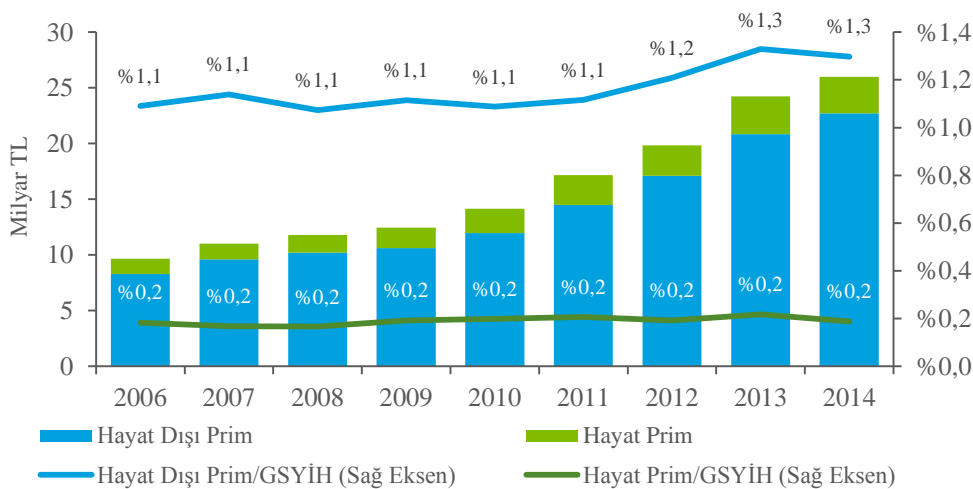
Tablo 12: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Aracı Sayılarının Tarihsel Gelişimi

Aracı	2010	2011	2012	2013	2014
Broker Sayısı	81	92	98	111	119
Acente Sayısı (Banka hariç)	16.205	16.616	16.827	15.494	15.587
Bireysel Emeklilik Aracısı ¹³⁸	16.716	17.868	20.176	26.639	30.046
Aracılık yapan Banka Sayısı ¹³⁹	33	33	33	33	33

Kaynak: T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Sigorta Denetleme Kurulu, Türkiye'de Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Rapor 2014

Türkiye sigortacılık sektörü prim üretim gelişimi incelendiğinde, 2014 yılı itibari ile hayat dışı ve hayat primlerinin sırasıyla yaklaşık 22,7 ve 3,3 milyar TL olarak gerçekleştiği, 2006 yılından itibaren Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (YBBO)'nın yaklaşık %18 olduğu ve toplam primlerin GSYİH'ye oranının (penetrasyon oranı) yaklaşık %1,5 olarak gerçekleştiği gözlenmektedir. Hayat dışı primlerin GSYİH'ye oranının yıllar içerisinde arttığı, ancak hayat primleri özelinde sabit bir trendin gerçekleştiği gözlenmektedir.

Grafik 6: Türkiye Sigortacılık Sektörü Prim Gelişimi










Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği, TÜİK

¹³⁸ Satışa yetkili aracı sayısı

¹³⁹ 5411 Bankacılık Kanunu'na tabi olan bankalar ile PTT dikkate alınmıştır.

Türkiye sigortacılık sektörünün prim üretimi branş bazında incelendiğinde ise, her bir branşın yıllar itibariyle artış gösterdiği gözlenmektedir. 2011-2014 dönemi dikkate alındığında, kara araçları sorumluluk, yangın ve doğal afetler ile genel sorumluluk branşları sırasıyla yıllık %23, %19 ve %18'lik bileşik büyüme oranları ile dikkat çekmektedir.

Grafik 7: Branş Bazında Türkiye Sigortacılık Sektöründe Yazılan Prim Gelişimi

Branş Tipi	Toplam Primdeki Pay (2014)	Yazılan Prim (Milyon TL)				YBBO 2011-2014
		2011	2012	2013	2014	
Hastalık Sağlık	 %11	1.999	2.237	2.473	2.930	%14
Kara Araçları	 %20	3.787	4.534	5.026	5.085	%10
Yangın ve Doğal Afetler	 %15	2.309	2.645	3.324	3.845	%19
Kara Araçları Sorumluluk	 %21	2.974	3.937	5.383	5.528	%23
Genel Sorumluluk	 %2	386	420	508	634	%18
Toplam Hayat	 %13	2.686	2.711	3.395	3.280	%7
Hayat Dışı Diğer	 %18	3.023	3.343	4.120	4.687	%15

Hayat dışı diğer başlığı altında kaza, raylı araçlar, hava araçları, su araçları nakliyat, genel zararlar, hava araçları sorumluluk, su araçları sorumluluk, kredi, emniyet suistimal, finansal kayıplar, hukuksal koruma ve destek iş kolları yer almaktadır.

Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Sigorta sektöründe önemli bir performans göstergesi olan hasar-prim oranları incelendiğinde, 2010-2014 dönemi arasında hasar-prim oranının %65 - %70 bandında seyrettiği gözlenmektedir. 2014 yıl sonu itibariyle toplam kazanılan brüt prim miktarı 24,4 milyar TL, gerçekleşen brüt hasar miktarı ise 15,8 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Brüt Hasar/Prim oranı ise %65 olarak kaydedilmiştir.¹⁴⁰ Branş bazında kazanılan brüt prim, gerçekleşen brüt hasar ve brüt hasar prim oranı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

¹⁴⁰ Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

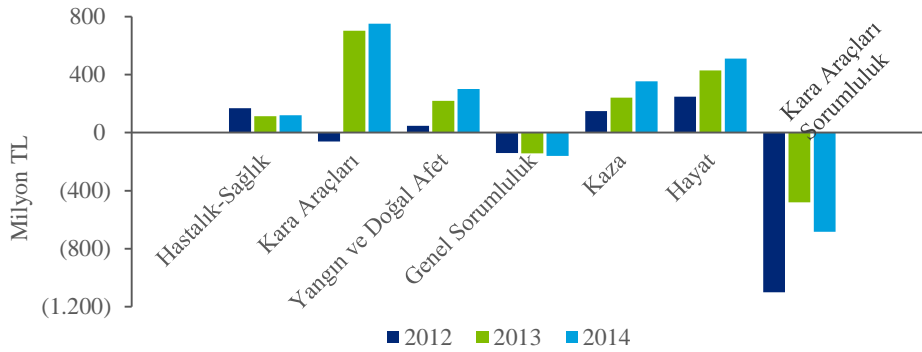
Tablo 13: Branş Bazında Hasar Prim Oranları¹⁴¹ (2014)

Branş	Kazanılan Prim (Brüt)	Gerçekleşen Hasar (Brüt)	Hasar Prim Oranı (Brüt)
Hayat Dışı	21.204.010.857	-13.708.118.458	%64,6
Hayat	3.149.752.146	-2.126.369.712	%67,5
Kaza	949.727.939	-204.557.704	%21,5
Hastalık-Sağlık	2.704.128.920	-2.072.843.460	%76,7
Kara Araçları	4.965.936.824	-3.136.569.591	%63,2
Nakliyat	472.129.962	-135.685.597	%28,7
Yangın ve Doğal Afetler	3.610.243.364	-1.416.476.929	%39,2
Genel Zararlar	2.260.256.878	-851.395.081	%37,7
Kara Araçları Sorumluluk	4.943.123.129	-4.770.124.535	%96,5
Trafik	4.512.633.293	-4.564.113.162	%101,1
Genel Sorumluluk	530.532.485	-725.487.474	%136,7

Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

2014 genelinde, kara araçları sorumluluk branşı başta olmak üzere birçok hayat dışı branş, yılı teknik zararlar kapatmıştır. Aşağıdaki grafikte seçilmiş sigorta branşları için teknik kar zarar göstergeleri yer almaktadır.

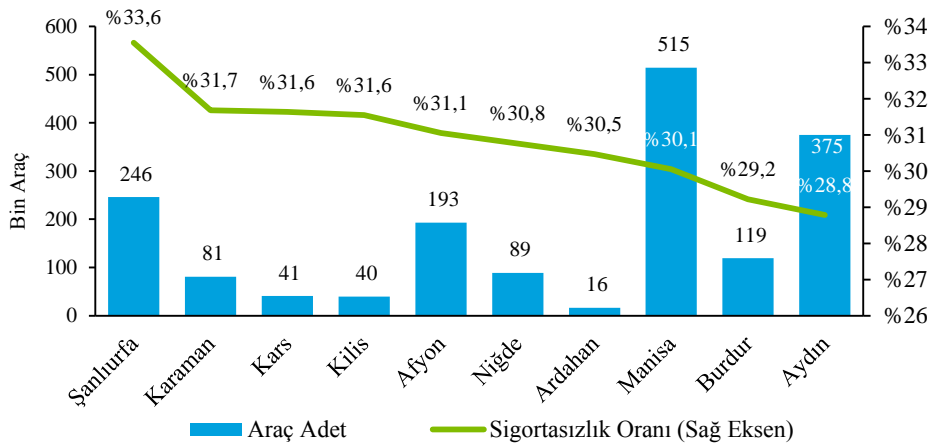
Grafik 8: Sigortacılık Sektöründeki Seçilmiş Branşlar için Teknik Kar-Zarar



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Trafik sigortaları kapsamında, Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi'nin (SBM) Haziran 2015 tarihli güncel raporuna göre, tüm araç türleri için sigortasızlık oranının en yüksek olduğu iller Şanlıurfa, Karaman, ve Kars iken; traktör ve motosiklet dışındaki araç türleri için ise sigortasızlık oranının en yüksek olduğu iller sırasıyla Şırnak, Hakkari ve Afyon'dur.

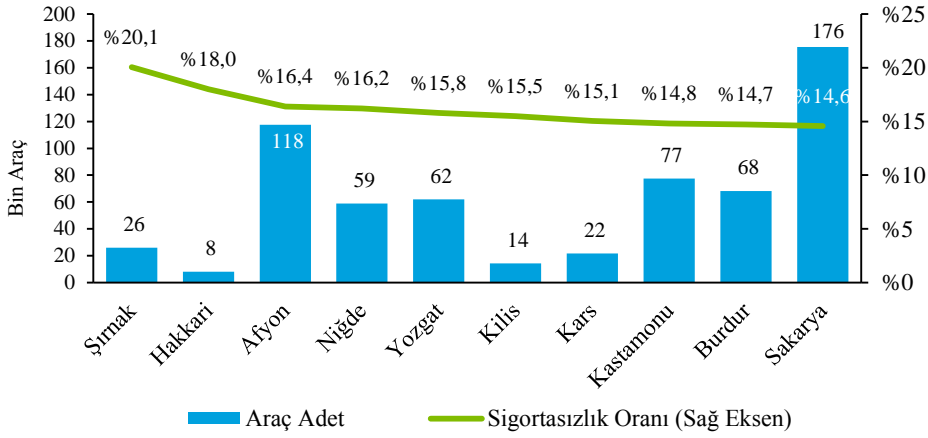
Grafik 9.1: Trafik Sigortası Sigortasızlık Oranı En Yüksek 10 İl (Tüm Araç Türleri Dahil)



Kaynak: Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi, Haziran 2015

¹⁴¹ Hayat dışı şirketler ile hayat ve emeklilik şirketlerinin toplamını göstermektedir. Kara araçları sorumluluk sigortası, Zorunlu Karayolu Taşımacılık Mali Sorumluluk, Zorunlu Trafik (Yeşil Kart Hariç), Yeşil Kart, Motorlu Kara Taşıtları İhtiyari Mali Sorumluluk kategorilerini; Trafik sigortası, Zorunlu Trafik (Yeşil Kart Hariç) ve Yeşil Kart kategorilerini kapsamaktadır.

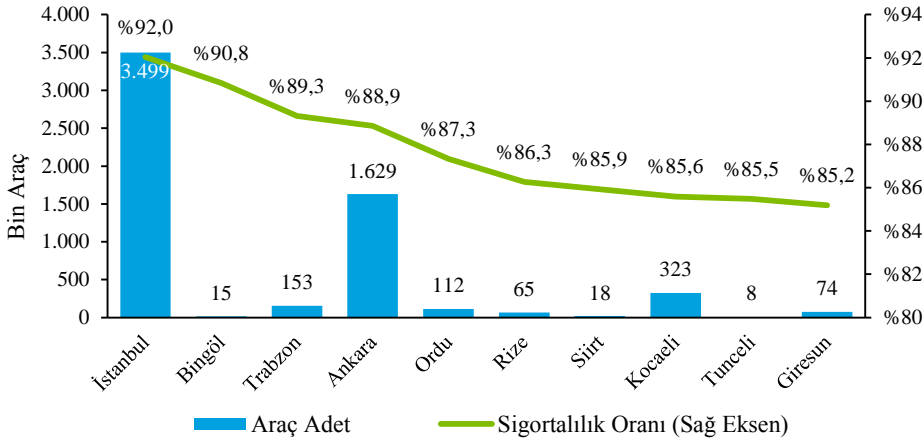
Grafik 9.2: Trafik Sigortası Sigortasızlık Oranı En Yüksek 10 İl (Traktör ve Motorsiklet Hariç)



Kaynak: Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi, Haziran 2015

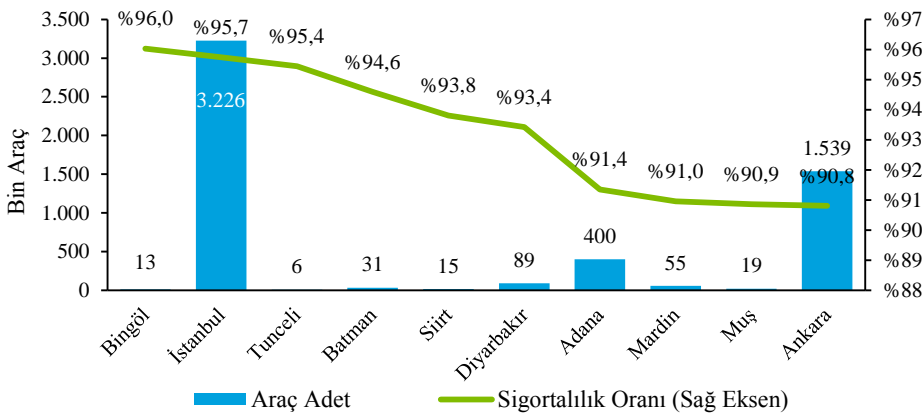
SBM'nin trafik sigortası raporuna göre, tüm araç türleri için sigortalılık oranının en yüksek olduğu iller İstanbul, Bingöl, ve Trabzon iken; traktör ve motorsiklet dışındaki araç türleri için ise sigortalılık oranının en yüksek olduğu iller sırasıyla Bingöl, İstanbul ve Tunceli'dir.

Grafik 10.1: Trafik Sigortası Sigortalılık Oranı En Yüksek 10 İl (Tüm Araç Türleri Dahil)



Kaynak: Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi, Haziran 2015

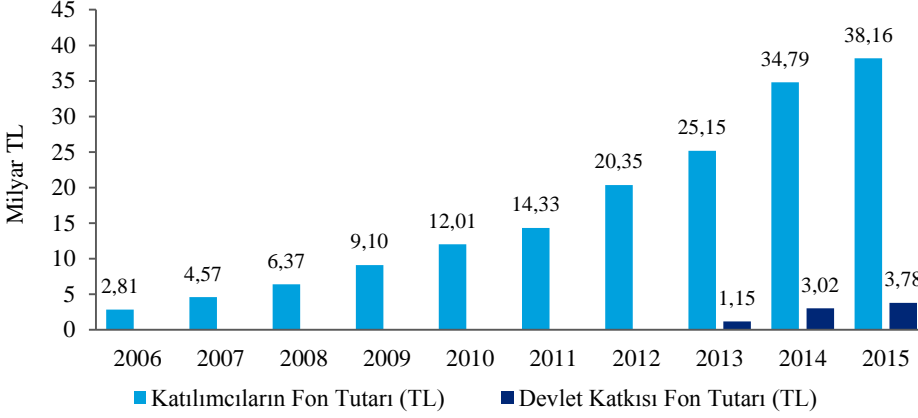
Grafik 10.2: Trafik Sigortası Sigortalılık Oranı En Yüksek 10 İl (Traktör ve Motorsiklet Hariç)



Kaynak: Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi, Haziran 2015

Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi’nin (BES) gelişimi incelendiğinde katılımcıların fon tutarı 2006 ve 2014 yılları arasında yıllık ortalama %33’ün üzerinde büyüme kaydetmiştir. 2013 yılında devreye giren devlet katkısı fon tutarının büyüklüğü ise uygulamaya alındığı günden itibaren katılımcıların fon tutarının yaklaşık ortalama %8’i olarak kaydedilmiştir. BES fon büyüklüğü 2014 yıl sonu itibariyle 37,8 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 11: Yıllar İtibariyle BES Fon Gelişimi

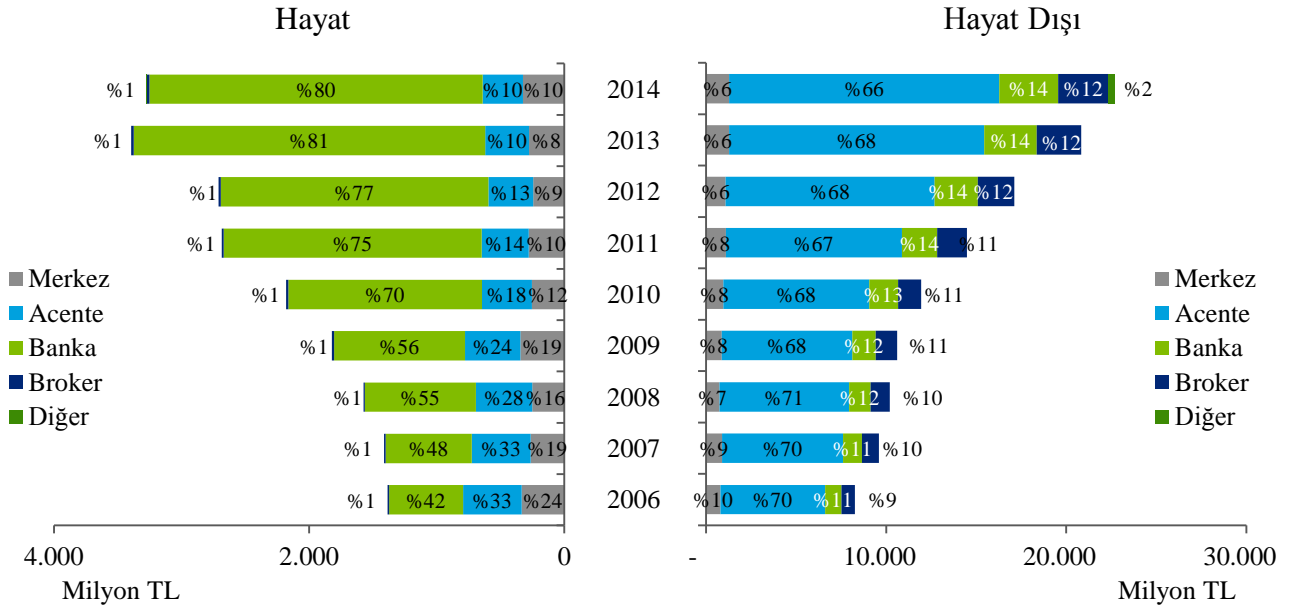


Kaynak: Emeklilik Gözetim Merkezi, 2015 yılı verisi 19.06 tarihliidir.

2014 yılı itibariyle hayat sigortası branşına ait yazılan primin %80’i bankasürans kanalı ile elde edilmiş olup, hayat dışı sigorta ürünlerinde acente kanalı başı çekmektedir. Hayat branşında acentelerin toplam prim içerisindeki payı 2006 yılında %33 civarında iken 2014 yıl sonunda bu oran %10’a gerilemiştir. Hayat dışı branşında ise acentelerin payı 2006 senesinde %70 seviyesinde iken 2014’te bu oran %66 olarak gerçekleşmiştir.

Hayat dışı sigortacılık branşında acentelerin payı yıllar itibariyle küçülme gösterse de halen piyasadaki liderliğini sürdürmektedir. Broker ve banka dağıtım kanallarının 2006 - 2014 periyodunda yıllık %17’nin üzerinde artış göstermesi, hayat dışı branşında acenteler kanalıyla elde edilen prim payına etki etmiştir.

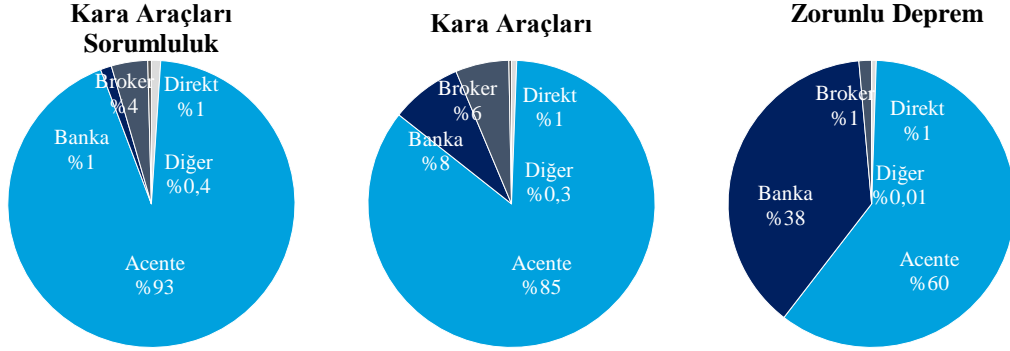
Grafik 12: Satış Kanalı Bazında Prim Gelişimi



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Kara araçları sorumluluk, motorlu kara taşıtları ve zorunlu deprem sigortalarının dağıtım kanalı paylarına aşağıda ayrıca yer verilmiştir. Her üç branşta acenteler en yüksek prim üretimine sahip olmuşlardır.

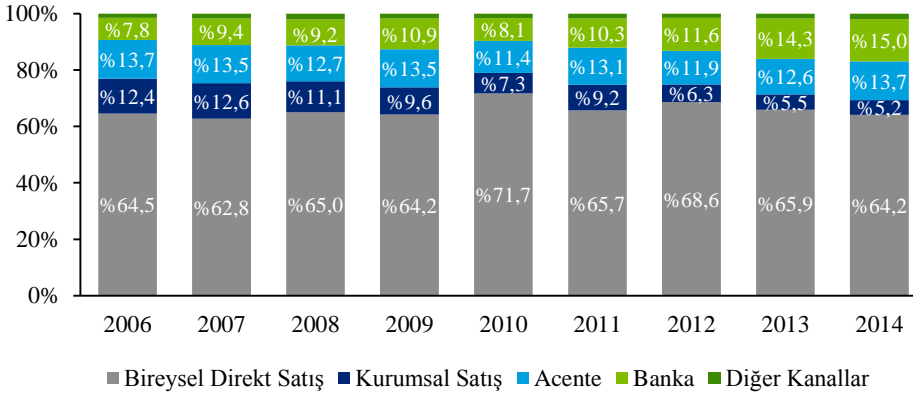
Grafik 13: Kara Araçları Sorumluluk, Kara Araçları ve Zorunlu Deprem Sigortalarındaki Dağıtım Kanallarının Payları (2014)



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Aşağıdaki grafikte dağıtım kanallarının toplam BES katkı payları içindeki oranlarına yer verilmiştir. Buna göre acentelerin 2012 yılında toplam katkı payı içindeki oranı %11,9'dan 2014 yılında %13,7'ye çıkmıştır.

Grafik 14: Yıllar itibariyle BES Katkı Payının Dağıtım Kanallarına Göre Oransal Dağılımı



Kaynak: Emeklilik Gözetim Merkezi, Bireysel Emeklilik Sistemi Gelişim Raporları

2012 yılında Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği (TSB) tarafından yayımlanan “Türk Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörü Vizyon, Hedef ve Beklentileri”¹⁴² raporuna göre 2023 sigortacılık prim hedefleri branş bazında “Normal Büyüme” ve “Hızlandırılmış Büyüme” olarak iki farklı senaryo ile tahminlenmiş olup, sigortacılık sektörü bu hedeflere doğru hızla yol almaktadır.

Tablo 14: 2023 Yılı “Türk Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörü Vizyonu” Hedefleri

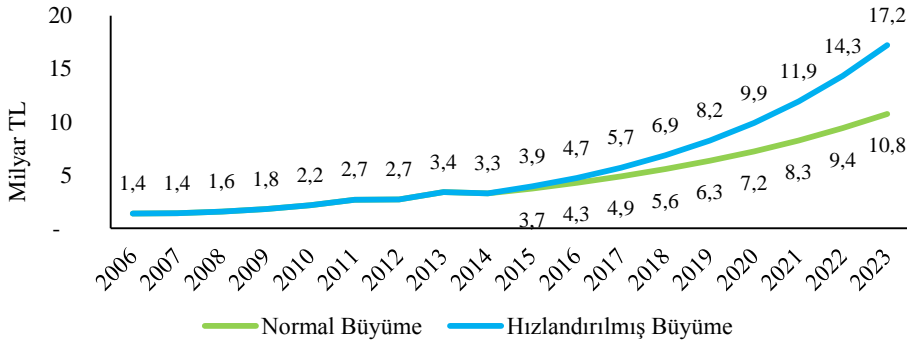
Milyar TL	Riske Dayalı Hayat	Hayat Dışı
Normal Büyüme	10	48
Hızlandırılmış Büyüme	16	63

Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Aşağıda yer verilen grafiklerde hem hayat sigortası hem de hayat dışı sigorta için her iki senaryonun yıl bazlı prim büyüklüklerine yer verilmektedir. 2014 - 2023 yılları arasında yer verilen yıllık veriler, eşit büyüme senaryosuna göre tahminlenmiştir.

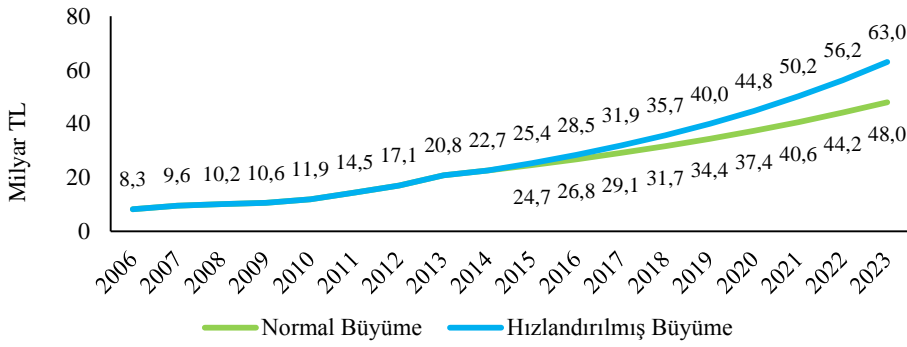
¹⁴² Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği, Mayıs 2012

Grafik 15: Hayat Sigortası Prim Gelişimi Tahminlemesi¹⁴³



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği ve Deloitte Analizi

Grafik 16: Hayat Dışı Sigorta Prim Gelişimi Tahminlemesi



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği ve Deloitte Analizi

Hazırlanan rapora göre sigortacılık sektörünün 2011 - 2014 yılları arasında YBBO'nun her bir senaryo için sırasıyla %10,8 ve %13,7 olması beklenirken, Türkiye Sigortacılık sektörü %14,5 ile beklenin üstünde performans göstermiştir. Bu hızlı büyüme ile rapordaki hedeflere ulaşmak için 2014 yılı itibariyle sigortacılık sektörünün yıllık büyüme oranlarının aşağıdaki tablodaki gibi olması beklenmektedir.

Tablo 15: 2014 Yılı İtibariyle 2023 Hedefine Ulaşmak İçin Gereken YBBO

YBBO	Hayat	Hayat Dışı
Normal Büyüme	%14,1	%8,7
Hızlandırılmış Büyüme	%20,2	%12,0

Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği ve Deloitte Analizi

¹⁴³ 2014 yılı birikimli hayat sigortası toplam hayat sigortası oranı olan %7 oranı sabit tutularak ve 2023 riske dayalı hayat hedefi baz alınarak, 2015 ve 2023 yılları için toplam hayat sigortası primi hesaplanmıştır. Bundan sonraki grafiklerde birikimli hayat dahil olarak tahminleme yapılmıştır.

4.2. Sigorta Geleneksel ve Dijital Satın Alma Eğilimleri

Raporun bu bölümünde, sigorta geleneksel ve dijital satın alma davranışlarına yönelik hem günümüz hem de gelecekteki eğilimlerin anlaşılması adına gerçekleştirilen anket çalışmasının sonuçlarına yer verilmektedir. Ana amaç, kanal bazlı yönelimlerin tespit edilmesidir.

Anket sonuçları incelendiğinde, sigorta bilinirliğinin en yüksek olduğu beş ürün kasko, zorunlu deprem, sağlık sigortası, hayat ve zorunlu trafik sigortası branşları olarak ön plana çıkarken, bilinirliğin en yüksek olduğu ürün kasko sigortası olmuştur. BES ürünü ise, özellikle yardımcı cevaplarda yaklaşık %90 oranında bilinirliğe sahiptir. Bu oran, göreceli olarak yeni bir ürün olarak nitelendirilebilecek BES ürününün yüksek bir bilinirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Tüm sigorta ürünlerine dair bilinirliğin, beklendiği şekilde üst sosyo-ekonomik statüyü ifade eden AB grubunda en yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak incelendiğinde, bilinirlik oranı spontan cevaplarda düşük seyretmiştir. En fazla bilinirlik oranının olduğu kasko ürününde bile, spontan cevaplarda bilinirlik oranı %57'dir. Bilinirlik seviyesinin artırılması, hem sigortacılık sektörü hem de her bir kanal paydaşı açısından oldukça önemlidir. Bu bağlamda, özellikle sigorta ürünlerine yönelik bilincin artırılması, hem finansal katılımın artması hem de kişi başı prim oranlarının yüksek seviyelere taşınması açısından oldukça önemlidir.

Kısa Vade: Sigorta bilinirliği ve sahip olunan sigorta ürünü arasında benzer bir eğilim bulunmaktadır; katılımcılar, bildikleri ürünler arasında daha çok sahip oldukları ürünleri ifade etmişlerdir. Katılımcıların kısa vadede satın almaya yöneleceklerini ifade ettikleri ilk iki ürün sağlık ve BES olarak ön plana çıkarken, bu durum bu iki ürüne yönelik kısa vadede yüksek satın alma eğiliminin ve potansiyelinin de altını çizmektedir.

Satın alma yönelimlerinde önemli bir karar noktası olan sigorta firması tercihinde, katılımcıların ön plana çıkardığı en önemli etkenin “uygun poliçe bedeli” olması, sektördeki fiyat rekabeti ile de doğru orantılı olarak dikkat çekmektedir.

Sigorta ürünlerine yönelik bilgilerin hangi mecralardan alındığı, sigorta müşterilerinin birincil bilgi kaynaklarını göstermekle birlikte, satın alma kanalı tercihindeki yönelimin hem mevcut durumda hem de kısa vadede nasıl şekilleneceğine dair de fikir vermektedir. Katılımcılar, birincil bilgi kaynağı olarak dijital olmayan mecralara (offline), dijital mecralara (online) göre daha fazla başvurduklarını ifade etmişlerdir. Dijital olmayan mecralarda ise birincil bilgi kaynağı acenteler olarak ön plana çıkmıştır. Bu durum acentelerin, halihazırda müşterileri ile iletişimde öncelikli bir konumda olduğunu göstermekle birlikte, müşteriye doğru bilgilendirme ve müşteriye tavsiye verme anlamında çok önemli bir misyona sahip olduğunun altını çizmektedir. Dijital olmayan mecra da birincil bilgi kaynağı olan acentelerin, ürünün satılması aşamasında da önemli bir yönlendirme avantajı olduğu düşünülmektedir. Dijital mecraları birincil bilgi kaynağı olarak tercih ettiğini belirten katılımcılar ise, bilgiyi daha çok sigorta şirketlerinin internet sitelerinden aldıklarını belirtmişlerdir.

Orta ve Uzun Vade: Katılımcılar sigorta poliçelerini en fazla acentelerden aldıklarını belirtmiş olup, bu kanalı tercih etmelerindeki en önemli sebebin ise en güvenilir seçenek olmasından kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, acentelerin orta ve uzun vadede de öncelikli olarak tercih edilmesinde, güvenilirlik özelliğini sürdürülebilir kılmaları oldukça önemlidir. İnternet ve çağrı merkezi kanallarının birincil tercih sebebi ise hızlı ve kolay olması olarak ifade edilmiştir. İnternet kanalı için belirtilen bir diğer tercih sebebi ise, en uygun bütçeli kanal olmasıdır. Bu durum özellikle daha standart nitelikli ürünlerde orta ve uzun vadede dijital kanalın daha fazla ön plana çıkabileceğini göstermektedir. Sigorta ürünlerine yönelik günümüzde dijital kanalı kullanan katılımcıların 19 - 26 yaş arasında daha belirgin olması, orta ve uzun vadede de sigorta ürünü müşterisi olacak bu kesimin tercihlerinin benzer biçimde şekillenebileceğini düşündürmektedir.

Bu durumla paralel olarak, katılımcıların ortalama %47'si gelecekte sigorta kanalı olarak dijital kanalları tercih edebileceğini belirtirken, dijital kanalı tercih edeceğini belirtenlerin oranı özellikle genç segmentte artmaktadır; 19-34 yaş arasındaki katılımcıların ortalama %56'sı gelecekte sigorta satın alırken dijital kanalları tercih edeceğini belirtmiştir. Bu durum, dijital kanalın mevcut durumdan daha fazla tercih edilen kanal olarak ön plana çıkacağını altını çizmektedir. Gelecekte dijital kanalları tercih edeceğini ifade edenlerin oranının en yüksek olduğu iller İstanbul ve Ankara olmuştur; bu durum, daha küçük illerde geleneksel kanallara eğilimin büyük illere göre daha fazla olabileceğini göstermektedir. Buna ek olarak, sigorta ürünlerini satın almada dijital yönelimin, özellikle AB segmentinde daha belirgin olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcılar, uzun vadedeki satın alma davranışlarına etki edecek en önemli üç konuyu fiyatların daha uygun olması, hasar vs. gibi geri ödemelerdeki bürokrasinin azaltılması ve internet üzerinden kolayca sigorta poliçesi

satın alınabilmesi olarak belirtmişlerdir. Bu durum, uzun vadede tüketicilerin satın alma davranışlarına etki edecek en önemli konu başlıklarının sektördeki fiyatlama stratejileri, hasar süreçlerinin yönetimi ve internet kanalının daha etkin olarak kullanılması olacağını ön plana çıkarmaktadır. İnternet kanalına yönelik uzun vadede iyileştirme beklentisinin bulunması, bu kanala dair iyileştirmeler ile daha çok tercih edilen bir kanal olabileceğine de işaret etmektedir. Bu durum acenteler açısından değerlendirildiğinde, internet kanalının etkin kullanımının gelecekte daha önemli olacağı, bu bağlamda, internetin çoklu kanal yapılması açısından acentelerin gündemlerinde de olması gerektiğini söylemek mümkündür.

Halihazırda BES ürününe sahip olmayan katılımcılar ise, kısa vadede bu ürünü almayı düşünürlerse ilk olarak banka kanalını tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Bu durum özellikle BES ürününe yönelik bankasüransın kısa ve orta vadede önemli bir kanal olarak ön plana çıkabileceğini göstermektedir.

Sigorta ve BES ürünlerini dijital kanallardan alan veya orta ve uzun vadede alacak olan kullanıcılarının genel profili anket çalışması sonucunda aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Günümüzde poliçelerinde dijital satın alma davranışı göstermeye başlamış 19 - 34 yaş arasında yer alan,
- Sigorta kanal tercihinde hızı ve kolaylığı öncelik olarak ele alan,
- Çoğunlukla AB sosyo-ekonomik segmentte yer alan,
- Çoğunlukla büyük şehirlerde yaşayan müşterilerdir.

İlgili anket çalışması 1.010 örneklem ile CATI (bilgisayar destekli telefon görüşmesi) tekniği kullanılarak Deloitte için Estima Araştırma tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma, olasılıklı örnekleme yöntemlerinden tabakalı örnekleme tekniği kullanılarak yürütülmüştür. Veri 18 Mayıs - 24 Haziran 2015 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmanın her aşaması Güvenilir Araştırma Belgesi (GAB) ve ISO20252 kalite standartlarına uygun olarak yürütülmüştür.

Hedef kitleye ilişkin bilgiler özet olarak aşağıdaki gibidir:

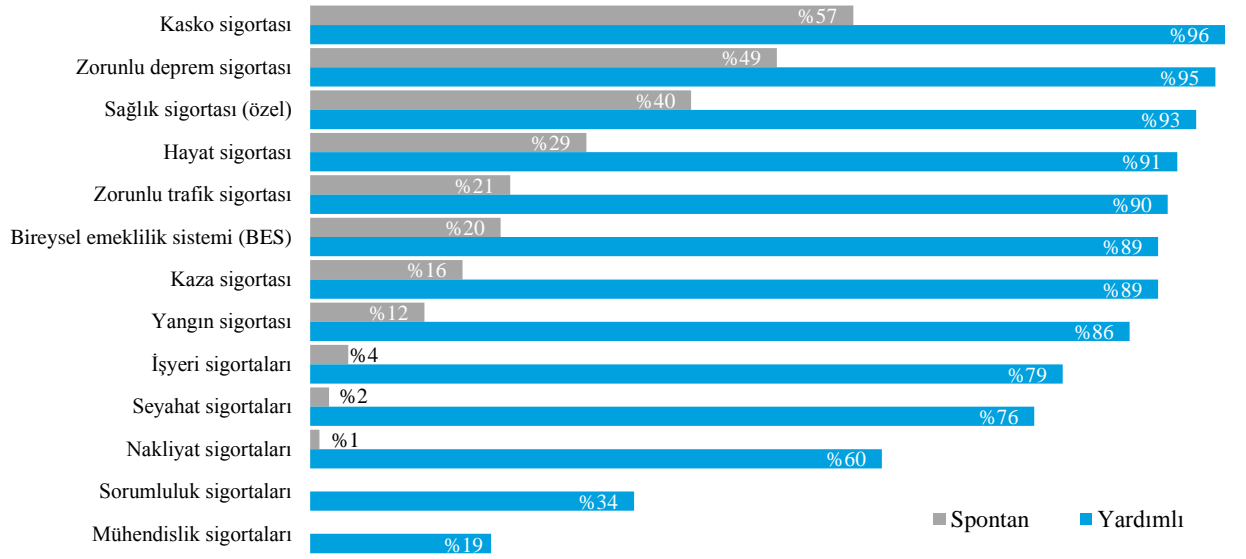
- **Yaş:** 18 yaş üzeri
- **Cinsiyet:** Kadın/Erkek
- **Sosyo-Ekonomik Statü (SES):** AB/C1C2/DE
- **Coğrafi Dağılım:** TÜİK sınıflandırmasına göre 12 NUTS - 1 bölgesi (*İstanbul, Balıkesir, İzmir, Bursa, Ankara, Adana, Kayseri, Samsun, Trabzon, Erzurum, Malatya, Gaziantep*)
- **Diğer kısıtlar:** Sigorta sahipliği, sigorta poliçeleri satın alımında karar alıcı

Anket çalışması, bilinirlik/sahiplik ve satın alma eğilimleri detaylı olarak iki bölümde incelenmiştir.

4.2.1. Bilinirlik/Sahiplik

Bilinirlik konusuna ilişkin, hem spontan hem de yardımcı olarak alınan cevapların sıralamasının benzer olduğu tespit edilmiştir. İlk üçte kasko, zorunlu deprem ve sağlık sigortası yer almaktadır. Tüm sigorta türlerinde bilinirliğin üst gelir gruplarında (AB ses grubu) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

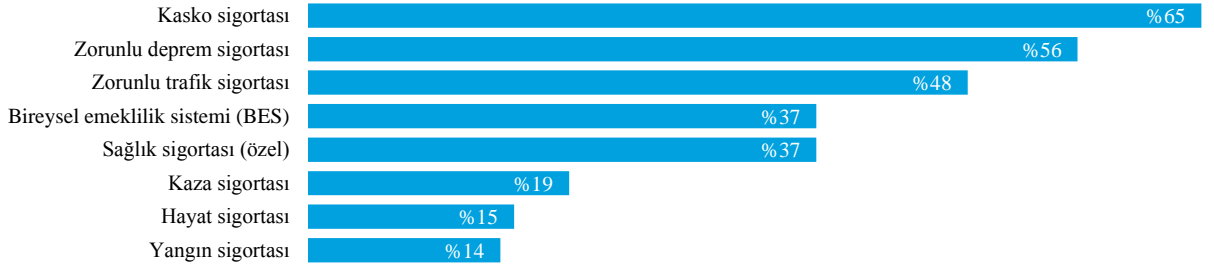
Grafik 17: Soru - Bildiğiniz sigorta türlerini söyler misiniz? Bildiğiniz tüm türleri (sigortaları) sayabilirsiniz.



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Sahiplik konusuna ilişkin yöneltilen soru neticesinde kasko, zorunlu deprem ve zorunlu trafik sigortasının ilk üçte yer aldığı tespit edilmiştir. Tüm sigorta türlerinde sahiplik oranlarının üst gelir gruplarında (AB ses grubu) daha yüksek olduğu, BES ve özel sağlık sigortasının kadınlarda; kasko, trafik, kaza ve yangın sigortalarının ise erkeklerde daha yüksek oranda kullanıldığı tespit edilmiştir.

Grafik 18: Soru - Şuan devam eden bir sigorta poliçeniz var mı? Peki, ne tür sigortalarınız olduğunu öğrenebilir miyiz? Sahip olduğunuz tüm sigorta poliçelerini belirtebilirsiniz.

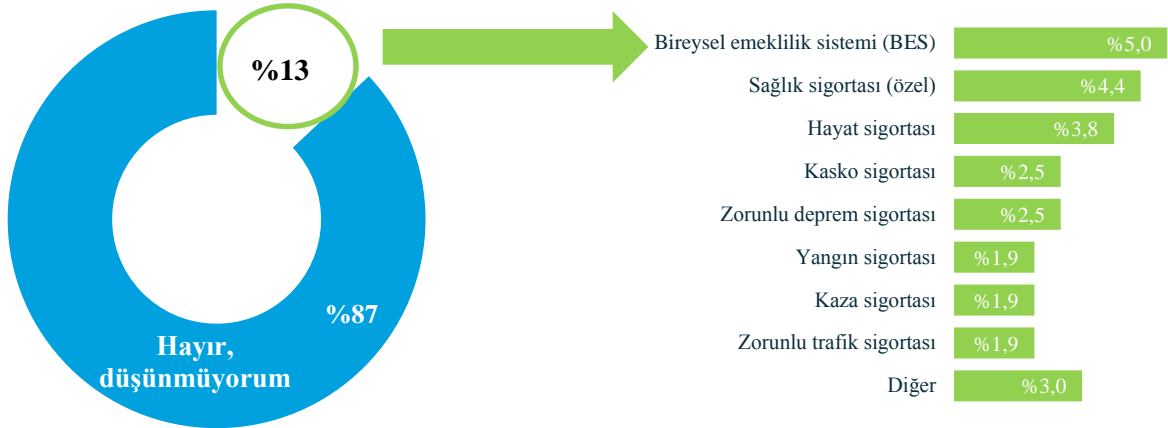


Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

4.2.2. Satın Alma Eğilimleri

Katılımcılar arasında hali hazırda sigorta poliçesi olmayanların kısa vadede herhangi bir sigorta veya BES ürünü alıp almayacaklarına yönelik soruya olumlu yanıt verenlerin (%13); en fazla BES, sağlık sigortası ve hayat sigortası ürünlerini belirttikleri tespit edilmiştir. 2015 yılında sigorta poliçesi satın almayı düşündüğünü belirtenler arasında kadınlar (%23) ve İstanbul'da ikamet edenler (%18) diğer profildeki katılımcılara kıyasla belirgindir.

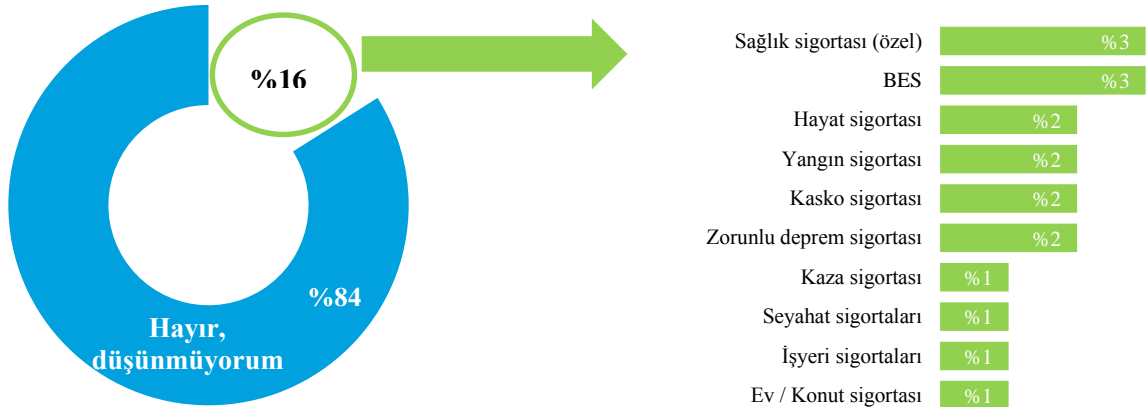
Grafik 19: Soru - 2015 yılı içerisinde sigorta poliçesi satın almayı düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız, ne tür sigorta satın almayı planlıyorsunuz?



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Katılımcıların orta vadede yeni poliçe satın alma eğilimlerini tespit etmek adına yöneltilen soru neticesinde, bu eğilime olumlu yanıt veren katılımcıların (%16), en fazla satın almayı düşündükleri ilk iki ürün sağlık sigortası ve BES olmuştur.

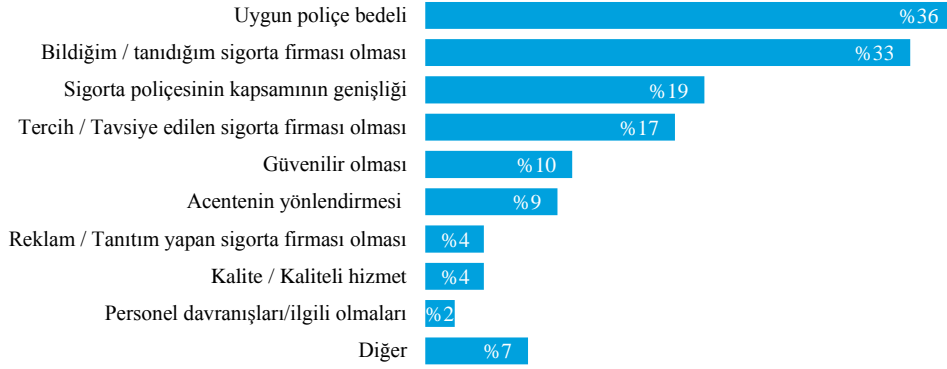
Grafik 20: Soru - Önümüzdeki 1 yıl içerisinde halihazırda sahip olmadığınız (yeni) bir sigorta poliçesi satın almayı düşünüyor musunuz? Ne tür poliçe satın almayı düşündüğünüzü söyler misiniz?



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Anketi Çalışması, Haziran 2015

Sigorta firma tercihi etki eden en önemli unsurlara yönelik soru, en fazla uygun poliçe bedeli ve bilinen/tanınan sigorta firması olması olarak cevaplanmıştır. Uygun poliçe bedeli erkeklerde ve orta gelir grubunda, tanınan firma olması 46 yaş ve üzeri yetişkinlerde, poliçe kapsamının genişliği üst gelir gruplarında, güvenilirlik ise kadınlarda diğer profildeki müşterilere kıyasla sigorta firması tercihi daha önemli bulunmuştur.

Grafik 21: Soru - Sigorta firması tercihlerinize etki eden unsurları söyler misiniz?

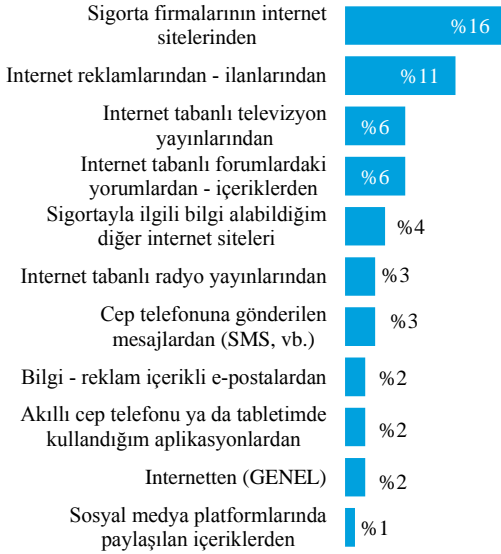


Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Sigorta firma ve poliçelerine ilişkin bilgi kaynakları sorulduğunda, offline kanallarda acentelerin birinci bilgi kaynağı olduğu tespit edilmiştir. Online bilgi kanallarında ise sigorta şirketlerinin internet siteleri ve reklamlarının ön planda olduğu gözlenmiştir. Online bilgi kaynaklarını kullananlar arasında 19-34 yaş grubu (55%), bekarlar (51%); offline yöntemleri kullananlar arasında ise 35 yaş üzeri (75%) yetişkinler ve evlilerin (68%) diğer profildeki müşterilere kıyasla daha belirgin olduğu tespit edilmiştir.

Grafik 22: Soru - Sigorta firmaları/poliçeleriyle ilgili bilgileri hangi kanallardan (mecralardan) aldığınızı belirtir misiniz?

Online Kaynaklar: %44



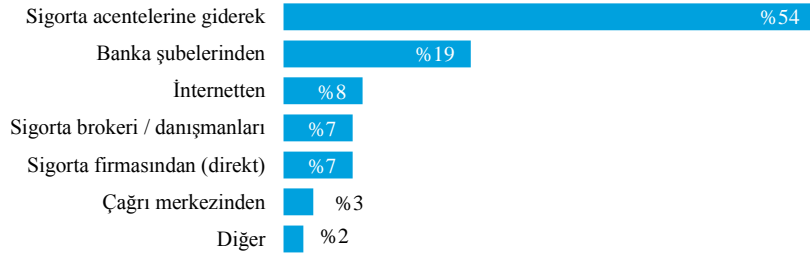
Offline Kaynaklar: %67



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Sigorta poliçelerinin genellikle nereden alındığına yönelik soruya en fazla acente cevabı verilmiştir. Acenteler erkeklerde ve AB ses grubunda, banka şubeleri kadınlarda, 19-26 yaş grubu ise internette diğer profillere kıyasla daha belirgindir.

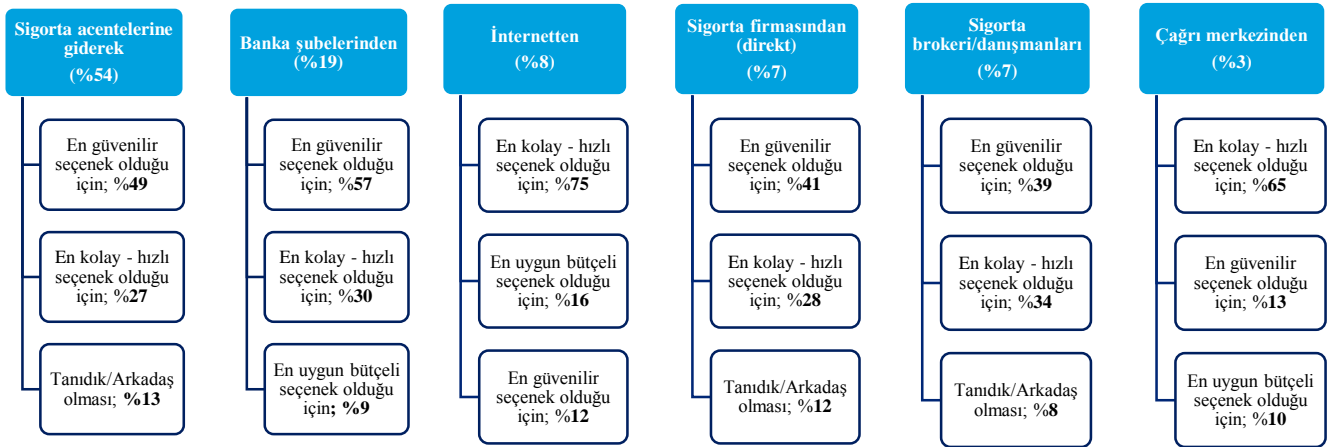
Grafik 23: Soru - Sigorta poliçelerinizi genellikle NEREDEN satın aldığınızı belirtir misiniz?



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Tercih edilen sigorta dağıtım kanallarının tercih edilme sebepleri sorulduğunda; acente, banka, sigorta firmasına giderek (direkt) ve broker kanalları en güvenilir seçenek oldukları için tercih edilirken; internet ve çağrı merkezi kanallarının en kolay ve hızlı seçenek olduğu için tercih edildikleri tespit edilmiştir.

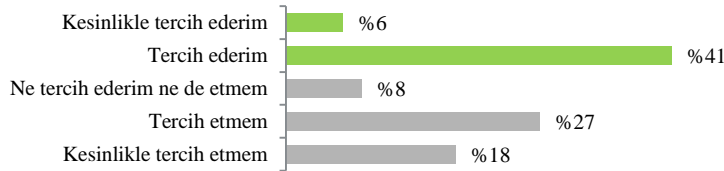
Şekil 1: Soru - Sigorta poliçelerinizi genellikle satın aldığınızı belirttiniz. Bu tercihinizin nedenini öğrenebilir miyiz?



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Katılımcılara, yakın gelecekte sigorta poliçelerinin dijital kanallardan kullanımı eğilimine ilişkin yaklaşımları sorulduğunda, katılımcıların %47'si dijital kanalları yakın gelecekte tercih edeceğini belirtmiştir.

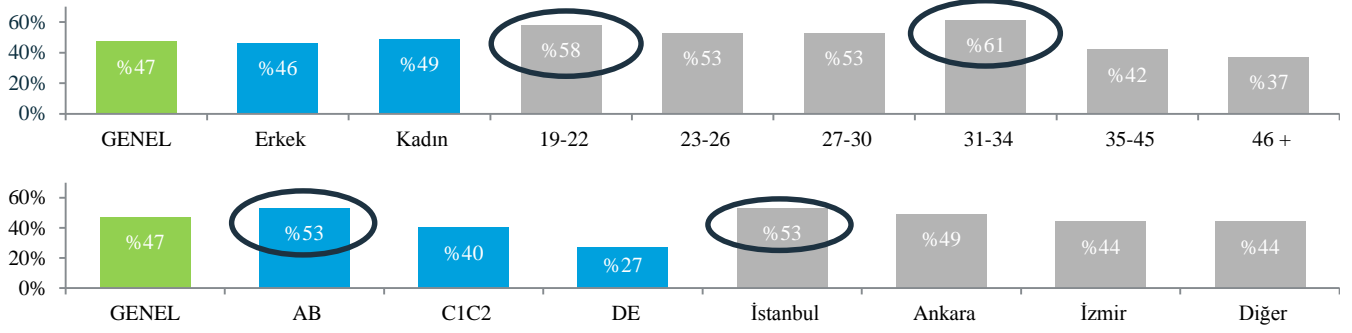
Grafik 24: Soru - Yakın gelecekte sigorta poliçelerinizi internet üzerinden satın almayı tercih eder misiniz? Mesela internet siteleri, cep telefonu ya da tablet PC uygulamaları (uygulamaları) kullanarak...



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

İlgili soruya tercih ederim ve kesinlikle tercih ederim yanıtını veren katılımcıların demografik kırılımları incelendiğinde ise, online poliçe satın alma eğiliminin 19 - 34 yaş grubundaki müşterilerde daha yüksek olduğu ve online poliçe satın alma eğiliminin sosyo-ekonomik statü ile doğrusal olarak hareket ettiği tespit edilmiştir. Sosyo-ekonomik statü arttıkça online poliçe satın alma eğilimi de artmaktadır. İl bazlı kırılım incelendiğinde, İstanbul'da dijital kanallara göre daha çok eğilim olduğu gözlenmektedir.

Grafik 25: Demografik Kırılım - Dijital Eğilim



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Katılımcılar arasında halihazırda BES ürünü olmayan katılımcıların bu ürünü almama sebepleri arasında mevcut sosyal güvenlik sigortasından dolayı ihtiyaç duymama, BES sistemine girebilecek gelirin bulunmaması ve sisteme ilişkin bilginin olmaması ön plana çıkmıştır.

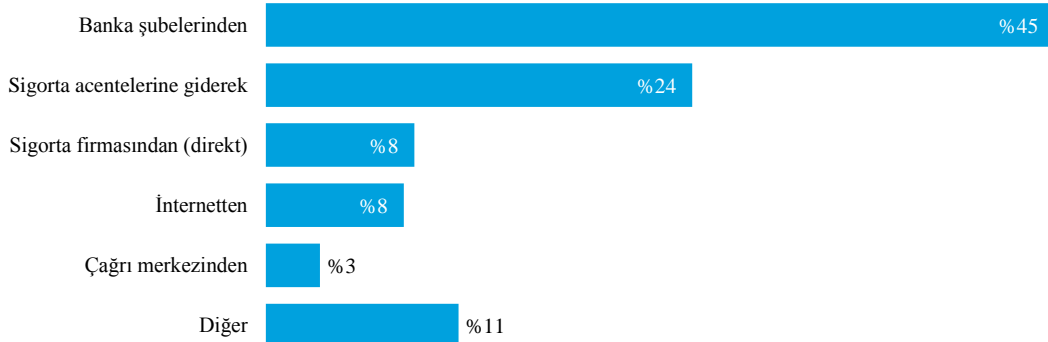
Grafik 26: Soru - Biraz önce bireysel emeklilik sistemine (BES) dahil olmadığınızı belirttiniz. Bireysel emeklilik yaptırmama tercih etmeme nedenlerinizi öğrenebilir miyiz?



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Katılımcılar arasında halihazırda BES ürünü olmayan katılımcıların bu ürünü alması durumunda hangi kanalı tercih edeceği sorulduğunda ön plan çıkan kanallar bankasürans ve acenteler olmuştur.

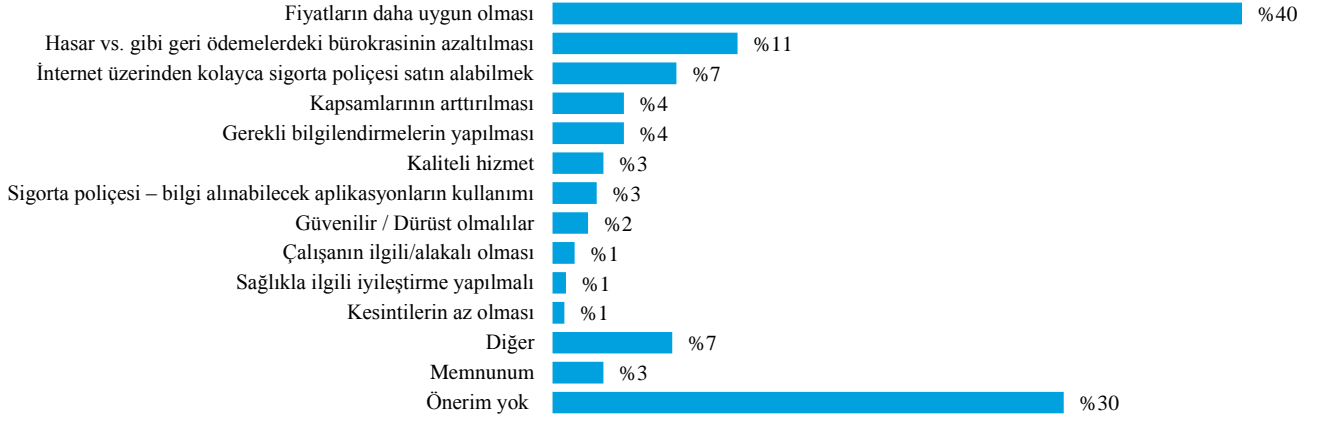
Grafik 27: Soru - 2015 yılı içerisinde bireysel emeklilik sistemine dahil olsaydınız, hangi satış kanalını tercih ederдіңiz?



Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

Anket katılımcılarına sigorta hizmetleri ve kanallara yönelik uzun vadeli iyileştirme önerileri sorulduğunda, fiyatların daha uygun olması, hasar süreçlerinin iyileştirilmesi ve internet üzerinden kolayca poliçe satın alabilmek ilk üç öneri olarak ön plana çıkmıştır.

Grafik 28: Soru - Önümüzdeki 5 yıl içerisinde sigorta hizmetlerinin iyileştirilmelerine yönelik beklentilerinizi öğrenebilir miyiz?



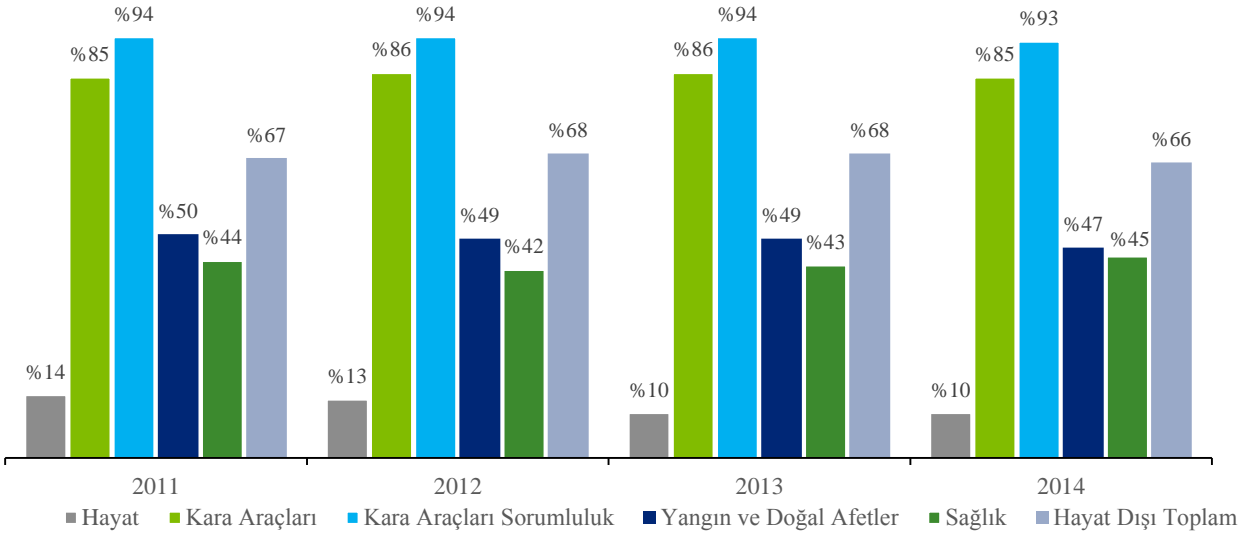
Kaynak: Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015

4.3. Türkiye Sigorta Acenteleri Mevcut Durum Analizi

4.3.1. Mevcut Durum

2014 yıl sonu itibariyle sektördeki toplam sigorta prim üretiminin %59'u acenteler tarafından gerçekleştirilmiştir. Hayat dışı ürünlerde bu oran %66, hayat ürünlerinde ise %10'dur. Acenteler, trafik ve kasko branşlarında tüm satış kanalları arasında en yoğun kullanılan kanal olmakla beraber özellikle hayat branşındaki payı yıllar içerisinde düşüş göstermiştir, 2014 yılında hayat branşında acente kanalı ile yapılan satış, tüm primlerin %10'udur. Acentelerin toplam primlerden aldığı payın sağlık branşı haricinde düşüş gösterdiği veya sabit olarak seyrettiği gözlenmektedir.

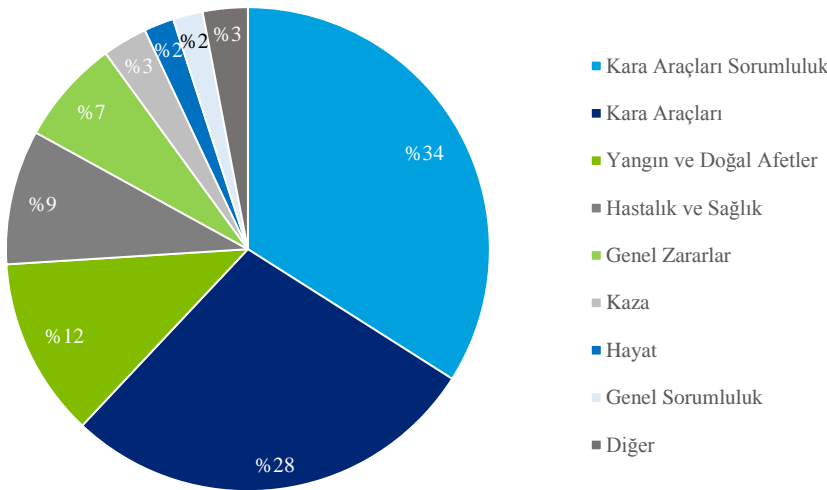
Grafik 29: Toplam Primlerden Acentelerin Aldığı Pay (Branş Bazında)



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Acentelerin ürettiği primlerin kendi içindeki sıralaması incelendiğinde ise kara araçları, kara araçları sorumluluk, yangın ve doğal afetler ile hastalık/sağlık branşlarının acenteler tarafından en çok satılan ürünler olduğu gözlenmektedir.

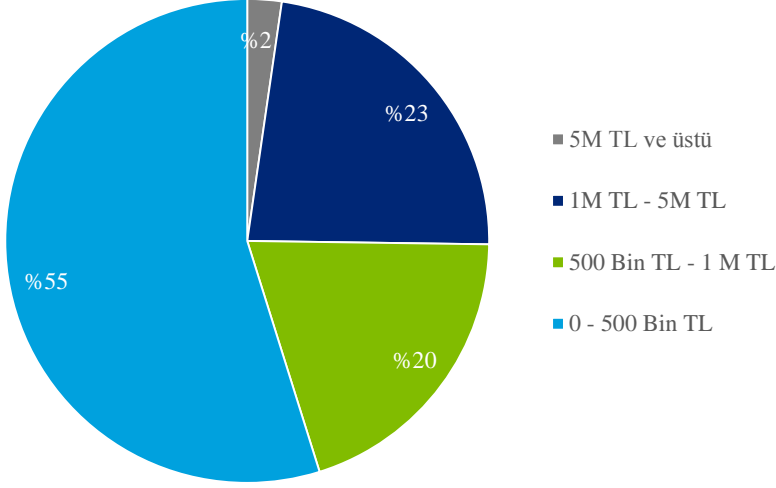
Grafik 30: Acente Prim Üretimi İçindeki Branş Payları (2014)



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Tüzel kişi acente kayıtlarının tüm kayıtlar içindeki oranı %51'dir.¹⁴⁴ Prim üretimleri olan acentelerin %2,3'ü 5 milyon TL ve üzeri prim üretirken, 1 milyon TL ile 5 milyon TL arası prim üreten acentelerin oranı %23, 500 bin TL ile 1 milyon TL arası prim üreten acentelerin oranı ise %20'dir. Acentelerin %55'i ise 500 bin TL'nin altında prim üretmektedir.

Grafik 31: Prim Üretimlerine göre Acente Adedi Dağılımı*



Kaynak: Sigorta ve Reasürans Brokerleri Derneği, Türkiye Sigorta Aracıları Değerlendirme Raporu, Özet Beyan Dokümanı, 2015
*Prim üretimi olmayan acenteler analizden çıkarılmıştır.

Özellikle diğer dağıtım kanalları kaynaklı rekabet, teknolojinin günlük yaşamda kullanımının artması, alternatif dağıtım kanallarının oluşması ve mevzuata uyum süreci ile birlikte acente yapılarında değişimler gözlenebilecektir. Yüksek prim üretimleri gerçekleştirebilecek, 22 Nisan 2014 tarihli ve 28980 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan ve daha sonra 30 Aralık 2014 tarihinde değişiklik yapılan Sigorta Acenteleri Yönetmeliğinde yer alan ("Yönetmelik") gereksinimleri karşılayabilecek güçlü ve kurumsal acentelerin varlığı, sigorta sektörünün sağlıklı büyümesi açısından oldukça büyük önem taşımaktadır.

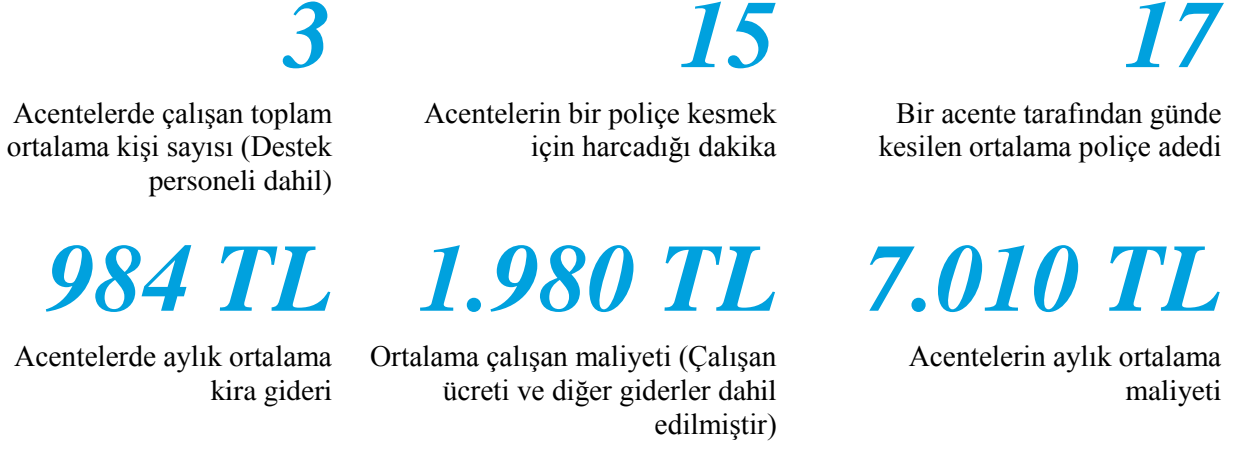
4.3.2. Acente Anket Çalışması

Rapor kapsamında, özellikle acentelerin karşılaştığı farklı sorunların tespit edilmesi ve il bazlı farklılaşan acente maliyetlerinin ve branş bazlı poliçe maliyetlerinin analiz edilmesi amacı ile Türkiye genelinde yaklaşık 2.500 acentenin katılımı ile 15 Mayıs - 1 Haziran 2015 tarihleri arasında internet bazlı acente anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Gerekli veri temizliği çalışması sonrasında örneklem adedi 1.831 olarak tespit edilmiştir. **Anket çalışması** sonuçlarına göre önemli bulgular aşağıdaki gibidir:

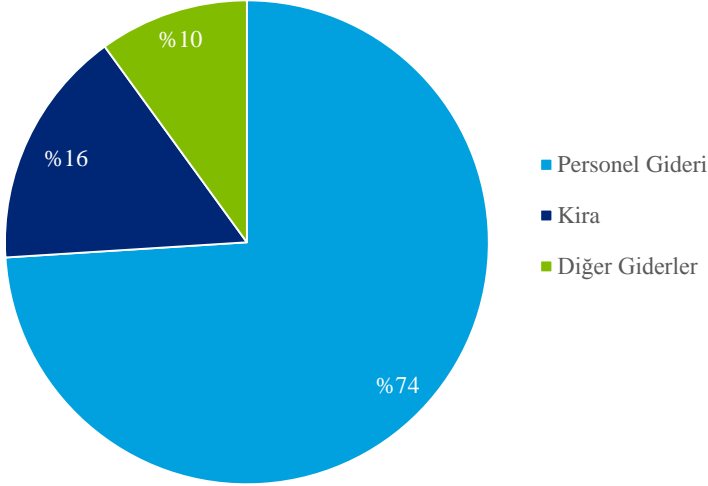
- Acentelerde ortalama 3 kişi çalışmaktadır. (Genel Müdür, Müdür, Teknik Personel ve Destek Personeli dahil tüm çalışanlar)
- Acentelerin aylık maliyeti ortalama 7.010 TL'dir. Acente maliyetlerinin il bazlı farklılaşmasındaki en temel etken, ortalama çalışan sayısıdır.
- Acentelerin ortalama aylık 984 TL kira ödediği ve ortalama bir çalışanın maliyetinin aylık 1.980 TL olduğu tespit edilmiştir. Çalışan maliyetine, çalışanın ücreti ve diğer giderleri dahil edilmiştir.
- Acente maliyetlerinin en yüksek olduğu iller sırasıyla İstanbul, Ankara ve İzmir'dir.
- Acente maliyetlerinin en düşük olduğu iller sırasıyla Tunceli, Muş ve Hakkari'dir.
- Acenteler bir poliçeyi kesmek için ortalama 15 dakika harcarlarken, günde ortalama 17 poliçe kesmektedirler. Detaylı il bazlı maliyetlere Ek - 1'de yer verilmiştir.

¹⁴⁴ Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, İl Bazlı Acente Kayıtları

Şekil 2: Anket Çalışması Temel Bulguları



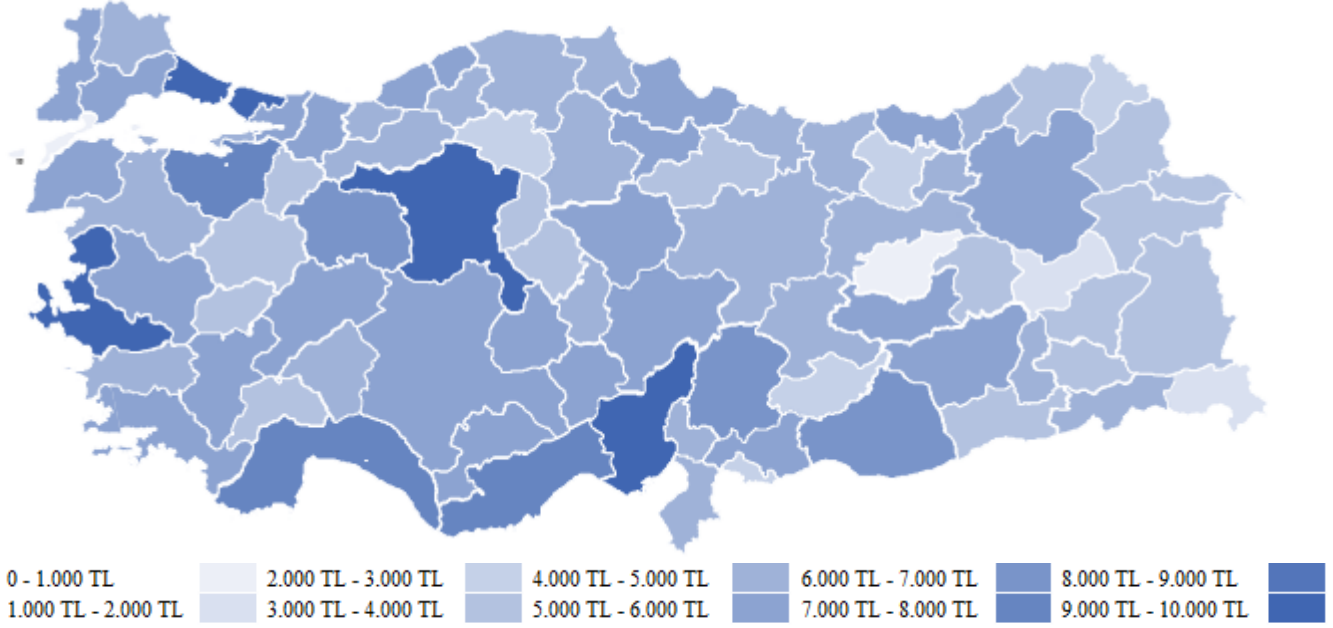
Grafik 32: Acente Maliyetlerinin Kırılımı



Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

İl bazlı anket çalışmasının sonucu olarak ortaya çıkan il bazlı ortalama acente maliyetlerine göre ısı haritası oluşturulmuştur. İstanbul, Ankara, İzmir, Adana ve Gaziantep'in çevre iller ile kıyaslandığında öne çıktığı, ortalama acente maliyetleri bölgesel olarak incelendiğinde ise; Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinde maliyetlerin yüksek olduğu, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde acente maliyetlerinin daha düşük olduğu gözlenmektedir.

Şekil 3: İl Bazlı Aylık Ortalama Acente Maliyetleri Isı Haritası



Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

En yüksek maliyete sahip 10 il ile en düşük maliyete sahip 10 il aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 16: Acente Anketi - İl Bazında Maliyetler

Maliyeti En Yüksek 10 İl	Yıllık Acente Maliyeti	Maliyeti En Düşük 10 İl	Yıllık Acente Maliyeti
İstanbul	117.661 TL	Tunceli*	12.000 TL
Ankara	114.115 TL	Muş	17.820 TL
İzmir	109.811 TL	Hakkari*	18.000 TL
Adana	109.474 TL	Ardahan*	27.000 TL
Bursa	91.079 TL	Kilis	27.500 TL
Antalya	86.488 TL	Çankırı	28.479 TL
Mersin	85.351 TL	Adıyaman	33.011 TL
Şanlıurfa	78.120 TL	Gümüşhane*	34.500 TL
Kahramanmaraş	76.626 TL	Artvin	37.950 TL
Eskişehir	73.861 TL	Iğdır*	38.400 TL

Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

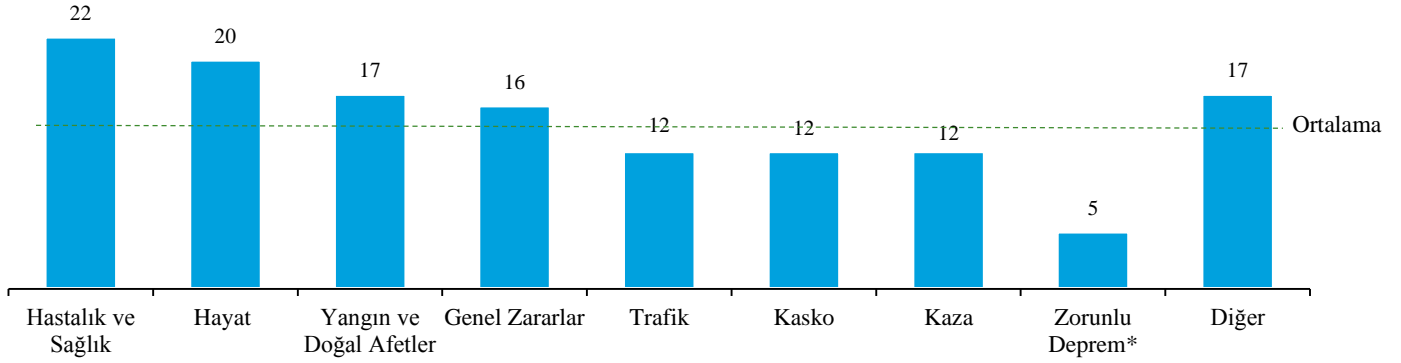
* ile gösterilen illere ilişkin veriler TOBB Sigorta Acenteleri Bölgesel Gelişmişlik ve Taşıma Kapasitesi Araştırması, Yrd. Doç. Dr. Erdem Kırkbeşoğlu, 2015 raporundan alınmıştır.

Zorunlu Sigortalar için Birim İşlem Maliyet Analizi

Anket sonuçlarına göre;

- Acenteler en çok hastalık ve sağlık poliçesi (22 dk), en az zorunlu deprem (5 dk*) poliçesi için zaman harcamaktadırlar.
- Bir poliçe satışı için ortalama 15 dakika harcanmaktadır.

Grafik 33: Poliçe Başına Harcanan Süre Dağılımı (Dakika)



Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015,

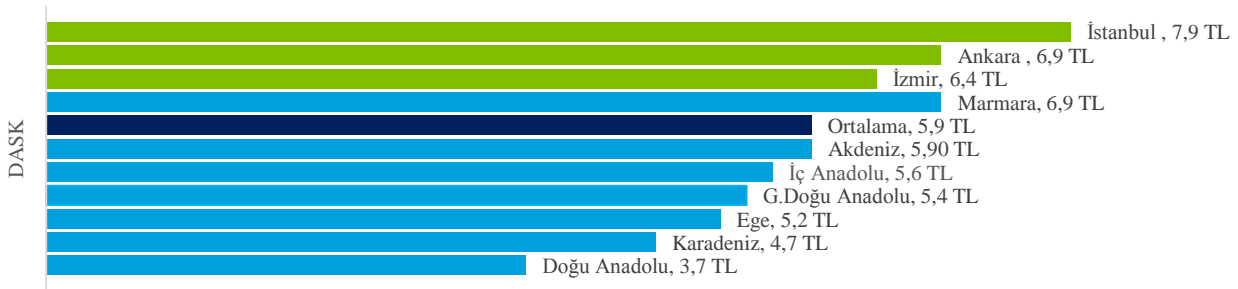
* Zorunlu deprem poliçesi için harcanan net zamanı ifade etmektedir. Bilgi almak için ilgili mercilerle görüşülen zaman dahil edilmemiştir. Bu zaman göz önüne alındığında, maliyetin artacağı düşünülmektedir.

İl bazındaki maliyetler, kesilen poliçe adetlerine ve harcanan sürelerle oranlanıp trafik ve zorunlu deprem branşı poliçe maliyetleri hesaplanmıştır:¹⁴⁵

- Zorunlu deprem branşında işlem başı maliyet ortalama 5,9 TL olarak hesaplanırken; İstanbul için 7,9 TL, Ankara için 6,9 TL, İzmir için 6,4 TL olarak hesaplanmıştır.
- Trafik branşında işlem başı maliyet 12,7 TL olarak hesaplanırken; İstanbul için 14,4 TL, Ankara için 16,9 TL, İzmir için 15,9 TL olarak hesaplanmıştır.

Zorunlu deprem branşında İstanbul il olarak en yüksek maliyete sahipken, Marmara bölgesi en maliyetli bölge olarak öne çıkmıştır. Trafik branşında ise Ankara en yüksek maliyete sahip il olurken, İç Anadolu Bölgesi poliçe başına maliyeti en yüksek bölgedir.

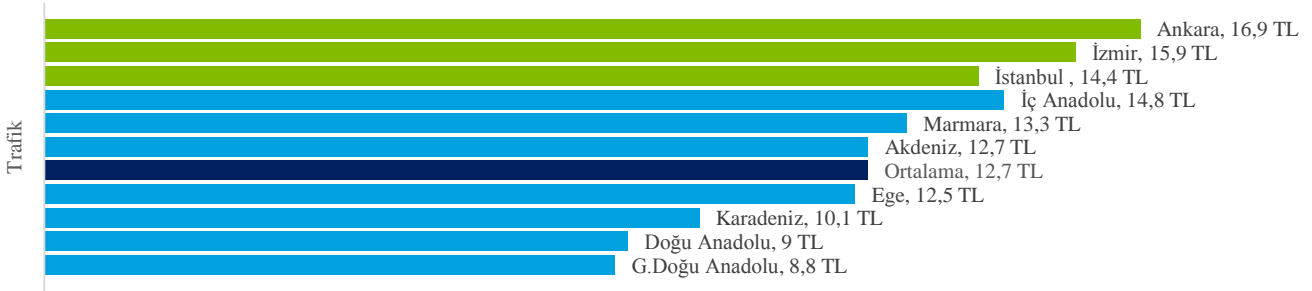
Grafik 34: Zorunlu Deprem Poliçesi Başına Maliyet



Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

¹⁴⁵ Yıllık çalışma günü 300 gün olarak alınmıştır. Ortalama poliçe maliyetleri, illere kayıtlı acente sayısının ağırlıklı ortalamasına göre hesaplanmıştır. Belirtilen poliçe maliyetlere ek olarak, müşteri talebine bağlı oluşabilecek ek maliyetler (kargo maliyeti vb.) ortaya çıkabilmektedir.

Grafik 35: Trafik Poliçesi Başına Maliyet



Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

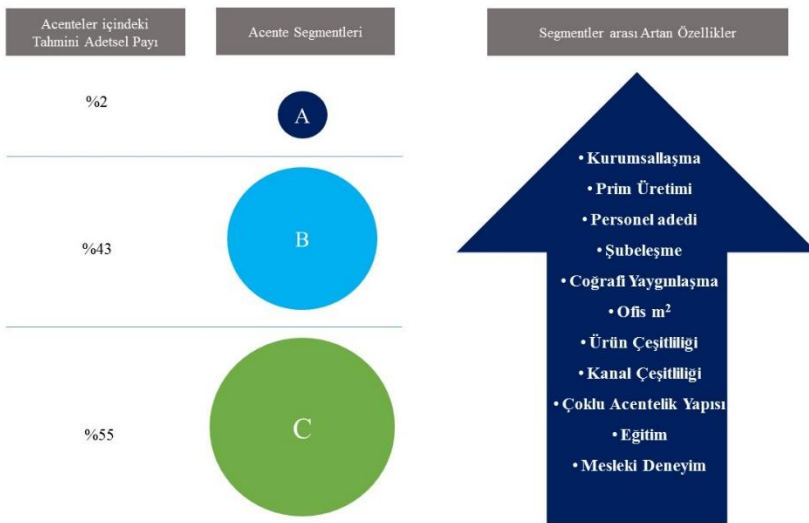
Buna ek olarak anket dışında ele alınan Tıbbi Kötü Uygulamaya İlişkin Zorunlu Mali Mesuliyet poliçesinin maliyeti ortalama 12,5 TL olarak hesaplanmıştır.

4.3.3. Acente Sınıflandırması

Türkiye’de faaliyet gösteren acente yapılarının homojen olmaması sebebiyle, hem karşılaşılan sorunların hem de raporun ilerleyen bölümünde tanımlanan Sigorta Acenteliği 2023 vizyonu ve stratejik inisiyatiflerin acente tipleri bazında farklılaştığını ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda acenteler, aşağıdaki şekilde sınıflandırılmış olup, her bir acente tipinin tüm acenteler içindeki payı ve C tipi acentelerden A tipi acentelere doğru artan değişimler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. Raporun bundan sonraki bölümlerinde acente bazlı farklı sorun ve hedeflerde, aşağıdaki görselde tanımlanan sınıflara atıfta bulunmaktadır. Acente sınıflandırmasında pek çok kriter bir arada değerlendirilmektedir. Gerçekleştirilen sınıflandırma çalışmasında, C sınıfı acenteden B sınıfı acenteye ve B sınıfı acenteden A sınıfı acenteye doğru geçerken, acentelerin:

- Kurumsallaşma oranları artmakta,
- Prim üretimleri ve istihdamları artmakta,
- Şubeleşme oranı ve dolayısı ile coğrafi yaygınlıklarını yükselmekte,
- Ofis büyüklükleri artmakta,
- Ürün ve kanal yapıları çeşitlenmekte,
- Daha çok sigorta şirketi ile çalışmakta,
- Mesleki deneyim ve eğitim ihtiyaçları artmaktadır.

Şekil 4: Acente Sınıflandırması



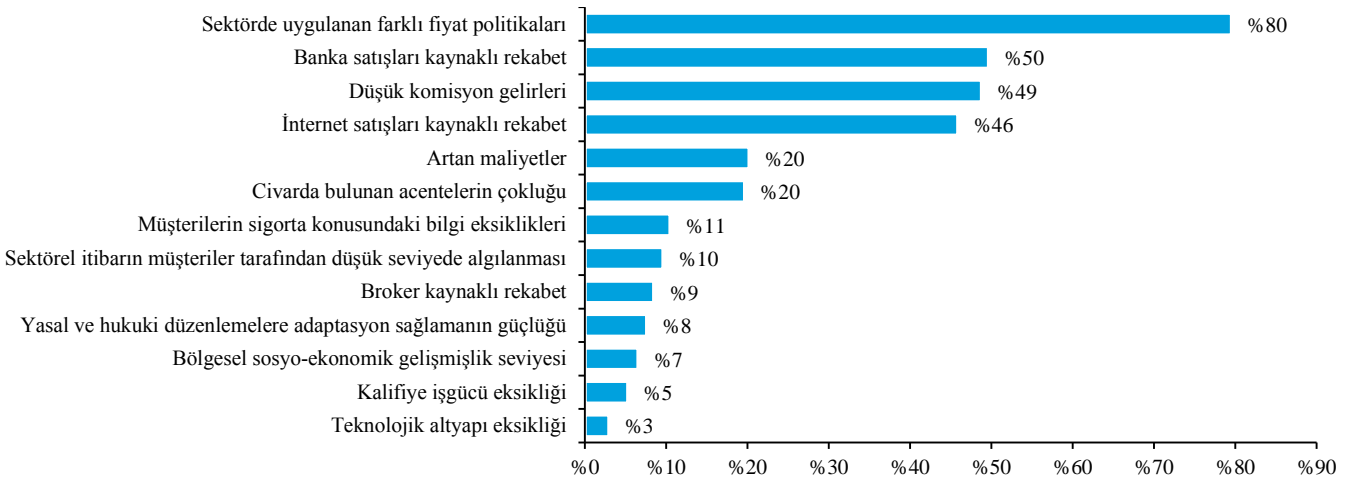
Kaynak: Deloitte Analizi

4.3.4. Acentelerin Karşılaştığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Raporun bu bölümünde acenteler, Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, İl Delegeleri ve Dernek Başkanları ile yapılan görüşmeler ve acentelerin katılımı ile gerçekleştirilen anket çalışmasının sonuçlarına göre belirlenen sorunlar değerlendirilmektedir. Buna ek olarak, raporun 5. bölümünde daha detaylı olarak ele alınacak çözüm önerilerine yer verilmektedir. Türkiye genelinde yaklaşık 2.500 acentenin katılımı ile gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen sonuçlara göre acentelerin başlıca sorunları aşağıdaki gibi şekillenmiştir.

Ankete katılan acentelerin %80'i sektörde uygulanan farklı fiyat politikalarını acentelerin başlıca sorunu olarak ifade ederken, bu sorunu banka satışlı rekabet ve düşük komisyon gelirlerine ilişkin sorunlar takip etmektedir. Acenteler aşağıdaki grafikte yer alan sorunların yanı sıra kayıt dışı acenteler, şubeleşme, bölgesel bazlı sigorta şirketlerinin acentelik vermemesi ve denetim eksikliği gibi farklı konuları da ön plana çıkarmışlardır.

Grafik 36: Acente Anketi - Acente Sorunları Analizi



Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

Bölgesel bazlı acente sorunlarının yoğunlaşması¹⁴⁶ incelendiğinde, birçok bölge tarafından ön plana çıkarılan konu civarda bulunan acentelerin çokluğu olurken; özellikle Doğu, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde acentelik verilmemesi, denetim eksikliği, bölgesel sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi ve acente adına satış yapan kayıt dışı araçlar sorunları ön plana çıkmaktadır. Artan maliyetler sorunu en yoğun olarak Marmara Bölgesi tarafından vurgulanmıştır. Yasal ve hukuki düzenlemelere adaptasyon sağlamanın güçlüğü sorunu batı bölgelerinde daha fazla ön plana çıkmıştır.

Tablo 17: Acente Anketi - Bölgesel Bazlı Acente Sorunları

Acente Sorunları	Ege	Akdeniz	İç Anadolu	Marmara	Doğu Anadolu	G.Doğu Anadolu	Karadeniz
Sektörde uygulanan farklı fiyat politikaları	✓		✓			✓	✓
Düşük komisyon gelirleri		✓	✓		✓		
Banka satışları kaynaklı rekabet	✓			✓	✓		
İnternet satışları kaynaklı rekabet			✓			✓	✓
Artan maliyetler				✓			
Civarda bulunan acentelerin çokluğu	✓	✓	✓		✓		✓
Müşterilerin sigorta konusundaki bilgi eksiklikleri	✓	✓	✓				
Sektörel itibarın müşteriler tarafından düşük seviyede algılanması				✓		✓	
Broker kaynaklı rekabet				✓			✓
Yasal ve hukuki düzenlemelere adaptasyon sağlamanın güçlüğü	✓	✓		✓			

¹⁴⁶ Yoğunluk, ilgili sorunun yüzdesel olarak Türkiye ortalamasının daha üzerinde belirtildiği durumları ifade etmektedir. İlgili sorunun tabloda işaretli olmaması, bölgede o sorunun belirtilmediği anlamına gelmemektedir.

Acente Sorunları	Ege	Akdeniz	İç Anadolu	Marmara	Doğu Anadolu	G.Doğu Anadolu	Karadeniz
Bölgesel sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi			✓		✓	✓	✓
Kalifiye işgücü eksikliği		✓		✓		✓	
Teknolojik altyapı eksikliği				✓			✓
Acente adına satış yapan kayıt dışı araçlar		✓			✓	✓	✓
Şubeleşme	✓		✓			✓	
Acentelik verilmemesi					✓	✓	✓
Denetim eksikliği					✓	✓	✓

Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

Acenteler tarafından ifade edilen sorunların yoğunlaşması acente sınıflarına göre de farklılık gösterebilmektedir. A tipi acentelerde yoğunlaşma broker kaynaklı rekabet, kalifiye işgücü eksikliği ve teknolojik altyapı eksikliği olurken, C tipi acentelerde yoğunluklu olarak sektörde uygulanan farklı fiyat politikaları, düşük komisyon gelirleri, banka ve internet satışları kaynaklı rekabet, yasal ve hukuki düzenlemelere adaptasyon sağlamanın güçlüğü, kayıt dışı acenteler ve şubeleşme konuları ön plana çıkmaktadır. Her üç tip acente için ortak yoğunlukta çıkan konular, bölgesel sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi, müşterilerin sigorta konusundaki bilgi eksiklikleri, sektörel itibar ve denetim eksikliğidir. Acente adına satış yapan kayıt dışı araçlar ve şubeleşme konuları daha yoğun olarak C tipi acenteler tarafından dile getirilmiştir.

Tablo 18: Acente Anketi - Sınıflar Bazında Acente Sorunları

Acente Sorunları	A	B	C
Sektörde uygulanan farklı fiyat politikaları			✓
Düşük komisyon gelirleri			✓
Banka satışları kaynaklı rekabet			✓
İnternet satışları kaynaklı rekabet			✓
Artan maliyetler		✓	✓
Civarda bulunan acentelerin çokluğu		✓	✓
Müşterilerin sigorta konusundaki bilgi eksiklikleri	✓	✓	✓
Sektörel itibarın müşteriler tarafından düşük seviyede algılanması	✓	✓	✓
Broker kaynaklı rekabet	✓		
Yasal ve hukuki düzenlemelere adaptasyon sağlamanın güçlüğü		✓	✓
Bölgesel sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi	✓	✓	✓
Kalifiye işgücü eksikliği	✓	✓	
Teknolojik altyapı eksikliği	✓		
Acente adına satış yapan kayıt dışı araçlar			✓
Şubeleşme			✓
Acentelik verilmemesi			✓
Denetim eksikliği	✓	✓	✓

Kaynak: Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

Acenteler için ön plana çıkan sorun ve çözüm önerilerine aşağıda detaylı olarak yer verilmektedir:

4.3.4.1 Sektörde Uygulanan Farklı Fiyat Politikaları

Artan rekabet şartlarında özellikle belli branşlarda poliçe fiyatlarının düşmesi; fiyatlandırma politikalarına bir standart getirilmesi gereksinimini her zamankinden önemli kılmaktadır. Poliçe fiyatlarının gelişmiş ülke standartlarına kıyasla düşük olması, özellikle trafik branşında fiyatlandırma sisteminin standart çalışmaması ve kazanç/emek oranı düşük olan ürünlerin acenteler için karlı ürünler olmaması farklı bir sorun olarak ön plana çıkmaktadır.

Trafik branşında uygulanan farklı fiyat politikaları, sigorta şirketlerini de olası yüksek hasar riskine karşı savunmasız bırakabilmektedir. Acente prim üretimleri arasında yaklaşık %35'lik paya sahip olan trafik branşında müşteriler genel olarak birden çok sigorta şirketi ile anlaşması bulunan ve fiyat karşılaştırmalarını daha hızlı yapabildikleri acenteleri/şubeleri tercih etmektedir. Bu durum özellikle büyük iller dışında faaliyet gösteren C tipi

acenteleri olumsuz yönde etkilemekte, acente adına satış yapan kayıt dışı aracılardan poliçe kesmesini teşvik edebilmekte, acentelerin kendi aralarındaki iş paylaşımı oranını arttırabilmektedir.

4.3.4.2 Düşük Komisyon Gelirleri

Ülkemizde hem sigortalılık oranının düşük olması, hem de rekabetçi fiyat politikalarından endirekt olarak etkilenen acenteler, komisyon gelirlerinin düşük olmasını önemli bir sorun olarak belirtmektedirler. Ankete katılan her iki acenteden biri düşük komisyon gelirlerinin acentelerin karşılaştığı sorunlardan biri olarak göstermiş olup, sektörün sağlam temeller ile sürdürülebilirliğinin sağlanması için acentelerin gelirlerinin arttırabileceği şartların önemini altını çizmiştir. Acentelerin satış ve pazarlama faaliyetlerindeki kazanç/emek oranının yüksek olması hem çalışan motivasyonunun artırılması hem de sektörün gelişmesi için önem teşkil etmektedir. Acenteler, özellikle belirli branşlarda poliçe satışına odaklanmak yerine, ürün ve hizmet yelpazelerini arttırmalı, yurt dışında seçilmiş ülke örneklerinde olduğu gibi “finansal danışman” olarak faaliyetlerini genişletmelidir. Bu bağlamda, özellikle Almanya’da sigorta ürünleri konusunda verilen danışmanlık hizmeti karşılığında ücret alınan “danışmanlık” modeli, gelirlerin artırılması anlamında dikkat çekici bir örnektir.

4.3.4.3 Banka Satışları Kaynaklı Rekabet

Bankalar, son yıllarda artan şekilde bankacılık dışı finansal ürünlerin satışı ve aracılık hizmetlerinde etkin rol almaya başlamış olup, faiz dışı gelirlerini arttırmaya odaklanmaktadır. Buna sigorta ve emeklilik ürünleri de dahildir. Sektörde 2013 yılında olduğu gibi 2014 yılında da hayat sigortası ürünlerinin %80’i ve hayat dışı ürünlerinin %14’ü bankalar tarafından satılmış olup; 2014 yıl sonu itibarıyla toplam prim üretiminde bankaların payı %23 olarak gerçekleşmiştir.¹⁴⁷ Bu durum özellikle hayat branşında seçilen yurt dışı örnekler ile paralellik göstermektedir.

Müşteri verisi, analitik yaklaşımlar ve segment bazlı stratejiler anlamında finans sektörünün lideri olan bankalar, ileri teknolojik alt yapılarının da desteği ve düşük işlem maliyetleri ile çapraz satış imkanlarını değerlendirmektedirler. Bankaların, müşterileri tarafından tüm finansal ürünler ile ilişkilendirilen organizasyonlar olması, rekabette bankaları bir adım öne çıkaran bir diğer etkidir.

Acente anketi uyarınca, acenteler tarafından tüm rakip kanallar içinde bankalar en büyük rakip olarak ön plan çıkmaktadır.

4.3.4.4 İnternet Satışları Kaynaklı Rekabet

2000’li yıllardan itibaren artarak devam eden satış kanallarının çeşitlenmesi süreci, son yıllarda ivme kazanmış olup, gelecekte de bu sürecin benzer şekilde devam etmesi beklenmektedir. Sigorta sektörü de bu süreçten etkilenmiş, özellikle tüketicilerin satın alma davranışlarının değişmesi ve teknoloji ile büyüyen yeni bir neslin oluşması ile birlikte internet sitelerinden poliçe satışları başlamıştır. Yurt dışı örnekleri incelendiğinde de, özellikle motor gibi daha standart branşlarda dijital kanalların daha fazla ön plana çıktığı gözlenmektedir.

Sigortacılıkta internetten satış, hali hazırda, diğer sektörlerdeki gibi tercih edilen ve bilinen bir kullanım alanı olmasa bile, uzun vadede sektörde önemli bir yere ulaşacağı düşünülmektedir. İnternette satışın sigortalılık oranını ve penetrasyonu arttırması beklenmekle birlikte, bu kanalın geleneksel kanalları negatif etkilemesinden çok tamamlayıcı bir kanal olarak pozisyonlanması acenteler ve sektör açısından daha uygun olacaktır. Bu durum 4.2. bölümde ele alınan satın alma eğilim anketi sonuçları ile desteklenmektedir.

Değişen satın alma alışkanlıkları, bilgiye hızlı, kolay ve her an ulaşma isteği ve fiyat/karşılaştırma avantajları müşterileri internet üzerinden işlemlere yönlendirirken, acentelerin bu konuda doğru aksiyonları almaları gerekmektedir. İnternette satış platformlarını oluşturan acenteler sektörde bir adım öne çıkacak, müşteri portföylerini farklı kanallara yönlendirme fırsatı bulacaklardır. Kanal çeşitliliğini sağlayabilmek anlamında A tipi acentelerin daha avantajlı olduklarını söylemek mümkündür. İnternette satış kanalını kullan(a)mayan acenteler ise prim üretimlerini arttıramamakla birlikte, daha az maliyet ile poliçe satma fırsatını yakalayamayabileceklerdir. Acentelerin hem fiziksel hem de internetten satış yapabilmeleri, buldukları bölgeye ilişkin yerel bilgi ile birleştiğinde, sigorta penetrasyon oranlarının artışı beraberinde getirecektir.

¹⁴⁷ Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

4.3.4.5 Artan Maliyetler

Acentelerin karşılaştıkları sorunlardan bir tanesi de artan maliyetlerdir. Gelir kalemlerinde artış olmaksızın giderlerin her geçen gün artması acentelerin karlılıklarını düşürmektedir. Değişen piyasa şartları ve teknolojik gelişmeler sonucunda yatırım (teknolojik altyapı, personel gereksinimi, eğitim, vb.) maliyetleri ortaya çıkmış olup, yakın gelecekte bu yatırımlar acenteler için kaçınılmaz olacaktır. Sigorta şirketleri, acenteleri değişen dünya şartlarına adapte olmaya teşvik etmeli ve finansal olarak onları bu konularda rahatlatarak girişimlerde bulunmalıdır. Teknolojik maliyetler dışında, ana giderler olan kira ve personel maliyetleri gün geçtikçe artmaktadır. Özellikle büyük şehirlerdeki kiralara yüksek olması ve yaşam maliyetlerinin artması sonucunda artan personel maliyetleri, acentelerin karlılıklarını düşürmektedir. “Yönetmelik” ile birlikte acentelerin ve şubelerin, teknik personel ve müdür bulundurma zorunluluğu; şubeleşen acenteler için merkezlerinde Genel Müdür, Genel Müdür Yardımcısı ile birim müdürleri bulunduracak olmalarının yanı sıra, personel yetkinliklerine de standartlar getirmiştir. Değişiklikler ile birlikte acentelerin personel maliyetlerini artmış olsa da “Yönetmelik”, acentelerin kurumsallaşması adına önemli bir adımdır.

“Yönetmelik” Madde 9 uyarınca, gerçek kişi ve tüzel kişi acentelerinin asgari ödenmiş sermaye tutarı 50.000 TL olarak belirlenmişken, şube açacak acentelerin, merkez için 300.000 TL ve her şube için 25.000 TL sermayesi bulunması ve mesafeli satış yapmak isteyen acentelerin 300.000 TL sermayeye sahip olmaları beklenmektedir. Belirtilen tutarların en az %50’sinin nakit, mevduat ya da kolay nakde dönüşecek yatırım araçları olması gerekmektedir.¹⁴⁸

Temel giderler dışında, müşteri ziyaretleri, tanıtım aktiviteleri ve fuarlara katılım maliyetleri gibi satış pazarlama giderleri de acentelerin üstlendiği maliyetlerdir. Satış kanallarını çeşitlendirmek, farklı yollardan müşteriye ulaşmak, değişen piyasa şartlarında acenteler için gereklilik haline gelmiştir. Özellikle A tipi acenteler, teknolojik altyapılarını geliştirmeli; internet üzerinden müşterilerine ulaşmalı ve elde edilen veriler ile müşterilerinin ihtiyaçlarını doğru analiz etmelidir. Her ne kadar günümüz şartlarında altyapı bir ihtiyaçtan çok zorunluluk olarak gözükse de, C tipi acentelerin bu maliyetlerin altına girmesi, finansman desteği olmadan zor olabilecektir.

Acentelerin tüm maliyetleri analiz edildiğinde ise, Türkiye ortalamasında bir acentenin aylık ortalama maliyetinin 7.010 TL olduğu hesaplanmıştır.¹⁴⁹ Kazanılan komisyon gelirleri de düşünüldüğünde, özellikle C tipi acentelerin hesaplanan aylık maliyetleri karşılama zor olduğu görülmektedir. Günden güne artan operasyonel giderler, mevzuat gereksinimleri ve süregelen yatırım ihtiyaçları da dikkate alındığında, acentelerin mevcut maliyetlerini karşılamaları mümkün olmayacaktır. Verimlilik, her zamankinden daha da önemli bir kavram olarak ön plana çıkacaktır.

4.3.4.6 Civarda Bulunan Acentelerin Çokluğu

“Yönetmelik” ile birlikte acente sayısında bir düşüş olması beklense de özellikle bölgesel olarak acente sayısının yetersiz olduğu iller olduğu gibi yeterli doygunluğa ulaşmamış iller de bulunmaktadır. “Sigorta Acenteleri Bölgesel Gelişmişlik ve Taşıma Kapasitesi Araştırması”na göre özellikle Edirne, Kırklareli, Tekirdağ, Çanakkale, Balıkesir, Aydın, Muğla, Manisa, Kütahya, Uşak, Kocaeli gibi illerde acente sayısı mevcuttaki sigorta potansiyelini karşılarken doğu illerinde ise bu durumdan bahsetmek pek mümkün değildir.¹⁵⁰

“Yönetmelik” Madde 8 uyarınca, yeni acente/şube açılması hakkındaki başvuruların Hazine Müsteşarlığı’na yapılması ve il ya da bölge acente taşıma kapasitesini değerlendirerek faaliyette olan şubelerin kapatılması ile yeni şube açılmasına izin verme yetkisi Hazine Müsteşarlığı sorumluluğundadır. Aynı Madde’nin 3. bendi ise yeni açılacak olan acente şubelerinin başka bir acente ile aynı mekanda faaliyet göstermesini engellemiştir.

4.3.4.7 Müşterilerin Sigorta Konusundaki Bilgi Eksiklikleri

Acenteler tarafından dile getirilen bir diğer sorun olan “müşterilerin sigorta konusundaki bilgi eksiklikleri”, sadece acenteleri değil, tüm sektör paydaşlarını ilgilendiren bir konu olarak ön plana çıkmaktadır. Sigorta penetrasyon oranı¹⁵¹ gelişmiş ülkelere kıyasla oldukça düşük olan ülkemizde (bkz. Grafik 1 Seçilmiş Ülkelerde Penetrasyon Oranı), sektörün tüm paydaşları ortak hedef doğrultusunda çalışmalı ve sektör hakkında müşterileri bilgilendirmelidir. Sektör hakkındaki eksik ve yanlış bilgiler, müşteri algısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

¹⁴⁸ 22.04.2014 tarihinde 28980 numaralı resmi gazetede yayımlanan Sigorta Acenteleri Yönetmeliği

¹⁴⁹ Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015

¹⁵⁰ TOBB Sigorta Acenteleri Bölgesel Gelişmişlik ve Taşıma Kapasitesi Araştırması, Yrd. Doç. Dr. Erdem Kırkbeşoğlu, 2015

¹⁵¹ Toplam primlerin GSYİH’ye oranı

Bu noktada geçmişten gelen tecrübeler rol oynadığı kadar, acente adına satış yapan kayıt dışı araçlar da müşteriyi etkileyen faktörlerdendir. Hazine Müsteşarlığı, sigorta şirketleri, TSB, TOBB-SAİK, dernekler ve tüm satış kanallarının bir araya gelerek halkı sigortacılık konusunda bilinçlendirmesi oldukça önemlidir. Bu bağlamda, 2014 - 2018 dönemi Hazine Müsteşarlığı Stratejik Planı'nda yer alan "Sigortacılık bilinçlendirme ve tanıtım stratejisinin sürdürülmesi" stratejisine yönelik yapılan çalışmalar ile bu konuda ilerleme kaydedilmesi hedeflenmektedir.¹⁵²

4.3.4.8 Sektörel İtibarın Müşteriler Tarafından Düşük Seviyede Algılanması

Bir önceki sorun ile paralel olarak müşterilerin sigorta konusundaki bilgi eksiklikleri, sektör itibarının müşteriler tarafından düşük seviyede algılanmasındaki başlıca etmenlerdir. Daha donanımlı acenteler ve yetkin çalışanlar, kuvvetli denetim mekanizmaları ve sektörün büyümesi için çalışan sigorta şirketleri ile müşteri algısı değiştirilmeli ve karşılıklı güven ortamı sağlanmalıdır.

4.3.4.9 Broker Kaynaklı Rekabet

Hayat dışı prim üretimindeki poliçe satışında acenteler ve bankaların ardından gelen brokerler, 2013 yılında toplam primin %10'unu üretirken, 2014 yılında %11'lik paya sahip olmuşlardır. Brokerlerin toplam üretimdeki payı son yıllarda çok değişmemiş olsa da, gelişmiş satış ve pazarlama yapıları ile acentelere oranla daha kurumsal müşteriler ile çalışma fırsatı bulmaktadırlar. Özellikle kurumsal müşterilerine grup poliçeleri konusunda hizmet veren brokerler, hastalık /sağlık branşındaki toplam prim üretiminin %30'unu oluşturmaktadırlar. Türkiye'de faaliyet gösteren fiyat karşılaştırma sitelerinin de bu kategoride yer aldığı düşünülürse, buradaki rekabetin ileriki yıllarda daha fazla ön plana çıkacağını söylemek mümkündür. Acentelerin daha güçlü kurumsal yapılara sahip olmaları, brokerler ile olan rekabette bir adım öne geçmelerini sağlayacaktır.

4.3.4.10 Yasal ve Hukuki Düzenlemelere Adaptasyon Sağlamanın Güçlüğü

"Yönetmelik", temel olarak acentelerin daha kurumsal bir yapı içerisinde faaliyet göstermesini amaçlamaktadır. "Yönetmelik" Madde 4 ve 5 uyarınca gerçek kişi acentelerin teknik personel unvanı taşıması gerekirken, tüzel kişi sigorta acentelerinde ise müdür ve en az bir tane teknik personel bulunması gerekmektedir. Teknik personel olmak için 4 yıllık üniversite mezunlarında tecrübe şartı aranmayacağı hesaba katıldığında, acentelik mesleğinde yetkin personel sayısının artacağı öngörülebilmektedir. Yapılan görüşmeler neticesinde, yeni maliyetler ile özellikle C tipi acenteler için daha zorlayıcı bir ortamın olacağını söylemek mümkündür. "Yönetmelik", kısa vadede hali hazırda daha kurumsal acentelerin pazardaki yerini sağlamlaştıracak, C tipi acentelerin sürdürülebilirliğini etkileyecek ve uzun vadede sektörün daha güvenilir ve işlevsel hale gelmesine olanak tanıyacaktır. Özellikle ilgili teknik personelin istihdamı ile birlikte, acenteler, ana işi olan satış ve pazarlama faaliyetlerine daha fazla odaklanabileceklerdir.

4.3.4.11 Bölgesel Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Seviyesi

Ülkemizdeki bölgesel bazlı sosyo-ekonomik farklılıklar müşterilerin satın alma alışkanlıklarını etkilemektedir. Özellikle doğu bölgelerindeki acentelerin prim üretimleri batıya oranla düşük olması, anket çalışmasının sonucuna da yansımıştır. Yine ilgili acente anketine göre, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesini sorun olarak gören acente sayısının diğer bölgelere oranla dört kat daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

4.3.4.12 Kalifiye İşgücü Eksikliği

Acentelerin sorun olarak dile getirdiği bir diğer konu ise sektörde kalifiye çalışan sayısının az olmasıdır. "Yönetmelik" ile birlikte sektörde daha yetkin personelin çalışması adına önemli bir adım atılmıştır. Buna ek olarak SEGEM'in "Teknik Personel Yeterlilik Eğitimleri", sektördeki kalifiye iş gücünün artması anlamında oldukça önemli bir adımdır. Acentelerin 2023 vizyonu çerçevesinde profesyonel bir acente olabilmeleri için personelin gelişimine destek verilmesi oldukça önemlidir. Bu bağlamda, acentelerin alması gereken eğitim programlarının daha çeşitli ve kapsamlı olarak ele alınması, acente çalışanlarının acentedeki rol ve sorumlulukları bazında farklılaşan eğitim programlarına tabi olmaları oldukça önemli bir adımdır. Acentelerin, profesyonel bir acente olma yolunda ilerlerken ihtiyacı olan insan kaynağını doğru tespit etmek, bünyesine çekmek, gelişimini ve performans yönetimini sağlamak için kurumsal bir İnsan Kaynakları politikası oluşturması önerilmektedir.

¹⁵² T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Stratejik Planı 2014 - 2018; Stratejik Amaç 3, Stratejik Hedef 3.1, Strateji S1

Özellikle İspanya örneğinde olduğu gibi pozisyon bazında farklılaşan kapsamlı ve zorunlu eğitimler, işgücünün yetkinliklerinin artırılması anlamında oldukça önemlidir.

4.3.4.13 Teknolojik Altyapı Eksikliği

Gerçekleştirilen görüşmeler doğrultusunda; B ve C tipi acentelerin çoğunlukla geleneksel yöntemler ile satış yaptıkları ve teknolojik altyapılarını yeteri kadar geliştirmedikleri gözlenmiştir. Acenteler, potansiyel müşterilerini ilgilenebilecekleri ürünlerden ve fırsatlardan haberdar etmeli, müşteri portföylerini genişletmenin yollarını aramalıdır. Her tip satış kanalı kurgusunu kendi bünyesinde bulundurabilen, altyapıları güçlü acenteler özellikle ilerleyen yıllarda diğer acentelerden ayrılacak ve müşterilerine daha kaliteli hizmet sundukları için yüksek prim üretimlerine ulaşabileceklerdir. Altyapı kısıtları olan ve gerekli yatırımı yap(a)mamış acenteler ile prim üretimi ve sermayesi yüksek olup ya da sigorta şirketinin desteğiyle donanımlarını kuvvetlendirmiş, operasyonel iş yüklerini en aşağı seviyeye çekip verimliliğini arttırmış acenteler arasındaki farkın giderek açılması beklenmektedir.

4.3.4.14 Diğer Sorunlar

Diğer kategorisi altında acentelerin tespit ettikleri sorunlar aşağıdaki gibidir:

Şubeleşme: Özellikle küçük illerde C tipi acenteler, büyük illerde merkezi olan ve bu bölgelerde şubeleşen acenteler ile rekabet içerisindeyler. Şubeleşen acentelerin kurumsal yapılarıyla birçok sigorta şirketiyle anlaşması bulunmakta olup, müşterilerine birden çok fiyat alternatifi sunmakta ve rekabette bir adım öne çıkmaktadır. “Yönetmelik” uyarınca şubeleşmeye yönelik şartlar arttırılmış olup, bu şartları yerine getiremeyen şubeler kapanmıştır. Yine “Yönetmelik” uyarınca acentelerin şubeleşmesi için gerekli olan teminat arttırılmış; bu tarihten itibaren ancak yüksek prim üretimini sürdürülebilir kılan A tipi acenteler, şubeli organizasyonlara devam edebilecektir.

Acente Adına Satış Yapan Kayıt Dışı Aracılar: Acenteler, Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, İl Delegeleri ve Dernek Başkanları görüşmeleri ile anket çalışması sonuçlarına göre birçok ilde acente adına satış yapan kayıt dışı taraflar (bundan sonra “kayıt dışı aracılar” olarak adlandırılacaktır) bulunduğu tespit edilmiştir. Çoğunlukla Güneydoğu Anadolu bölgesinde varlık gösterdiği belirtilen kayıt dışı aracılar, bölgede hali hazırdaki düşük prim üretimi ile birleşince, levhaya kayıtlı acenteler adına haksız bir çalışma ortamı yaratmaktadır. Bu noktada “Yönetmelik” uyarınca, acentelerin aracılık faaliyetleri TOBB-SAIK’te kayıtlı bulunan statik IP’ler üzerinden zorunlu hale getirilmiştir. Ancak kayıt dışı aracılardan hala varlıklarını bir takım çözümlerle sürdürdüğü gözlenmektedir. Kayıt dışı aracılardan önüne geçilmesi ancak sigorta şirketlerinin de işbirliği ile oluşturulacak etkin bir denetim ve yaptırım mekanizması ile mümkün olabilecektir. Buna paralel olarak, seçilen yurt dışı örneklerinin neredeyse tamamında aracı denetim mekanizmasının en önemli parçalarından birinin kayıt koşullarının sağlanması olduğunu söylemek mümkündür.

Denetim Eksikliği: Denetimlerin halihazırda yeterli sıklıkta, yerinde ve kapsamlı yapılmaması acentelerin belirttiği sorunlardan biridir. Kayıt dışı aracılardan varlıklarını sürdürmesinin en önemli sebeplerinden birisi yine denetim eksikliğidir. “Yönetmelik”e uyum ve acentelerin kurumsallaşması hedeflenen 2023 vizyonu çerçevesinde, acentelerin düzenli bir organizasyon altında ve etkin bir denetim programı çerçevesinde denetlenmesi önerilmektedir. Seçilen yurt dışı örnekleri incelendiğinde, özellikle İngiltere, Fransa ve Japonya gibi ülkeler etkin denetim mekanizmaları ile ön plana çıkmaktadır.

Bazı Bölgelerde Acentelik Verilmemesi: Acentelerin müşterilerine birden çok fiyat seçeneği sunabiliyor olması müşteri portföyünün gelişmesinde önemli etkenlerden biridir. Bu doğrultuda acenteler birden çok sigorta şirketinin acentesi olma eğilimindedirler. Ancak; anket çalışması ve diğer görüşmelerde, Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerindeki acentelerin sigorta şirketlerinden acentelik alamaması sorunu paylaşılmıştır. Fiyat konusunda rekabetçi olamayan acenteler pazar paylarını kaybetmekte ve bölgesel bazlı acentelik verilmesindeki farklı standartlar sektörün güvenilirliğini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Ayrıca bazı acenteler oto plaza kaynaklı rekabeti de sorun olarak dile getirmişlerdir.

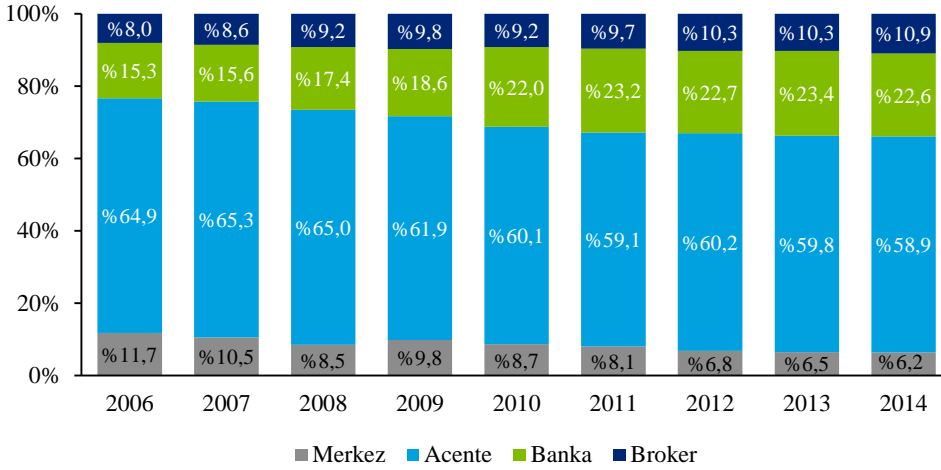
4.4. Kısa, Orta ve Uzun Vadede Acente Büyüme ve Gelişme Tahminleri

Türkiye sigortacılık sektörü hızlı büyüme gösteren finansal sektörlerden biri olmasına rağmen, gelişmiş ülke örnekleri penetrasyon oranına henüz ulaşamamıştır. Bu nedenle sektördeki tüm paydaşlar tarafından sigortacılık sektörünün geliştirilmesine yönelik birçok eylem planı ve aksiyon her geçen gün hızla hayata geçirilmektedir.

Sigortacılık sektörünün yaygınlaşmasında temel unsurlardan biri olan dağıtım kanalları çeşitliliği, Türkiye’de son yıllarda bankasürans kanalının ve diğer tüm dağıtım kanallarının sağladığı çağrı merkezi, internet ve mobil sigorta poliçesi satışıyla gelişimini sürdürmektedir. Türkiye ve diğer birçok ülke örneğinde gözlemlendiği gibi kanal çeşitliliğinin hızla çeşitlenmesine rağmen sigortacılık sektörünün temel dağıtım kanalı acente olarak yerini korumaktadır. Özellikle hayat dışı branşlarda sigorta poliçe türleri yoğunlukla acenteler tarafından satılmaya devam etmektedir.

Aşağıdaki grafik incelendiğinde, son yıllarda sigorta poliçelerinin satışında broker ve bankanın paylarını arttırdığı gözlenmektedir. Bu durumun iki temel sebep nedeniyle gerçekleştiği düşünülmektedir. Birinci temel sebep merkezden hizmet alan kurumsal müşteri segmentinin hizmet ve fiyat avantajları nedeniyle broker kanalı tercih etmesidir. Diğer sebep ise son yıllarda bankaların kendi ürünleri ile sigorta ürünlerini birleştirerek özellikle hayat sigortalarını geniş bir müşteri portföyüne satma fırsatı bulmalarındır.

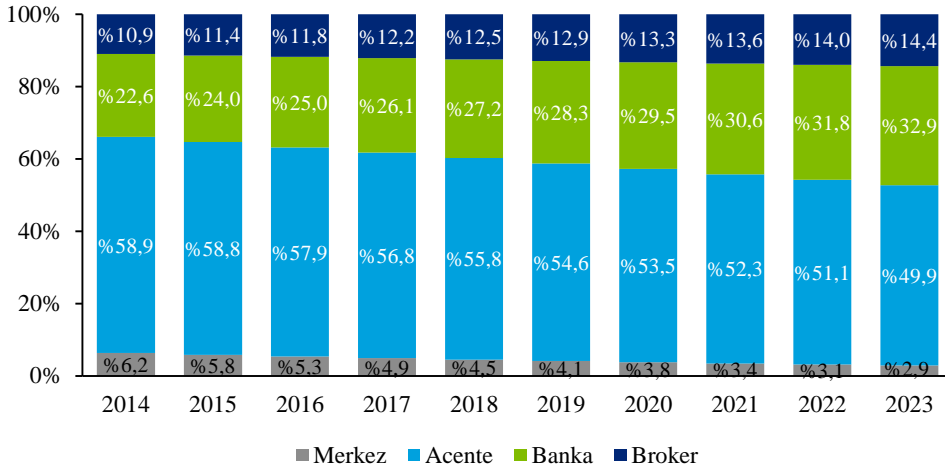
Grafik 37: Sigortacılık Sektörü Acente Payı Gelişimi - Mevcut Durum



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

2014 yılında dağıtım kanalları içerisindeki payı %59 olan acentelerin, aynı tarihsel trend devam ettiğinde, 2023 yılındaki payının yaklaşık %50'ye düşmesi öngörülmektedir. Bu durum, acente vizyon 2023'ün tanımlanması için oldukça önemli bir sebeptir. Payı azalacak olan acentelerin payını korumaları için satış ve pazarlama aktivitelerini artırmaları, hizmet kalitelerini kurumsal seviyeye taşımaları ve sadece hayat dışı ürünlere odaklanmak yerine hayat ve BES ürünlerinin satışlarını arttıracak çalışma modelleri ile faaliyet göstermeleri oldukça önemlidir. Buna ek olarak, değişen satın alma eğiliminin özellikle trafik sigortalarında internet kanalına yönlenebileceğini söylemek mümkündür.

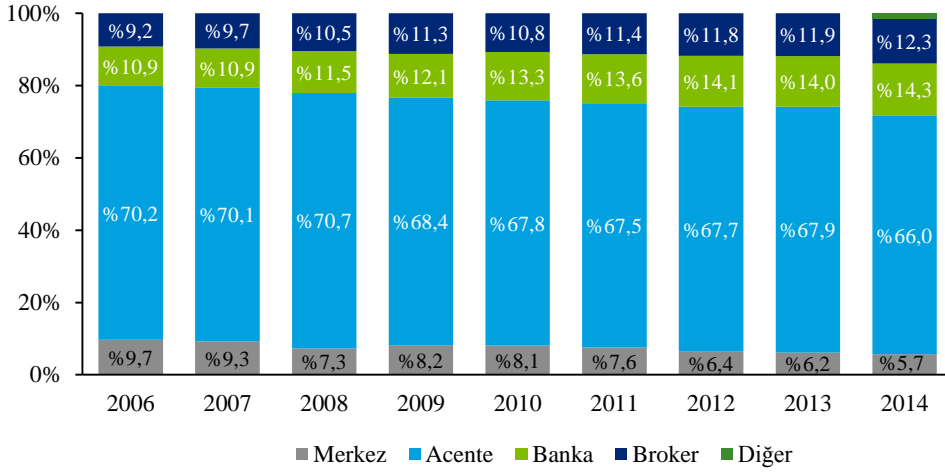
Grafik 38: Sigortacılık Sektörü Acente Payı Gelişimi - Gelecek Durum (Tarihsel Trend)¹⁵³



Kaynak: Deloitte Analizi

Acente dağıtım kanalının en güçlü olduğu alan olan hayat dışı branşlarda acenteler güçlü pozisyonunu korumalarına rağmen, bu branşlarda rekabetin giderek arttığı gözlenmektedir.

Grafik 39: Hayat dışı Branş Acente Payı Gelişimi - Mevcut Durum

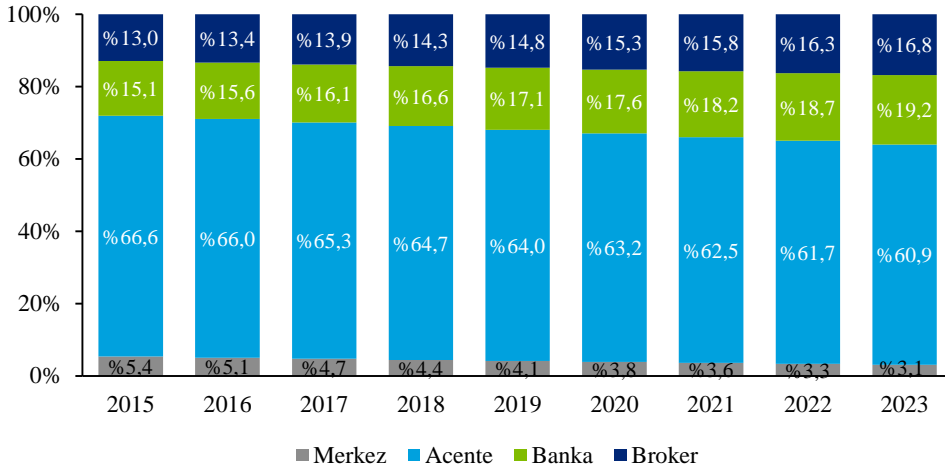


Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği

Hayat dışı branşlarda ürün portföy çeşitliliğinin bulunması nedeniyle bu branştaki ürünlerin satışında müşterinin yönlendirilmeye, diğer bir deyişle sigorta danışmanına ihtiyacı olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır. Broker dağıtım kanalının özellikle sağladığı hizmetlerle müşterileri yönlendirebildiği, bankaların da sunduğu paket ürünlerle müşterilerine ürün satabildikleri gözlenmektedir. Sigorta şirketlerinin hazırladığı ürünleri satması veya müşteri talebi üzerine teminatları genişletmesi acenteleri bu rekabet içerisinde olumsuz olarak etkilemektedir. Acentelerin özellikle sigorta türlerinde bilgi birikimini geliştirilmesi rekabetteki pozisyonunun korunması anlamında önemlidir.

¹⁵³ Dağıtım kanalı oranları %100'e göre yeniden düzeltilmiştir.

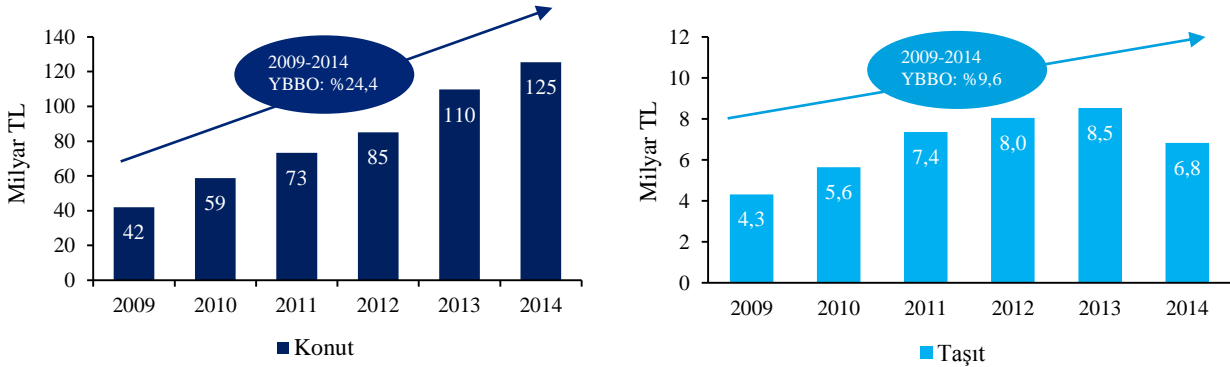
Grafik 40: Hayat Dışı Branş Acente Payı Gelişimi - Gelecek Durum (Tarihsel Trend)¹⁵⁴



Kaynak: Deloitte Analizi

Sigortacılık sektöründe kurumsal müşterilerin brokerleri tercih etmeleri; bankaların, konut ve taşıt gibi kredi ürünleri ile birlikte hayat dışı sigorta ürünlerini satabilmeleri, acentelerin prim üretimindeki paylarını etkileyebilecektir.

Grafik 41: Tüketici Kredileri - Konut ve Taşıt Kredileri Gelişimi¹⁵⁵



Kaynak: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), İnteraktif Aylık Bülten

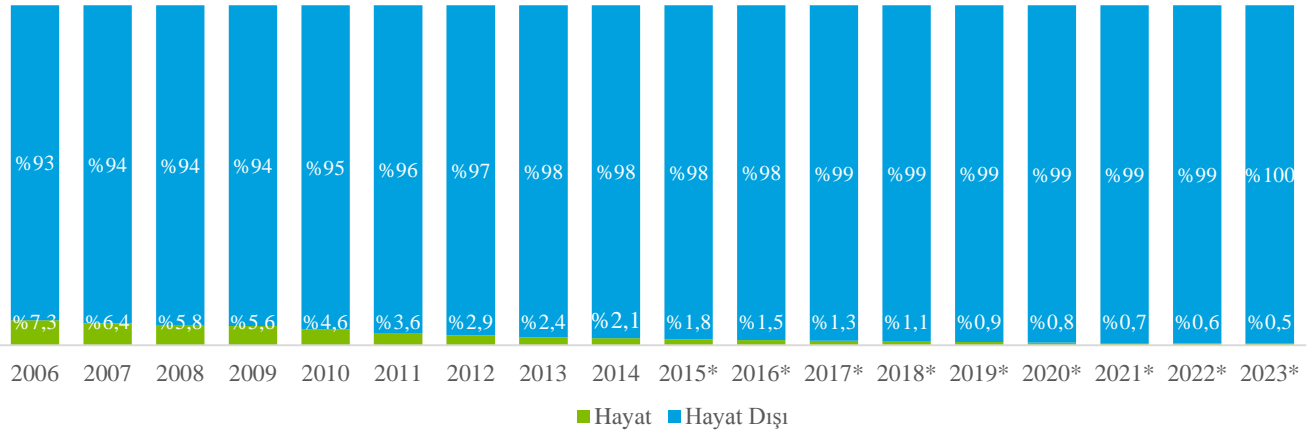
Hayat dışı branşta bulunan standart ürünlerin (trafik, kasko ve zorunlu deprem vb.) yaygınlaştırılması için bu branşların birçok kanaldan satılabilecek olması acenteler için ayrıca tehdit oluşturmaktadır. Bu durum ileride acentelerin çoklu kanallı çalışma modellerine daha fazla ihtiyaç duyacaklarını göstermektedir.

Acentelerin branş bazında gelişimi incelendiğinde son yıllarda acentelerin çoğunlukla hayat dışı branşlarda faaliyet gösterdiğini söylemek mümkündür. Bölüm 4.1’de BES’in satış kanalı bazında dağılımı incelendiğinde, 2014 itibarıyla acentelerin toplanan katkı payından %13,7 pay aldığı ve en büyük satış kanalının direkt satış olduğu gözlenmektedir. Acentelerin mevcut fonksiyonları ve çalışma modelleri düşünüldüğünde acentelerin direkt satış kanalına önemli bir alternatif olabileceği öngörülmektedir.

¹⁵⁴ Dağıtım kanalı oranları %100’e göre yeniden düzeltilmiştir.

¹⁵⁵ Konut Kredileri (Tüketici Kredileri, Konut), Taşıt Kredileri (Tüketici Kredileri, Taşıt)

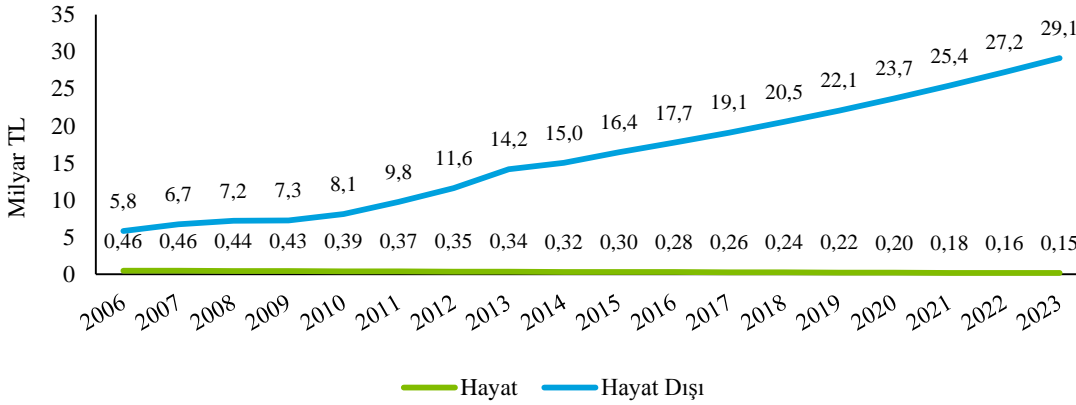
Grafik 42: Acente Branş Payı Gelişimi - Mevcut ve Gelecek Durum¹⁵⁶



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği ve Deloitte Analizi

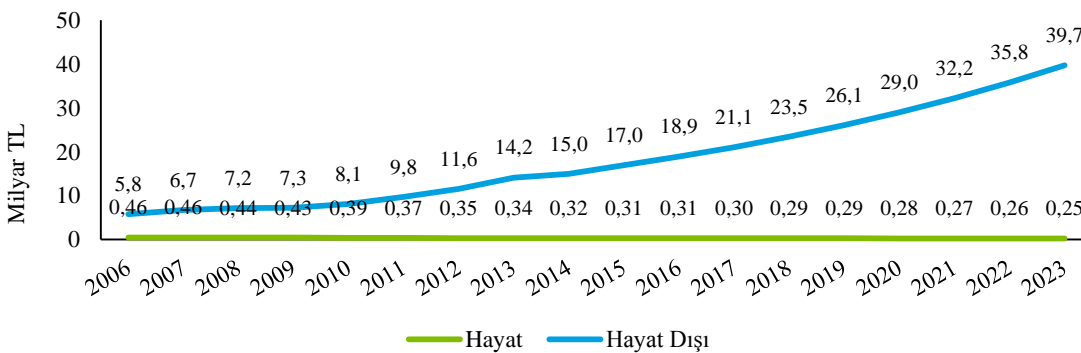
Acente payı gelişimi 2012 yılında hazırlanan “Türk Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörü Vizyonu” raporundaki tahminler ile değerlendirildiğinde 2023 yılında Normal Büyüme senaryosuna göre acentelerin her iki branştan alacağı toplam prim üretiminin yaklaşık 29,3 milyar TL’ye ulaşması, Hızlandırılmış Büyüme senaryosuna göre acente prim üretiminin 40 milyar TL civarında olması öngörülmektedir.

Grafik 43: Acentelerin Prim Üretim Gelişimi - Normal Büyüme¹⁵⁷



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği ve Deloitte Analizi

Grafik 44: Acentelerin Prim Üretim Gelişimi - Hızlandırılmış Büyüme¹⁵⁸



Kaynak: Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği ve Deloitte Analizi

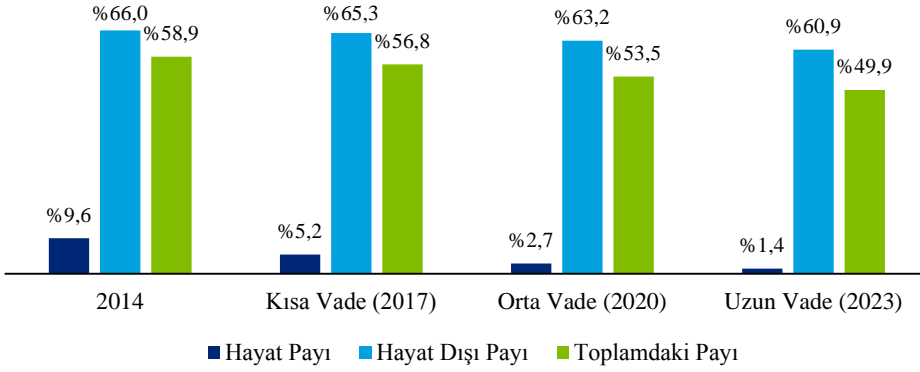
¹⁵⁶ Normal Büyüme senaryosu baz alınarak hesaplanmıştır.

¹⁵⁷ Toplam acente prim üretimine göre hayat ve hayat dışı branşı acente üretimi yeniden düzeltilmiştir.

¹⁵⁸ Bkz. bir önceki kaynak

Acente kanalının kısa, orta ve uzun vadedeki büyüme ve gelişme tahminleri özetlendiğinde, tarihsel trend dikkate alınarak 2023 yılına kadar acentelerin tüm sigortacılık sektöründen aldıkları payın %15,4 düşüş (yıllık ortalama %1,8'lik düşüş) ile %58,9 seviyelerinden %49,9 seviyelerine gelmesi beklenmektedir. Acentelerin güçlü olduğu hayat dışı sigortacılık branşında ise düşüş sigortacılık sektörüne göre daha az olmasına rağmen bugün %66 seviyelerinde olan acente payının 2023 itibarıyla %60,9'a kadar gerilemesi beklenmektedir.

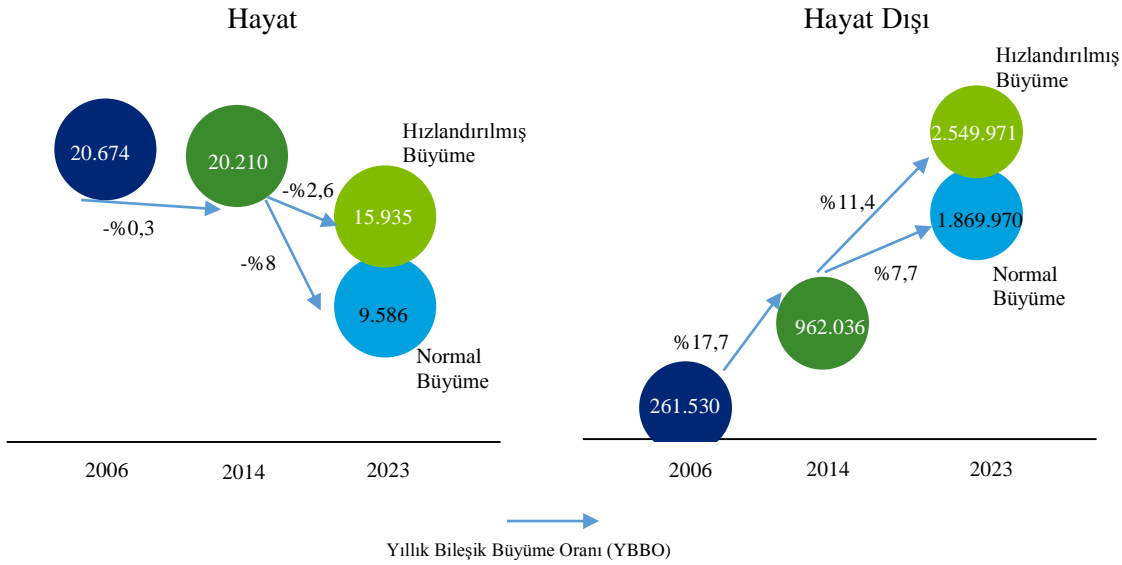
Grafik 45: Kısa Orta Uzun Vadede Acente Payı Gelişimi (Tarihsel Trend)¹⁵⁹



Kaynak: Deloitte Analizi

Normal büyüme (NB) ve hızlandırılmış büyüme (HB) senaryoları dikkate alındığında, tarihsel trendin devam etmesi halinde hayat branşında acente başına düşen ortalama prim tutarlarının her iki senaryoda da düşeceği gözlenmektedir. Hayat dışı branşlarda ise tarihsel trendin devam etmesi durumunda acente başına düşen ortalama prim tutarı büyüme hızı her iki senaryoda da geçmişteki büyüme oranının altında kalmaktadır.

Grafik 46: Acente Başına Düşen Ortalama Prim (TL)¹⁶⁰



Kaynak: Prim: T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Sigorta Denetleme Kurulu; Acente adedi: TOBB; Deloitte Analizi

¹⁵⁹ Dağıtım kanalı oranları %100'e göre yeniden düzeltilmiştir.

¹⁶⁰ Acente sayısı 2006 yılı için 22.210, 2014 yılı için ise 15.587 olarak alınmıştır. Normal Büyüme ve Hızlı Büyüme senaryolarında acente sayısı 2014 yılına sabit tutulmuştur.

4.5. Acente SWOT Analizi

Sigorta Acenteleri İcra Komitesi, 2013 - 2014 yılları arasında 14 il merkezinde gerçekleştirdiği panellerde, acentelerin sektörel sorunlarını ele almış ve bu panellerde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanarak il bazlı SWOT analizleri hazırlamıştır. Örnekleme dahil edilen iller; Ankara, Aydın, Bursa, Diyarbakır, Erzurum, Gaziantep, Giresun, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kocaeli, Konya, Manisa ve Mersin'dir. Bu illerde gerçekleştirilen görüşmeler, tüm acentelerin katılımına açılmış olup katılımcıların ortak noktada, sigorta acenteliği faaliyetinde karşılaştıkları zayıflıklar, tehditler, fırsatlar ile acentelik mesleğinin güçlü yanlarına ilişkin söylemleri kayıt altına alınmıştır. Gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde hazırlanan SWOT analizi aşağıda sunulmuştur:

Tablo 19: Acente SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ul style="list-style-type: none">• TOBB nezdinde örgütlenme ve SAİK• 7/24 hizmet/ülke çapında yaygınlık• Müşteri güveni• Sigortacılığı iyi bilmek, profesyonellik• Prim üretimindeki pay	<ul style="list-style-type: none">• Teknolojik gelişmelere ayak uyduramamak, kurumsallaşamamak• Şirket - acente ilişkisinde tek taraflılık• Mesleki birlikteliğin sağlanamaması• Rakiplere nazaran işletme maliyetlerinin yüksek olması• Diğer bazı dağıtım kanallarının hakim güçlerini kullanmaları
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none">• Potansiyel• Zorunlu sigortaların artması• Sigorta bilincinin artması• BES için devlet desteği• Mevcut acentelere BES aracılığı yetkisi verilmesi	<ul style="list-style-type: none">• Operasyonel yüklerin fazlalığı• Alternatif satış kanalları/kanallar arası fiyat farklılıkları• Sigorta şirketlerinin standart olmayan uygulamaları• Portföy mülkiyeti hakkının kullanılamaması• Kayıt dışı üretim

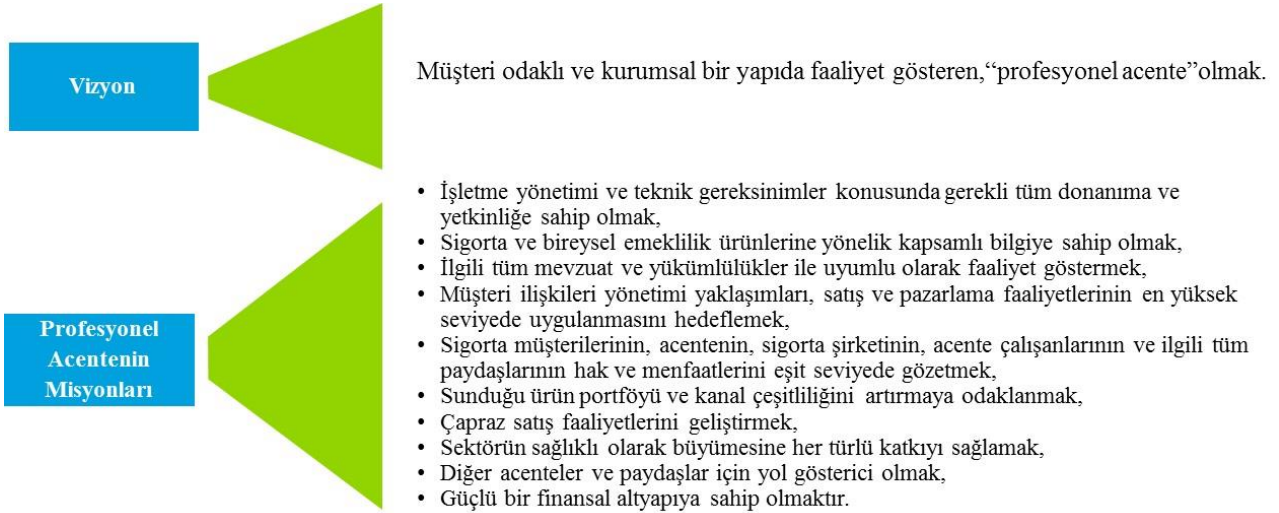
Kaynak: TOBB-SAIK tarafından hazırlanan SWOT Analizi Çalışması

5. Sigorta Acenteliği 2023 Vizyonu ve Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi

5.1. Sigorta Acenteliği 2023 Vizyonu

Türkiye sigorta acenteliği mevcut durum analizi çalışması, acentelerin karşılaştıkları sorunlar, yurt dışı uygulamalarının incelenmesi, ilgili paydaşlar ile yapılan görüşmeler ve acentelerin geleceğe yönelik toplam prim üretiminden alacakları pay analizi çalışması dikkate alındığında, Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta acentelerinin ortak bir vizyon doğrultusunda ilerlemeleri için **Sigorta Acenteliği 2023 vizyonu** aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

Şekil 5: Sigorta Acenteliği 2023 Vizyon ve Misyonları

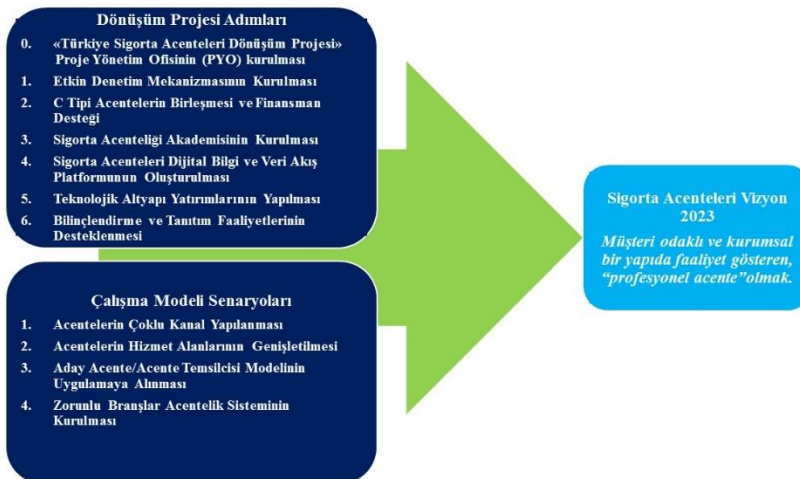


Acentelerin 2023 vizyonuna ulaşması için, farklı paydaşların katılımını içeren kimi önemli hususların ele alınması gerekmektedir. Türkiye’de faaliyet gösteren acentelik yapısının homojen olmaması sebebiyle, “Profesyonel acente” olma vizyonu çerçevesinde her acentenin mevcut pozisyonu ve alınması gereken stratejik inisiyatifler farklılaşabilmektedir. Bu bağlamda, raporda, A, B ve C tipi acentelerin “Profesyonel acente” olma konusunda hem ortak hem de farklı inisiyatifleri içeren yol haritası tanımlanmıştır.

5.2. Sigorta Acenteliği 2023 Vizyonu ve Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi Yol Haritası

Sigorta Acenteliği 2023 vizyonuna ulaşabilmek için yapılması önerilen hususlar aşağıdaki gibidir:

Şekil 6: Dönüşüm Projesi Adımları ve Çalışma Modeli Senaryoları



5.2.0. “Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi” Proje Yönetim Ofisinin (PYO) Kurulması

Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi kapsamında tanımlanan eylem adımları ve yol haritası çerçevesinde birincil adım olarak planlanan zaman planına uyum, ilgili paydaşların doğru zamanda ve eylemleri ile katkı sağlamasının takibi ve projenin başarısının ölçülmesi için TOBB-SAİK bünyesinde “Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi” PYO’nun kurulması önerilmektedir. PYO’nun ana amacı, projenin farklı paydaşları arasında bir köprü görevi görerek, gerekli koordinasyonun sağlıklı işleyişini sağlamaktır. PYO’nun ana görevleri aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

- Detaylı proje takviminin alt proje ve aktiviteleri ile birlikte oluşturulması
- İlgili paydaş ve tarafların belirlenmesi (TOBB-SAİK, Hazine Müsteşarlığı, TSB, Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, Dernek Başkanları, İl Delegeleri ve diğer üçüncü taraflar)
- Her bir paydaşı temsil eden üyeler ile Proje Yürütme Komitesi yönetişim yapısının tanımlanması
- Proje alt ekiplerinin oluşturulması ve koordinasyon araçlarının tanımlanması
- Proje iletişim planının oluşturulması
- Projenin proje takvimine uygun işleyişine yönelik takibin yapılması
- Projeye yönelik gerekli raporlamaların yapılması
- Projenin performans kriterlerine uygun işleyişinin izlenmesi

5.2.1. Etkin Denetim Mekanizmasının Kurulması

Türkiye çapında faaliyet gösteren yaklaşık 2.500 acentenin katılımı ile gerçekleştirilen anket çalışmasının yanı sıra, TOBB-SAİK, Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, İl Delegeleri ve Dernek Başkanları görüşmeleri neticesinde denetim eksikliği sektörün önemli sorunlarından biri olarak öne çıkmaktadır.

Özellikle Fransa ve Japonya’da sigorta aracılık faaliyetlerinin daha sağlıklı işlemesi adına denetim faaliyetlerinin etkin olarak işletildiği tespit edilmiştir. Türkiye’de de benzer bir denetim mekanizmasının aşağıdaki konuların gelişimine katkı sağlaması beklenmektedir:

- Acente faaliyetlerinin yasal düzenlemelere uygunluğunun araştırılması, uygunsuzluk varsa düzeltilmesi,
- Acente yönetimi ve çalışanlarının yaptıkları faaliyetlere yardımcı olarak, bu faaliyetlerin etkinliğinin artırılması,
- Kayıt dışı aracılığın önüne geçilmesi,
- Sektörün güvenilir bir şekilde işleyişine katkı sağlanması.

Etkin bir denetim mekanizması, Türkiye’nin her bir bölgesini kapsamı durumunda işlevsellik kazanabilecektir. Bu bağlamda, her bir ildeki Ticaret/Ticaret ve Sanayi Odalarında en az bir kişi olmak üzere acente denetçisi atanması önerilmektedir. Bu denetçilerin sorumlu olduğu bölgeler için;

- Acente kuruluş ve faaliyet şartlarının, kayıt bilgilerinin incelemesi,
- Aracılık faaliyetlerinin uygunluğunun incelenmesi,
- Acentelerin fiziksel, teknik ve idari altyapı ile insan kaynakları bakımından yeterli olduğunun incelenmesi,
- Acentelerin diğer faaliyetlerinin incelenmesi kapsamında görevler tanımlanması gerekmektedir.

Önerilen yapıda, acente denetimi için atanacak personelin temel amacı, acentelerin faaliyet ve işlemlerinin mevzuata uygunluğunu denetlemek, acenteler tarafından üretilen bilgilerin doğruluğunu incelemek ve denetim sırasında veya denetim sonuçlarına göre soruşturma açılmasını gerektiren hususlar ile suç teşkil eden durumlara ilişkin tespitlerini bildirmek olmalıdır. Öncelikli olarak yıllık denetim planının il bazlı olarak oluşturulması önerilmektedir. Denetim planına uygun olarak gerçekleştirilen denetim aktiviteleri çerçevesinde, her bir sigorta acentesi için planlı ve/veya plansız denetim sonuçlarının raporlanarak TOBB-SAİK’e bildirilmesi ve TOBB-SAİK ve Hazine Müsteşarlığı tarafından ilgili sigorta acentesine ilişkin gerekli aksiyonların alınması önerilmektedir. Bu yapıda denetimin tamamlayıcı olması ve işlevselliğini artırması için, Hazine Müsteşarlığı tarafından bir yaptırım fonksiyonunun da devreye alınması önerilmektedir.

Acentelerin denetim faaliyetlerini ve acentelerden denetimde neler beklendiğinin anlatıldığı denetim rehberinin oluşturularak uygulamaya alınması önerilmektedir.

Diğer taraftan acenteler, kendilerinden beklenen denetim gereksinimlerini oluşturulacak olan denetim rehberini inceleyerek fark analizi çalışması gerçekleştirmelidir. Böylece acenteler kendi eksikliklerini tespit edebilecek ve denetim sürecine daha hazırlıklı olabileceklerdir.

İngiltere gibi yurt dışı örnekleri incelendiğinde, denetim mekanizmasının önemli bir parçası olarak araçların iç kontrol mekanizmaları kurdukları ve yönettikleri bir yapıdan bahsetmek mümkündür. BIBA'nın¹⁶¹ sektöre yönelik yayımladığı rehber uyarınca, sigorta araçları, potansiyel çıkar çatışmalarını önleyecek iç kontrol mekanizmaları, politika ve prosedürleri buldurmalı, uygulamalı, gözden geçirmeli ve aracı çalışanlarına bu bağlamda eğitim vermelilerdir. Bu tip iç kontrol mekanizmalarının Türkiye'deki araçlar için de uzun vadede devreye alınması, "profesyonel acente" hedefine ulaşmada çok önemli bir adım olacaktır.

Eylem Adımları

- Sigorta Acenteleri ve Acentelik Faaliyeti Denetim Rehberi'nin oluşturulması, denetim prosedürünün ve kontrol mekanizmalarının oluşturulması
- Acenteler tarafından denetim prosedürüne uyum için gerekli çalışmaların yapılması
- Hem il bazlı kurulması önerilen denetim mekanizmalarına hem de merkezi yapıya ilişkin organizasyon yapısının kurgulanması ve bu organizasyonda yer alacak personelin rol ve sorumluluklarının net bir şekilde belirlenmesi
- Kaynak planlamasının değerlendirilmesi, görevlendirilecek yeni personele ilişkin tespitlerin yapılması ve gerekli eğitim kataloğunun oluşturulması
- Denetim planlama ve takviminin oluşturulması
- Acentelerin denetim planına uygun olarak gerekli çalışmaları gerçekleştirmesi
- Denetim sonuçlarına göre gerekli aksiyonların alınması

Anahtar Performans Göstergeleri

- Yıllık Denetlenen Acente Adedi/Toplam Acente Adedi
- Yıllık Denetim Programına Uyum
- Denetim sıklığı
- İzlenen ve Çözüme Bağlanan Bulgular

Finansman Kaynakları

İşe alınacak/atanacak personele yönelik TOBB-SAİK'ten finansman desteği alınması

İlgili Paydaşlar

Projenin sorumlu ana paydaş: TOBB-SAİK

Diğer katkı sağlayacak paydaşlar: Hazine Müsteşarlığı

5.2.2. C Tipi Acentelerin Birleşmesi ve Finansman Desteği

Yatay Birleşme ve Finansman Desteği: Satış kanallarının çeşitlenmesi ve günden güne artan rekabet ve maliyetler göz önüne alındığında, C tipi acenteler için sektörde sürdürülebilir kalabilmek zorlaşmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde acente başına düşen prim oranının oldukça yüksek olduğu düşünüldüğünde Türkiye'de de acenteler tarafından güçlü prim üretimlerinin sağlanması için bu adımın atılması önemlidir. Bu doğrultuda, özellikle artan maliyetler ve "Yönetmelik" yükümlülükleri de dikkate alındığında, C tipi acentelerin birleşerek, profesyonel acentelere dönüşme anlamında önemli bir adım atacağı düşünülmektedir. Birleşmeler neticesinde; acente maliyetlerinin; kira ve destek personelleri ihtiyacı ile diğer işletme giderleri hususlarında azalması öngörülmektedir. Acente birleşmeleri, acentelerin daha kurumsal yapılar olmasına ve çalışanların branş bazlı uzmanlık kazanabilmelerinde de fırsat sağlayabilecektir. Birleşme süreci ile birlikte, beraberinde daha yüksek prim üretimlerine ulaşması beklenen acentelerin aracılık yaptıkları şirketler nezdinde daha imtiyazlı hale gelecekleri ve yüksek komisyon oranları ile çalışabilme imkanı yakalayabilecekleri düşünülmektedir. Rekabette daha geride kalan C tipi acentelerin birleşme modelini tercih etmeleri sonucunda, A ve B tipi acenteler ile rekabet edebilir seviyeye gelmeleri beklenmektedir.

¹⁶¹ BIBA, Transparency, disclosure and conflicts of interest in the commercial insurance Market, www.biba.org.uk/PDFfiles/IndustryGuidanceFINAL.pdf

Acentelerin daha kurumsal bir yapı ile çalışması hedeflenen 2023 vizyonu çerçevesinde, C tipi acentelerin birleşme modelini tercih etmesi önemlidir. Bu bağlamda, öncelikli olarak borçluluk seviyeleri yüksek olan acentelerin, sağlıklı finansal yapılara sahip olması sağlanıp, sektör paydaşları tarafından belirlenmesi önerilen teşvik paketlerinin sunulması önemlidir. Acente birleşme sürecinin kısa vadede C tipi acenteler ile başlaması, orta ve uzun vadede ise B tipi acentelerin de sürece dahil olması önerilmektedir.

Sigorta acenteleri özelinde hazırlanan 2023 Yol Haritası çalışmasının temel hedeflerinden biri olan acentelerin kurumsallaşması doğrultusunda, acentelerin güçlü finansal yapılara sahip olmaları birincil öncelikler arasında yer almalıdır. Bu kapsamda, özellikle C tipi acentenin işletme olarak daha sağlıklı ve güçlü temellere dayandırılması oldukça önemlidir. Yol haritası kapsamında önerilen “acente birleşmesi” hususunda acentelerin ilgili birleşmeleri gerçekleştirmeleri tercih etmeleri için en önemli engel acentelerin hali hazırdaki borçluluklarının yüksek seviyede olmasıdır. Acentelerin, “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ)” kategorisine değerlendirilip, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'nın (KOSGEB) finansman kaynaklarından faydalanması ve böylelikle birleşmelerinin ve borçluluk statülerinin desteklenebilmesi önerilmektedir. Bu çerçevede, (KOSGEB) tarafından sunulan “İşbirliği Güçbirliği Destek Programı”, sigorta acenteleri için örnek bir model olarak ön plana çıkmaktadır. Birleşme modelini benimseyen acenteler maliyetlerini düşürecek/paylaşacak ve piyasada daha rahat rekabet edebilir bir hale geleceklerdir. Böylece, acenteler Destek Programı'ndaki temel özellik olan “ortak sorunlara ortak çözümler getiren, maliyet düşürücü ve rekabet avantajı sağlayıcı nitelikteki projeler” hedefini de karşılamış olacaklardır. Destek Programı'ndan yararlanmak isteyen acenteler, asgari 5 işletmenin bir araya geldiği bir modeli uygulamaya alabileceklerdir. Proje kapsamında destek üst limiti 750.000 (yediyüzeğilbin) TL¹⁶² olarak belirlenmiş olup bu miktar özellikle C tipi acenteler için sürdürülebilirlik anlamında yeterli bir miktar olarak görülmektedir.

Dikey Birleşme: Franchise çalışma modeli, C tipi acentelerin, daha büyük ölçekli acentelerin şubeleri olarak faaliyet göstermesini öngören bir çalışma modelidir. Bu model, “Yönetmelik”te şartları yerine getir(e)meyen acentelerin, daha kurumsal ve şubeleşmiş A tipi acentelerin organizasyonuna dahil olarak çalışmasını kapsamaktadır. İlgili birleşme; C tipi acentenin A tipi acentenin olanaklarını ve isim hakkını kullanması üzerinden bir bedel ödemesi modeli ile olabileceği gibi, C tipi acentenin, A tipi acentenin çalışanı olarak devam etmesi alternatifini kapsayabilecektir. Bu model kapsamında, C tipi acenteler, maliyetlerinin bir kısmını A tipi acente ile paylaşmış olacağı gibi, bir çok sigorta şirketi ile anlaşması bulunan A tipi acentenin imkanlarından faydalananı olacaktır. A tipi acentenin ise; kurumsal tecrübesini, lokalde tecrübeli C tipi acente ile birleştirip prim üretiminden aldığı payı artırması hedeflenmektedir. Bu çalışma modeline yurt dışı uygulamalarda alt aracı/acente çalışma modelinin bulunduğu İtalya, Danimarka gibi modeller örnek verilebilir.

Eylem Adımları

- Birleşme sonucunda oluşacak potansiyel iyileşme alanlarının belirlenmesi ve acenteler ile paylaşılması
- Birleşme modelini tercih eden acentelere süreçler hakkında bilgi verilmesi
- Finansman desteği kapsamında, acentelerin KOBİ kategorisinde değerlendirilmeleri hususunda Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile müzakere edilmesi
- Birleşmeyi hedefleyen acentelerin TOBB-SAİK'e gerekli bildirimini yapması
- Birleşmeyi hedefleyen acentelere gerekli danışmanlık ve desteğin sağlanması
- Birleşmeyi hedefleyen acentelerin görevlerinin belirlenmesi ve aksiyon planlarının geliştirilmesi
- Birleşme sonrasında sonuçların izlenmesi ve gerekli aksiyonların alınması

Anahtar Performans Göstergeleri

- Birleşen Acente adedi/Toplam Acente Adedi
- Birleşen Acentelerin Prim Üretim Artış Oranı

Finansman Kaynakları

- Acentelerin birleşmesine yönelik KOSGEB tarafından sunulan “İşbirliği Güçbirliği Destek Programı” kapsamında finansman desteğinin alınması

¹⁶² Bu miktarın 250.000 (ikiyüzeğilbin) TL'lik kısmı geri ödemesiz, 500.000 (beşyüzeğilbin) TL'lik kısmı ise geri ödemelidir.

İlgili Paydaşlar

- Ana paydaş: TOBB-SAİK
- Diğer Paydaşlar: Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOSGEB, Hazine Müsteşarlığı, Sigorta Acenteleri

5.2.3. Sigorta Acenteliği Akademisinin Kurulması

Acente çalışanlarının işe başlamalarından itibaren sigorta sektörü mevzuatına uyum, sektör kültürünün benimsenmesi, işletme yönetimi ve teknik becerilerinin geliştirilmesi ile kişisel gelişiminin sağlanması ve sürekli kılınması için sağlıklı işleyen bir eğitim planlaması oluşturulmalıdır. Sigorta acenteleri özelinde geliştirilecek eğitim akademisi sayesinde acentelik mesleğinde faaliyet gösterecek kişiler, teknik, mesleki ve kişisel yetkinlikleri daha etkin ve verimli bir şekilde geliştirilebilecektir. Bunun yanı sıra, kontrol ve takip mekanizmaları daha rahat ve etkin bir şekilde devreye sokulabilecektir.

Bu çerçevede, mevcut durumda var olan eğitim kataloğu geliştirilmeli, tüm acenteler ve diğer paydaşların (Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, İl Delegeleri ve Dernek Başkanları vb.) katılımları ile Akademi'den beklenen eğitimler için kişisel gelişim, işletme yönetim becerileri eğitimleri ve teknik eğitimler ayrı olacak şekilde bir anket çalışması yürütülmelidir. Bunun yanı sıra, İspanya uygulamasında olduğu gibi acente bünyesindeki farklı pozisyonlar için (yöneticiler, teknik personel, satış personeli, destek personeli, vb) yetkinliklerine göre eğitimlerin belirlenmesi, ve bu farklılaşmanın A, B ve C tipi acenteler için de gerçekleştirilmesi önerilmektedir (örn. A tipi acentenin alacağı eğitim saati ve/veya konularının C tipi acente ile farklılaşması, vb). İlgili acente tipi ve ilgili pozisyonun yetkinliğine göre asgari eğitim saatleri belirlenmeli ve acente yöneticilerine personellerinin belirlenen saatlerde eğitim alıp almadıklarını takip etme sorumluluğunun verilmesi önerilmektedir. Diğer taraftan, sektörün gelişmesiyle birlikte satış ve pazarlama faaliyetleri daha fazla önem kazanmaktadır. Bunun için, özellikle belli branşlarda uzmanlaşmak isteyen acentelerin satış ve pazarlama yetkinliklerini güçlendirmek adına bu kategoride eğitim almaları önemlidir. Gerçekleştirilen eğitimlere yönelik çalışan bazında maliyet ve katılımcıların geri bildirimlerinin takip edilmesi önerilmektedir. Alınan geri bildirimler neticesinde eğitim programlarında revizyon çalışmaları yürütülebilecektir.

Acentelere yönelik tüm eğitim programlarının merkezi olarak planlanması, uygulanması ve izlenmesi işlevlerini yürütecek olan Akademi'nin, Sigortacılık Eğitim Merkezi (SEGEM) bünyesinde yapılması ve Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri Projesi (UMEM) ile işbirliği içinde çalışması önerilmektedir.

Yurt dışı uygulamaları göz önünde bulundurulduğunda, İngiltere'deki CII Broker Academy örneğinin Türkiye için örnek bir yapı teşkil edeceği düşünülmektedir. İlgili yapı, Chartered Insurance Institute (İngiliz Sigorta Enstitüsü) sorumluluğunda AXA ve BİBA işbirliği ile kurulmuştur. Bu anlamda, çalışanlar profesyonel yetkinliklerini geliştirecek farklı tipte modülleri seçerek eğitim alabilmektedir.¹⁶³

Eylem Adımları

- Sigorta Acenteliği Akademisi organizasyon ve personel yapısı ile teknik altyapısının oluşturulması
- Eğitim konularının tespitine yönelik anket çalışmasının gerçekleştirilmesi
- Eğitim konuları ve saatlerinin sektör paydaşları ile birlikte nihai hale getirilmesi
- Eğitim takviminin belirlenmesi
- İç kaynak ile verilecek eğitimler için eğitim dokümanları ve içeriklerinin hazırlanması
- Dış kaynak ile yapılacak eğitimler için araştırmaların yapılması
- Tüm eğitimlere yönelik eğitimcilerin tespit edilmesi
- E-öğrenme altyapısının değerlendirilmesi

Anahtar Performans Göstergeleri

- Eğitim Alan Acente/Çalışan Sayısı (Acente tipleri ve çalışan pozisyonları bazında)
- Acente/Çalışan Başına Eğitim Süresi (Acente tipleri ve çalışan pozisyonları bazında)
- Eğitim Bütçesine Uyum
- Eğitim Memnuniyeti

¹⁶³ Chartered Insurance Institute (CII)

Finansman Kaynakları

Sigorta Acenteliği Akademisinin kurulmasına yönelik TOBB-SAIK'ten finansman desteğinin alınması

İlgili Paydaşlar

Projeden sorumlu ana paydaş: TOBB-SAIK

Diğer katkı sağlayacak paydaşlar: SEGEM, UMEM, Hazine Müsteşarlığı, Sigorta Acenteleri, Sigorta Şirketleri

5.2.4. Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformunun Oluşturulması

Türkiye genelinde yaklaşık 2.500 acente ile gerçekleştirilen anket çalışması ile Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, İl Delegeleri ve Dernek Başkanları ile yapılan görüşmeler neticesinde acenteler en çok farklı fiyat politikaları ve bu durumun sonucu olarak ortaya çıkan iş paylaşımı ve kayıt dışı araçlardan zarar gördüklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda, rekabeti ve verimliliği artırmak adına TOBB-SAIK gözetiminde ve denetiminde kurulacak "Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformu" oluşturulması önerilmektedir. Bu platform aracılığı ile acenteler özellikle kasko ve trafik branşlarında sigorta şirketlerinden teklif almak için harcadıkları zamanı en aza indirecekleri gibi birçok şirketin teklifini de tek bir ekran üzerinden görüp, teklifleri kıyaslayabilme ve müşterilerine daha kapsamlı bir hizmet sunabilme şansı yakalayacaklardır. Ayrıca ilgili platform sayesinde acenteler arasında gerçekleşen poliçe ve komisyon paylaşımından doğan ekonomik kayıplar da önlenmiş olacaktır.

Araçlar ve sigorta şirketleri arasında ortak bir sektör platformunun oluşturulması anlamında örnek bir uygulama Fransa'da faaliyet gösteren Brokerler Sendika Odası - CSCA tarafından sektörde operasyonel verimliliği artırmak amacı ile kurulmuş olan Broker Veri Takas Platformu'dur¹⁶⁴. Fransa Sigorta Şirketleri Federasyonu - FFSA ile işbirliği içinde kurulmuş olan bu platform, sektörde veri yönetimi anlamında standartların oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Acentelerin kurumsallaşması amaçlayan dönüşüm sürecine, Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformunun katkısı eklendiğinde, sektörün, daha düzenli bir yapıya kavuşması sağlanabilecektir.

Eylem Adımları

- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformuna yönelik gereksinimlerin belirlenmesi
- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformuna yönelik sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri ile görüşmelerin yapılması
- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformunun tasarlanmasının sağlanması
- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformuna yönelik gerekli teknolojik altyapının kurulmasının sağlanması
- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformuna yönelik gerekli iletişimin yapılması
- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformuna üye olmayı talep eden acentelere gerekli desteğin verilmesi

Anahtar Performans Göstergeleri

- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformu üzerinden kesilen poliçe adedi
- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformuna kayıt yaptıran acente adedi

Finansman Kaynakları

- Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformunun oluşturulması için Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'ndan (TÜBİTAK), KOSGEB KOBİ¹⁶⁵ Proje Destek Programı ve/veya Hazine Müsteşarlığı teşvikleri (Genel Teşvik Sistemi) kapsamında finansman desteğine başvurulması

İlgili Paydaşlar

- Projeden sorumlu ana paydaş: TOBB-SAIK
- Diğer katkı sağlayacak paydaşlar: TÜBİTAK, Hazine Müsteşarlığı, Sigorta Acenteleri, Sigorta Şirketleri

¹⁶⁴ Edicourtage internet sitesi, CSCA internet sitesi, Axway case study

¹⁶⁵ Acentelerin KOBİ kategorisinde tanımlanması durumunda geçerlidir.

5.2.5. Teknolojik Altyapı Yatırımlarının Yapılması

Mevcut piyasa şartlarında özellikle motor branşlarında yoğunlaşmış acentelerin, rekabetçi kalmak adına ürün portföylerini geliştirmek, yüksek prim üretimini sürdürülebilir kılmak ve karlılıklarını arttırmak için etkin olarak müşteri verisi takip sistemlerini kullanması önemlidir.

Bu doğrultuda, acentelerin teknolojik yatırımlar konusundaki yaklaşımları, özellikle acentenin büyüklüğüne bağlı olarak farklılık gösterebilmekte; kısa, orta ve uzun vade aksiyon planları mevcut yapılarına göre değişebilmektedir. Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, İl Delegeleri, Dernek Başkanları ve acente görüşmeleri neticesinde; A tipi acentelerin sektöre oranla altyapılarını daha donanımlı hale getirmiş oldukları, veri takip sistemlerini kullandıkları ve çapraz satış imkanlarından faydalandıkları tespit edilmiştir. Bu tipteki acentelerin, kısa vadede müşteri segmentasyonu yapması, segment bazlı stratejiler geliştirmesi ve teknolojik altyapı sistemlerini kullanarak satış pazarlama ekiplerini bu doğrultuda yönlendirmesi önerilmektedir. Sektörün prim üretiminde liderlik eden bu acentelerin, konumlarını korumak, hizmet kalitelerini ve karlılıklarını arttırmak adına bu tip müşteri yönetim sistemlerine bütçe ayırması önerilmektedir.

B tipi acentelerin A tipi acentelere kıyasla daha az gelişmiş programlar aracılığı ile teknolojik donanımlarını kurmaya başladıkları gözlenmiş olsa da; hedeflenen kurumsallaşma süreci kapsamında, bu tipteki acentelerin de altyapılarını güçlendirmeye başlamaları önemlidir. Ürün portföyleri açısından motor branşlarının yanı sıra diğer branşlara da yönelmeye başlayan acenteler, müşteri verilerini etkin kullanarak bu süreçteki hizmet kalitelerini arttırdıkları gibi müşterileri ile uzun soluklu ilişki kurma şansı elde edeceklerdir.

C tipi acentelerin özellikle birleşme ve gerekli finansman desteğini sağlamaları sonucunda orta ve uzun vadede rekabetçi olmak adına web tabanlı CRM programları ile altyapılarını kuvvetlendirmesi önerilmektedir. Özellikle uzun vadede, teknolojik donanımlara yeterli yatırımı yap(a)mayan acentelerin rekabet içerisinde kaybolmaları söz konusudur.

Eylem Adımları

- Müşteri verisi takip sistemine yönelik teknolojik altyapı gereksinimlerinin belirlenmesi
- İlgili finansman kaynağının sağlanmasına yönelik çalışmaların yapılması
- İlgili altyapı sağlayıcılarının belirlenmesi ve görüşmelerin sağlanması
- Acentelere sürece yönelik bilgilendirme yapılması
- Uygulama yaygınlaştırma çalışmasının gerçekleştirilmesi

Anahtar Performans Göstergeleri

- Acente Çapraz Satış Oranı
- Acente Başına Prim Üretimi Artış Oranı

Finansman Kaynakları

- Teknolojik altyapı yatırımları hususunda TÜBİTAK bünyesindeki Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı (TEYDEB) Teşvikleri kapsamındaki uygun teşvik programları kullanılarak proje finansman desteği alınması

İlgili Paydaşlar

- Ana paydaş: TOBB-SAİK
- Diğer Paydaşlar: TÜBİTAK, Hazine Müsteşarlığı, Sigorta Acenteleri, Sigorta Şirketleri

5.2.6. Bilinçlendirme ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Acente anket çalışmaları ve ilgili paydaş görüşmeleri sonucunda ortaya çıkan bir diğer sorun, acenteler kadar sektörün diğer araçlarını da benzer şekilde etkileyen “Müşterilerin Sigorta Konusundaki Güven ve Bilgi Eksiklikleri” konusudur. 2014 - 2018 dönemi Hazine Müsteşarlığı Stratejik Planı incelendiğinde, “Sigortalılık oranlarının artırılması ve sigortacılık ve özel emeklilik ürünlerinin yaygınlaştırılması” stratejik hedefi altında yer

alan stratejilerden birinin “sigortacılık bilinçlendirme ve tanıtım stratejisinin sürdürülmesi”¹⁶⁶ olduğu gözlenmektedir.

Toplum içinde sigorta sektörüne ilişkin bilinirlik arttıkça acentelik mesleğinin tanıtımı dolaylı olarak daha sağlıklı gerçekleştirilmiş olacaktır. Bu çerçevede, önümüzdeki dönemde sigorta acenteleri mesleğini ve acente dağıtım kanalını ön plana çıkaracak reklam, sosyal medya çalışmaları, broşür dağıtımı gibi pazarlama faaliyetlerinin planlanması ve uygulamaya alınması önerilmektedir. Bu çerçevede, acente mesleğinin tanımı, kavramı ve sektör içindeki önemi vurgulanacak şekilde planlama yapmak önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Fransa’da faaliyet gösteren AGEA’nın üstlendiği rollerin (bkz. Bölüm 3) örnek teşkil edeceği düşünülmektedir. Acentelerin sigorta haftasına etkin katılımı bu bağlamda önemli bir eylem adımıdır.

Diğer taraftan, sigorta sektörü ve acentelik mesleği için bilinçlendirme çalışmaları ilkökul seviyesinden itibaren ele alınmalıdır. Bu kapsamda, hali hazırda Hazine Müsteşarlığı öncülüğünde meslek örgütü temsilcilerin katıldığı çalışma gruplarında öngörülen “İlköğretimde Hayat Bilgisi dersi içerisinde işlenecek sigorta konusunun içeriğinin belirlenmesi ve Milli Eğitim Bakanlığı’na iletilmesi”¹⁶⁷ eylem planı devreye alınmalı ve erken yaşta sigorta bilinci gelişmesi hızlandırılmalıdır.

Finansal katılım ve finansal okuryazarlığın artırılması projelerinde bankacılık ve ödeme ürünlerinin yanı sıra, sigorta ürünlerinin de aktif olarak ele alınması oldukça önemlidir. Özellikle Z kuşağı olarak nitelendirilen yeni jenerasyonun uzun vadede aktif sigorta ürünü kullanıcıları olacağı düşünüldüğünde, bu tanıtım ve bilinçlendirme kampanyalarının geleneksel iletişim kanallarının yanı sıra özellikle sosyal medya mecraları ile desteklenmesi önerilmektedir. Özellikle 4.2 bölümünde yer verilen anket çalışması sonucunda bilinirliği ve sahipliği daha az olarak ön plana çıkmış ürünlere yönelik daha odaklı aktivitelerin ele alınması oldukça önemlidir.

Seçilmiş ülkeler incelendiğinde, Amerika’da gerçekleştirilen “Hayat Sigortası Farkındalık Ayı”¹⁶⁸ (LIAM) gibi kapsamlı farkındalık projeleri, çarpıcı sloganlar ve odaklı iletişim stratejileri ile örnek teşkil edebilecektir.

Eylem Adımları

- Bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetlerine yönelik stratejik eylemlerin ilgili tüm paydaşlara hitap edecek şekilde hazırlanması, eylem adımlarının net, kısa ve anlaşılır bir şekilde belirlenmesi
- Her bir eylem adının gerçekleştirilmesinden ve takibinden sorumlu kurum ve kuruluşların belirlenmesi
- Bilinçlendirme ve tanıtım materyallerinin hazırlanmasına destek olunması
- Bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetlerine destek olunması

Anahtar Performans Göstergeleri

- Bilinçlendirme ve Tanıtım Bütçesine Uyum
- Katılım Sağlanan/destek olunan Faaliyet Adedi
- Bölgesel Bazlı Sigortalılık Artış Oranı

Finansman Kaynakları

- Bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetlerine yönelik Kalkınma Ajansı Teknik Destek programı, KOSGEB Genel Destek programı tarafından finansman desteği alınması

İlgili Paydaşlar

- Projeden sorumlu ana paydaş: Hazine Müsteşarlığı
- Diğer katkı sağlayacak paydaşlar: TOBB-SAİK, Sigorta Şirketleri, Sigorta Acenteleri, Brokerler, Bankalar

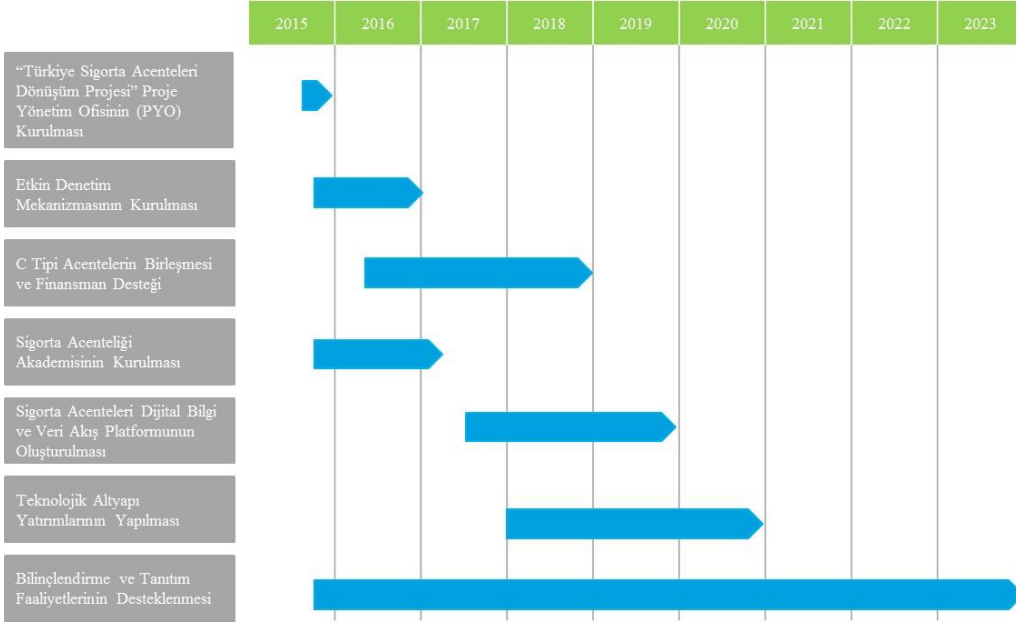
¹⁶⁶ T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Stratejik Planı 2014 - 2018; Stratejik Amaç 3, Stratejik Hedef 3.1, Strateji S1

¹⁶⁷ Sigortacılık Bilinçlendirme ve Tanıtım Stratejisi, Eylem 8 (www.tsb.org.tr/images/Documents/Sigortacilik_Tanitim_Stratejisi.doc)

¹⁶⁸ Life Happens sponsorluğunda, www.lifehappens.org

Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi yol haritası aşağıdaki gibidir:

Şekil 7: Dönüşüm Projesi Yol Haritası



5.3. Çalışma Modelleri

Bu bölümde, "Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi"nde ayrıca ele alınabilecek farklı çalışma modeli senaryo önerilerine yer verilmektedir.

Tablo 20: Çalışma Modeli Senaryoları

	Çalışma Modeli Senaryo Önerisi	Açıklama
1	Acentelerin Çoklu Kanal Yapılanması	Yurt dışındaki örnekler incelendiğinde, özellikle "price aggregator" kavramının gün geçtikçe daha fazla ön plana çıkması, satın alma eğilimlerinde uzun vadede yeni jenerasyonun yeni sigorta satın alıcıları olması ile birlikte internet ve mobil gibi kanallardan özellikle standart sigorta ürünlerinin internetten satışının artma potansiyelinin bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Artan acente maliyetleri göz önüne alındığında, acenteler tarafından önemli bir rekabet sorunu olarak nitelendirilen internetin ve çağrı merkezi kanalı gibi alternatif satış kanallarının rakip kanallar olmaktan çok tamamlayıcı kanallar olarak pozisyonlanması oldukça önemlidir. İnternet kanalının daha düşük maliyetli olması ve daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşma olanağı özellikle büyük ölçekli kurumsal acentelerin bu kanala yönelmiş veya yönelecek olmalarına etkindir. İnternet ve çağrı merkezi üzerinden satış yapmak; yayılmak ve daha çok müşteriye ulaşmak açısından kolay olsa da kalıcı ve sürdürülebilir müşteri ilişkisi söz konusu olduğunda ve rekabetçi şartlar göz önüne alındığında tek başına yeterli olmayabilmektedir. Sürdürülebilir müşteri ilişkisinin önemli sağlayıcılarından olan acentelerin, geleneksel satış kanalında elde ettikleri tecrübeleri, internet kanalı ve çağrı merkezi gibi kanallar ile desteklemesi oldukça önemlidir. Hizmet kalitesini en üst seviyeye taşıyan ve sanal ortamda da en doğru ve güvenilir bilgiyi en hızlı şekilde verebilen acenteler gelişen pazarda bir adım öne çıkma şansı yakalayacaklardır. A tipi acentelerin halihazırdaki ilgili girişimlerini yaygınlaştırması ve destek kanalları kurarak müşteri portföylerini geliştirmesi önerilmektedir. Bu noktada, geleneksel satıştan, internet ve çağrı merkezi kanal satışına yönelecek müşteriler ile ilişkilerin yeniden kurgulanması, müşterinin acente ile bağlantısını güçlendiren satış sonrası desteğe yönelmeleri oldukça önemlidir. B ve C tipi acenteler için ise bu tip bir yatırım halihazırda daha zor gözükmeyle birlikte, sağlanabilecek finansman desteği ile internet ve çağrı merkezi gibi tamamlayıcı kanalları aktif olarak gündeme almaları önerilmektedir. Orta ve uzun vadede tamamlayıcı kanalları aktif olarak kullan(a)mayan acentelerin, süregelen rekabet şartlarına ayak uydurmaları zor olabilecektir.

	Çalışma Modeli Senaryo Önerisi	Açıklama
2	Acentelerin Hizmet Alanlarının Genişletilmesi	Acentelerin mevcuttaki çalışma modelinde tek gelir kalemi prim üretiminden kazanılan komisyonlardır. Bu noktada acentelerin hizmet alanlarını farklılaştırması ve böylelikle gelir kanallarını çeşitlendirmesi oldukça önemlidir. Artan rekabet şartları ile sektördeki yeni oyuncular ve paydaşlar acentelerin pazar payını etkilemektedir. Sektör bilgisi ve tecrübesi açısından oldukça birikimli olan konularının gelir kalemine dönüştürülmesi acentelerin kurumsallaşma sürecine destek olacaktır. Acentelerin bu bağlamda, halihazırda ücretsiz olarak sundukları; hasar anında teknik destek, aracılık hizmetleri, satış öncesi teknik danışmanlık vb. faaliyetleri hizmet portföylerine eklemeleri önemlidir. Özellikle B ve C tipi acentelerin bu tip tamamlayıcı hizmetler ile gelirlerini arttırabilmeleri hedeflenmelidir. İngiltere ve Almanya gibi yurt dışı çalışma modelleri incelendiğinde, aracılardan, “finansal danışman” olarak hizmet verdiği yapılar bulunmaktadır. Türkiye’de de müşterilerine finansal danışman olarak hizmet veren acentelerin sayısının artması, 2023 hedefi olan “profesyonel acente” olma yolunda önemli bir adım olacaktır.
3	Aday Acente/Acente Temsilcisi Modelinin Uygulamaya Alınması	Türkiye’de faaliyet gösteren acenteler ile gerçekleştirilen görüşmelerde, özellikle teknik personelin belirli bir süre sonra müşteri portföyü ile birlikte ayrılarak faaliyetlerini farklı bir acente açarak yürütebildiği konusu ön plana çıkarılmıştır. Bu işleyiş, acentelerin hem satış personellerini hem de kendi bünyelerinde kazandıkları müşteri portföyünü kaybetme riskine yol açabilmektedir. Fransa, İtalya ve Danimarka örneklerinde olduğu gibi alt aracılık/temsilci aracılık çalışma modeli, acentenin alt acenteye devrettiği haklar çerçevesinde acente adına faaliyet gösteren, acentenin temsilcisi olduğu, sözleşmenin alt acente ve acente arasında kurulduğu bir yapıyı ifade etmektedir. Türkiye’de önerilen aday acente/acente temsilciliği çalışma modelinde (aday acente ofisi olan acenteleri, acente temsilcileri ofisi olmayan ve serbest çalışan bireyleri ifade etmektedir), acentelerin yetiştirdikleri teknik personellerin başka bir acente açarak ticari faaliyetlerine devam etmek istemeleri durumunda, her iki tarafın haklarını gözetecek şekilde, paydaşlar tarafından belirlenecek belirli bir süre için komisyon oranının paylaşıldığı bir yapıdan bahsetmek mümkündür. Bu şekilde hem ana acente portföy kaybı endişesi taşımayacak, hem de kurumsal yapı içerisinde çalışanların gelişimine odaklanarak sektörün sağlıklı işleyişine katkıda bulunacaktır. Bölüm 3.2.1’de yer verilen Fransa’daki sigorta aracı ile sigorta aracı temsilcisi örnek sözleşmesindeki kimi maddelerin (sözleşmenin sona ermesi ile belirli bir süre boyunca müşteri portföyüne direkt veya endirekt herhangi bir satış yapamama, vb.) örnek teşkil edebileceği düşünülmektedir. Aday acente/acente temsilciliği çalışma modelinin şartları ve gereklilikleri sektör paydaşları ile yapılması önerilen çalışmanın ardından belirlenmeli ve şeffaf olarak acenteler ile paylaşılmalıdır.
4	Zorunlu Branşlar Acentelik Sisteminin Kurulması	Zorunlu branşlar acentelik sistemi, ürün portföyü halihazırda çoğunlukla zorunlu sigortalardan oluşan ve az sayıda sigorta şirketi ile çalışan acenteler için önerilen, birleşmeye alternatif olabilecek bir modeldir. Bu sistemde, zorunlu branş acentelerinin, sadece zorunlu sigortaları kapalı ekran üzerinden satabilecekleri bir model tanımlanmaktadır. Kapalı ekran sistemi üzerinden trafik ve zorunlu deprem poliçelerinin satışını yapacak bu tip acenteler, tahsilat ve ödeme gibi risk arz eden durumlardan muaf olacağı için sigorta şirketleri tarafından daha az riskli olarak değerlendirilebilecek, böylelikle birçok sigorta şirketinin acentesi olma şansını yakalayabilecektir. Bu kapsamda özellikle trafik ve zorunlu deprem branşlarında satış yapan C tipi acenteler, birden çok sigorta şirketi ile çalışarak, müşterilerine farklı fiyat alternatifleri sunabilecek ve artan rekabet şartlarına ayak uydurma şansını yakalayabilecektir.

5.4. Tahkim Heyeti

Acente sözleşmelerine yönelik anlaşmazlıkların çözümü konusunda, Türkiye’de sigorta acenteleri ile sigorta şirketleri arasındaki acentelik sözleşmesinden doğan uyuşmazlıkların çözümü amacıyla bir Tahkim Heyeti’nin oluşturulması önerilmektedir. Bölüm 3.2’de yer verilen FIN-NET ağı, müşteriler ile bankalar, sigorta şirketleri, yatırım şirketleri gibi finansal hizmet veren kuruluşlar arasındaki sınır ötesi uyuşmazlıkların ulusal mahkemeler dışında çözülmesini sağlamakta olup, tahkim yapılanması anlamında önemli bir modeldir.

Bu kapsamda, Tahkim Heyeti’nin mevcut TOBB Tahkimi veya Hazine Müsteşarlığı altında yeni bir birim olarak yapılacağı bir model önerilmektedir. Bu yapının kurulmasındaki amaç;

- Sigorta şirketi ile sigorta acentelerinin yaşayacağı olası anlaşmazlıkların mahkeme kanalına gitmeden önce daha kısa sürede ve daha düşük maliyetle çözülmesini sağlamak;
- Mahkemelerin iş yüklerini azaltmak;
- Uyuşmazlıkların etkin ve adil bir şekilde çözülmesine katkıda bulunarak hem paydaşların hem de kamuoyunun sigorta sektörüne duyduğu güveni pekiştirmek/arttırmaktır.

Tahkim Heyeti’nin oluşturulması ve faaliyete başlatılmasıyla birlikte ilgili düzenleyici ve denetleyici birimlere sunulacak düzenli raporlar (faaliyet raporları vb.) sektörün işleyişindeki eksikliklere dikkat çekilebilecek ve yeni düzenlemelere katkı sağlanabilecektir.

5.5. İcra Komitesi Kısa, Orta ve Uzun Vadeli Eylem Planları

İcra Komitesinin diğer ilgili paydaşlar ile yürüteceği kısa, orta ve uzun vadeli eylem planları aşağıdaki gibidir:

Tablo 21: İcra Komitesi Kısa, Orta ve Uzun Vadeli Eylem Planları

Kısa Vadeli Eylem Planları	Orta Vadeli Eylem Planları	Uzun Vadeli Eylem Planları
<p>“Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi” Proje Yönetim Ofisinin (PYO) Kurulması</p> <ul style="list-style-type: none"> • Detaylı proje takviminin oluşturulması • İlgili paydaş ve tarafların belirlenmesi (TOBB-SAIK, Hazine Müsteşarlığı, TSB, Sigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleri, Dernek Başkanları, İl Delegeleri ve diğer üçüncü taraflar) • Her bir paydaşı temsil eden üyeler ile Proje Yürütme Komitesi yönetim yapısının tanımlanması • Proje alt ekiplerinin oluşturulması ve koordinasyon araçlarının tanımlanması • Proje iletişim planının oluşturulması • Projenin proje takvimine uygun işleyişine yönelik takibin yapılması • Projeye yönelik gerekli raporlamaların yapılması • Projenin performans kriterlerine uygun işleyişinin izlenmesi 	<p>C Tipi Acentelerin Birleşmesi ve Finansman Desteği</p> <ul style="list-style-type: none"> • Birleşme sonucunda oluşacak potansiyel iyileşme alanlarının belirlenmesi ve acenteler ile paylaşılması • Birleşme modelini tercih eden acentelere süreçler hakkında bilgi verilmesi • Finansman desteği kapsamında, acentelerin KOBİ kategorisinde değerlendirilmeleri hususunda Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile müzakere edilmesi • Birleşmeyi hedefleyen acentelere gerekli danışmanlık ve desteğin sağlanması • Birleşmeyi hedefleyen acentelerin görevlerinin belirlenmesi ve aksiyon planlarının geliştirilmesi • Birleşme sonrasında sonuçların izlenmesi ve gerekli aksiyonların alınması 	<p>Teknolojik Altyapı Yatırımlarının Yapılması</p> <ul style="list-style-type: none"> • Müşteri verisi takip sistemine yönelik teknolojik altyapı gereksinimlerin belirlenmesi • İlgili finansman kaynağının sağlanmasına yönelik çalışmaların yapılması • İlgili altyapı sağlayıcılarının belirlenmesi ve görüşmelerin sağlanması • Acentelere sürece yönelik bilgilendirme yapılması • Uygulama yaygınlaştırma çalışmasının gerçekleştirilmesi
<p>Etkin Denetim Mekanizmasının Kurulması</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sigorta Acenteleri ve Acentelik Faaliyeti Denetim Rehberi'nin nihai hale getirilmesi, denetim prosedürünün ve kontrol mekanizmalarının oluşturulması • Hem il bazlı kurulması önerilen denetim mekanizmalarına hem de merkezi yapıya ilişkin organizasyon yapısının kurgulanması ve bu organizasyonda yer alacak personelin rol ve sorumluluklarının net bir şekilde belirlenmesi, • Kaynak planlamasının değerlendirilmesi, görevlendirilecek yeni personele ilişkin tespitlerin yapılması ve gerekli eğitim kataloğunun oluşturulması • Denetim planlama ve takviminin oluşturulması, • Denetim sonuçlarına göre gerekli aksiyonların alınması 	<p>Sigorta Acenteliği Akademisinin Kurulması</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sigorta Acenteliği Akademisi organizasyon ve personel yapısı ile teknik altyapısının oluşturulması • Eğitim konularının tespitine yönelik anket çalışmasının gerçekleştirilmesi • Eğitim konuları ve saatlerinin sektör paydaşları ile birlikte nihai hale getirilmesi • Eğitim takviminin belirlenmesi • İç kaynak ile verilecek eğitimler için eğitim dokümanları ve içeriklerinin hazırlanması • Dış kaynak ile yapılacak eğitimler için araştırmaların yapılması • Tüm eğitimlere yönelik eğitimcilerin tespit edilmesi • E-öğrenme altyapısının değerlendirilmesi 	<p>Bilinçlendirme ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetlerine yönelik stratejik eylemlerin ilgili tüm paydaşlara hitap edecek şekilde hazırlanması, eylem adımlarının net, kısa ve anlaşılır bir şekilde belirlenmesi • Her bir eylem adımının gerçekleştirilmesinden ve takibinden sorumlu kurum ve kuruluşların belirlenmesi • Bilinçlendirme ve tanıtım materyallerinin hazırlanmasına destek olunması • Bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetlerine destek olunması
	<p>Sigorta Acenteleri Dijital Bilgi ve Veri Akış Platformunun Oluşturulması</p> <ul style="list-style-type: none"> • Platforma yönelik gereksinimlerin belirlenmesi • Platforma yönelik sigorta acenteleri ve sigorta şirketleri ile görüşmelerin yapılması • Platformun tasarlanmasının sağlanması • Platforma yönelik gerekli teknolojik altyapının kurulmasının sağlanması • Platformun üzerinden kesilecek poliçelerin komisyon oranlarının belirlenmesi • Platforma yönelik gerekli iletişimin yapılması 	

5.6. İcra Komitesi Yurt İçi ve Yurt Dışı İletişim Planı

Bu bölümde, TOBB-SAİK'in Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi kapsamında ele alması önerilen yurt içi ve yurt dışı iletişim planına yer verilmektedir.

Tablo 22: İcra Komitesi Yurt İçi ve Yurt Dışı İletişim Planı

Aktivite	Sorumlu	Hedef Kitle	Yöntem	Amaç
Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi Basın Bülteninin Paylaşılması	TOBB-SAİK	<ul style="list-style-type: none">AcentelerSigortalılarKamu KurumlarıDiğer Dağıtım Kanalları	Basın Bülteni	Raporun özetine yönelik basın bülteninin hazırlanması kamuoyuna duyurunun yapılması
Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi Lansmanının Yapılması	TOBB-SAİK	<ul style="list-style-type: none">Dernek BaşkanlarıSigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleriİl DelegeleriAcenteler	Etkinlik	Raporun basılı olarak ve internet üzerinden paylaşılması, katılımcılara 2023 vizyon ve dönüşüm projesi hakkında bilgi verilmesi
İl Bazlı Toplantıların Yapılması	TOBB-SAİK	<ul style="list-style-type: none">Dernek BaşkanlarıSigorta Acenteleri Sektör Meclis Üyeleriİl DelegeleriAcenteler	Toplantı/ Etkinlik	Bölgesel bazlı seçilen illerde proje içeriğinin acentelere aktarılması
Sigorta Şirketlerine Yönelik Tanıtım Toplantısı	TOBB-SAİK	<ul style="list-style-type: none">TSB	Toplantı	Sigorta şirketlerinden katılımcılar ile şirketlerin paydaşı olduğu önerilerin paylaşılması
Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi'ne Yönelik ilgili Ülke Paydaşları ile Görüşmeler Yapılması	TOBB-SAİK	<ul style="list-style-type: none">İlgili ülke birlikleri ve/veya idari düzenleyici kurumlar	Toplantı	Çalışma modellerinin hayata geçirilmesi aşamasında, ziyaret edilen ülkelerdeki acente çalışma modellerini, acente yapılarını ve beklenen gelişmeleri yerinde incelemek üzere bilgi alışverişi yapılması
Sigorta Acenteleri Intranetinin/Portalının Kurulması	TOBB-SAİK	<ul style="list-style-type: none">Acenteler	Intranet İçeriği	Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi ele alınan konulara yönelik sürekli bilgilendirmenin yapılması, acentelerden gelen geri bildirimlerin irdelenmesi
Sosyal Medya ve İlgili İnternet Sitelerinde 2023 Vizyonu Tanıtımının Yürütülmesi	TOBB-SAİK	<ul style="list-style-type: none">Sigortalılar	İnternet/ Sosyal Medya İçeriği	Sektörün imajına katkı sağlamak ve bilinirliği arttırmak adına sosyal medya ve seçilmiş internet sitelerinde ilgili paylaşımların yapılması

5.7. Önerilen Paydaş Sorumlulukları

Sigortacılık sektörü penetrasyon oranını, sigorta şirketleri karlılığını ve acentelerin verimliliğini artırmak için ve Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi'nin sağlıklı işleyişinin sağlanmasına yönelik kamu otoritelerine, sigorta şirketlerine, TSB'ye ve acentelere düşen görevler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tablo 23: Önerilen Paydaş Sorumlulukları

	İlgili Görevler
Hazine Müsteşarlığı	<ul style="list-style-type: none">• Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi eylem adımları ve çalışma model önerileri konusunda görüş verilmesi• Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi Proje Yürütme Komitesine temsilci atanması• Etkin denetim mekanizmasının kurulmasına destek olunması, acentelerin denetimi sonucu çıkan bulgulara yönelik aksiyon alınmasının sağlanması• C Tipi acentelerin birleşme modeline yönelik idari ve yasal olarak destekte bulunulması• Sigorta Acenteliği Akademisi'nin kurulmasına yönelik gerekli desteğin verilmesi• TOBB-SAİK tarafından oluşturulacak eğitim konuları hakkında görüş bildirilmesi• İlgili eğitim programına uygun olarak eğitimci desteği sağlanması• Platformunun tasarlanmasına yönelik yasal desteğin verilmesi• Acentelerin teknolojik altyapı yatırımlarına yönelik yasal çerçevede görüş verilmesi• Sigortacılık bilinçlendirme ve tanıtım stratejisinin diğer ilgili paydaşlar ile birlikte sürdürülmesi, özellikle geleceğin sigorta satın alıcıları olan Z jenerasyonunu hedefleyen tanıtım stratejilerine odaklanılması
Sigorta Şirketleri ve TSB	<ul style="list-style-type: none">• Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi eylem adımları ve çalışma model önerileri konusunda görüş verilmesi• Türkiye Sigorta Acenteleri Dönüşüm Projesi Proje Yürütme Komitesine temsilci atanması• Sigortacılık bilinçlendirme ve tanıtım stratejisinin diğer ilgili paydaşlar ile birlikte sürdürülmesi, özellikle geleceğin sigorta satın alıcıları olan Z jenerasyonunu hedefleyen tanıtım stratejilerine odaklanılması• İlgili eğitim programına uygun olarak eğitimci desteği sağlanması• Platformun oluşturulmasına yönelik görüşmelere katılım sağlanması• Acentelerin teknolojik altyapı yatırımlarına yönelik görüş bildirilmesi ve gerekli olabilecek desteğin sağlanması
Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	<ul style="list-style-type: none">• Acentelerin KOBİ kategorisinde yer alması konusunun ilgili değerlendirmenin gerçekleştirilmesi
KOSGEB	<ul style="list-style-type: none">• Acentelerin birleşmesine ve borçluluk statülerinin desteklenebilmesi adına finansman desteği sağlanmasının değerlendirilmesi• Platformun oluşturulmasına yönelik finansman desteği sağlanmasının değerlendirilmesi
TÜBİTAK	<ul style="list-style-type: none">• Platformun oluşturulmasına yönelik finansman desteği sağlanmasının değerlendirilmesi• Acentelerin teknolojik altyapı yatırımlarına yönelik finansman desteği sağlanmasının değerlendirilmesi
Acenteler	<ul style="list-style-type: none">• Etkin denetim mekanizmasının sağlıklı olarak işleyebilmesi için denetim planına uygun olarak gerekli çalışmaların gerçekleştirilmesi, denetim rehberinin incelenmesi ve mevcut faaliyetler ile farklılık analizinin yapılması• Birleşme talebi olan acentelerin TOBB-SAİK'e başvurarak birleşme sürecine ilişkin bilgi alması ve ilgili diğer acenteler ile birleşme konusunu değerlendirmesi. Birleşmeye karar veren acentelerin, TOBB-SAİK ile birlikte aksiyon planı oluşturması• Platformun oluşturulmasına yönelik görüşmelere katılım sağlanması• Oluşturulacak eğitim programına uyum sağlanması• Müşteri verilerini takip edebilmek için teknolojik altyapı yatırımlarının yapılması veya halihazırda mevcut olan altyapılarını güçlendirmesi• Sigorta bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetlerine yönelik tanıtım materyallerinin anlaşılması ve müşterilere etkin şekilde sunulması• Ürün ve hizmet portföyünü genişletmeye odaklanılması

6. Kaynaklar

1. 22.04.2014 tarihli ve 28980 No'lu Sigorta Acenteleri Yönetmeliği
2. 28.12.2014 tarihli ve 29219 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Zorunlu Karayolu Taşımacılık Mali Sorumluluk Sigortası tarife ve talimatında değişiklik yapılmasına ilişkin tarife ve talimat
3. Association of British Insurers (ABI) internet sitesi , www.abi.org.uk
4. ABI, UK Insurance Key Facts 2014
5. Autorité de controle prudentiel et de resolution (ACPR) internet sitesi, www.acpr.banque-france.fr
6. ACPR Annual Report 2014
7. Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici (ANIA) internet sitesi, www.ania.it
8. ANIA, Italy Insurance 2013-2014 Report
9. ANIA, L'assicurazione Italiana 2014-2015
10. Avrupa Komisyonu (European Commission) internet sitesi, www.ec.europa.eu
11. Avrupa Komisyonu, The European Commission's Interim Report on Business Insurance
12. Axway Case Study CSCA, "Axway Provides Industry-Wide Data Exchange Platform for Insurance Companies and Brokers"
13. Bancorreos internet sitesi, www.bancorreos.es
14. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), İnteraktif Aylık Bülten
15. Boletín Oficial del Estado (BOE)
16. British Insurance Brokers' Association (BIBA) internet sitesi, www.biba.org.uk
17. BIBA, Terms of Business Agreements
18. BIBA, Transparency, Disclosure and Conflicts of Interest in the Commercial Insurance Market
19. Bulletin Officiel des Finances Publiques - Impôts internet sitesi, www.impots.gouv.fr/
20. Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) internet sitesi, www.bafin.de
21. BaFin 2014 Annual Report
22. Bundeverband Deutscher Versicherungskaufleute, (BVK) internet sitesi, www.bvk.de
23. Capgemini 2015 World Insurance Report
24. Chartered Insurance Institute (CII)
25. CSCA internet sitesi, <http://www.csc.fr>
26. Deloitte Acente Anket Çalışması, Mayıs 2015
27. Deloitte Yurt Dışı Ofis Görüşmeleri
28. Deutscher Industrie- und Handelskammertag internet sitesi, www.dihk.de
29. Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) internet sitesi, www.dgsfp.mineco.es
30. DGSFP, Informe Estadístico Annual dei Mediación 2014
31. DGSFP Seguros y Fondos de Pensiones, Informe 2014
32. Directive 2002/92/EC of The European Parliament and of The Council of 9 December 2002 on insurance mediation
33. Economist Intelligence Unit (EIU)
34. Edicourtage internet sitesi, www.edicourtage.fr
35. Emeklilik Gözetim Merkezi (EGM)
36. Estima Araştırma, Sigorta Satın Alma Eğilimleri Araştırması, Haziran 2015
37. Europe Economics, Distribution Channels in Insurance, December 2013
38. European Commission internet sitesi, <http://ec.europa.eu/>
39. European Insurance in Figures Statistics No:50, No:48, No:46 ve No: 39
40. Financial Conduct Authority (FCA) internet sitesi, <http://www.fca.org.uk>
41. FCA Handbook
42. Fédération Française des Sociétés d'assurances (FFSA) internet sitesi, www.ffsa.fr
43. FFSA Rapport Annuel 2014
44. FFSA Tableau de bord de l'assurance en 2014
45. Federacao Nacional dos Corretores de Seguros Privados, de Capitalizacao, de Previdencia Privada e das Empresas Corretoras de Seguros (FENACOR) internet sitesi, www.fenacor.com.br
46. Fédération Nationale des Syndicats d'agents Généraux d'assurance (AGEA) internet sitesi, www.agea.fr
47. Finaccord Channels Metrics: Consumer Distribution Trends in UK Insurance, February 2014
48. Finaccord Distribution Channels for Life Insurance: A Global Perspective, 2014
49. Financial Services Agency, The Japanese Government
50. Financial Services and Markets Act (FSMA)
51. Finanstilsynet internet sitesi
52. Forskrings & agenter internet sitesi, Sigorta acenteleri rehberi- Kural ve kayıt, Nisan 2013
53. General Insurance Rating Organization of Japan internet sitesi <http://www.giroj.or.jp>
54. Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) internet sitesi, www.gdv.de
55. GDV, Statistical Yearbook of German Insurance 2014
56. Gewerbeordnung (GewO) Industrial Code 34d Insurance Intermediaries
57. Helgilibrary internet sitesi, <http://www.helgilibrary.com>
58. IMF External Publications - Brazil: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles of the International Association of Insurance Supervisors
59. IMF External Publications - Denmark: Detailed Assessment of Observance of the Insurance Core Principles
60. IMF External Publications - France: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles of the International Association of Insurance Supervisors
61. IMF External Publications - Germany: Detailed Assessment of Observance on Insurance Core Principles
62. IMF External Publications - Japan: Insurance Core Principles Detailed Assessment of Observance
63. IMF External Publications - Italy: Detailed Assessment of IAIS Insurance Core Principles
64. IMF External Publications - Spain: IAIS Insurance Core Principles Detailed Assessment of Observance
65. IMF External Publications - United Kingdom: Insurance Core Principles Detailed Assessment of Observance
66. IMF External Publications - United States: Detailed Assessment of Observance of Insurance Core Principles
67. Insurance Agents & Brokers in the UK: Market Research Report, www.ibisworld.co.uk
68. Insurance Information Institute (III) internet sitesi, www.iii.org
69. Insurance Mediation Regulation - VersVermV
70. International Finance and Banking Conference Report, FI BA, 2015
71. Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni (IVASS) internet sitesi, www.ivass.it
72. IVASS 2014 Annual Report
73. Japan Insurance Business Act
74. Juristco Japan internet sitesi, www.jurists.co.jp
75. La Banque Postale internet sitesi, www.labanquepostale.fr
76. Le portail de l'économie et des finances internet sitesi, www.economie.gouv.fr
77. Legifrance internet sitesi, www.legifrance.gouv.fr
78. Life Happens internet sitesi, www.lifehappens.org
79. Life Insurance and Market Research Association (LIMRA)
80. Life Insurance in Denmark, Key Trends and Opportunities to 2018, Timetric, Şubat 2015

81. Lovells, The Regulation of Insurance and Reinsurance Mediation in Spain, 2008
82. National Association of Insurance Commissioners (NAIC) internet sitesi, www.naic.org
83. NAIC, Market Regulation Handbook Examination Standards Summary
84. NAIC, Producer Licensing Model Act, January 2005
85. Registre unique des intermédiaires en assurance, banque et finance (ORIAS) internet sitesi, www.orias.fr
86. ORIAS, Rapport Annuel 2014
87. PB Versicherung internet sitesi, www.pb-versicherung.de
88. Parlamento internet sitesi, www.parlamento.it
89. Planalto internet sitesi, www.planalto.gov.br
90. Practical Law, A Thomson Reuters Legal Solution Insurance and Reinsurance Overview
91. Retsinformation internet sitesi, www.retsinformation.dk
92. Scor: Motor Insurance & Reinsurance Current Issues and Future Trends Report
93. Sigorta ve Reasürans Brokerleri Derneği - Türkiye (SBD) internet sitesi, www.sbd.org.tr
94. SBD, Türkiye Sigorta Aracıları Değerlendirme Raporu, Özet Beyan Dokümanı
95. Syndicat Français des Assureurs Conseils (SFAC), Modeles Types de Contrats de Mandataires d'Intermediaires d'Assurances
96. Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi (SBM)
97. Superintendencia de Seguros Privados (SUSEP) internet sitesi, www.susep.gov.br
98. Swiss Re Sigma No 2/2014, No 3/2014 ve No 4/2015 Reports
99. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Stratejik Planı 2014 - 2018
100. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Sigorta Denetleme Kurulu, Türkiye'de Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Rapor 2014
101. The General Insurance Association of Japan (GIAJ)
102. The Insurance and Reinsurance Law Review, Law Business Research Ltd, Nisan 2014
103. The Life Insurance Association of Japan (LIAJ)
104. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
105. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
106. TOBB-SAİK SWOT Analizi Çalışması
107. TOBB Sigorta Acenteleri Bölgesel Gelişmişlik ve Taşıma Kapasitesi Araştırması, Yrd. Doç. Dr. Erdem Kırkbeşoğlu, 2015
108. Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği (TSB)
109. TSB, Sigortacılık Bilinçlendirme ve Tanıtım Stratejisi
110. World Bank internet sitesi, www.worldbank.org

Ek. 1

Tablo 25: İl Bazlı Aylık Maliyetler

İstanbul	9.805 TL	Erzurum	5.418 TL	Rize	4.162 TL
Ankara	9.510 TL	Afyonkarahisar	5.326 TL	Osmaniye	4.158 TL
İzmir	9.151 TL	Tekirdağ	5.247 TL	Sinop	4.107 TL
Adana	9.123 TL	Elazığ	5.231 TL	Tokat	4.023 TL
Bursa	7.590 TL	Niğde*	5.222 TL	Bitlis*	4.000 TL
Antalya	7.207 TL	Karaman	5.170 TL	Siirt	3.919 TL
İçel	7.113 TL	Çanakkale	5.098 TL	Kars	3.887 TL
Şanlıurfa	6.510 TL	Malatya	5.037 TL	Ağrı	3.850 TL
Kahramanmaraş	6.386 TL	Ordu	5.007 TL	Van	3.843 TL
Eskişehir	6.155 TL	Isparta	5.005 TL	Bingöl	3.828 TL
Bartın*	5.900 TL	Yalova	4.996 TL	Bilecik*	3.800 TL
Diyarbakır	5.863 TL	Giresun	4.953 TL	Kırıkkale	3.684 TL
Samsun	5.858 TL	Kastamonu*	4.893 TL	Kütahya	3.612 TL
Amasya	5.840 TL	Batman	4.813 TL	Burdur	3.477 TL
Trabzon	5.833 TL	Nevşehir	4.803 TL	Kırşehir	3.300 TL
Muğla	5.828 TL	Aydın	4.794 TL	Uşak	3.252 TL
Gazinatep	5.744 TL	Çorum	4.791 TL	Mardin	3.245 TL
Zonguldak	5.728 TL	Kırklareli	4.691 TL	Iğdır*	3.200 TL
Denizli	5.719 TL	Şırnak	4.675 TL	Artvin	3.163 TL
Edirne	5.661 TL	Karabük	4.525 TL	Gümüşhane*	2.875 TL
Kayseri	5.600 TL	Balıkesir	4.514 TL	Adıyaman	2.751 TL
Manisa	5.561 TL	Sivas	4.505 TL	Çankırı	2.373 TL
Yozgat	5.556 TL	Bayburt	4.455 TL	Kilis	2.292 TL
Aksaray	5.539 TL	Hatay	4.454 TL	Arhaden*	2.250 TL
Konya	5.532 TL	Bolu	4.366 TL	Hakkari*	1.500 TL
Kocaeli*	5.510 TL	Düzce	4.340 TL	Muş	1.485 TL
Sakarya	5.506 TL	Erzincan	4.165 TL	Tunceli*	1.000 TL

Not:* ile gösterilen iller TOBB Sigorta Acenteleri Bölgesel Gelişmişlik ve Taşıma Kapasitesi Araştırması, Yrd. Doç. Dr. Erdem Kırkbeşoğlu, 2015 raporundan alınmıştır.

Bu Rapor, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından Deloitte Danışmanlık A.Ş.'ye hazırlanmıştır, telif ve yayın başta olmak üzere tüm hakları Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne aittir. Kaynak göstermek suretiyle kısmen veya tamamen alıntı yapılabilir.

Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve her bir üye firma ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL ("Deloitte Global" olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. DTTL ve üye firmalarının yasal yapısının detaylı açıklaması www.deloitte.com/about adresinde yer almaktadır.

Deloitte, denetim, vergi, danışmanlık ve kurumsal finansman alanlarında, birçok farklı endüstride faaliyet gösteren özel ve kamu sektörü müşterilerine hizmet sunmaktadır. Dünya çapında farklı bölgelerde 150'den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile Deloitte, müşterilerinin iş dünyasında karşılaştıkları zorlukları aşmalarına destek olmak ve başarılarına katkıda bulunmak amacıyla dünya standartlarında yüksek kaliteli hizmetler sunmaktadır. Deloitte, 200.000'i aşan uzman kadrosu ile kendini mükemmelliğin standardı olmaya adanmıştır.

Bu yayın ile içeriğindeki bilgiler, belirli bir konunun çok geniş kapsamlı bir şekilde ele alınmasından ziyade genel çerçevede bilgi vermek amacıyla taşınmaktadır ve aralarında Deloitte Türkiye'nin de bulunduğu hiçbir Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye firması, bunlarla ilgili sarıh veya zımni bir beyan ve garantide bulunmamaktadır. Yukarıdakileri sınırlamaksızın, hiçbir Deloitte üye firması, söz konusu materyaller ve içeriğindeki bilgilerin hata içermediğine dair bir güvence vermemektedir. Deloitte Türkiye ve diğer Deloitte üye firmaları, söz konusu materyallerin kullanımından dolayı, (ihmalkarlık kaynaklı olanlar da dahil olmak üzere) sözleşmeyle ilgili bir dava, kanunlar veya haksız fiilden doğan her türlü özel, dolaylı veya arızı zararlardan ve cezai tazminattan dolayı sorumlu tutulamaz.