



Международная страховая группа Allianz рассчитывает создать в РФ систему продаж, которая позволит потребителю в одной точке приобрести страховые, пенсионные или инвестиционные продукты.

О том, какие надежды в ближайшей перспективе связывает с Россией Allianz, рассказал в интервью агентству «Интерфакс-АФИ» генеральный директор Allianz СЕЕМА (Центральная и Восточная Европа, Ближний Восток и Африка), заместитель председателя совета директоров ОАО «СК «Альянс» Брюс Бауэрс.

– Господин Бауэрс, Россия, кажется, готова всерьез задуматься о поддержке бизнеса накопительного страхования жизни. На прошлой неделе ФСФР создала рабочую группу, которая сосредоточится на отработке модели гарантийного фонда по страхованию жизни. Какие государственные меры поддержки по развитию этого бизнеса вам представляются эффективными в странах Восточной Европы?

– Можно привести несколько успешных примеров из опыта стран Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ). В 2002 году в Болгарии, к примеру, был принят закон, предусматривающий налоговые льготы при страховании жизни, который оказал положительное влияние на развитие сегмента. В 2006 году правительство Чехии утвердило изменения в систему налогообложения физических лиц (с последующими корректировками в 2008 году), что привело к незамедлительному росту количества проданных полисов на 20–30% и к росту объема премий на 30%.

– Сохраняет ли российский страховой рынок привлекательность для иностранных инвесторов?

– Ожидается, что темпы роста в России составят 3,7%, что сделает экономику этой страны одной из самых быстрорастущих в регионе ЦВЕ в 2012 году. Несмотря на это, уровень проникновения страхования жизни здесь довольно низок.

Премии по страхованию жизни на душу населения в 2010 году в России составили 4 евро по сравнению со 163 евро в Венгрии, 205 евро в Польше и 263 евро в Чехии. Мы уверены, что конструктивный диалог между правительством и страховщиками в России, безусловно, будет способствовать развитию рынка, и меры, направленные на стимулирование рынка страхования жизни, окажутся эффективными.

В 2011 году самые высокие темпы роста полной начисленной премии (GPW) в бизнесе по страхованию имущества и ответственности были зафиксированы в Чехии, Польше, России и на Украине. Чехия, Польша, Россия и Словакия также внесли существенный вклад в успешный рост бизнеса по страхованию жизни и здоровья.

Россия в этом отношении продемонстрировала потрясающие результаты по сборам в сегменте страхования жизни, во многом благодаря многоканальной структуре продаж и разработке инновационных инвестпродуктов. (Прирост премий в 2011 году составил примерно 50%, в основном благодаря кредитному страхованию жизни заемщиков – прим. ИФ-АФИ).

– В каких странах Восточной Европы наиболее успешно развивается банкострахование? Главные причины такого успеха?

– Успешное развитие банковского страхования является частью стратегии Allianz, предусматривающей наличие многоканальной системы продаж, что обеспечивает сбалансированность портфеля и, соответственно, устойчивость результатов в регионе.

В Хорватии, например, канал банковского страхования играет очень существенную роль. Allianz была первой компанией, которая стала развивать этот канал продаж в Хорватии, и совокупные темпы среднегодового роста с 2002 по 2007 годы составили 35,8%.

В настоящее время мы сотрудничаем с Zagrebacka Banka, банком номер один на рынке, который успешно реализует как традиционные продукты по страхованию жизни, так и продукты по страхованию имущества и ответственности.

В Польше существенная доля продаж банковского страхования приходится на продукты по страхованию жизни. В широкой линейке продуктов, реализуемых через данный канал продаж, преобладают продукты с единовременной оплатой страховой премии.

– Что можно сказать о состоянии экспансии группы на страховые рынки стран Восточной Европы? Она продолжается? Какие страны мира для стратегических инвесторов в области страхования сегодня считаются самыми перспективными?

– Allianz пришел в регион ЦВЕ в 1989 году, начав свою деятельность в Венгрии. Сейчас мы присутствуем в 9 странах (Венгрия, Румыния, Болгария, Хорватия, Польша, Чехия, Словакия, Украина и Россия). В 2011 году наши компании в регионе принесли прибыль в размере 3,8 млрд евро, что составляет 4% общей прибыли группы Allianz в сравнении с лишь 2% шесть лет назад. За отчетный период мы смогли добиться исключительного роста операционной прибыли, составившего 158%.

Все это явно свидетельствует о высоком потенциале страхового бизнеса в данном регионе. Учитывая давний опыт Allianz на этом рынке, мы полагаем, что компания сможет и дальше удерживать лидирующие позиции.

Регион Центральная и Восточная Европа по-прежнему является привлекательным рынком роста: экономическое развитие в регионе достаточно устойчиво, а уровень проникновения еще довольно низок.

Наши компании в странах ЦВЕ продолжают двигаться в направлении прибыльности, и это не может быть воспринято как само собой разумеющееся, учитывая ценовую конкуренцию в некоторых странах.

В странах ЦВЕ мы ожидаем, что рост бизнеса продолжится на Украине и в России. В

2011 году Allianz на Украине показал прирост поступлений на 39% благодаря сбалансированному портфелю и успешному запуску новых продуктов по страхованию имущества. Сейчас в России завершилась интеграция компаний под единым брендом Allianz, которая открывает новую страницу в истории компании на этом рынке.

Перспективными Allianz считает регионы Юго-Восточной Азии, и в особенности такие страны, как Таиланд, Индонезия и Малайзия. Темпы роста этих стран выражены двузначными показателями, там отмечаются высокие темпы прироста населения и потребительской активности. И наконец, главный приоритет Allianz на 2012 год – это Китай, где мы наблюдаем невероятный рост бизнеса.

– Ожидают ли страховщики Европы нового кризиса, откуда он может прийти и какие меры предварительной защиты можно применять?

– Стабильность портфеля Allianz и устойчивость поступлений позволят нам справиться с трудностями, которые ожидаются в 2012 году. Если в 2011 году рост в регионе ЦВЕ составил приблизительно 3,8%, то в этом году мы ожидаем, что он составит всего 2,7% на фоне падения экономик Хорватии и Венгрии.

С другой стороны, регион ЦВЕ обладает огромным потенциалом для развития страхового бизнеса. Общий объем страховых премий на душу населения и их доля в ВВП стран ЦВЕ невысоки по сравнению с Западной Европой. В Германии эти же показатели составят 1 тыс. 801 евро страховых премий на душу населения и 5,9% ВВП, тогда как на Украине, например, 50 евро и 2,2% ВВП, в России – 79 евро и 1%, в Румынии – 95,5 евро и 1,7%, в Болгарии – 116,7 евро и 2,4% соответственно.

Если мы будем внимательно следить за тенденциями и использовать их правильно, на благо нашему бизнесу, то мы сможем и дальше двигаться по пути устойчивого роста, привлекая новых клиентов и оставаясь компанией, задающей стандарты для всего рынка региона ЦВЕ.

– Каковы основные грани стратегии Allianz на локальных рынках, в том числе в России?

– Мы считаем, что основное конкурентное преимущество Allianz, в особенности на рынках ЦВЕ, это привнесение преимуществ глобального подхода, использование международного опыта, полученного в 70 странах мира, где мы присутствуем.

Это преимущество всегда высоко ценилось крупными международными корпорациями, которые предпочитают сотрудничать с одной страховой компанией по всему миру.

Важно и то, что наши клиенты могут приобретать все необходимые им продукты и услуги – страхование имущества и ответственности, жизни и здоровья, управление активами и пенсионное обеспечение – у одного провайдера.

Именно поэтому наша основная задача – максимальное повышение уровня узнаваемости бренда, облегчения жизни нашим клиентам, возможность реализации всех необходимых для него продуктов и услуг в одной компании. Яркий пример реализации данной стратегии – интеграция нашего бизнеса в России. В результате, как мы надеемся, позиции Allianz на рынке укрепятся.

Еще один важный элемент маркетинговой и коммуникационной стратегии страховых компаний – использование цифровых технологий, позволяющих клиентам сравнивать имеющиеся альтернативы, делать свой выбор и приобретать продукты и услуги напрямую. Allianz активно использует и развивает данные инновационные проекты.

В качестве наиболее успешного примера реализации данных тенденций в регионе ЦВЕ можно привести разработку мобильных страховых приложений для платформ iPhone и Android в Хорватии, мобильных приложений для страхования путешественников в Чехии, а также мобильных игр, обучающих правилам дорожного движения, в Чехии («Перекрестки») и в России («Дороги»).

И наконец, не менее важный фактор успеха – это создание возможностей для обучения наших сотрудников в регионе и обмена лучшими наработками.

Источник: [Финмаркет](#), 17.04.12