

Сбербанк через пять лет собирается захватить половину рынка страхования жизни и десятую часть страхования имущества. Помочь ему могут планы правительства по чистке отрасли.

Вчера Сбербанк представил стратегию до 2018 г., в которой впервые раскрыты планы развития страхового бизнеса группы. Банк намерен завести второго страховщика – имущества и ответственности – наряду с уже работающим с конца 2012 г. страховщиком жизни «Сбербанк страхование». Объединенными усилиями «дочки» должны к 2018 г. занять до 50% рынка накопительного и инвестиционного страхования жизни, 25–40% рискованного страхования жизни и до 10% рынка имущественного страхования частных лиц. Сбербанк пока не решил, запускать ли проект с нуля или купить компанию с лицензией. «Но мы [точно] не планируем никаких суперкрупных сделок», – подчеркнул вице-президент Сбербанка Денис Бугров.

Некоторые крупные банки, главным образом Сбербанк и ВТБ, заинтересовались долгосрочным присутствием в страховании, пишет в последнем отчете Fitch аналитик агентства Анастасия Литвинова: это помогло бы им более эффективно использовать свои филиальные сети, обеспечивающие доступ к уже сформированной клиентской базе.

Структура продаж российских страховщиков претерпела изменения, констатирует Fitch: роль комиссии от продаж полисов с потребительскими кредитами растет, а роль корпоративного кредитования падает из-за сокращения маржи. Банки заинтересованы в получении прибыли не только от высоких комиссий (см. врез), но и за счет низких уровней убыточности по привязанным к банковским продуктам полисам, объясняет Литвинова. «Небольшой размер и ограниченная финансовая гибкость страхового сектора могут упростить экспансию банков», – считает она. Но Fitch не ждет, что госбанки будут следовать агрессивной стратегии приобретений. «Бедой страхового рынка России является фантастически дорогая по мировым меркам дистрибуция», – признавался «Ведомостям» Бугров. Поэтому в планах Сбербанка – не просто продавать

полисы, а выделить интересные банку высокомаржинальные виды страхования, например имущества. При этом Сбербанк не планирует заниматься автострахованием из-за его высокой убыточности, говорил Бугров.

У второго крупнейшего госбанка – ВТБ – обратная ситуация: нет страховщика жизни, но уже есть компания в секторе «не жизни» – «ВТБ Страхование». «Страхование жизни – фактически единственный неохваченный сегмент страхового рынка, и мы изучаем различные варианты выхода на него, – признает гендиректор «ВТБ Страхования» Геннадий Гальперин. – Но пока решений нет».

Планы для такого гиганта, как Сбербанк, в целом реальные, считает замдиректора «Эксперта РА» Павел Самиев: ожидается, что рынок страхования жизни будет расти быстрыми темпами, а значит, необходимую долю Сбербанк будет не отвоевывать у конкурентов, а осваивать, опираясь на мощную региональную сеть и известный бренд. Рынок страхования имущества частных лиц также слабо развит, что поможет Сбербанку, продолжает он: впрочем, исполнить планы будет проще, если госбанк купит крупного конкурента.

Занять высокие доли в своих сегментах «дочкам» госбанков может помочь чистка рынка мегарегулятором. Чтобы дать возможность новым компаниям конкурировать в этом бизнесе, Минфин и ЦБ в 2014 г. «займутся наведением порядка и оценят состояние игроков сегмента», заявил вчера первый вице-премьер Игорь Шувалов на заседании Межправительственного российско-британского комитета по торговле и инвестициям. «Нужно серьезно отнестись к оценке состояния страховых компаний, посмотреть, насколько эти компании благонадежны, насколько их резервы адекватны и вообще что там происходит», – заметил он.

Правда, в планы госбанкиров может вмешаться Федеральная антимонопольная служба. До апреля 2014 г. действует постановление правительства №386, по которому банки обязаны при отборе страховщиков-партнеров предъявлять требования к финансовой устойчивости и платежеспособности страховщика, продукты которого они продают. При этом они обязаны применять критерии, прописанные в постановлении, а в списке банка должно быть минимум 20 компаний. Это не позволяет отдавать всю премию аффилированному с банком страховщику. По истечении срока эта обязанность у банков пропадет. «Если 386-е постановление будет заблокировано, мы будем настаивать на введении «периода охлаждения», – заявил вчера замруководителя службы Андрей Кашеваров. «Период охлаждения» позволяет потребителю в течение определенного срока расторгнуть полис услуги без потери уплаченной премии.

Доходная комиссия

Для самих банков комиссии от продажи страховых полисов стали существенной статьей доходов. Комиссию Сбербанка за продажу полисов в 2012 г. Fitch оценивает в 3,6% от операционной прибыли банка, у ХКФ-Банка – в 48% от операционной прибыли.

Источник: [Ведомости](#), № 210, 13.11.13

Автор: Нехайчук Ю.