

*В конце июня состоялось очередное заседание «Страхового клуба», который существует уже второй год и объединяет наиболее активных специалистов страхового рынка Петербурга. В рамках этой встречи состоялся круглый стол на тему «Страховые компании и посредники – сотрудничество или противостояние».*

По данным ФСФР, в 2012 году крупнейшими каналами продаж на российском страховом рынке были прямой канал (35,26%) и агентский (28,87%). При этом самым динамично развивающимся и самым дорогим каналом продаж является банковский. Его доля составляет 13,12% от всех продаж, а по объему собранного комиссионного вознаграждения этот канал лидирует на рынке – 38,3% от общей суммы вознаграждений посредникам в 2012 году.

Несмотря на то что комиссия банкам значительно превышает средний размер комиссии страховым посредникам, доля этого канала продаж будет только увеличиваться. Рост продаж страховых продуктов активно планируют и сами банки за счет страхования жизни, страхования заемщиков по потребительским и ипотечным кредитам, автокаско.

«Новой тенденцией для российского рынка розничного страхования стало расширение круга нестраховых посредников, – отмечает Галина Рувинская, организатор «Страхового клуба». – Если еще несколько лет назад круг нестраховых посредников ограничивался банками, автодилерами и турфирмами, то сейчас страховые компании практически везде пытаются найти себе партнера. Купить полисы предлагают авиакомпании и телекоммуникационные компании, агентства недвижимости и т.д.»

**Источник:** [БалтИнфо](#) , 06.07.13