

Сбербанк все активнее позиционирует себя как финансовый супермаркет и не устает искать новые способы продаж своих розничных продуктов. По данным «Известий», в качестве одного из каналов кредитная организация рассматривает страховые компании, владеющие разветвленной сетью офисов.

Как сообщили источники на страховом рынке, «Сбер» уже ведет переговоры с рядом его участников, в частности с компаниями «ВСК» и «МАКС», о том, чтобы те предлагали кредитные карты банка, а затем, возможно, и другие его продукты. Не исключено, что проект стартует через год.

В ВСК и МАКС в выходные не смогли прокомментировать информацию о переговорах со Сбербанком. Представители самого банка с вечера пятницы были недоступны для общения и на запрос «Известий» не ответили.

По данным источников «Известий», «Сбер» разрабатывает специальную программу обучения сотрудников страховых компаний и участвует в подготовке нормативных документов, растолковывающих механизм работы банковских платежных агентов.

Статья, разрешающая банкам работать через агентов, включена в закон «О национальной платежной системе» (НПС). Такие юрлица вправе от имени кредитной организации, получая от нее вознаграждение, выдавать гражданам наличные и принимать вклады. Эту возможность, к примеру, давно ждали мелкие и средние банки. Ведь если для «Сбера» офисы страховых компаний – лишь дополнительный канал продаж, то для банков с маленькой собственной сетью подразделений это может стать основной возможностью привлечения клиентов.

Но страховщики, похоже, пока не очень годятся на роль агентов. Вице-президент Ассоциации региональных банков России (АРБР) Олег Иванов отметил, что для самих банков офисы страховых компаний в отличие, например, от магазинов не самая эффективная площадка для продвижения продуктов:

– Понятно, почему люди берут кредиты в торговых точках: им срочно нужен телевизор или, скажем, холодильник, а денег на покупку не хватает. А займы на страховки в мире мало распространены, и большие объемы на этом не сделаешь. Тем более у нас в стране, где страховые услуги плохо развиты.

К тому же юристы отмечают, что страховщики могут поплатиться за осуществление непрофильной деятельности – могут возникнуть претензии со стороны регулирующих органов. Партнер юридической фирмы «Лигерион групп» Андрей Шаховнин призывает к осторожности:

– Практика внедрения института банковских платежных агентов, механизм его функционирования, операционные вопросы еще не проработаны. Нужны подзаконные акты, разъяснения ЦБ. Если, становясь агентом, опираться только на закон о НПС и не руководствоваться специальными инструкциями регуляторов, страховые компании банально могут быть обвинены в занятии незаконной банковской деятельностью.

Опасность осознают и в самих страховых компаниях. Даже в ВСК, официально объявившей о намерении в своих офисах оформлять кредиты Алтайэнергобанка (АЭБ).

– Действительно, мы считаем, что страховщик несет риски, осуществляя деятельность, не относящуюся к основной, в том числе выступая банковским агентом. Но в рамках группы «ВСК» существует брокерская компания, на баланс которой будет зачисляться комиссия, получаемая нами от АЭБ за активацию его продуктов в наших точках продаж, – пояснил «Известиям» руководитель дирекции кредитного страхования ВСК Василий Богданов.

А многие конкуренты ВСК считают, что рынок вообще еще не сформирован для подобного сотрудничества между страховщиками и банками.

– Периодически мы внедряли в наших офисах определенные программы кредитных организаций по их инициативе. Но не выступали как агенты, а просто агитировали клиентов оформить документы на получение займа. Наши продавцы не совершали саму

сделку, – рассказал заместитель гендиректора «РЕСО-Гарантии» Игорь Иванов.

– Мы рассматривали подобные проекты, детально изучили этот рынок, провели ряд исследований и в целом хорошо ознакомились с аналогичными проектами других страховщиков, – сообщил исполнительный директор департамента по работе с финансовыми институтами «АльфаСтрахования» Станислав Чернятович. – Но по результатам анализа мы пришли к выводу, что это заведомо убыточный и нерентабельный бизнес.

По мнению Чернятовича, в данный момент рынок к таким проектам не готов – нужно еще 3–4 года.

Источник: Известия, 12.02.12

Автор: Полякова Ю.□