

Российский союз автостраховщиков (РСА) ввел «период охлаждения» по добровольным полисам, купленным вместе с ОСАГО. В течение пяти дней после заключения договора страховщики вернут деньги передумавшему клиенту – при условии, что с ним за это время не произошло страхового события. Изначально ЦБ предлагал установить «период охлаждения» в размере 14 дней, но согласился с версией РСА. Юристы опасаются, что страховщики найдут массу способов, чтобы заставить потребителя отказаться от идеи вернуть свои деньги.

7 октября президиум РСА утвердил изменения в правила профессиональной деятельности на рынке, вводящие так называемый период охлаждения сроком пять дней при покупке добровольных полисов вместе с ОСАГО. По словам главы РСА Игоря Юргенса, этот период будет применен к договорам со сроком действия не менее 30 дней и расторгнуть их будет можно при отсутствии страховых случаев. Если эти условия соблюдены, премия будет возвращена в полном объеме в течение десяти дней с момента отказа автовладельца от добровольной страховки.

Напомним, проблема навязывания дополнительных продуктов при покупке ОСАГО была особенно распространена в 2014 году. Таким способом страховщики до повышения тарифов пытались снизить убыточность ОСАГО. По словам главы юрфирмы «Главстрахконтроль» Николая Тюрникова, «цена навязанных страховок в стране составляла 2–5 тыс. руб., таким образом, автовладелец дополнительно выкладывал страховщику от 50% до 100% средней стоимости ОСАГО». ЦБ для борьбы с навязыванием страховок предлагал ввести «период охлаждения» сроком 14 дней. «Страховое сообщество убедило регулятора, что достаточно и пяти, – говорит замглавы РСА Евгений Уфимцев. – При более длительном сроке могли активизироваться мошенники». Ряд компаний, не дожидаясь решений союза и регулятора, самостоятельно ввели такой период. «У нас он действует с января, сроком пять дней, – сообщил «Ъ» глава «Росгосстраха» Дмитрий Маркаров. – Несмотря на то что в страховании услуга считается оказанной даже при отсутствии страхового случая, мы возвращали передумавшим клиентам всю сумму уплаченной за полис премии». По оценкам источников «Ъ» на рынке, правом расторжения договора в «период охлаждения» захотели воспользоваться не более 10% клиентов.

«Даже добровольный «период охлаждения» не всегда оказывается легким в реализации, – поясняет Николай Тюрников. – У страховой компании есть масса трюков для того, чтобы клиент отказался от идеи вернуть свои деньги». По его словам, были случаи стояния клиентов в шестичасовой очереди или возвращения лишь части суммы. «Мы против навязывания продуктов и против «периода охлаждения», – сказал «Ъ»

замглавы «Ингосстраха» Илья Соломатин. – Этот инструмент характерен для банковского страхования, когда заемщик не понимает, зачем ему страховка, и у него есть время разобраться с этим. Неправильно, когда этот принцип начинает действовать в массовых видах страхования».

Тем временем ЦБ считает пятидневный период большим шагом вперед. Об этом вчера в Госдуме заявил зампред Банка России Владимир Чистюхин. По его словам, «период охлаждения» в страховании будет прописан и в нормативном акте ЦБ. «Через полгода посмотрим, как правила РСА и наш нормативный акт будут работать, и при необходимости либо ослабим, либо ужесточим практику его применения», – заявил он.

Источник: [Коммерсантъ](#), № 185, 08.10.15

Автор: Гришина Т.