

Страховая компания, приобретенная Сбербанком у международной группы Allianz, начнет свою работу под брендом «Сбербанк Страхование». Эксперты считают, что это событие – знаковое для отрасли. Масштабы нового игрока и его лоббистские возможности могут многое изменить для отстающего российского рынка страхования жизни.

В январе 2012 года Сбербанк закрыл сделку по покупке 100-процентной доли в уставном капитале страховой компании «Альянс Лайф». Теперь же Сбербанк зарегистрировал бренд под свой новый бизнес. «Однако существует вероятность, что «Сбербанк Страхование» не будет названием самой компании, хотя, на мой взгляд, это вполне логичный, сильный бренд, превращающий Сбербанк в крупную финансовую структуру», – комментирует аналитик «Инвесткафе» Екатерина Кондрашова.

Руководитель отдела рейтингов страховых компаний «Эксперта РА» Алексей Янин считает, что выход Сбербанка на рынок страхования жизни повлияет на отрасль радикальным образом. «Если Сбербанк будет активно продавать страховку во всех своих филиалах и подразделениях, то наверняка вскоре займет 1-е место, а сам рынок вырастет во много раз», – считает Янин. К тому же руководство Сбербанка имеет большие лоббистские ресурсы, и за счет этого рынок может сделать большой шаг вперед, уверен он.

Сейчас рынок в плачевном состоянии, несмотря на то что рост составляет 40% в год.

За 2011 год собрано менее 35 млрд рублей страховых взносов (общий объем страховых взносов по рынку – 665 млрд рублей). В 2010 году компании собрали 22,6 млрд рублей (общий объем – 558 млрд рублей). Обычно в развитых странах страхование жизни занимает примерно половину от общего объема страховых взносов.

Лицензию на страхование жизни сейчас имеют 50 компаний, активно работают – около 20. Первые места по величине страховой премии занимают «Росгосстрах-Жизнь»,

«Алико» и «АльфаСтрахование-Жизнь» (по данным за 2011 год).

Президент ЗАО «Алико» Александр Зарецкий также считает, что приход на рынок страхования жизни Сбербанка – явление положительное. Он аргументирует это тем, что у Сбербанка большая сеть дистрибуции, и предложения по страхованию жизни как минимум будут звучать громче. «К тому же сейчас нет конкуренции за человека, – добавляет Зарецкий. – Сейчас охвачено менее 5% населения». Цель Сбербанка – охватить страховыми услугами до 10% населения страны, уточняет Кондрашова.

Заместитель генерального директора страхового общества «РЕСО-Гарантия» Игорь Иванов настроен менее оптимистично – он считает, что другим страховым компаниям будет сложно конкурировать с таким мощным игроком, как Сбербанк.

«Страхование жизни – это связанный продукт, – поясняет он. – Поэтому сейчас он зависит от объемов выдачи ипотеки, долгосрочных кредитов и растет вместе с ними. Взрывной рост рынка страхования жизни независимо от ипотеки возможен только в других экономических условиях и с другим налоговым законодательством».

По данным «Эксперта РА», в 2011 году Сбербанк занимал 45% рынка ипотечного кредитования. «В любом случае, учитывая большую долю Сбербанка на рынке ипотечного кредитования, с его стороны глупо было бы отдавать связанный бизнес страхования жизни кому-то другому», – считает Иванов.

Гендиректор «Интерфакс-ЦЭА» Михаил Матовников считает, что у Сбербанка на самом деле более глобальная задача – взять на себя часть функций пенсионной системы, предложив своим клиентам продукты накопительного страхования жизни.

Этого мнения придерживается и Кондрашова. Сбербанк планировал возродить линейку страховых накопительных продуктов, связанных со страхованием жизни, которые были довольно популярны во времена СССР, но затем практически исчезли с рынка, утверждает она. Кроме того, Сбербанк может начать развивать собственный бизнес по страхованию жизни заемщиков от несчастного случая и предложит программы страхования для держателей банковских карт.

Источник: [Expert Online](#) , 17.08.12

Автор: Якорева А.