



*17 июня т.г. президент ВСС И.Ю. Юргенс принял участие в пресс-конференции «Банкострахование в России», организованной рейтинговым агентством «Эксперт РА». Выступая перед ее участниками, Игорь Юргенс, в частности, отметил следующие моменты.*

В 2013 году рынок банкострахования, как и страховой рынок в целом, замедлился. Темпы прироста сократились на 20 п.п. и составили 15% в 2013 году. В ближайшие 5–7 лет объем взносов, получаемых страховщиками через банковский канал продаж, продолжит расти. Дистрибуция через банковский канал продаж выгодна для страховщиков даже в условиях высоких комиссий – доступ к широкой клиентской базе делает его более привлекательным, чем развитие собственных агентских сетей.

При этом сегодня потенциал банковского канала продаж используется не полностью: страхованием охвачены в основном заемщики банков, вынужденные приобретать страховые продукты для получения кредитов, продажи более сложных накопительных и инвестиционных страховых продуктов вкладчикам банков практически не развиты. Доля страхования, не связанного с кредитованием, в общей структуре банкострахования хоть и увеличилась на 10 п.п. в 2013 году, но все равно составила лишь 14%. При этом продвижение накопительных и инвестиционных продуктов по страхованию жизни через банковский канал продаж будет выгодно всем участникам рынка:

- страховщики увеличат взносы и диверсификацию портфеля;
- банки увеличат прибыль за счет комиссии за продажу страховых продуктов;
- страхователи смогут получить большой набор финансовых услуг в одном финансовом институте, которому они доверяют.

В 2013 году 5 из 6 лидеров рынка были аффилированы с банками. Для того чтобы бизнес оставался в рамках одной финансовой группы, некоторые банки создавали собственных страховщиков. Работа таких «финансовых супермаркетов» позволяет сокращать издержки как банков, так и страховщиков, повышает доступность финансовых услуг для населения. Тем не менее, важно не допустить чрезмерной концентрации на рынке банкострахования. Для поддержания конкуренции регулятор должен сохранять возможность осуществления продаж через банковский канал для рыночных страховщиков.

Основным конкурентным преимуществом для рыночных страховых компаний стали комиссионные вознаграждения, уплачиваемые банкам. В борьбе за объемы страхового бизнеса страховщики могут предлагать крайне высокие комиссии. В страховании жизни и здоровья заемщиков потребительских кредитов комиссионное вознаграждение банку может достигать до 90% от страховых взносов. Регулирование комиссий должно идти путем раскрытия потребителю информации о размере комиссионного вознаграждения, уплачиваемого банку страховой компанией.

Источник: [Википедия страхования](#) , 20.06.14