



*Банки второй квартал подряд лидируют по продажам страховых полисов и приносят страховщикам больше дохода, чем их традиционные партнеры – агенты-физлица. Согласно данным ЦБ, в I квартале 2017 г. через банки компании продали полисов на 72 млрд руб., через агентов – на 71,8 млрд. Кварталом ранее они собрали соответственно 86,8 млрд и 82,2 млрд руб. До этого «физики» всегда были крупнейшим каналом продаж для страховщиков.*

«Очевидно, что в дальнейшем банки будут лидировать по объемам продаж», – прогнозирует управляющий директор Национального рейтингового агентства Павел Самиев. Структура рынка изменилась, отмечает он: страхование жизни, которое второй квартал подряд обходит по сборам ОСАГО, продается как раз через офисы банков (см. график). Продажи все более концентрируются в банках из топ-10, а это может быть чревато повышением комиссионных для страховых компаний, предупреждает Самиев. Больше всего росту банковских продаж способствовал рост инвестиционного страхования жизни, которое почти полностью продается через банки, согласен управляющий директор «Эксперт РА» по страховым рейтингам Алексей Янин. Но сказывается и восстановление потребительского и ипотечного кредитования, считает он: как правило, оформление кредита сопровождается покупкой страховки. А учитывая, что в офисы банков граждане заходят гораздо чаще, чем в офисы страховых компаний, значение первых будет только расти, добавляет Янин.

Агентские продажи сокращаются в том числе из-за проблем рынка ОСАГО, рассуждает Янин: многие страховщики не хотят платить либо до предела снижают комиссию за продажи полисов в регионах, где убыточность автогражданки высока. Страховые компании стали ограничивать агентов в полисах ОСАГО из-за их убыточности, подтверждает гендиректор НП «Объединение страховых агентов» Александр Тутинас. Не стоит также забывать, что компании стали продавать больше полисов через интернет, отмечает Янин.

«[Банковский канал] растет в основном за счет страхования жизни (кредитного и инвестиционного), которое продают только банки, страхования от несчастных случаев (опять же в основном при получении потребительского, авто— или ипотечного кредита) и страхования имущества, где банки очень активно продают коробочные продукты», – полагает председатель комитета Всероссийского союза страховщиков по страхованию от несчастных случаев и развитию страхования жизни Максим Чернин.

Ситибанк предлагает клиентам полисы накопительного и инвестиционного страхования жизни и спрос на них растет, указывает руководитель подразделения банковских и страховых продуктов банка Дмитрий Емелин.

По словам Чернина, потенциал банков пока используется недостаточно и будет только

расти, комиссионные для многих банков все важнее. Банк дает страховщику широкий охват клиентов, замечает он, но есть и обратная сторона медали: продукты, которые предлагает банк, – массовые, стандартизированные и упрощенные. К тому же в отличие от агента, который постоянно сопровождает клиента, банк не закрепляет за ним консультанта, поэтому граждане редко продлевают купленные в банках полисы. Страховая компания рискует стать зависимой от банка, считает гендиректор «Югории» Алексей Охлопков: он может поднять комиссию либо вовсе заменить страховщика. Агент более лоялен страховой компании, при переговорах с ним позиция страховщика заведомо сильнее, добавляет Охлопков, к тому же банки не интересуются продажами некоторых видов страхования – например, каско и ОСАГО.

Источник: Ведомости, 13.06.2017