



На страховом рынке состоялось одно из самых ожидаемых событий года – дочерняя компания Сбербанка запустила продажи накопительных и инвестиционных продуктов. Участники рынка надеются, что разветвленная сеть продаж крупнейшего банка, сила его бренда и финансовая мощь помогут протолкнуть идею страхования жизни в сознание масс. В маркетинговом отношении СК «Сбербанк страхование» решила сделать ставку на традиционно эксплуатируемые данным сегментом ценности – «дети», «семья», «надежность». Компания предложила три программы: накопительного страхования жизни «Семейный актив», страхования жизни в пользу ребенка «Первый капитал» и инвестиционного страхования жизни «СмартПолис».

Надо сказать, что банковский канал – самый быстрорастущий из используемых страховщиками жизни. Премии от продажи life-продуктов через кредитные организации в I полугодии текущего года выросли на 113%, согласно данным Ассоциации страховщиков жизни (см. таблицу).

Таблица. Динамика премий по страхованию жизни в I полугодии 2012 года по каналам продаж

Канал

Премии в I п/г 2012 г., млрд рублей

Премии в I п/г 2011 г., млрд рублей

Прирост, %

Доля канала, I п/г 2012 г., %

Банки

14,5

6,8

113

66

Агенты

4,4

4,3

2

20

Прямые продажи

2,4

2,9

-17

11

Брокеры

0,7

0,7

0

3

Источник: АСЖ

Доля банковского канала год от года растет: в 2008 году она составляла 17%, в 2009-м – 21%, в 2010-м – 37%, в 2011-м – 51%. Рост происходит за счет всех остальных каналов продаж.

Накопительное страхование жизни показало активный всплеск продаж через банки в 2009 году, когда доля премий, собранная кредитными организациями по таким продуктам, выросла в 2 раза – с 6,25% до 12,12%. Однако за последующие годы эта доля откатилась обратно к докризисному уровню: в 2010 году она составила 8,43%, в 2011-м – 6,78%, в I полугодии 2012-го – 6,21%.

Что касается инвестиционного страхования жизни, то оно начало продаваться через банки только в 2010 году, но доля его в этом канале продаж была еще мала – 2,41%. Активный же рост продаж пришелся на 2011 год, по итогам которого доля инвестиционного страхования в общем объеме проданных через банки продуктов по страхованию жизни составила 14,12%. В I полугодии 2012 года этот показатель достиг 14,48%.

Если проект «Сбербанк страхования» окажется удачен, то уже через полгода-год мы можем увидеть прирост этих долей.

Источник: [«Банки & страховые компании», № 10, 2012](#) .