*В октябре прошлого года Сбербанк объявил о покупке страховой компании «Альянс Лайф» у группы Allianz для развития накопительного и инвестиционного страхования жизни. О том, как Сбербанк будет развивать страховой бизнес, и о развитии рынка страхования жизни старший вице-президент Сбербанка Денис Бугров и член правления «Альянса» Арташес Сивков рассказали корреспондентам РБК daily Елене Шарпаевой и Наталье Старостиной.*

– Почему Сбербанк решил выйти на рынок страхования жизни?

Денис Бугров: Идея возродить рынок страхования жизни в России, на мой взгляд, очень позитивна. Вкладывать и накапливать средства правильно для каждой семьи. Привлечение длинных денег в экономику интересно для государства. Очевидно, что Сбербанк является именно тем финансовым институтом, который может построить этот рынок почти с нуля. В СССР было очень много накопительных продуктов, которые в годы перестройки исчезли. В чем их смысл: например, каждый квартал гражданин вносит платежи, накапливая определенную сумму денег к совершеннолетию ребенка либо к его поступлению в институт или другим важным событиям в своей жизни. Когда наступает тот или иной момент, происходит выплата. Если наступает страховой случай, например, с одним из родителей, то дети могут получить большую сумму, но только сразу. Что же касается инвестиционного страхования, то есть продуктов класса unit-linked, которые позволяют инвестировать деньги клиентов в различные инвестиционные инструменты, – они не в полной мере распространены на нашем рынке, поскольку есть определенные законодательные ограничения для инвестирования. Но даже сегодня можно делать различные конфигурации продукта и у нас в стране.

– Как вы оцениваете потенциал рынка накопительного и инвестиционного страхования жизни в России, каковы его объемы сейчас?

Арташес Сивков: На мой взгляд, рынок страхования жизни переживает период бурного развития – по итогам 2011 года он вырос более чем на 53%. Впервые за семь лет квартальные премии по страхованию жизни превысили 10 млрд руб.

– Долго Сбербанк готовился к покупке страховой компании?

Д.Б.: Мы еще несколько лет назад определили четкую стратегию развития страхового бизнеса. В 2009 году начали именно с продажи рисковых продуктов наших партнеров – страховых компаний через сеть Сбербанка. Второй этап определили для себя как развитие инвестиционного и накопительного страхования жизни. Покупка еще одной страховой компании нон-лайф станет третьим этапом развития страхового бизнеса Сбербанка. Уже сейчас мы работаем над развитием имущественного страхования для корпоративных клиентов, в будущем можно делать это на базе своего страховщика.

– Какие результаты у Сбербанка по продажам рисковых страховых продуктов в прошлом году? Каких показателей хотите достичь в 2012-м?

Д.Б.: Доходность Сбербанка за прошлый год по рисковому страхованию составила порядка 13,9 млрд руб. В планах этого года получение дохода на 20–25% выше результата прошлого года. За счет развития накопительного страхования жизни Сбербанк планирует очень быстро удвоить свои финансовые результаты от страхового бизнеса.

– Почему Сбербанк решил приобрести страховую компанию в сегменте лайф, а не строить бизнес на базе агентской сети?

Д.Б.: Инвестиционное и накопительное страхование жизни – более сложное, долгоиграющее. Мы считаем, что, занимаясь этими видами страхования, очень важно полностью контролировать весь производственный цикл от разработки продукта до его непосредственной продажи клиенту. До покупки «Альянс Лайфа» Сбербанк рассматривал возможность сделать этот бизнес самостоятельно либо в партнерстве с крупной страховой компанией. Мы и с СК «Кардиф», и с «Росгосстрахом» обсуждали такую возможность. Пообщавшись со страховщиками, пришли к выводу, что финансовые условия, на которых удалось бы договориться о старте, не очень интересны. В результате решили начать запуск продукта самостоятельно. Однако мы не исключаем возможности на более позднем этапе вернуться к идее совместного бизнеса с одной из страховых компаний.

А.С.: Консолидируя активы в России, Allianz сознательно вывела страхование жизни в отдельную компанию «Allianz РОСНО Жизнь», поскольку у группы не было

необходимости иметь вторую лицензию. Банк же в свою очередь был заинтересован в надежном партнере для решения задач такого масштаба.

Д.Б.: Страховая компания «Альянс Лайф» была со всеми нужными лицензиями, и мы очень по-партнерски договорились о ее покупке. Мы купили лицензию и самую базовую инфраструктуру, на которой будем выстраивать свой бизнес.

– Вы уже решили, как будет называться страховая компания Сбербанка?

Д.Б.: У нас была бурная дискуссия из-за некоторых юридических ограничений. В результате принято решение более детально изучить вопрос потребительских предпочтений и еще раз взвесить все «за» и «против». Мы полагаем, что именно участие Сбербанка в этом проекте будет важным для его успеха, поэтому хотим, чтобы в названии присутствовал его бренд. Резерв доверия, который есть у Сбербанка, огромен.

– Когда вы планируете запустить ребрендинг?

Д.Б.: Мы должны сделать его достаточно быстро, поскольку в планах на 2012 год стоит формирование команды менеджеров страховой компании и вывод продуктов на рынок.

– Помимо экс-генерального директора СК «Альянс РОСНО Жизнь» Максима Чернина сколько человек будут работать в компании?

Д.Б.: На первоначальном этапе порядка 10–15 человек. Однако мы планируем сделать полноценную страховую компанию, поэтому будем наращивать менеджерский ресурс по мере необходимости.

– У Сбербанка уже написана стратегия развития страховой компании?

Д.Б.: Стратегия простая в своих базовых элементах. Во-первых, мы хотим создать конкурентоспособный продукт по качеству, лидирующий на российском рынке. Во-вторых, мы будем существенно отличаться от большинства участников этого рынка за счет модели продаж и клиентского обслуживания. Сегодня большинство участников рынка страхования жизни развивают свой бизнес на базе агентских сетей, то есть банков, мы же хотим это сделать на базе модели комплексного финансового консультирования, которое будет происходить в отделениях «Сбербанк Премьер», где услуги предоставляются более приватно.

– Сколько таких отделений у Сбербанка по России?

Д.Б.: Отделений, где будет работать «Сбербанк Премьер», будет больше тысячи, на данный момент – 870.

– На сколько, на ваш взгляд, модель финансового консультирования оправдана в продвижении накопительных продуктов страхования жизни? Есть ли зарубежный опыт?

АС: Мы видим, что продажи сложных инвестиционных продуктов через отделения крупных розничных банков демонстрируют стабильно высокую динамику. Однако очень важно рассказывать людям о преимуществе подобного инвестирования, поскольку в России культура в сегменте страхования жизни только формируется.

– На людей с каким уровнем дохода будут рассчитаны услуги Сбербанка по накопительному страхованию жизни?

Д.Б.: Мы обращаем внимание не столько на заработки людей, сколько на то, какой объем средств они готовы держать в банке. Для граждан из регионов это 60–90 тыс. руб., для Москвы – от 100 тыс. руб. Мы хотим охватить страховыми услугами 10% населения России.

– Какую долю на рынке планирует занять Сбербанк в среднесрочной перспективе?

Д.Б.: Конечно, мы хотим быть лидерами. Полагаю, что за пять лет мы займем долю не менее 25%.

– На сколько лет вперед написана стратегия? Можете назвать ориентировочные цифры?

Д.Б.: Стратегия написана на десять лет. Уже в первые годы предполагается получить клиентский портфель более 1 млн граждан. В объемных показателях это десятки миллиардов рублей сборов страховых премий.

– Какие сложности вы ожидаете при выходе на рынок?

Д.Б.: Сложности действительно будут, и мы думали о них. Самая важная задача для Сбербанка – это вернуть массовое доверие клиентов к накопительному страхованию жизни. Люди настолько от него отвыкли за 15–20 лет, что возродить этот рынок будет непросто. Вторая сложность – нам нужно решить вопрос продвижения наших накопительных продуктов в своей сети с помощью модели финансового консультирования. Это большая задача для российского рынка в целом, поскольку такая модель нигде не реализована. Еще одна наша задача – лоббирование законодательных инициатив. В частности, необходимо законодательно предусмотреть льготы инвестора и страховщика при реализации продуктов накопительного и инвестиционного страхования. Рынок должен быть интересен гражданам, иначе построить серьезный рынок страхования жизни, как в развитых странах, будет невозможно.

– Как вы оцениваете возможный успех таких гигантов, как Сбербанк или ВТБ, на рынке классического страхования жизни?

А.С.: На мой взгляд, успех компаний – это успех конкретных людей. Сбербанк начал с самого главного – с выбора правильного руководителя. Максим Чернин – мой давний партнер по различным проектам, считаю его лучшим из всех возможных кандидатов на эту позицию.

– Максим Чернин является и председателем комитета по страхованию жизни Всероссийского союза страховщиков, который уже предложил Минфину ряд дискуссионных законодательных инициатив по развитию рынка страхования жизни…

Д.Б.: Сбербанк будет вести переговоры с Минфином, поскольку мы поддерживаем инициативы ВСС.

– Для каких целей вы хотите купить еще одну страховую компанию?

Д.Б.: Для развития имущественного страхования для корпоративных клиентов. Однако для Сбербанка это уже следующий этап. Опыт текущей работы с корпоративным сегментом говорит о том, что в этой сфере потребуется много усилий для формирования модели продаж: необходимо будет обучить большое количество менеджеров специфике работ с этими продуктами. Еще одна сложность заключается в том, что у многих корпоративных клиентов уже есть устоявшиеся связи со страховщиками. Однако начиная с прошлого года мы работаем в этом направлении: предлагаем страхование имущества, ответственности, рисков, связанных с непрерывностью бизнеса, сельскохозяйственные виды страхования, иными словами, продукты наших партнеров – страховых компаний. В этом году мы будем учиться массово продвигать эти услуги.

– Сколько Сбербанку принес бизнес по страхованию имущества юрлиц в 2011 году?

Д.Б.: Очень немного, хотя мы были в плюсе. Задача текущего года – заработать более 500 млн руб.

– Есть какой-то прогноз, какую долю прибыли весь страховой бизнес должен приносить группе Сбербанка?

Д.Б.: Я думаю, что в стабильном состоянии это 5–10% прибыли (чистая прибыль Сбербанка по итогам 2011 года составила более 315 млрд руб. – РБК daily).

– Когда Сбербанк может принять решение о покупке еще одной страховой компании?

Д.Б.: У нас нет жестких временных рамок. Задачи сделать это завтра не стоит.

**Источник: РБК daily , 04.04.12**

**Авторы: Старостина Н., Шарпаева Е.**