

*Дочерняя компания Сбербанка – «Сбербанк страхование» планирует в 2014 году увеличить объем страховых премий более чем в 3 раза – до 32 млрд рублей против примерно 9 млрд рублей за 2013 год.*

«В 2014 году мы рассчитываем примерно на 32 млрд рублей страховых премий. В 2013 году у нас объем 9 млрд рублей. То есть у нас ожидается рост в три раза», – сообщил агентству «Интерфакс-АФИ» замгендиректора по страховым продуктам «Сбербанк страхования» Владимир Новиков в кулуарах форума «Банки и страховщики 2014», организованного GlobalForum.

При этом, по словам В.Новикова, из 9 млрд рублей страховых премий, заработанных компанией в 2013 году, только около 1 млрд рублей приходится на доходы от страховок, связанных с кредитными продуктами, тогда как около 8 млрд рублей компания заработала от долгосрочного страхования.

Он пояснил, что объем комиссионного дохода от страхования всей группы Сбербанка за 2013 год составил порядка 17 млрд рублей, поскольку Сбербанк работает с разными страховыми компаниями – партнерами.

«По 2013 году Сбербанк зарабатывал кроме нас еще на пяти-шести компаниях», – пояснил В.Новиков.

«Если посмотреть в целом доходы группы, то там рост доходов (от страхования – прим. ИФ-АФИ), конечно, не в три раза (планируется в 2014 году – прим. ИФ-АФИ), там получается примерно на 15–20%. Но для нас как для юрлица, как для страховой компании, наши показатели вырастут в три раза, потому что мы заберем фактически весь бизнес», – сказал В.Новиков.

В.Новиков также напомнил, что с 1 апреля 2014 года Сбербанк прекращает работать со страховщиками-партнерами по целому ряду продуктов.

«Другие компании дорабатывают первый квартал. Со второго квартала по ряду продуктов мы будем единственным страховщиком. По страхованию жизни заемщика, по долгосрочному страхованию и инвестиционному страхованию жизни. А по страхованию имущества, залогов останется схема с партнерами, потому что компанию, которая занимается страхованием «не жизни», Сбербанк будет создавать в этом году», – подчеркнул В.Новиков.

Он отметил, что в текущем году компания планирует активно начать работать с массовым сегментом клиентов.

«Для нас большой вызов – тронуть все-таки розничный сегмент. Потому что мы до этого работали по долгосрочному страхованию только в премиальных сегментах. В этом году у нас планы все-таки выйти на массовый сегмент. В отделениях Сбербанка будет предлагаться то, что мы называем коробочным продуктом, и человек сможет на 5, 10, 15 лет купить полис страхования жизни, включающий в себя накопления, защиту себя и семьи. Пока мы начинаем с достаточно простых продуктов», – сказал он.

По его словам, в пилотном режиме предлагать продукты для массового сегмента в отделениях Сбербанка компания планирует с 1 апреля, а примерно через полгода после этого будет масштабировать проект на остальную сеть отделений.

Источник: [Финмаркет](#) , 04.02.14