

*Страхование жизни по росту премий в шесть раз опережает самый популярный вид – ОСАГО. Основной двигатель сектора – банки, обязывающие заемщиков страховать свои риски. Но снижение динамики кредитования остановит стремительный рост премий по страхованию жизни, поэтому участники рынка делают ставку на инвестиционное и накопительное страхование.*

По данным ЦБ, в 2013 году страховщики жизни собрали 85 млрд руб. премий, на 60,5% больше, чем в 2012-м. На данный момент это самый быстрорастущий сегмент страхования (для сравнения: рынок ОСАГО показал лишь 10,3% роста сборов в прошлом году, притом что обязательность покупки такого полиса установлена законом). По данным Ассоциации страховщиков жизни (АСЖ), порядка 60% сборов принесло страхование рисков банковских заемщиков. Остальные 40% – накопительное и инвестиционное страхование.

Динамика страховых сборов в сегменте практически опережает утвержденную правительством стратегию развития страхового рынка в РФ до 2020 года, в которой в 2014 году общий объем премий по страхованию жизни (СЖ) оценивается в 87 млрд руб. «С точки зрения сборов мы опережаем стратегию примерно на год», – говорят в АСЖ. Однако тут же признают, что нынешний год для отрасли будет сложным в связи с замедлением роста потребительского кредитования.

В настоящее время страховщики платят банкам высокие комиссии за реализацию своих продуктов. Причем, отмечает замглавы рейтингового агентства «Эксперт РА» Павел Самиев, «чем проще продукт, тем выше комиссионные (от 50% до 70% и даже выше). Но сказать, что это кого-то не устраивает, нельзя, так как в этом сегменте наблюдается очень низкий коэффициент выплат. То есть получается, что это выгодно всем – и тем, кто специализируется именно на страховании жизни, и особенно страховым компаниям при банковских структурах».

По мнению президента «Ренессанс Жизни» Олега Киселева, сегодня рост российского рынка потребительского кредитования стабилизировался, поэтому страховщикам жизни совместно с банками-партнерами нужно сместить акцент со страховых продуктов, завязанных на кредиты, в сторону продуктов с высокой потребительской ценностью для клиента, таких, как инвестиционное и накопительное страхование жизни. «Подобные продукты будут особенно интересны банковским вкладчикам как эффективные инструменты защиты и приумножения капитала», – уверен Олег Киселев.

Подстегнуть продажи таких страховок могли бы налоговые льготы для держателей долгосрочных полисов. Однако в конце прошлого года предложение игроков рынка о налоговых льготах, одобренное Минфином, не нашло одобрения в правительстве. Тем не менее, как надеется исполнительный директор страховщика «Согласие-Вита» Елена Ковалева, «диалог с государством о налоговых льготах не закончен».

Впрочем, на рынке понимают, что только налоговыми вычетами добиться большой популярности полисов страхования жизни среди населения не получится. «В ретейле налоговые льготы, даже если их введут, вряд ли существенно помогут, – сказал «Деньгам» гендиректор страховщика Ergo Александр Май. – В отличие от послевоенного Запада, где именно налоговые льготы стимулировали рост рынка, в России подоходный налог – всего 13%, западные показатели выше более чем вдвое». По его словам, учитывая сложность процедуры возврата налога и не очень большие суммы, эта процедура, скорее всего, не будет востребована так, как в Европе, где подоходный налог может достигать 40% и даже 50%.

Инициативы о введении налоговых вычетов имеют смысл только в совокупности с предложениями о развитии финансовой инфраструктуры страны, формировании инструментария для инвестирования долгосрочных страховых резервов и создания институтов гарантий, считает гендиректор «ВТБ Страхования жизни» Марина Жегова. «Это сложный и длительный процесс. Поэтому, несмотря на бурный рост, сегмент страхования жизни еще долго не будет претендовать на заметную роль в экономике страны», – говорит она.

### ***Конструктор рисков***

Пока идет дискуссия с властями о налоговых льготах, страховщики жизни варьируют наполнение полисов, комбинируют риски в надежде сформировать идеальный продукт под каждого клиента. Сегодня наиболее востребованная опция в долгосрочных договорах – риск освобождения от уплаты взносов по кредитам; следующие по популярности в страховых программах – риски несчастного случая, примерно 30% клиентов страховщиков интересно включать страховое покрытие по критическим заболеваниям. «При долгосрочном накопительном страховании компания зарабатывает только на долгосрочном инвестировании резервов, и чем длиннее договор, тем страхователю и страховщику выгоднее», – говорит замгендиректора Страховой группы МСК Сергей Ефремов.

Страхователями обычно становятся кормильцы семьи, желающие накопить серьезную сумму к определенному сроку и материально обезопасить себя и близких от непредвиденных обстоятельств. Заметным спросом пользуются детские накопительные программы, которые позволяют по окончании действия договора обеспечить ребенку обучение в хорошем вузе или решить его квартирный вопрос.

По словам Марины Жеговой, «в данный момент рынок некредитного страхования жизни развивается преимущественно в верхних клиентских сегментах». Как рассказал «Деньгам» глава компании «Сбербанк страхование» Максим Чернин, средний единовременный взнос по инвестиционным программам – по полисам «Сбербанк Премьер» и «Сбербанк Первый» – 500 тыс. и 1,2 млн руб. соответственно. При этом средний годовой взнос по накопительным программам – около 140 тыс. руб.

«Ряд компаний делает попытки предложить продукты для массового потребителя, но пока их нельзя назвать широко распространенными», – продолжает Марина Жегова. Одно из основных препятствий для уверенного развития в этом клиентском сегменте – высокая закредитованность населения.

### ***Рецепты долгой безубыточности***

Как подчеркивают участники рынка, в накопительном страховании жизни нельзя судить об убыточности по простому соотношению премий и выплат, поскольку это долгосрочный бизнес. Активный рост рынка начался всего несколько лет назад, и основная часть договоров не успела подойти к окончанию срока действия, когда положена выплата «по дожитию». «Полисы накопительного страхования жизни заключаются на срок от пяти до двадцати лет, уровень выплат, в частности по дожитию, еще совсем низкий», – говорит директор департамента маркетинга и корпоративной стратегии «Allianz Жизнь» Илья Ланкевич. По данным ЦБ, общие выплаты компаний, действующих в сегменте страхования жизни, составили по итогам 2013 года 12,33 млрд руб.

Как говорят страховщики, иногда компании рискуют своими финансами для выполнения обещаний по гарантированной доходности накопительной программы. «На немецком рынке гарантированный финансовый результат был всегда выше 3% в последние 30 лет, а сейчас эти три процента в евро с трудом можно заработать на финансовых рынках, –

рассказывает Александр Май. – Клиенту гарантировали 3% и больше, а страховщик их теперь и сам не зарабатывает. В инвестиционных продуктах этот риск переложено на плечи клиента».

Определенное беспокойство страховщикам доставляет мошенничество клиентов. Как рассказали «Деньгам» в Ассоциации страховщиков жизни, «мошенники начинают группироваться, изучать опыт друг друга, который они успешно тиражируют. Мошенничество в страховании жизни не так распространено, как в ОСАГО и каско, но размеры мошенничества в каждом заявленном случае здесь могут быть в разы больше – 10–15 млн руб.».

Есть несколько мошеннических схем. Например, медучреждения выдают липовые справки с диагнозами, которые покрываются страховым полисом. Еще вариант – с деклассифицированными элементами: их находят на улицах, приводят в божеский вид, направляют в страховую компанию, там на них оформляется страховка, а потом с ними что-то случается. «На нашем языке этот тип мошенничества получил название «Застрахуй братуху», – рассказывают в АСЖ.

В большинстве случаев страховщик при заключении договора на большую страховую сумму просит клиента подтвердить свой доход, чтобы обосновать размер потенциальной выплаты. Кроме того, на рынке есть страховщики, которые хорошо знают, как разбираться с недобросовестными клиентами. В рамках ассоциации создана рабочая группа по противодействию мошенничеству, страховщики обещают в ближайшее время вынести на широкое обсуждение варианты наказания страховых мошенников.

**Источник:** [Коммерсантъ Деньги](#), № 21, 02.06.14

**Авторы:** Рыбакова М., Гришина Т.