

При покупке смартфона или планшета россияне стали чаще страховать их. Ретейлеры и страховые компании связывают всплеск интереса к услуге с кризисом и желанием потребителей «продлить срок жизни устройства».

□ Повальное страхование

Доля смартфонов и планшетов, которые клиенты сети «Связной» застраховали при покупке, в январе-октябре 2015 года выросла на 20% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и достигла 40% от всех купленных гаджетов, рассказала РБК представитель ретейлера Мария Заикина. В среднем стоимость страховки составляет 10% от цены самого устройства, уточнила она.

Похожую тенденцию заметили и в других крупных сетях. В «Евросети» доля застрахованных планшетов, ноутбуков, смартфонов и телефонов выросла «год к году» с 6,5% до 10%, сообщила представитель компании Ульяна Смольская. В «Евросети» стоимость страховки составляет в среднем 12–15% от цены устройства.

В «Эльдорадо» продажи страховок вместе с портативными гаджетами увеличились сразу на 40% как в штучном, так и в денежном эквиваленте. В «М.Видео» доля застрахованных гаджетов пока невелика, но она «постепенно растет», сообщили РБК в компании. Продажи страховок смартфонов в сети МТС в третьем квартале 2015 года выросли примерно в 1,7 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Доля застрахованных гаджетов в общем объеме продаж в МТС растет – примерно на 3 п.п. ежемесячно, рассказал представитель МТС Дмитрий Солодовников, не раскрыв точную долю в продажах.

Что страхуют

Чаще всего потребители страхуют более дорогие устройства. Клиенты «Связного» купили больше всего страховок к гаджетам стоимостью 15–20 тыс. руб.: в этом сегменте было застраховано 52% от всех купленных устройств. Для сравнения: в прошлом году их доля составляла 39%, рассказала Заикина. В «Эльдорадо» наибольший прирост – 60% –

также пришелся на электронику дороже 15 тыс. руб., а показатели по страхованию бытовой техники резко не менялись. В «М.Видео» страховку чаще всего оформляют на смартфоны стоимостью от 10 тыс. руб. Самый популярный ценовой диапазон для страхования техники в МТС – 5–12 тыс. руб.

Розничные сети, принадлежащие операторам связи «ВымпелКом» (бренд «Билайн») и «МегаФон», начали продавать страховки для гаджетов в своих салонах только в марте 2015 года, рассказали РБК их представители. В магазинах «ВымпелКома» наблюдают рост продаж каждый месяц, при этом чаще всего покупатели страхуют гаджеты в ценовом сегменте до 7 тыс. руб. В сети «МегаФона» доля смартфонов и планшетов, продаваемых со страховками, к декабрю выросла с 1,5 до 9,3%.

Представитель Media Markt отказался от комментариев.

Под влиянием кризиса

Рост продаж страховок продавцы называют кризисным явлением. Из-за обвала рубля в 2014–2015 годах цены на гаджеты выросли минимум на 30%, поэтому пользователи начали вынужденно использовать приобретаемые устройства дольше, чем раньше, объясняет директор по финансовым сервисам «Связного» Даниил Поколотный. Интерес клиентов к страховым услугам говорит об их желании «максимально обезопасить себя от дополнительных затрат в связи с падением реальных доходов», говорит он. Поколотный указывает, что доля тех, кто страхует бюджетные гаджеты (до 5 тыс. руб.) в «Связном», с прошлого года не выросла: это по-прежнему каждый второй покупатель в данной ценовой категории.

Добровольное страхование с каждым годом становится все более востребованным, потому что покупатели стремятся оградить себя от дорогого ремонта и трат на новые устройства, говорит Смольская из «Евросети». Рост доли застрахованных устройств может говорить и о повышении уровня финансовой грамотности покупателей, которые «постепенно привыкают к различным финансовым сервисам», считает представитель «М.Видео». Кроме того, у многих клиентов появляется «положительный опыт по выплатам от страховых компаний, поэтому их готовность страховать дорогие гаджеты и бытовую технику возрастает», – добавляет он.

В МТС повышенный спрос на страховки электроники связывают с общим ростом продаж гаджетов. Это произошло после того, как весной сеть снизила цены на некоторые смартфоны и «отказалась от заработка при продаже мобильных устройств», сообщил Солодовников.

Страховой случай

□ В своих расчетах ретейлеры учитывали все страховые продукты, которые у них есть. Среди услуг, которые предлагают опрошенные РБК магазины, – страховка от поломок и повреждений, краж, «злоумышленных действий третьих лиц», а также продление гарантии. Среди партнеров продавцов техники – компании «ВТБ Страхование», «АльфаСтрахование», «Росгосстрах» и «Кардиф» (входит в группу BNP Paribas).

Сами страховщики тоже заметили рост спроса. Тренд на страхование техники «весьма актуален», говорит гендиректор страховой компании «Кардиф» Константин Козлов. По его словам, относительное увеличение доли гаджетов, продаваемых вместе со страховкой, объясняется падением физических объемов продаж ретейлеров, которые стараются возместить выпадающие доходы за счет продажи дополнительных финансовых продуктов, прежде всего страховок.

Продажи страховок на гаджеты у «ВТБ Страхования» выросли за первые десять месяцев 2015 года в три раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, сообщили РБК в пресс-службе компании. В «ВТБ Страховании» согласны с тем, что увеличение спроса на страховки связано с удорожанием самих устройств, но на росте продаж сказалось и начало сотрудничества страховщика со всеми крупными ретейлерами электроники.

По словам представителя «ВТБ Страхования», страховые случаи наступают «достаточно часто»: в основном устройства либо роняют, либо заливают. К «Кардифу» тоже часто обращаются со страховыми случаями, рассказал Козлов, но соотношение обращений и числа проданных страховок не изменилось. Точное число обращений и статистику по количеству тех или иных страховых случаев в страховых компаниях не раскрывают.

В «АльфаСтраховании» отказались от комментариев. В «Росгосстрахе» не ответили на

запрос РБК.

Источник: [РБК daily](#) , 24.12.15

Авторы: □ Метелица Е., Архангельская Е.