



*19 октября 2015 года Ассоциация страховщиков жизни провела очередной образовательный семинар для журналистов. В медиа-событии под названием «Страхование в зеркале СМИ. Больше жизни – 2015» приняли участие представители московских и региональных СМИ.*

Встречу с представителями СМИ в формате образовательного семинара Ассоциация страховщиков жизни проводит уже в третий раз. Насколько велик интерес к теме страхования – и, в частности, страхования жизни, – показал состав участников нынешнего семинара, на котором присутствовали журналисты ведущих деловых изданий, информационных агентств и интернет-порталов из 17 городов разных регионов страны. Свои доклады на сессиях семинара представили руководители десяти крупнейших отечественных и международных страховых компаний – членов АСЖ.

При том, что финансовый сектор сейчас представляет собой одну из болевых точек российской экономики, рынок страхования жизни находится в наименее тяжелой ситуации, считает президент Ассоциации страховщиков жизни, президент АО «Страховая компания «МетЛайф» Александр Зарецкий. Рост рынка замедлился, но все еще остается в «зеленой зоне», так как проникновение страховых продуктов на рынок невелико: многие из тех, кто мог бы приобрести их, остаются неохваченными. Происходит, хотя и неосознанный, рост потребности населения в этих продуктах. «Без личного страхования средний класс не может позволить себе трех вещей: умереть слишком рано, жить слишком долго (маленькие пенсии) и серьезно заболеть (дорогие медуслуги), – говорит Александр Зарецкий. – Страховая отрасль способна закрыть социальные риски, защиту от которых уже не финансирует государство».

В свою очередь, госструктуры нацелены на тесное сотрудничество со страховыми компаниями. «Деньги, которые аккумулируют страховщики, – это второй по значимости инвестиционный ресурс (после пенсионных накоплений), который может стать трамплином для развития экономики, – считает Александр Коланьков, экономический советник Службы Банка России по защите прав потребителей финансовых услуг и миноритарных акционеров, принимавший участие в семинаре. – Поэтому Банк России готов помогать страховым компаниям в продвижении и развитии программ страхования жизни». Александр Коланьков напомнил, что есть прямое поручение от первого вице-премьера правительства РФ Игоря Шувалова по этому поводу.

Страховые компании могли бы сыграть существенную роль и в формировании новой конструкции пенсионной системы. «Первые корпоративные пенсионные программы смельчаки запустили еще в 2002 году, многие из этих договоров остаются в силе, и у давно работающих сотрудников сформировались вполне ощутимые резервы на корпоративных пенсионных счетах. И это доказывает, что такие программы нужны и будут востребованы. «У корпоративных пенсионных программ есть огромный потенциал, – уверен Тимур Гилязов, директор по стратегическим проектам компании «МетЛайф». – Конечно, при условии правильного и понятного работодателям налогообложения». В этой области законодательства некоторые подвижки происходят: так, с 1 января 2015 года участникам программ по страхованию жизни, в т.ч. корпоративных пенсионных планов, предоставляется социальный налоговый вычет по взносам из собственных средств с максимальной суммы взноса в 120 тыс. рублей. Ведется диалог с соответствующими ведомствами о предоставлении корпоративным пенсионным планам более привлекательного режима налогообложения в части страховых социальных взносов.

Но корпоративные планы – это лишь часть многоуровневой пенсионной системы, к которой движется Российская Федерация. Важной ее составляющей являются индивидуальные пенсионные планы и программы страхования жизни, завершающие формирование гарантированного финансового обеспечения человека при вступлении в «золотой возраст». Популяризация индивидуальных планов в России для «МетЛайф» имеет приоритетное значение на фоне снижающегося участия государства в пенсионном обеспечении россиян.

В странах Запада доля страховых премий в ВВП составляет 7–10%. В Восточной Европе – от 1,5% до 2%. В нашей стране, по итогам 2014 года, – 0,21% (данные Всероссийского союза страховщиков). Полисы страхования жизни в 2014 году приобрели 7,4 млн россиян и 77000 компаний, что в масштабах страны совсем не много. Население слабо информировано о существующих программах страхования жизни и механизмах их действия, поэтому роль СМИ в повышении финансовой грамотности граждан огромна, подчеркивает советник Службы Банка России по защите прав потребителей Александр Коланьков. На семинаре «Страхование в зеркале СМИ. Больше жизни – 2015» он призвал журналистов объединить усилия и обращаться напрямую к главам семейств, чтобы те через страхование позаботились о будущем своих детей. Ведь, как резюмировал президент Ассоциации страховщиков жизни Александр Зарецкий, страхование – это стык интересов бизнеса и общества.

Источник: [Википедия страхования](#) , 22.10.15