

В структуре сборов страховых премий по каналам продаж по итогам 1п26 доля продаж через посредников сократилась до 76,4% (-2,7 п.п. г/г) совокупных премий – в основном за счет доли кредитных организаций и агентов – физических лиц. Доля продаж через кредитные организации сократилась до 48,8% (-2,1 п.п. г/г) в связи с прекращением продаж ИСЖ, где банки выступали ключевыми посредниками. Доля продаж через агентов – физических лиц снизилась на 1,6 п.п. г/г, до 12%.

При этом в страховании жизни доля банковского канала продаж составила 77,3% в 1п26, доля продаж без участия посредников – 14,8%, доля продаж через агентов – юридических лиц – 5%.

В структуре продаж в страховании ином, чем страхование жизни, доля прямых продаж была равна 34,5% в 1п26, доля продаж через агентов – физических лиц – 24,8%, доля продаж через кредитные организации – 13,6%.

Доля электронных продаж в целом по рынку за год увеличилась на 6,3 п.п., до 23,3% совокупных продаж. Это произошло за счет роста доли электронных продаж через посредников – до 18,6% совокупных продаж (+4,8 п.п. г/г), в основном за счет банков.

Совокупная величина вознаграждений посредников по итогам 1п26 увеличилась на 7,4% г/г, до 161 млрд рублей. При этом доля комиссии за электронные продажи в совокупной величине вознаграждения посредников выросла вслед за увеличением доли таких продаж – на 5,1 п.п., до 21,2% в 1п26.

Сводные данные статистической формы отчетности страховщиков: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/62263/svod_ssd_2026_2.xlsx

Статистические показатели и информация об отдельных субъектах страхового дела: https://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_insurance/stat_ssd/2026_2/