



*На рынке страхования жизни (СЖ) по итогам девяти месяцев, несмотря на сложную экономическую обстановку, сохранился рост: объем рынка вырос на 4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 320 млрд руб. СЖ остается драйвером всего рынка, а наибольшую положительную динамику – 29% (с 73,2 млрд до 94,3 млрд руб.) – показало накопительное страхование жизни (НСЖ). Об этом сообщил президент Всероссийского союза страховщиков (ВСС) Игорь Юргенс, подводя итоги трех кварталов. Вторая серьезная тенденция, о которой говорят страховщики жизни, – рост интереса клиентов к долгосрочным продуктам в целом.*

Прежний лидер по скорости прироста сборов – инвестиционное страхование жизни (ИСЖ) – утратил роль драйвера: сборы по этому виду страхования снизились на 6%. Также, несмотря на бурный рост ипотеки, сборы по кредитным видам страхования уменьшились на 0,5%.

Рынок СЖ в III квартале отражает общее настроение в экономике и обществе, считает вице-президент ВСС Виктор Дубровин. «Сейчас работают три основных тренда: это невысокие ставки по депозитам, высокая волатильность на инвестиционном и валютном рынках и смена модели потребительского поведения – пандемия продемонстрировала необходимость иметь накопления и дополнительную страховую и медицинскую защиту», – отмечает он.

Алексей Янин, управляющий директор по страховым и инвестиционным рейтингам агентства «Эксперт РА», напоминает, что опережающий рост НСЖ наметился еще в прошлом году, а в 2020 г. это проявилось наиболее ярко. При этом эксперт указывает, что при оценке трендов на рынке нужно учитывать проблему терминологии: компании сами решают, что называть накопительным, а что – инвестиционным страхованием жизни. «Например, уже появились накопительные программы СЖ с единовременным взносом и более коротким сроком (3-5 лет), ранее считавшимся признаком ИСЖ. Классическое накопительное страхование все-таки отличают большой срок и регулярные взносы – ежемесячные или ежеквартальные», – подчеркивает Янин.

Другие эксперты подтверждают, что проявилась тенденция замещения продаж, когда продукты просто «переупаковываются» и переименоваются: было ИСЖ – стало НСЖ. Особенно активно этот процесс пошел после жесткой критики ИСЖ со стороны Банка России (ЦБ), неоднократно заявлявшего о его низкой доходности. Так, зампред ЦБ Владимир Чистюхин на форуме «Лидеры страхового рынка» 29 октября приводил такие цифры доходности: в среднем за девять месяцев по трехлетним договорам она составила 4,2% годовых, по пятилетним – 3,1%. При этом 32% полисов, по данным ЦБ, показали нулевую доходность и только 17% полисов – доходность выше 5%. «Вряд ли можно говорить в данном случае об удовлетворенности граждан в таких условиях и о ценности данного страхового продукта для потребителя», – заявил тогда Чистюхин, пообещав «продолжать думать, что с этим делать». Именно позиция ЦБ заставила страховщиков жизни переориентироваться на накопительное страхование, гибридные продукты и в целом на повышение ценности продукта для клиента.

Алексей Руденко, генеральный директор компании «Росгосстрах жизнь», отмечает, что сегодня инвестиционно-накопительные продукты содержат встроенные гарантии для клиентов, которые обеспечиваются инструментами с фиксированной доходностью (ОФЗ, корпоративными облигациями, банковскими депозитами). На фоне низких ставок все большая часть взноса клиента уходит на гарантии и остается меньше возможностей для получения дополнительного дохода и сервисов. Один из способов сохранения привлекательности продуктов помимо снижения комиссии посредников и маржи страховой компании – увеличение срока продуктов, так как одна и та же гарантия на большем сроке стоит дешевле, считает эксперт. Так, хороший отклик у клиентов получило предложение семилетних договоров ИСЖ с опцией досрочного отзыва. Продукт запущен весной и по итогам III квартала уже занимает до четверти в структуре общих продаж. «Аналогичное смещение в сторону больших сроков происходит и в НСЖ, – отмечает Руденко. – Все больше программ в структуре – на 10 и более лет».

Павел Самиев, генеральный директор аналитического центра «Бизнесдром», считает, что еще рано говорить о том, что сроки СЖ существенно выросли, но тенденция уже начала проявляться. «Один из триггеров – снижение ставок. Снижение комиссий и других расходов – это один из факторов для повышения привлекательности продуктов в СЖ, но удлинение сроков – это также очевидный путь, который выгоден и для клиентов, и для страховщиков. Полагаю, через год мы уже сможем уверенно сказать, стало ли удлинение сроков СЖ действительно устойчивой тенденцией, но все предпосылки к этому уже есть», – говорит Самиев.

*Ведомости, 16 ноября 2020 г.*