

Страхование жизни в России: в ожидании перемен

Аналитический
обзор

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ПРИ УЧАСТИИ



ИНГОССТРАХ ЖИЗНЬ

Обзор подготовили

Ольга Любарская,
старший директор,
страховые и инвестиционные
рейтинги
АО «Эксперт РА»
lyubarskaya@raexpert.ru

Анастасия Шкреба,
ведущий аналитик,
страховые и инвестиционные
рейтинги
АО «Эксперт РА»
shkreba@raexpert.ru

Алексей Янин,
управляющий директор,
страховые и инвестиционные
рейтинги
АО «Эксперт РА»
janin@raexpert.ru

Резюме

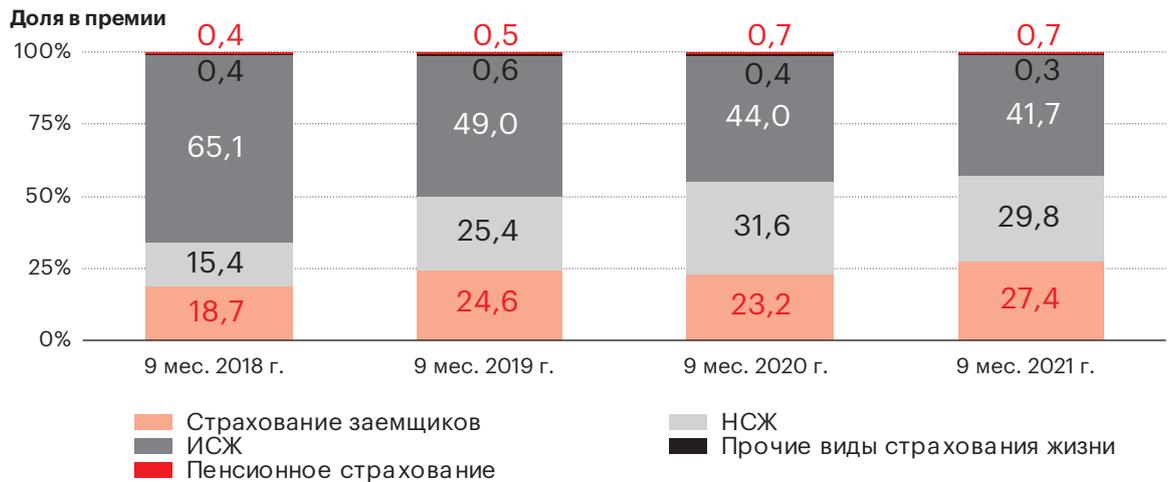
Волатильность 2020 года на рынке страхования жизни сменилась активным ростом в 2021-м: драйверами выступают страхование жизни заемщиков потребкредитов и ипотечное страхование. В некредитном страховании жизни в 2020-м фокус страховщиков был смещен с продаж ИСЖ на продажи НСЖ, в текущем году баланс восстановился: эти сегменты растут одинаковым темпом. По прогнозу агентства «Эксперт РА», по итогам 2021 года относительно 2020-го рынок страхования жизни вырастет на 21%. В 2022 году охлаждающий эффект окажет повышение ключевой ставки — темпы прироста премий замедлятся до 12–14%. Самое ожидаемое событие и одновременно большая интрига — появление ДСЖ, которое может кардинально изменить всю конфигурацию рынка страхования жизни.

В 2021 году рынок страхования жизни активно растет после турбулентного 2020-го. По итогам 9 месяцев 2021-го по сравнению с аналогичным периодом прошлого года темпы прироста премий, по оценкам агентства «Эксперт РА», составили 27%, объем собранных взносов — 380 млрд рублей. В абсолютном выражении рынок прибавил 80 млрд рублей, где порядка 43% абсолютного прироста было обеспечено страхованием жизни заемщиков. В целом позитивная динамика премий отмечается во всех сегментах страхования жизни. Объем страхования жизни заемщиков вырос почти в полтора раза (против небольшого сокращения на 1,6% годом ранее), темпы прироста взносов по ИСЖ составили 20% (годом ранее было снижение на 6,4%), в то же время по НСЖ, напротив, прирост немного замедлился до 19 с 30% в прошлом году. Пенсионное страхование прибавило 6% премии, прочие виды страхования жизни (основу составляет рисковое страхование жизни) увеличились на 30%.

График 1. Динамика премий по страхованию жизни



Источник: «Эксперт РА» по данным Банка России и компаний

График 2. Динамика структуры рынка страхования жизни по сегментам


Источник: «Эксперт РА по данным компаний и Банка России»

Потребительское кредитование и ипотека стали драйверами роста страхового рынка в 2021 году. Невысокие банковские ставки, а также действие различных программ льготной ипотеки способствовали активному росту страхования жизни заемщиков. В абсолютном выражении сегмент прибавил почти 35 млрд рублей премии за 9 месяцев 2021 года по сравнению с 9 месяцами 2020-го и преодолел отметку в 100 млрд рублей. Локомотивом выступило страхование жизни заемщиков потребительских кредитов, темпы прироста премий по которому составили почти 60%. Ипотечное страхование и страхование заемщиков по прочим видам кредитования (в него входят страхование заемщиков от критических заболеваний, потери работы, страхование жизни держателей кредитных карт, страхование жизни заемщика при автокредитовании и др.) выросли за этот период чуть скромнее – на 30 и 24% соответственно.

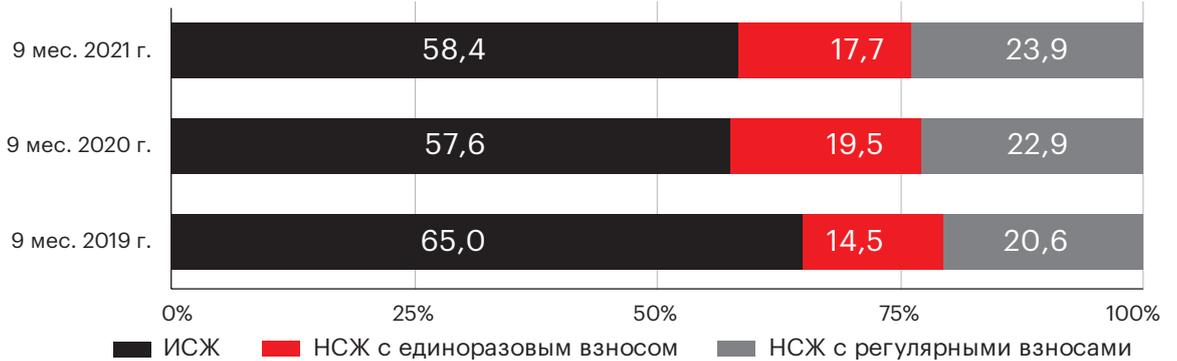
График 3. Динамика структуры взносов по страхованию жизни заемщиков


Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

ИСЖ и НСЖ сравнялись по темпам прироста. В прошлом году в результате смещения тенденции в сторону продаж НСЖ, сходного по характеристикам с ИСЖ, наблюдался рост доли НСЖ с одновременным взносом на фоне сокращения доли ИСЖ. По итогам 9 месяцев 2021 года мы наблюдаем частичное восстановление доли ИСЖ в структуре совокупных премий по НСЖ и ИСЖ. Кроме того, срочность полисов как по ИСЖ, так и по НСЖ с одновременной премией в значительной степени сместилась в сторону более длинных договоров (более 5 лет). В числе трендов мы также отмечаем хотя и медленный,

но сохраняющийся рост доли классического страхования жизни – НСЖ с регулярными взносами, в котором также постепенно набирают вес полисы срочностью более 10 лет. И все же доля такого долгосрочного накопительного страхования жизни пока совсем невелика – чуть более 13% в совокупных премиях по ИСЖ и НСЖ. Для сравнения: на ИСЖ или НСЖ с единовременным взносом по итогам 9 месяцев 2021 года пришлось 3/4 суммарных премий по ИСЖ и НСЖ.

График 4. Динамика структуры взносов по НСЖ и ИСЖ

Доля в совокупной премии по НСЖ и ИСЖ


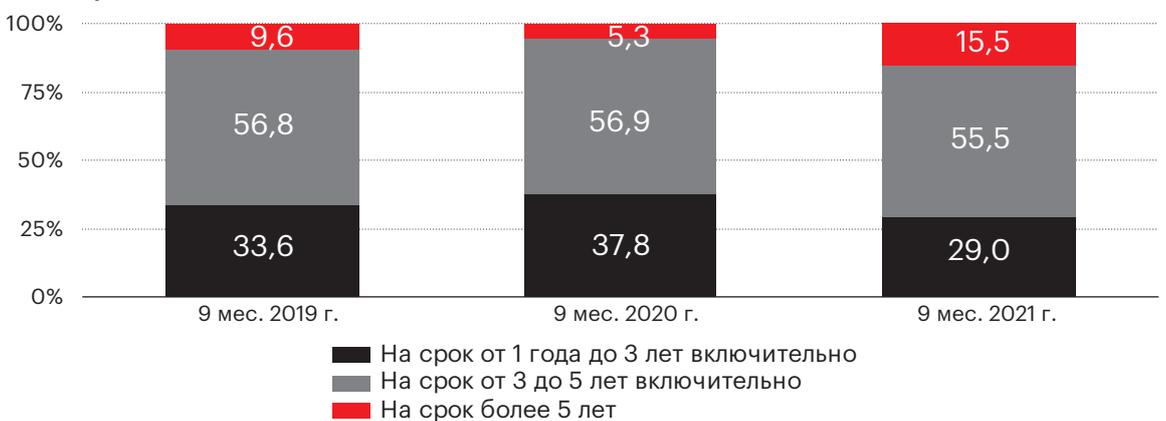
Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

График 5. Динамика структуры взносов по НСЖ и ИСЖ

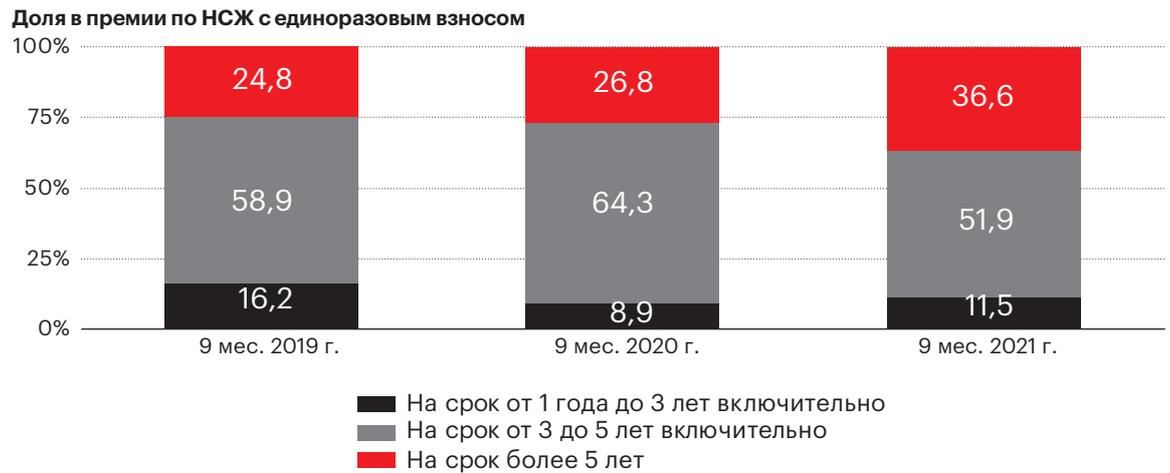
Доля в совокупной премии по НСЖ и ИСЖ


Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

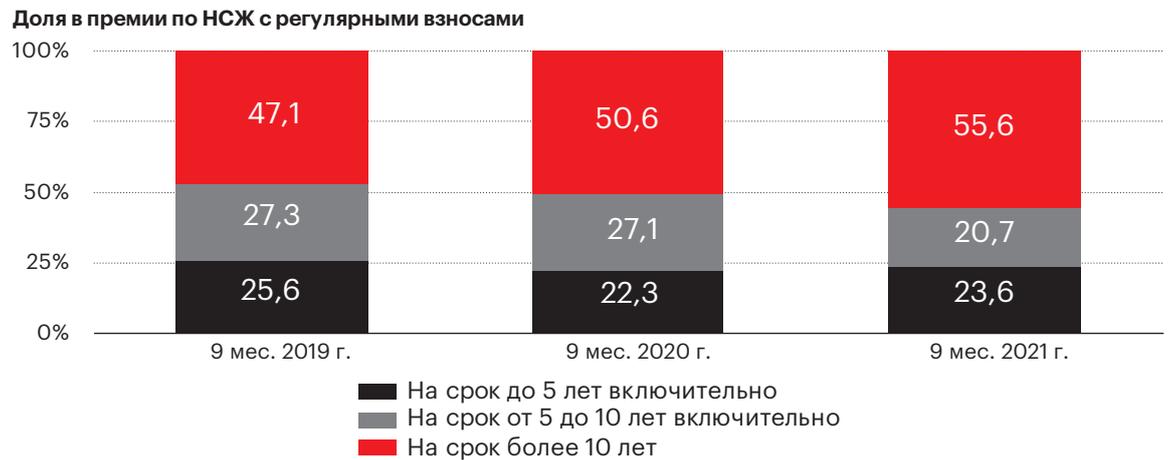
График 6. Динамика структуры взносов по ИСЖ по срокам

Доля в премии по ИСЖ


Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

График 7. Динамика структуры взносов по НСЖ с единоразовым взносом по срокам


Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

График 8. Динамика структуры взносов по НСЖ с регулярными взносами по срокам


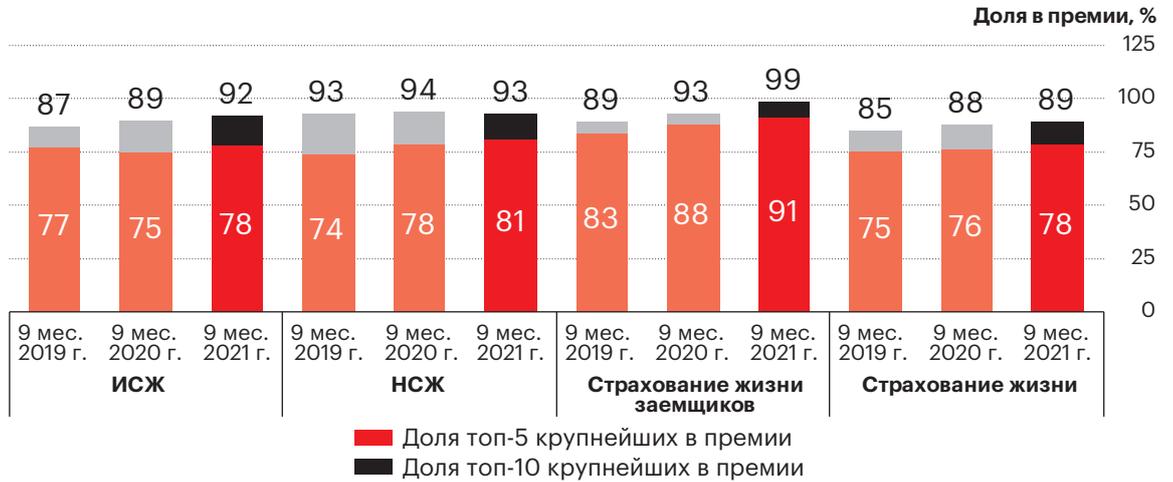
Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

По итогам 9 месяцев 2021 года концентрация рынка страхования жизни снова выросла. 89% премий по страхованию жизни (+1 п. п. по сравнению с 9 месяцами 2020 года) концентрируется в руках топ-10 страховщиков жизни, 78% (+2 п. п.) приходится на топ-5. Наибольший рост концентрации (+6 п. п. по топ-10) наблюдается в сегменте страхования жизни заемщиков, что обусловлено значительным приростом премий по страхованию жизни по ипотеке и потребкредитованию у ряда компаний. При этом у некоторой части страховщиков жизни может не наблюдаться существенного роста по данной линии бизнеса в связи с тем, что премии по этим видам собирает не страховщик жизни, а универсальный страховщик, находящийся в одной финансовой группе со страховщиком жизни. Небольшое снижение концентрации отмечается по топ-10 в НСЖ, что объясняется сокращением премий по этому виду сразу у 4 страховщиков жизни, входящих в десятку лидеров.

Пятерка лидеров ранкинга по страхованию жизни по итогам 9 месяцев 2021-го по сравнению с аналогичным периодом прошлого года осталась неизменной. Все страховщики в топ-5 показали положительный прирост по премиям. В топ-10 по премиям вошли АО «УРАЛСИБ Жизнь» и АО «Русский Стандарт Страхование», десятку покинули

ООО «Страховая компания «Сив Лайф» и ООО «СК «Райффайзен Лайф». Среди 22 компаний – участников ранкинга по страхованию жизни – сокращение премий по итогам 9 месяцев 2021 года отмечается только у 4.

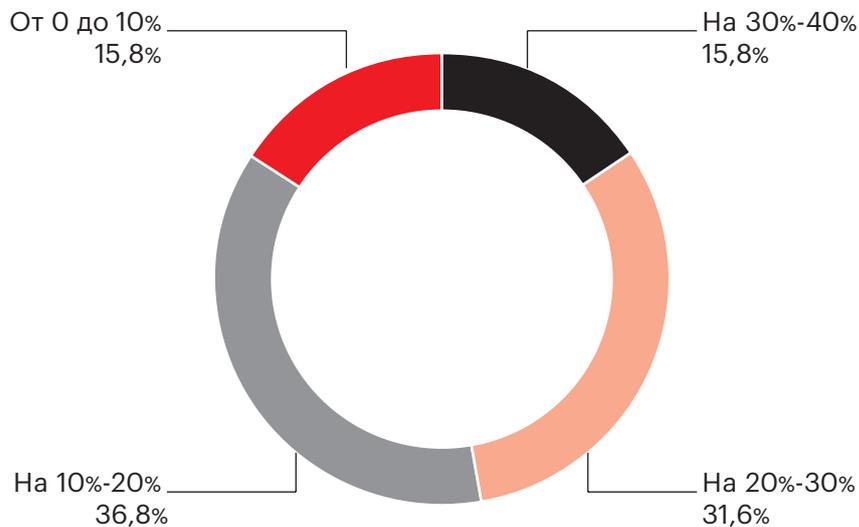
График 9. Динамика концентрации рынка страхования жизни и некоторых его сегментов



Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

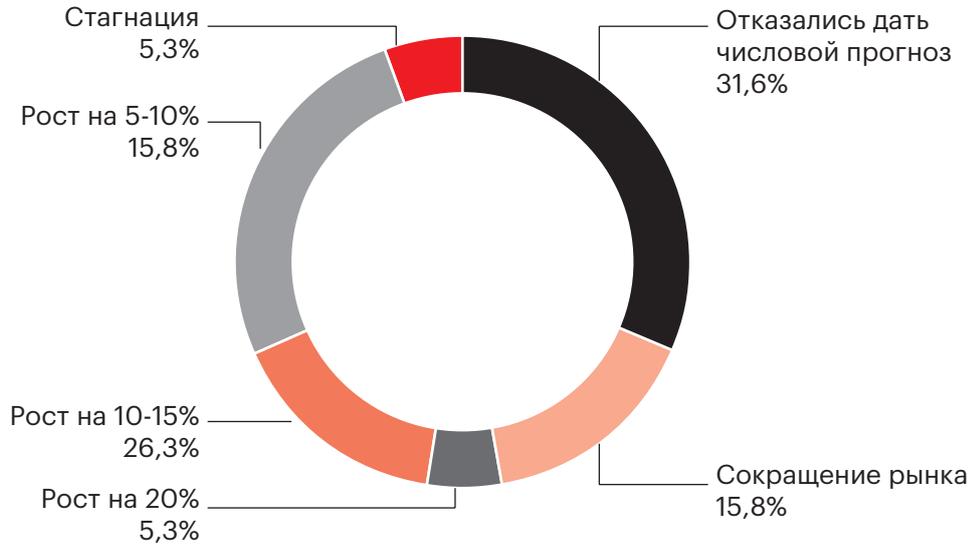
84% опрошенных компаний прогнозируют прирост рынка страхования жизни по итогам 2021 года по сравнению с 2020-м на 20% или более. Опрос был проведен агентством «Эксперт РА» среди страховщиков жизни. Почти половина опрошенных считают, что рынок вырастет на 30% или более. Сокращения рынка не ожидает никто из респондентов. По прогнозу на 2022 год разброс мнений получился очень большим, что подчеркивает неопределенность развития ситуации на рынке в части грядущих регуляторных изменений. Дать числовой прогноз на 2022 год затруднились почти треть опрошенных страховщиков жизни. Еще треть респондентов ожидают роста рынка в 2022 году на 10–20%. 16% опрошенных заявили о вероятном росте на 5–10%, сокращение или стагнацию в 2022 году прогнозируют пятая часть страховщиков жизни.

График 10. Опрос страховщиков жизни: на сколько процентов вырастет рынок страхования жизни по итогам 2021 года по сравнению с 2020-м?



Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

График 11. Опрос страховщиков жизни: каков ваш прогноз по развитию рынка страхования жизни в 2022 году?



Источник: «Эксперт РА» по данным компаний

Самая большая интрига на рынке – появление ДСЖ. Озвученная концепция ДСЖ содержит 2 ключевые составляющие. Первое – это создание нового долгожданного продукта, аналога западного unit-linked, обладающего более высокой прозрачностью и потенциальной доходностью, но и одновременно повышенным уровнем риска (он может существенно превышать риски по НСЖ и ИСЖ). ДСЖ может стать новым драйвером роста рынка и расширить возможности по инвестированию для действующих и новых клиентов страховых компаний. При этом то, насколько успешно ДСЖ сможет конкурировать с существующими на рынке инвестиционными продуктами, такими как ПИФы, ИИСы, будет зависеть от таких параметров, как величина налоговых льгот, наличие допуска к инвестированию в ДСЖ у массового розничного клиента и прочих факторов.

Вторая составляющая – это идея одновременного с появлением ДСЖ прекращения существования текущих видов страхования жизни с участием страхователя в инвестиционном доходе. Отказ от других видов страхования и прежде всего от классического долгосрочного накопительного страхования жизни может привести к обеднению продуктовой линейки, невозможности закрыть потребности ряда клиентов и в итоге к значительному сужению рынка страхования жизни.

Мы предполагаем, что концепция появления ДСЖ еще претерпит существенные изменения к моменту ее реализации, поэтому на текущий момент не строим прогнозов по ее влиянию на рынок страхования жизни.

По прогнозу агентства «Эксперт РА», по итогам 2021 года по сравнению с 2020-м рынок страхования жизни вырастет на 21%. Его объем достигнет 521 млрд рублей. Страхование заемщиков составит 135 млрд рублей (+40%), ИСЖ – 220 млрд рублей (+20%), НСЖ – 160 млрд рублей (+10%). Динамика рынка страхования жизни в 2022 году будет в значительной степени определяться изменениями в регулировании продаж ИСЖ и НСЖ. Один из важнейших вопросов на повестке дня: с какими итоговыми параметрами вступит в силу указание Банка России 5055-У? Другой не менее важный фактор, определяющий направление развития рынка страхования жизни, – это движение ключевой ставки. Ее повышение замедлит рост видов страхования жизни, связанных с кредитованием, а также увеличит привлекательность консервативных инструментов: долговых бумаг и банковских депозитов, что окажет сдерживающее

влияние на динамику ИСЖ и НСЖ. По нашему прогнозу, в отсутствие серьезных экономических шоков и потрясений, а также резких регуляторных изменений рынок страхования жизни в 2022 году вырастет примерно на 13%, до 590 млрд рублей. Рост страхования жизни заемщиков вслед за розничным кредитованием замедлится до 15%, объем сегмента составит 155 млрд рублей. НСЖ и ИСЖ будут расти умеренными темпами на уровне 15 и 10% соответственно.



Черников Владимир Владимирович,
генеральный директор, ООО «СК «Ингосстрах Жизнь»,
комментирует:

«Если говорить о рисках, то они лежат в плоскости только разрабатываемых сейчас документов законодательной базы. Однако выдвигать гипотезы и строить прогнозы в данном случае как минимум рано – страховщики находятся в тесном взаимодействии с регулятором, проводится проработка возможных рисков и вариантов развития событий. Рассчитываем, что итогом станут документы и программы, учитывающие потребности и страховщиков жизни, и их клиентов».

Таблица. Прогноз по взносам (по сегментам страхования жизни)

| Сегмент | 2019 г., млрд руб. | 2020 г., млрд руб. | Темпы прироста взносов, 2020 г./2019 г.,% | Прогноз на 2021 г., млрд руб. (темпы прироста взносов,%) | Прогноз на 2022 г., млрд руб. (темпы прироста взносов,%) |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|---|--|--|
| Страхование жизни заемщиков | 93 | 97 | 3,6 | 135 (-40) | 155 (-15) |
| НСЖ | 130 | 146 | 12,2 | 160 (-10) | 184 (-15) |
| ИСЖ | 182 | 183 | 0,5 | 220 (-20) | 242 (-10) |
| Прочие виды страхования жизни | 4,0 | 5,1 | 26,5 | 6,1 (-20) | 6,7 (-10) |
| Итого по страхованию жизни | 409 | 431 | 5,2 | 521 (-21) | 590 (12-14) |

Источник: «Эксперт РА»

График 12. Динамика годовых взносов на рынке страхования жизни и прогноз



Источник: «Эксперт РА»

Методология

Анализ рынка страхования жизни осуществляется на основе статистических данных Банка России, а также анкетирования страховых компаний, специализирующихся на страховании жизни, проведенного агентством «Эксперт РА» по итогам 9 месяцев 2021 года. В результате анкетирования было собрано 22 анкеты от страховщиков жизни. Суммарная рыночная доля страховщиков жизни, участвующих в анкетировании, в совокупных премиях по страхованию жизни составила более 99%.

Оценка объемов взносов по рынку страхования жизни, а также отдельных его сегментов производилась на основе сведений, полученных агентством «Эксперт РА» в ходе анкетирования, статистических данных Банка России, а также экстраполяции результатов с учетом оценки объемов взносов компаний, не предоставивших информацию в этом году.

Расчет концентрации рынка страхования жизни и его отдельных сегментов производился на основании предоставленных компаниями данных; объемы взносов компаний, не предоставивших данные в этом году, не учитывались. Таким образом, оценка концентрации рынка является консервативной.

Чтобы добиться максимальной достоверности, каждая анкета рассматривалась по следующим 3 пунктам:

- соответствие единиц измерения;
- суммы строк в разбивке должны быть меньше или равны итоговым значениям;
- суммы разбивки отдельных строк также не должны превышать итогового значения.

На основании анкетирования были подготовлены рейтинги компаний по совокупным взносам по страхованию жизни, ИСЖ, НСЖ и страхованию жизни заемщиков за 9 месяцев 2021 года. В указанных рейтингах агентства «Эксперт РА» представлены только те компании, от которых оно получило заполненные анкеты. Все прогнозы даны в номинальном выражении без учета инфляции.

Приложение. Рэнкинги

Таблица 1. Рэнкинг страховщиков по страхованию жизни, 9 месяцев 2021 года

| Место | Место, 9 мес. 2020 г. | Компания | Взносы, млрд руб. | Взносы, 9 мес. 2020 г., млрд руб. | Темпы прироста взносов, % | Доля на рынке страхования жизни, % |
|-------|-----------------------|--|-------------------|-----------------------------------|---------------------------|------------------------------------|
| 1 | 1 | ООО СК «Сбербанк страхование жизни» | 111,5 | 75,3 | 48,1 | 29,3 |
| 2 | 2 | ООО «АльфаСтрахование-Жизнь» | 74,5 | 56,1 | 32,9 | 19,6 |
| 3 | 3 | ООО «Страховая компания СОГАЗ-ЖИЗНЬ» | 55,1 | 52,8 | 4,4 | 14,5 |
| 4 | 4 | ООО «СК «Ренессанс Жизнь» | 40,2 | 31,0 | 29,8 | 10,6 |
| 5 | 5 | ООО СК «Росгосстрах Жизнь» | 17,0 | 13,9 | 22,2 | 4,5 |
| 6 | 6 | ООО «Капитал Лайф Страхование Жизни» | 13,3 | 13,4 | -0,6 | 3,5 |
| 7 | 7 | ООО «РСХБ-Страхование жизни» | 8,0 | 9,2 | -13,2 | 2,1 |
| 8 | 8 | ООО «Сосьете Женераль Страхование Жизни» | 7,7 | 8,7 | -11,8 | 2,0 |
| 9 | 13 | АО «УРАЛСИБ Жизнь» | 5,9 | 3,4 | 72,1 | 1,5 |
| 10 | 17 | АО «Русский Стандарт Страхование» | 5,2 | 2,8 | 85,4 | 1,4 |
| 11 | 18 | ООО СК «БКС Страхование жизни» | 5,2 | 2,2 | 133,2 | 1,4 |
| 12 | 9 | ООО «Страховая компания «Сив Лайф» | 5,2 | 4,7 | 10,8 | 1,4 |
| 13 | 14 | ООО «СК «Ингосстрах-Жизнь» | 4,9 | 3,0 | 61,3 | 1,3 |
| 14 | 12 | ООО СК «Альянс Жизнь» | 4,6 | 3,5 | 33,2 | 1,2 |
| 15 | 10 | ООО «СК «Райффайзен Лайф» | 4,3 | 3,9 | 12,5 | 1,1 |
| 16 | 11 | ООО СК «Согласие-Вита» | 4,1 | 3,6 | 14,3 | 1,1 |
| 17 | 16 | ООО «ППФ Страхование жизни» | 3,3 | 3,0 | 12,1 | 0,9 |
| 18 | 15 | АО СК «Совкомбанк Жизнь» | 3,0 | 3,0 | 0,5 | 0,8 |
| 19 | 19 | ООО «МАКС-Жизнь» | 2,5 | 2,1 | 18,1 | 0,7 |
| 20 | 20 | АО «СК «Югория-Жизнь» | 1,1 | 0,6 | 82,6 | 0,3 |
| 21 | 21 | ООО СК «Чулпан-Жизнь» | 0,4 | 0,5 | -7,9 | 0,1 |
| 22 | 22 | ООО СК «ДЕЛО ЖИЗНИ» | 0,2 | 0,2 | 1,1 | 0,1 |

Источник: «Эксперт РА» по данным компаний, приславших анкеты

Таблица 2. Рэнкинг страховщиков по ИСЖ, 9 месяцев 2021 года

| Место | Компания | Взносы, млрд руб. | Взносы, 9 мес. 2020 г., млрд руб. | Темпы прироста взносов, % | Доля в сегменте ИСЖ, % |
|-------|--|-------------------|-----------------------------------|---------------------------|------------------------|
| 1 | ООО «АльфаСтрахование-Жизнь» | 36,7 | 27,8 | 31,7 | 23,1 |
| 2 | ООО «Страховая компания СОГАЗ-ЖИЗНЬ» | 34,2 | 34,0 | 0,5 | 21,6 |
| 3 | ООО СК «Сбербанк страхование жизни» | 26,0 | 10,6 | 145,9 | 16,4 |
| 4 | ООО «СК «Ренессанс Жизнь» | 13,7 | 17,2 | -20,2 | 8,6 |
| 5 | ООО СК «Росгосстрах Жизнь» | 13,2 | 8,5 | 55,2 | 8,3 |
| 6 | ООО «РСХБ-Страхование жизни» | 7,5 | 8,8 | -14,7 | 4,7 |
| 7 | ООО СК «БКС Страхование жизни» | 5,0 | 2,1 | 133,6 | 3,1 |
| 8 | ООО «Капитал Лайф Страхование Жизни» | 4,0 | 4,4 | -9,4 | 2,5 |
| 9 | ООО СК «Альянс Жизнь» | 2,9 | 1,9 | 56,6 | 1,8 |
| 10 | АО «УРАЛСИБ Жизнь» | 2,8 | 2,4 | 14,8 | 1,7 |
| 11 | ООО «Страховая компания «Сив Лайф» | 2,4 | 1,6 | 47,9 | 1,5 |
| 12 | ООО «СК «Ингосстрах-Жизнь» | 2,2 | 2,3 | -3,0 | 1,4 |
| 13 | ООО «Сосьете Женераль Страхование Жизни» | 2,0 | 2,3 | -12,3 | 1,3 |
| 14 | АО «Русский Стандарт Страхование» | 1,6 | 1,3 | 22,5 | 1,0 |
| 15 | ООО «МАКС-Жизнь» | 1,3 | 1,1 | 20,5 | 0,8 |
| 16 | ООО СК «Согласие-Вита» | 1,3 | 2,0 | -34,9 | 0,8 |
| 17 | АО «СК «Югория-Жизнь» | 0,2 | 0,5 | -61,1 | 0,1 |
| 18 | ООО «ППФ Страхование жизни» | 0,002 | 0,01 | -87,1 | 0,001 |

Источник: «Эксперт РА» по данным компаний, приславших анкеты

Таблица 3. Рэнкинг страховщиков жизни по страхованию заемщиков, 9 месяцев 2021 года

| Место | Компания | Взносы, млрд руб. | Взносы, 9 мес. 2020 г., млрд руб. | Темпы прироста взносов,% | Доля в сегмен- те страхова- ния заемщи- ков,% |
|-------|--|----------------------|--|--------------------------------|---|
| 1 | ООО СК «Сбербанк страхование жизни» | 36,0 | 27,3 | 31,8 | 34,5 |
| 2 | ООО «АльфаСтрахование-Жизнь» | 32,5 | 21,5 | 51,1 | 31,1 |
| 3 | ООО «СК «Ренессанс Жизнь» | 17,5 | 8,0 | 119,3 | 16,8 |
| 4 | ООО «Сосьете Женераль Страхование Жизни» | 5,2 | 6,2 | -15,6 | 5,0 |
| 5 | АО «Русский Стандарт Страхование» | 3,5 | 1,5 | 131,2 | 3,4 |
| 6 | ООО СК «Согласие-Вита» | 2,5 | 1,4 | 73,8 | 2,4 |
| 7 | АО «УРАЛСИБ Жизнь» | 2,5 | 0,6 | 317,6 | 2,4 |
| 8 | ООО «СК «Райффайзен Лайф» | 1,2 | 0,7 | 67,1 | 1,2 |
| 9 | АО СК «Совкомбанк Жизнь» | 0,9 | 0,9 | 8,9 | 0,9 |
| 10 | ООО «Капитал Лайф Страхование Жизни» | 0,9 | 0,7 | 28,2 | 0,8 |
| 11 | ООО «МАКС-Жизнь» | 0,7 | 0,6 | 17,3 | 0,7 |
| 12 | ООО «СК «Ингосстрах-Жизнь» | 0,5 | 0,2 | 206,3 | 0,5 |
| 13 | ООО «Страховая компания «Сив Лайф» | 0,1 | 0,1 | -6,0 | 0,1 |
| 14 | ООО СК «БКС Страхование жизни» | 0,1 | 0,0 | 18 407,5 | 0,1 |
| 15 | ООО «Страховая компания СОГАЗ-ЖИЗНЬ» | 0,00005 | 0,00006 | -28,6 | 0,00004 |

Источник: «Эксперт РА» по данным компаний, приславших анкеты

Таблица 4. Рэнкинг страховщиков жизни по НСЖ, 9 месяцев 2021 года

| Место | Компания | Взносы, млрд руб. | Взносы, 9 мес. 2020 г., млрд руб. | Темпы прироста взносов,% | Доля в сегмен- те НСЖ,% |
|-------|--|----------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|
| 1 | ООО СК «Сбербанк страхование жизни» | 49,4 | 37,2 | 33,0 | 43,7 |
| 2 | ООО «Страховая компания СОГАЗ-ЖИЗНЬ» | 20,9 | 18,4 | 13,4 | 18,4 |
| 3 | ООО «Капитал Лайф Страхование Жизни» | 8,2 | 8,1 | 1,0 | 7,2 |
| 4 | ООО «СК «Ренессанс Жизнь» | 7,3 | 4,9 | 50,6 | 6,5 |
| 5 | ООО «АльфаСтрахование-Жизнь» | 5,4 | 6,8 | -20,1 | 4,8 |
| 6 | ООО СК «Росгосстрах Жизнь» | 3,6 | 5,3 | -31,9 | 3,2 |
| 7 | ООО «СК «Райффайзен Лайф» | 3,1 | 3,1 | -0,5 | 2,7 |
| 8 | ООО «Страховая компания «Сив Лайф» | 2,6 | 2,9 | -9,4 | 2,3 |
| 9 | ООО «ППФ Страхование жизни» | 2,6 | 2,3 | 10,0 | 2,3 |
| 10 | ООО «СК «Ингосстрах-Жизнь» | 2,0 | 0,4 | 400,7 | 1,8 |
| 11 | ООО СК «Альянс Жизнь» | 1,7 | 1,5 | 9,7 | 1,5 |
| 12 | АО СК «Совкомбанк Жизнь» | 1,4 | 1,6 | -13,4 | 1,2 |
| 13 | АО «СК «Югория-Жизнь» | 0,7 | 0,1 | 480,9 | 0,6 |
| 14 | АО «УРАЛСИБ Жизнь» | 0,6 | 0,4 | 51,3 | 0,5 |
| 15 | ООО «РСХБ-Страхование жизни» | 0,5 | 0,4 | 20,0 | 0,4 |
| 16 | ООО СК «Чулпан-Жизнь» | 0,4 | 0,5 | -7,9 | 0,4 |
| 17 | ООО «МАКС-Жизнь» | 0,4 | 0,4 | 20,2 | 0,4 |
| 18 | ООО «Сосьете Женераль Страхование Жизни» | 0,4 | 0,2 | 115,3 | 0,4 |
| 19 | ООО СК «ДЕЛО ЖИЗНИ» | 0,2 | 0,2 | 1,1 | 0,2 |
| 20 | ООО СК «Согласие-Вита» | 0,2 | 0,1 | 221,3 | 0,2 |
| 21 | ООО СК «БКС Страхование жизни» | 0,1 | 0,1 | 50,2 | 0,1 |
| 22 | АО «Русский Стандарт Страхование» | 0,1 | 0,001 | 20 424,4 | 0,1 |

Источник: «Эксперт РА» по данным компаний, приславших анкеты

Интервью



**Гончарова Жанна Юрьевна,
президент
«Совкомбанк Жизнь»**

- Расскажите о ключевых трендах на рынке НСЖ. Как меняется спрос на продукты долгосрочного накопительного страхования жизни?

- Спрос, по-прежнему, создается дистрибуцией. Сами потенциальные клиенты в компанию обращаются крайне редко. Соответственно, объем продаж напрямую зависит от численности и профессионализма агентской сети и банковской дистрибуции. При этом, стоит отметить, что финансовая грамотность населения значительно возросла.

Так или иначе люди задумываются о том, чтобы иметь финансовую подушку безопасности в случае проблем со здоровьем, на что они будут жить после выхода на пенсию, или о том, как накопить на образование детям. Этому сильно поспособствовали пандемия, пенсионная реформа и постоянно растущая стоимость образования.

Согласно недавно проведенному исследованию РОМИР по заказу ВСС, основные страхи россиян связаны с серьезными болезнями и травмами (53 %), потерей трудоспособности из-за болезней или несчастного случая (39 %), проблемами в экономике (38 %) и бедностью на пенсии (36 %). Согласно этому же опросу каждый второй россиянин считает, что страхование жизни поможет ему закрыть часть финансовых рисков, а каждый пятый планирует приобрести полис страхования жизни.

- Что сегодня наиболее интересно клиенту и чем его можно мотивировать к покупке долгосрочного полиса НСЖ?

- На примере нашей компании, мы видим, что среди розничных клиентов особенно популярны два НСЖ-продукта – «Юниор» (детский) и «На всю жизнь» (пенсионный).

При продаже пенсионного продукта два ключевых мотиватора к принятию решения: а) если клиент молод, то привлекательные суммы по дожитию в соотношении к текущему взносу; б) если клиенту около/за 50, то эффект срочности. Есть понимание, что государственной пенсии будет недостаточно, поэтому наличие даже небольших сбережений к пенсионному возрасту привлекательнее, чем полное их отсутствие.

Упростить покупку может форма оплаты – ее клиент выбирает сам. Кому-то удобно платить раз в год, кому-то – пользоваться автоматическим ежемесячным списанием с карты или со счета. В этом случае оплата по полису встает в один ряд с оплатой за ЖКХ, кредит, обучение и т. д. Приятным, но пока очень незначительным бонусом является возможность получения налогового вычета.

При продаже по-прежнему многое зависит от умения продавца профессионально выявить существующую потребность клиента и предложить правильное решение.

- Какие новые продукты компания вывела на рынок за последний год?

- Этот год стал во многом новым и, абсолютно точно, нестандартным для нашей компании. В январе 2021 года завершилась сделка по покупке российской дочки MetLife «Совкомбанком». Поэтому с самого начала года мы были в процессе реорганизации и интеграции, который близок к завершению.

В августе этого года мы вывели на рынок первый продукт, разработанный в тесной синергии с банком, – коробочный НСЖ. Новый продукт называется «Максимальная выгода», он доступен клиентам «Совкомбанка» от 18 до 80 лет. Программа рассчитана на пять лет, ежегодный взнос составляет 120 тыс. рублей, а гарантированная сумма по дожитию – 700 тыс. рублей. При этом жизнь клиента застрахована на сумму 650 тыс. рублей в течение всего срока действия полиса. Работающие клиенты могут также получить налоговый вычет, сумма которого за пять лет составит 78 тыс. рублей. Для удобства в договор страхования включена услуга «Налоговый помощник», которая значительно упрощает подачу декларации для получения налогового вычета клиентом.

При необходимости клиент может вернуть взносы досрочно и без потерь.

Новый продукт обладает всеми основными преимуществами накопительного страхования жизни, приобрести его можно в любом отделении «Совкомбанка» по всей России.

Новый продукт прост, понятен и абсолютно прозрачен. Надеемся, что он будет по достоинству оценен и востребован клиентами банка.

- Какие новые продукты и решения планируются к запуску в ближайшие год-полтора? На кого они ориентированы?

- Здесь мы движемся вместе с рынком и ждем следующего года, когда, надеюсь, сможем предлагать продукты долевого страхования жизни (Unit-Linked). Также приступили к разработке концепции продукта долгосрочного ухода.

- Отразилась ли происходящая трансформация в регулировании рынка страхования жизни на бизнесе компании?

- В настоящее время регулятор страхового рынка делает все больший акцент на стандартизацию страховых продуктов и дополнительную защиту интересов потребителя. Нормативные документы разрабатываются и обсуждаются ЦБ совместно со страховым сообществом, учитывая накопленную страховщиками статистику и имеющуюся положительную практику.

С одной стороны, профессиональным сообществом приветствуются желание и усилия ЦБ по стабилизации страхового сектора финансового рынка, по очистке рынка от недобросовестных практик и повышению его прозрачности.

С другой стороны, не обошлось и без перекосов, которые приводят к повышенному давлению на небанковские и недилерские каналы продаж. Намерение ЦБ ввести абсолютную стандартизацию продуктов страхования жизни кажется избыточным.

Необходимо пропорциональное регулирование. Хотелось бы видеть движение в двух направлениях – очистка рынка от недобросовестных практик и защита прав потребителей, с одной стороны, и поддержка развития рынка в части налоговых льгот, упрощенной идентификации и расширения продуктовой линейки – с другой. Классическое накопительное страхование жизни, которое развивается во всем мире, является социальным стабилизатором и источником длинных денег в экономике. Такие продукты предполагают долгосрочные и доверительные партнерские отношения между страховщиком и страхова-

телем. Здесь трудно переоценить важность агентской сети и роль агента – профессионала, который специализируется на предложении программ страхования жизни. Первый полис должен быть абсолютно осознанным решением, тогда он будет долго жить, не возникнет проблем с прерыванием страховой защиты по такому полису. И что самое важное – по окончании он принесет клиенту решение той задачи, которая была поставлена в самом начале.

Что же касается стандартизации продуктов кредитного страхования, то стоит отметить логичное желание ЦБ стандартизировать риски по полисам, но при этом нет встречного движения, когда обеспеченные таким страхованием кредиты были бы в лучшем положении (с точки зрения требований к капиталу), чем необеспеченные. Предпринимаемые ЦБ шаги по-прежнему не решают основной проблемы чрезмерных расходов клиентов, которые зашиты в страховой тариф. Нет требований по доле выплат по полисам, хотя именно такое условие может в т. ч. скорректировать высокую комиссионную нагрузку на клиента. Кроме того, регулирование нацелено исключительно на страховые программы, при этом другие услуги, на которые переключается дистрибуция, чтобы сохранить свой доход, остаются вне поля зрения.

- Как вы относитесь к идее объединения лицензий страховщиков жизни и управляющих компаний? Как это может изменить работу страховых компаний?

- Вне всякого сомнения, с одной стороны, это позволит расширить возможности рынка по формированию предложений финансовых продуктов и сервисов в режиме единого окна, усилит конкуренцию, позволит снизить транзакционные и операционные издержки, в результате чего выиграют клиенты. С другой стороны, это позволит расширить рамки рынка труда для сотрудников, традиционно специализирующихся в одной из отраслей, от продавцов до актуариев и инвестиционных аналитиков.

Тем не менее для нас очевидно, что только лишь объединения лицензий недостаточно, чтобы вывести на рынок продукт Unit-Linked. Для этого требуется внести необходимые изменения как в отраслевые законы, так и в подзаконные нормативные акты. Компания «МетЛайф» была пионером российского рынка, кто активно начал продвигать идею нового продукта – долевого страхования. Мы по-прежнему занимаем активную позицию и участвуем в рабочей группе ВСС по подготовке и выводу на наш рынок этого продукта.

- Как, по вашему мнению, категоризация инвесторов по уровню риска изменит рынок страхования жизни и условия работы на нем?

- Здесь очень важно понимать, зачем и в какой области страхования жизни необходима категоризация инвесторов?

Ответ очень прост – это справедливо в отношении тех продуктов, где клиент несет инвестиционный риск без каких-либо гарантий сохранения средств со стороны страховщика, а это, как правило, традиционно касается продуктов типа Unit-Linked. Во всяком случае так устроена мировая практика регулирования. В отношении продуктов с гарантией, когда изначально определена страховая сумма по дожитию, когда объявляется и фиксируется (опять же в виде гарантии) дополнительный доход от размещения страховщиком страховых резервов, должны работать и работают иные механизмы защиты интересов клиентов – требования по марже платежеспособности, оценке обязательств и ограничения по размещению средств страховых резервов. Такие положения и требования применяются и работают на нашем рынке в отношении продуктов классического долгосрочного накопительного страхования жизни.

Таким образом, перенос требования квалификации клиентов в целях приобретения про-

дуктов классического долгосрочного накопительного страхования жизни (которое предусматривает гарантии страховщика) создаст двойное регулирование и ненужный арбитраж по сравнению с прочими финансовыми продуктами не в пользу страхования.

- Как вы смотрите на новый и быстро набирающий популярность тренд – ESG?

- Мы полностью поддерживаем его. Будучи российской дочкой глобальной компании MetLife до января этого года мы познакомились с ESG-концепцией и за последние года два хорошо погрузились в тематику. Социальная функция нашей услуги, финансовая устойчивость и надежность, корпоративная культура клиентоориентированности, забота о здоровье и безопасности сотрудников всегда были и остаются приоритетами в компании.

Во время пандемии и локдауна мы за две недели перевели всех сотрудников на удаленный режим работы, перешли на электронный документооборот и предложили нашим клиентам дистанционный формат обслуживания и поддержки в этот непростой период. Центр страховых выплат рассматривал заявления и осуществлял выплаты клиентам в кратчайшие сроки.

В последнее время мы внедрили целый ряд экологических инициатив: централизованный сбор батареек и аккумуляторов с последующей специальной утилизацией; отдельный сбор мусора в офисе – мы стали первыми арендаторами в нашем бизнес-центре с ответственным отношением к окружающей среде. Во время ремонта, который мы проводили во время первой и второй волн пандемии в прошлом году, установили датчики движения в помещениях общего пользования (переговорных, кухнях, санузлах); реле автоматического отключения света на ночь в холлах; таблички, призывающие выключить за собой свет, у каждого выключателя в офисе; смесители с фотоэлементами.

Благотворительность в нашей компании также имеет длительную историю.

Мы устраивали субботники и помогали облагораживать территории детских домов, организовывали мастер-классы и кулинарные ярмарки для сбора средств, запускали новый рискованный продукт с акцией «БлагоДать», при покупке которого компания отчисляла часть средств в фонд «Равное право на жизнь». С 2010 года в компании работает БлагоСовет, куда входят сотрудники из всех подразделений. Инициативы исходят снизу вверх, от самих сотрудников, а компания их поддерживает, собранные средства путем голосования направляются на поддержку нуждающихся. Более 10 лет мы организовывали дни донора в Москве и наших региональных агентских офисах, куда приглашались и сотрудники, и агенты, и клиенты, и все желающие. В связи с пандемией эти акции пока прекратились. Но мы надеемся, что в будущем они продолжатся. Из последних добрых дел – ремонт отделения милосердия в интернате для особенных детей в Ново-Никольском, благотворительный гараж-сейл старой маркетинговой продукции во время ребрендинга вместо простой утилизации. Мы также принимали активное участие в проектах повышения финансовой грамотности, пять лет участвовали в проекте Life Changer в партнерстве с организацией «Достижение молодых», проводили лекции по страхованию жизни студентам младших курсов вузов и старших классов школ, устраивали дни карьеры в компании и знакомили ребят со страховым бизнесом и профессиями актуария и андеррайтера. Мы поддерживали детей с ограниченными возможностями, участвуя в акциях Специальной Олимпиады (Special Olympic), и детей-беженцев, оказавшихся в сложных жизненных и бытовых ситуациях, участвуя в акциях организации Save the Children.

- Видите ли вы интерес со стороны клиентов к продуктам, связанным с ESG-тематикой?

- Инициативы, связанные с ESG, пока для нашей страны достаточно молодые. Если вы спросите представителей бизнеса, то и они пока не настолько глубоко в этой теме. Так что со стороны клиентов интерес пока незаметен. Хотя не так давно мы получили запрос на продукт долгосрочного ухода, которого пока на российском рынке просто нет. И это уже хороший знак, что есть клиенты, которые в курсе практики других стран и активно интересуются.

- Как вы смотрите на такие каналы продаж, как онлайн, маркетплейсы, финансовые экосистемы?

- Пандемия ускорила процесс диджитализации рынка страхования жизни, в основном в части сервиса и клиентского опыта.

Клиенты больше стали ценить свое время, для них важно получить услугу быстро и удобными для них способами. Они также более внимательно стали относиться к вопросам безопасности, при возможности используя современные цифровые инструменты для взаимодействия со страховыми компаниями.

Если же говорить о продажах, то общение лицом к лицу по-прежнему важно, но с помощью современных технологий это теперь можно сделать разными способами. Как и раньше, при продаже некоробочных продуктов, тем более долгосрочных, накопительных программ крайне важна роль профессионального финансового консультанта – агента или сотрудника банка, который может помочь сориентироваться в широкой палитре финансовых инструментов, предлагаемых на рынке, выяснить реальную потребность клиента и подобрать правильное решение.

- Какими основными факторами в ближайшие пару лет будет определяться развитие накопительного страхования жизни?

- Все будет зависеть от степени понимания того, что страховщикам жизни важно сместить фокус с банковского страхования и начать формирование собственных каналов продаж и сбытовых сетей (розничных, корпоративных), повышая тем самым надежность, стабильность, независимость и в перспективе прибыльность отрасли. Кроме того, это будет способствовать лечению множества болезней, присущих массовому банковскому страхованию. Помимо этого, мы ожидаем дальнейшего движения рынка в направлении клиентоориентированности, появления на рынке новых продуктов – долевого страхования жизни и программ долгосрочного ухода.

- Каково ваше видение перспектив развития рынка страхования жизни в РФ в целом? Назовите основные риски и драйверы.

- Потенциал рынка страхования жизни по-прежнему велик, кроме того, неосознанный спрос на продукты долгосрочного и рискованного страхования жизни постепенно трансформируется в осознанный под воздействием таких факторов, как пандемия, снижение социальных гарантий в области пенсионного обеспечения (повышение пенсионного возраста, заморозка пенсионных накоплений), с одной стороны, популяризация страхования жизни страховыми и банковскими сообществами, поддержка ВСС и регулятора – с другой.



**Максим Шельпяков,
директор департамента «Страхование»
компании «Диасофт»**

- Расскажите о наиболее популярных и востребованных сегодня цифровых продуктах в сфере страхования жизни.

- По оценкам экспертов компании «Диасофт», сейчас 75 % спроса приходится на решения для кредитного страхования жизни, 20 % – на решения для инвестиционного страхования жизни, 5 % – на остальные направления: обычное и накопительное страхование жизни, страхование на случай критических заболеваний и проч.

В 2020–2021 годах динамика рынка существенно менялась: в начале первого локдауна наблюдалось снижение обращений в страховые компании, далее рынок страхования показал хорошие темпы по восстановлению и сейчас вышел на новый уровень, превышающий тот, что был до карантина. На рынке отмечены следующие тенденции: растет доля инвестиционных страховых продуктов, и увеличивается средний срок страхового инвестиционного договора; все больше доля договоров, заключаемых на срок более 5 лет.

Что касается цифровых решений, сейчас востребованы гибкость и адаптивность программного обеспечения для повышения скорости вывода новых страховых продуктов на рынок. Например, наши клиенты высоко оценивают решение Diasoft Insurance Life, входящее в состав платформы развития Digital Q.Insurance. В решении доступен «Конструктор страховых продуктов», который позволяет настраивать новые страховые продукты без участия разработчиков. Простое управление страховыми продуктами сокращает time to market и помогает адаптировать уже имеющиеся предложения под потребности клиентов.

- Какие тренды по цифровизации на рынке страхования жизни сегодня только зарождаются?

- На рынке страхования жизни прослеживаются общие тренды, связанные с развитием и увеличением популярности дистанционных каналов оформления и управления услугами, пришедших на смену личным визитам клиентов в офисы компаний. В первую очередь это простое дистанционное оформление полисов, проведение операций онлайн (продление, оплата взносов, изменение условий страхования), быстрое онлайн-оформление и выплаты по обычным страховым случаям. Как и в банковской сфере, в страховании жизни набирает популярность омниканальность: взаимодействие с клиентами на любом этапе обслуживания по любому каналу – будь то агент, сайт компании или мобильное приложение.

Страховые компании стали уделять особое внимание оптимизации внутренних процессов, в т. ч. совершенствованию работы с аналитикой и отчетностью, переходу на электронный документооборот.

Один из новейших трендов – это применение искусственного интеллекта для расчета стоимости страхования каждого клиента, моделирования рисков и оптимизации их оценки, андеррайтинга, выявления потенциальных мошеннических схем.

- Отличаются ли потребности в сфере цифровых решений для страховщиков жизни и для компаний non-life?

- Страхование жизни сложнее, чем другие виды страхования. В нем намного шире перечень рисков, и при их расчете необходимо учитывать больше параметров (пол, возраст, история застрахованного, срок договора, суммы взносов и периодичность их уплаты, распределение рискованной и накопительной части и мн. др.). Также в страховании жизни чаще всего прослеживается тенденция к индивидуализации страховых продуктов для соответствия потребностям каждого клиента.

Соответственно, цифровые решения для сферы страхования жизни более многофункциональны и сложны с архитектурной точки зрения, при этом они должны быть адаптивными и предоставлять возможность самостоятельной настройки параметров страховых продуктов, их кастомизации под запросы клиентов.

- Сейчас активно обсуждаются планы по внедрению долевого страхования жизни (ДСЖ). Какие цифровые решения в связи с этим вы сможете предложить страховым компаниям (СК)?

- Основное отличие ДСЖ – это отделение инвестиционной части премии от страховой. К инвестиционной части будет применяться инвестиционное законодательство, где детально проработаны вопросы защиты прав клиентов – требования по раскрытию информации, отдельный учет активов инвестора, ограничения комиссий и т. д. Мы считаем, что это более клиентоориентированный подход, но для СК это сильно усложнит как создание ДСЖ-продуктов, так и их сопровождение. СК потребуется быстро создать новый тип продуктов – это будет непросто для тех, кто пользуется устаревшими бэк-офисными системами.

Компания «Диасофт» 30 лет работает на рынке, у нас накоплен огромный опыт в сфере подготовки и внедрения решений для финансовых организаций, в т. ч. страховых компаний. По мере определения законодательной базы в этой сфере и конкретизации пожеланий заказчиков мы готовы оперативно создать программный продукт для ДСЖ на основе уже имеющихся наработок.

- В рамках концепции внедрения ДСЖ предполагается, что страховщикам нужно будет получать лицензию УК. Есть ли у вас кросс-секторальные продукты, которые способны помочь страховым компаниям в этой новой для них ситуации?

- У компании «Диасофт» есть планы по разработке кросс-секторальных продуктов. Мы создаем банковский софт и уже имеем базу готовых решений для инвестиционных задач банков и брокеров. Эти основы мы планируем использовать при создании решений для ДСЖ.

- Насколько велика конкуренция в вашем бизнесе? В чем ваши сильные стороны, если сравнивать с другими IT-компаниями?

- Конкуренция достаточно велика. Сегодня у страховых компаний есть большой выбор из российских и иностранных IT-решений, при этом нет доминирующей платформы. Наша сильная сторона – большой опыт и наличие большого объема готового функционала для автоматизации бэк-офиса СК.

В платформу развития Digital Q.Insurance компании «Диасофт» для страховых компаний встроены low-code-инструменты, которые позволяют быстро создавать программные продукты для решения новых бизнес-задач.

- Какие цели ставит перед собой компания на 2022–2023 годы?

- В 2021 году компания «Диасофт» вывела на рынок экосистему цифровой трансформации

Digital Q. В экосистеме собраны производственные, технологические, инфраструктурные, кросс-продуктовые платформы. Эти платформы помогают нам строить эффективную производственную среду, разрабатывать программные продукты в правильной архитектуре и больше времени уделять решению уникальных бизнес-задач клиентов. Амбициозная цель компании – сделать экосистему цифровой трансформации Digital Q доступной для всех участников рынка, которые заинтересованы в том, чтобы правильно, быстро и эффективно выстроить производство решений в микросервисной архитектуре на современном стеке технологий.

В 2020 году мы распределили все программные продукты по платформам развития в соответствии с предметной областью автоматизации. Для страхового рынка мы предлагаем платформу развития Digital Q.Insurance. Она предназначена для страховых и перестраховочных компаний, обеспечивает автоматизацию учета основных направлений страхового бизнеса.

- Каковы ваши прогнозы относительно роста цифровизации страхования и популярности новых IT-решений в сегменте на ближайшие 2–3 года?

- Страховые компании (СК) будут догонять банки по уровню цифровизации и стремиться к формату финтех-компаний. В задачи цифровой трансформации СК входят автоматизация процессов, минимизация участия человека в рутинных операциях, дальнейший перевод взаимодействия с клиентами в дистанционные каналы.

В ближайшие 2–3 года будет наблюдаться тренд на более широкое применение новых технологий во всех бизнес-процессах СК. Страховые компании ждут положительного эффекта от внедрения новых технологий в андеррайтинге, урегулировании убытков, бэк-офисных функциях и противодействии мошенничеству. Медленно, но набирают обороты такие технологии, как чат-боты, облачные решения, сбор и обработка данных с телематических устройств и интернет вещей (IoT), роботизация (RPA), блокчейн. Немаловажно уделить внимание таким технологиям, как Big Data, Artificial Intelligence (AI), Machine Learning (ML). Грамотно собирать, обрабатывать, очищать и систематизировать данные – одна из основных задач цифровой трансформации. Данные становятся основой для принятия эффективных решений и развития бизнеса в цифровой среде.

По прогнозам экспертов компании «Диасофт», для повсеместного применения технологий AI и ML потребуется еще не менее 2–3 лет. Основным фактором, сдерживающим активное использование нейросетей, является непонимание возможностей для практического применения AI. Остается надеяться, что упрощение процессов проектирования сетей и демонстрация преимуществ AI и ML сделают эти технологии интересными и доступными для значительно большего числа людей и организаций, ведь AI уже становится объективной реальностью и неизбежным будущим.

Рейтинги, которым доверяют

Крупнейшее российское рейтинговое агентство

Кредитное рейтинговое агентство «Эксперт РА» основано в 1997 году и на сегодняшний день является старейшим и крупнейшим в России.

Включено в реестр кредитных рейтинговых агентств Банка России

Рейтинги агентства используют Банк России, Министерство финансов, Министерство экономического развития, Московская биржа, а также сотни компаний и органов власти при проведении конкурсов и тендеров.

Лидер российского рынка рейтинговых услуг

Агентством поддерживается более 600 кредитных рейтингов. Мы прочно занимаем лидирующие позиции по рейтингам кредитных организаций, страховых компаний, компаний финансового и нефинансового секторов.

Наши контакты

Получение рейтингов

Роман Ерофеев,
коммерческий директор –
член правления
АО «Эксперт РА»
erofeev@raexpert.ru

Рейтинговая деятельность

Марина Чекурова,
первый заместитель
генерального директора
АО «Эксперт РА»
chekurova@raexpert.ru

Информационное сотрудничество

Сергей Михеев,
руководитель отдела
по связям с общественностью
АО «Эксперт РА»
mikheev@raexpert.ru

Стратегическое сотрудничество

Павел Митрофанов,
генеральный
директор
«Эксперт Бизнес-Решения»
mitrofanov@raexpert.ru

Коммерческие вопросы

Мариам Яндиева,
директор
клиентской службы
«Эксперт Бизнес-Решения»
yandieva@expert-business.ru

Участие в конференциях

Юлия Барыбина,
директор направления
конференций и спецпроектов
«Эксперт Бизнес-Решения»
barybina@expert-business.ru



Следите за нашими
новостями в Telegram
@expert_ra

АО «Эксперт РА»
Москва, ул. Николаямская,
дом 13, стр. 2

+7 (495) 225 3444
www.raexpert.ru

«Эксперт Бизнес-Решения»
Москва, ул. Николаямская,
дом 13, стр. 2

+7 (495) 225 3416
www.expert-business.ru

© 2021 АО «Эксперт РА». Все материалы и публикации Агентства, размещенные на сайте Агентства либо в любом другом источнике размещения и вне зависимости от формата публикации информации, являются интеллектуальной собственностью АО «Эксперт РА» (кроме случаев, когда прямо указано другое авторство) и охраняются законом.

Представленная информация предназначена для использования исключительно в ознакомительных целях.

Никакие из материалов, размещенные на сайте Агентства либо в любом другом источнике размещения и вне зависимости от формата публикации информации, не должны копироваться, воспроизводиться, переиздаваться, использоваться, размещаться, передаваться или распространяться любым способом и в любой форме без предварительного письменного согласия со стороны Агентства и ссылки на источник. Использование информации в нарушение указанных требований запрещено.

Агентство не несет ответственности за перепечатку материалов Агентства третьими лицами, в том числе за искажения, несоответствия и интерпретации таких материалов.

Рейтинговые оценки, обзоры, исследования и иные публикации, размещенные на сайте Агентства либо в любом другом источнике размещения и вне зависимости от формата публикации информации, выражают мнение АО «Эксперт РА» и не являются установлением фактов или рекомендаций покупать, держать или продавать те или иные ценные бумаги или активы, принимать инвестиционные решения. Агентство не принимает на себя никакой ответственности в связи с любыми последствиями, интерпретациями, выводами, рекомендациями и иными действиями, прямо или косвенно связанными с рейтинговой оценкой, совершенными Агентством рейтинговыми действиями, а также выводами и заключениями, содержащимися в рейтинговом отчете и пресс-релизах, исследованиях, обзорах и иных публикациях, выпущенных Агентством, или отсутствием всего перечисленного.

Агентство не несет ответственности и не имеет прямых или косвенных обязательств в связи с любыми возможными или возникшими потерями или убытками любого характера, связанными с содержанием сайта и с использованием материалов и информации, размещенных в любом другом источнике размещения и вне зависимости от формата публикации информации, в том числе прямо или косвенно связанных с рейтинговой оценкой, независимо от того, что именно привело к потерям или убыткам.

Никакие материалы, отчеты, исследования, информация или разъяснения, размещенные на сайте Агентства либо в любом другом источнике размещения и вне зависимости от формата публикации информации, не могут в каком бы то ни было отношении служить заменой иных проверок и процедур, которые должны быть выполнены при принятии решений, равно как и заменять суждения, которые должны быть выработаны относительно вопросов, представляющих интерес для пользователей. Никто не должен действовать на основании таких материалов, отчетов, исследований, информации или разъяснений, которые могут предоставляться Агентством в связи с ознакомлением с указанными материалами, отчетами, исследованиями, информацией, разъяснениями в каких бы то ни было целях.

На сайте Агентства могут быть предоставлены ссылки на сайты третьих лиц. Они предоставляются исключительно для удобства посетителей сайта. В случае перехода по этим ссылкам, Вы покидаете сайт Агентства. АО «Эксперт РА» не просматривает сайты третьих лиц, не несет ответственности за эти сайты и любую информацию, представленную на этих сайтах, не контролирует и не отвечает за материалы и информацию, содержащихся на сайтах третьих лиц, в том числе не отвечает за их достоверность.

Единственным источником, отражающим реальное состояние рейтинговой оценки, является официальный сайт АО «Эксперт РА» www.raexpert.ru.

АО «Эксперт РА» оставляет за собой право вносить изменения в информационные материалы сайта в любой момент и без уведомления третьих лиц. При этом Агентство не несет никаких обязательств по обновлению сайта и материалов, представленных на сайте.