

Группа Liberty Mutual задумалась о ребрендинге СК «КИТ Финанс страхование», который, по оценкам экспертов, обойдется в сумму не менее \$20 млн.

Основной акционер компании «КИТ Финанс страхование» – группа Liberty Mutual из США оценивает целесообразность проведения ребрендинга. Об этом «ДП» рассказали в пресс-службе страховщика. «Сейчас мы изучаем возможность проведения ребрендинга, однако конкретных планов пока нет, – отметила Марина Лобанова, начальник управления маркетинга «КИТ Финанс страхования». В марте 2012 года международная страховая группа Liberty Mutual приобрела 99,99% голосующих акций компании «КИТ Финанс страхование».

Цена вопроса

Сейчас в России работает 25 центров продаж под вывеской «КИТ Финанс страхование». В 2012 году компания открыла три офиса под этим брендом: в Красноярске, Нижнем Новгороде и Нижегородской области, а в следующем году планируется открыть еще несколько офисов в крупных российских городах.

По оценке управляющего директора брендингового агентства Brandlab Александра Еременко, затраты на смену вывесок и новый дизайн офисов могут составить около \$0,5 млн. «Если же страховщик захочет провести рекламную кампанию в связи со сменой бренда, это обойдется примерно в \$20 млн», – предполагает он.

Чье имя лучше

«Бренд «КИТ Финанс страхование» хорошо узнаваем. По итогам III квартала 2012 года компания занимает по этому показателю четвертое место в Петербурге, согласно исследованию TNS Gallup Media», – говорит Марина Лобанова. По ее словам, компания

развивала бренд с 2008 года и сейчас «практически каждый второй петербуржец среди владельцев иномарок знает компанию».

«Бренд «КИТ Финанс страхование» – хорошее имя, раскрученное на Северо-Западе. Решать, безусловно, собственникам, но я бы не стал тратить средства на смену и без того хорошего бренда. Просто не вижу в этом смысла», – говорит Александр Май, гендиректор СК «ERGO Жизнь».

А по мнению гендиректора СК «Капитал-полис» Алексея Кузнецова, сейчас у компании локальный бренд. «Ребрендинг точно не навредит, а может быть, и принесет пользу, компания будет позиционироваться как международная», – рассуждает он.

«Ребрендинг при покупке локальной компании международными игроками почти всегда неизбежен. Когда у страховщика появляется мощный акционер с иностранным капиталом, смена фирменного стиля и ревизуализация офисов чаще всего обязательны. Остается лишь вопрос, когда это произойдет», – рассуждает Евгений Дубенский, директор Северо-Западной дирекции СК «Альянс».

Старая песня

Это не первый случай, когда международный страховщик, придя в Россию, проводит ребрендинг приобретенной компании. Именно так поступали крупные международные компании: Allianz, IF, ERGO и Zurich.

«В практике Allianz принято рано или поздно приводить локальные бренды к материнскому, который хорошо известен международному финансовому сообществу и потребителям», – говорит Евгений Дубенский. По его словам, объединение активов под общим брендом Allianz «позволит укрепить позиции компании на российском страховом рынке и повысит узнаваемость материнского бренда акционера».

Перспективы в ВТО

По оценкам Алексея Кузнецова, доля премий иностранных страховщиков на российском рынке не превышает 20%. По мнению Евгения Дубенского, этот показатель находится на уровне 5–10%.

«Со вступлением в ВТО эта доля может вырасти, поскольку российский рынок страхования интересен международным компаниям, он обладает большим потенциалом», – рассуждает Евгений Дубенский.

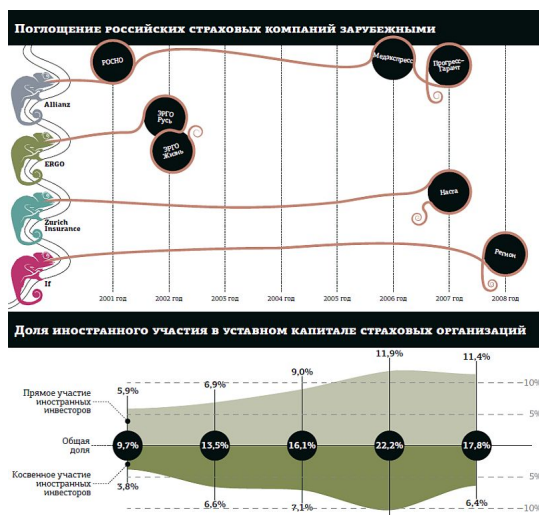
Впрочем, по его словам, массового прихода зарубежных компаний, конечно, не будет, все крупные игроки и так уже присутствуют. Росту иностранного присутствия может поспособствовать и увеличение квоты участия иностранного капитала в уставных капиталах страховых компаний с 25% до 50%. Такое увеличение предусмотрено в проекте распоряжения правительства РФ о развитии страховой деятельности до 2020 года, размещенном на сайте Минфина РФ.

«Многим западным компаниям, активно развивающимся на рынке, не хватает капитала, и увеличение квоты по участию иностранного капитала давно ожидается рынком», – говорит глава одной из страховых компаний.

Показатели

Консолидированные активы группы Liberty Mutual в 2011 году составили \$117,1 млрд, собранная премия – \$31,2 млрд.

Чистая прибыль «КИТ Финанс страхования» за 9 месяцев 2012 г. составила 113,8 млн рублей. Премии достигли 1,2 млрд рублей, выплаты – 672 млн рублей.



Автор: Алексей Медовый, Петербург, 212, 26.11.12