

За четыре года СОГАЗ планирует увеличить сборы примерно на 10% в год. Компания поступится долей рынка ради меньшей зависимости от крупных клиентов.

Страховая компания «СОГАЗ» планирует в 2016 г. продать страховых полисов более чем на 110 млрд руб. и заработать не менее 14 млрд руб. чистой прибыли. Это одна из целей четырехлетней стратегии группы, которую одобрил совет директоров СОГАЗа. Основные цели стратегии – диверсифицировать портфель корпоративного страхования (за счет увеличения доли продаж клиентам – компаниям среднего бизнеса, активного развития на региональных рынках, роста числа продуктов на одного клиента и др.), увеличить объем продаж в рознице втрое (до 11 млрд руб.) и повысить капитализацию группы (размер собственных средств) в 2 раза.

В 2012 г. на страхование рисков группы «Газпром» пришлось 29% премии СОГАЗа, эта доля снизилась с 32% из-за роста в портфеле розничного сегмента и рисков других клиентов, объясняет председатель правления СОГАЗа Сергей Иванов. По его словам, доля группы «Газпром» в 2013 г. может сократиться еще на несколько процентных пунктов и снижение зависимости от нескольких крупных клиентов – одна из задач новой стратегии. «Мы уже спокойно в течение года можем заместить нескольких клиентов, но, конечно, не таких крупных, как «Газпром» или Росатом», – сказал Иванов. В 2012 г. ОАО «СОГАЗ» по собранной премии (77,9 млрд руб.) стало вторым после «Росгосстраха», но зато заработал больше всех (11 млрд руб. чистой прибыли).

Эту прибыль СОГАЗу в основном приносит ставка на корпоративный бизнес (страхование имущества, ДМС, строительно-монтажных рисков, ответственности и др.). Сильно снизилась убыточность имущественных видов, комментирует финансовый директор группы Ольга Крымова. Сыграло свою роль качество перестраховочной защиты, отсутствие катастрофических убытков и хороший рост портфеля.

Группа планирует по итогам четырех лет войти в топ-10 рынка розничного страхования. Но полномасштабного наступления в ретейле не будет; СОГАЗ выделил три приоритета в рознице: комплексное ипотечное страхование, страхование сотрудников предприятий – корпоративных клиентов (намечен рост этого портфеля в 2,5 раза) и расширение

сотрудничества с автодилерами, рассказал зампред правления СОГАЗа Дамир Аксянов. Страховщик, отмечает он, уже сейчас работает с 900 дилерами и не будет привлекать клиентов с помощью больших скидок на ремонт и высоких комиссий посредникам. Целевые клиенты СОГАЗа – средний класс, при этом из продающихся в России моделей и марок авто в целевой сегмент СОГАЗа попадают лишь 20%, говорит Аксянов. В 2012 г. портфель автострахования СОГАЗа (сейчас он распределен примерно поровну между физлицами и юрлицами) составил 6 млрд руб.

В 2013 г. страховой рынок в целом вырастет примерно на 10%, оценивает Иванов, премии СОГАЗа вырастут сильнее. Но тогда для выполнения стратегических планов и СОГАЗа достаточно расти в среднем на 10% в год. Другое дело, что рост будет в основном в розничном сегменте и регионах, поскольку существенно нарастить бизнес в корпоративном сегменте сейчас сложно: многие крупные клиенты заключают контракты на несколько лет, а нового бизнеса, который можно застраховать, не так много, говорит Иванов. По его словам, в планах компании – равное распределение бизнеса между центром и регионами (сейчас они приносят группе 36% премии). СОГАЗ рассчитывает на 10-процентную долю всего рынка и 3% в розничном сегменте в ближайшие годы.

Централизация за 500 млн руб.

СОГАЗ также централизует урегулирование убытков в розничном и корпоративном блоках, рассказала Крымова. Ожидаемый эффект от проекта – повышение оперативности и качества контроля над урегулированием убытков региональной сети. СОГАЗ потратит на этот проект примерно 500 млн руб., уточнила Крымова.

СОГАЗ – страховая группа. Финансовые показатели (2012 г., МСФО): активы – 123 млрд руб., страховые премии – 84,7 млрд руб., капитал – 37 млрд руб., чистая прибыль – 11 млрд руб.

Источник: [Ведомости](#), № 33, 27.02.13

Автор: Рожков А.