

Страховая группа «УралСиб» с сентября 2016 года перестала продавать новые полисы каско частным клиентам. Об этом «Банки.ру» сообщили в пресс-службе страховщика.

«Компания продолжает выполнять взятые на себя обязательства в рамках администрирования действующих договоров и урегулирования страховых случаев», – уточнил представитель «УралСиб».

Он также объяснил, что компания активно работает на рынке добровольного автострахования юридических лиц: страховщик переориентировался на корпоративный бизнес в рамках реализации новой стратегии развития. Напомним, в конце 2015 года страховая группа «УралСиб» вошла в периметр сделки по санации одноименного банка при участии инвестора Владимира Когана.

«УралСиб» – заметный игрок на рынке автокаска: по данным ЦБ, по итогам первого полугодия 2016 года компания заняла 15-е место по сборам в этом сегменте (972 млн рублей, на 39,8% меньше, чем за полгода 2015-го). Выплаты по каско за этот же период превысили сборы почти вдвое, составив 1,7 млрд рублей (на 45% меньше аналогичного периода прошлого года). Почти 15% выплат по каско компания осуществила на основании решения суда.

«УралСиб» активно развивал «умное» каско – в конце марта компания запустила мобильное приложение «Автопортрет», которое отслеживает стиль вождения и позволяет аккуратным водителям получить скидку на полис каско. Объем затрат на запуск приложения и его дальнейшую судьбу в компании не уточнили.

Ранее стало известно о том, что «УралСиб» уходит с рынка ОСАГО – Центробанк ограничил лицензию компании на этот вид страхования из-за неисполнения предписания. Ранее «Ведомости» сообщали, что в компании намерены сократить присутствие на рынке ОСАГО вплоть до сдачи лицензии на этот вид.

Убыток страховой группы по МСФО в 2015 году составил 2,45 млрд рублей, в 2014-м – 3,88 млрд рублей, сообщалось в отчетности банка «УралСиб». Выбраться из убытков

компания планирует в течение трех лет, в том числе за счет оказания ей финансовой помощи и отказа от работы в убыточных сегментах розничного страхования, говорилось в отчетности.

В переориентации на корпоративные продажи автокаска есть преимущества – в первую очередь сокращение расходов на ведение дела, в том числе на урегулирование убытков, считает руководитель управления страховых рейтингов Национального рейтингового агентства Татьяна Никитина. «Очевидно, что обслуживание частных клиентов требует больших трудовых, временных и материальных ресурсов, – говорит она. – Поскольку работа компании в предыдущие годы была убыточна, возможно, именно отказ от розничного бизнеса поможет ей выйти на положительный финансовый результат».

При этом аналитик отмечает, что в целом по рынку в первом полугодии автокаска было прибыльным.

«Вероятно, при правильной корректировке тарифов и санации портфеля договоров автокаска с физлицами компания могла бы остаться в этом сегменте», – полагает Никитина.

Источник: Banki.ru , 13.09.16

Автор: Петешова Е.