Передача в ведение Банка России базы АИС ОСАГО, разработанной страховщиками, введение платы за обращения к ней, а также решение уравнять цены «автогражданки» на маркетплейсах и сайтах компаний – все это сделает взаимоневыгодным сотрудничество автостраховщиков и маркетплейсов.

Консультации регулятора со страховым рынком по поводу передачи баз данных союзов страховщиков в руки ЦБ затянулись на два месяца, и конца переговорному процессу пока не видно. Оно и неудивительно, это острый момент, который создаст проблемы при продаже полисов ОСАГО через маркетплейсы.

Плата за свое

В прошлом году Банк России выступил с идеей создания единой АИС страхования, что подразумевает передачу всех созданных Российским союзом страховщиков (РСА) баз регулятору. Точнее, специально создаваемой компании, которая будет собирать плату за их использование как с клиентов страховых компаний (СК), так и с самих страховщиков.

Необходимость передачи баз данных от страхового сообщества регулятору в Банке России объяснили противоречием бизнес-интересов страховщиков и «публичного интереса», так как «все расходы по развитию и поддержке функционирования информационных систем полностью лежат на страховом сообществе, оно же принимает решения о целесообразности тех или иных доработок». Регуятор опасается, что страховщики неверно определяют приоритеты и действуют в своих интересах, игнорируя «публичный интерес».

Передаче подлежит в первую очередь АИС ОСАГО, к которой обращаются СК при продаже полисов ОСАГО, а также сами автовладельцы для проверки своего КБМ (коэффициент бонус-малус, существенно влияющий на конечную стоимость полиса), подлинности своего полиса при покупке у посредника, а также полиса второго участника ДТП при оформлении его в упрощенной форме (европротокола). По данным РСА, на каждый потенциально заключенный договор СК делает около 20 запросов к АИС ОСАГО, суммарно это миллионы запросов ежедневно. Непонятно, как смогут работать страховщики, если за каждый запрос придется платить, пусть даже стоимость обращения будет минимальной. Понятно, что им придется увеличивать цену полиса, чтобы компенсировать возросшие расходы, так как при продажах «автогражданки» они и так балансируют на грани 100%-ной убыточности.

Если рост тарифа будет серьезным, скорее всего, работать через множество маркетплейсов станет менее выгодно, так как каждое обращение к расчету – это запрос в базу АИС сразу для нескольких страховщиков, подчеркивает генеральный директор компании «Совкомбанк Страхование» Игорь Лаппи. «Ввиду того что страховые компании будут вынуждены пересматривать способ формирования справедливого тарифа ОСАГО с учетом накопленных данных, расчет на агрегаторах будет обновляться чаще, соответственно, количество обращений в базу может вырасти», – пояснил он.

ЦБ подчеркивает, что не заинтересован «в создании нового источника доходов для государства или иных участников» и, «как следствие, предлагаемые изменения не окажут влияния на страховые тарифы». Тем не менее глава департамента страхового рынка ЦБ Филипп Габуния в публичных выступлениях допустил рост тарифов ОСАГО как вероятное последствие принятия законопроекта.

Пикантность ситуации еще и в том, что сами страховщики вложили в создание баз, включая уникальную базу Бюро страховых историй (БСИ), которая помогает отслеживать и обезвреживать мошенников, около 10 млрд рублей и считают их своей собственностью.

По мнению президента РСА Игоря Юргенса, «участие ЦБ в проекте через создание дочерней компании – оператора единой базы данных по страхованию мало совместимо с миссией Центрального банка». Кроме того, у оператора ЦБ нет статуса и полномочий, которые предоставлены объединениям страховщиков специальными законами об обязательных видах страхования, поэтому он не сможет обеспечить должный контроль за работой системы, считает президент РСА. «При реализации всего проекта возникают риски, связанные как с технической сложностью, так и с высокой стоимостью объединения баз данных по страхованию», – сказал Юргенс.

Невыгодное равенство

Введение платы для страховщиков за пользование собственными базами – не единственная новаторская идея властей. В конце января председатель правительства Михаил Мишустин подписал постановление о том, что операторы цифровых финансовых платформ (маркетплейсов) получат доступ к автоматизированной информационной системе ОСАГО (АИС ОСАГО) – той самой, которую заберут у страховщиков. При этом стоимость полиса ОСАГО у агрегатора-маркетплейса, согласно документу, должна быть приравнена к той, по которой полис можно приобрести на официальных сайтах СК.

Как пояснил «Финансовой газете» эксперт на финансовом рынке, знакомый с технологией взаимодействия автостраховщиков и финансовых агрегаторов, выровнять цены маркетплейсам с сайтами компаний будет затруднительно, так как сейчас страховая платит площадке от 15 до 25% скрытой комиссии (в официальных документах фигурирует как «плата за информационные услуги»). Единственный в данной ситуации путь – это поступиться своими интересами: маркетплейсам отказаться от комиссии (но как тогда жить?) или существенно уменьшить ее, а СК продавать по факту на своем сайте дороже, чем через маркетплейс.

«Конверсия (соотношение продаж к запросам) через агрегаторы у нас составляет примерно 5-6%. Это неплохой показатель с учетом высокой конкуренции за хорошего клиента и, соответственно, наличия большого количества предложений от страховщиков, а также сезонности и пандемии», – рассказали в «Совкомбанк Страхование». «Конверсия через агрегаторы может быть в три-четыре раза выше, чем на самом сайте страховой, так как на маркетплейсе человек сразу видит весь диапазон цен и делает выбор», – пояснили в другой СК из топ-10, уточнив, что конверсия через сайт составляет 1-2%, через агрегаторы – 5-6%.

Не исключено, что стороны все же пойдут на компромисс (скажем, страховщики решат, что объемы операций стоят того, чтобы зарабатывать меньше на маркетплейсах). Однако, по сведениям источника «Финансовой газеты», одна компания из топ-10 автостраховщиков уже приняла решение не форсировать сотрудничество с маркетплейсами, а возможно, и вовсе отказаться от продаж через агрегаторов, так как это невыгодно.

Все в одни руки?

Возникает вопрос, зачем регулятор так решительно ставит препоны страховым компаниям и агрегаторам, лишая их возможности зарабатывать. В страховом сообществе есть версия, что, разочаровавшись в либерализации ОСАГО, Банк России решил вернуться к идее государственного страховщика ОСАГО – этот вариант активно обсуждался несколько лет назад, когда рынок «автогражданки» пребывал в глубоком кризисе. Последние шаги регулятора, похоже, к этому и ведут. Поскольку повышать тарифы ЦБ не позволит, то самым логичным развитием ситуации представляется уход с рынка большинства игроков, которым станет невыгодно продавать ОСАГО даже через собственные сайты, не говоря уже о маркетплейсах. Запасным аэродромом (и тем самым

госстраховщиком) может стать маркетплейс ОСАГО «Сбера», запущенный в прошлом году. Источники на страховом рынке высказывают мнение, что на этой площадке «Сбер» пока учится сегментировать клиентов и отбирать безубыточных, которые потом будут переданы «дочке» – «СберСтрахование». Последняя уже стала членом – наблюдателем РСА, что дает ей право в течение года получить лицензию на ОСАГО. По сведениям «Финансовой газеты», это произойдет как раз в IV квартале 2021-го.

Финансовая газета, *28 марта 2021 г.*