СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ESG

Социальная роль страхования уже сегодня в полной мере реализуется в России. Для внедрения полноценной модели ESG на нашем рынке, необходимо только желание и честное отношение, чтобы избежать такой ситуации, когда все говорят про ESG, но никто ничего не делает, считает вице-президент ВСС Виктор Дубровин.

Виктор Дубровин
Вице-президент ВСС

Современные страховые технологии: Как Вы оцениваете текущие задачи по реализации принципов ESG в личном страховании?

Виктор Дубровин: И на международном уровне, и на уровне Банка России, и на уровне Минфина принято достаточное количество документов стратегического или конкретного нормативного характера, которые определяют всю ESG-повестку и раскрывают так или иначе ESG-факторы. Сейчас, когда мы уже изучили все эти документы, в том числе требования ООН и доклады Банка России, — что делать дальше? Давайте каким-то образом все то, что мы прочитали, все эти правильные слова, которые мы разделяем и поддерживаем, перекладывать в жизнь.

Наша текущая задача — понять, что мы можем делать уже завтра в части реализации ESG-аспектов для того, чтобы приблизиться к тем правильным и нужным реалиям, которые мы определили для себя как конечные цели. Мне кажется, что пора

уже раскладывать глобальную повестку на детальные направления деятельности.

ССТ: Какая из составляющих ESG наиболее актуальна для страховщиков жизни?

В. Д.: Пожалуй, буква S — социальная роль. Она имеет для страховщиков жизни два уровня. С одной стороны, социальный компонент ESG должен присутствовать в страховой компании, как и в любом другом бизнесе, поскольку страховщики также являются частью бизнес-сообщества.

С другой стороны, страховщики жизни являются инструментом для воплощения буковки S в деятельности других компаний. Впрочем, в этом двоякая роль не только страховщиков жизни, но и страховщиков «нежизни», чья деятельность касается реализации важных программ социальной направленности для клиентов. Некоторые страховые компании уже начинают применять эти механизмы в своих внутренних политиках и для клиентов.

ССТ: Каким образом социальный компонент ESG может быть реализован в личном страховании?

В. Д.: Направлений реализации несколько. Прежде всего, хочу выделить такую составляющую, как ответственность за страховой продукт — вопросы качества и, что важнее, маржинальность продукта или социальная ответственность. Наверное, вся линейка продуктов должна пережить своеобразный аудит: насколько эти продукты соответствуют всем необходимым ESG-компонентам, а не только настроены на то, чтобы иметь маржинальность.

Второй компонент — этика продаж. Это проблема мисселинга, навязывания продуктов. Мы все еще слышим жалобы потребителей: мисселинг всегда был злом и всегда большим злом для нас останется. Сами страховщики и Всероссийский союз страховщиков очень негативно к этому относятся. Мы всегда старались с этим бороться. Другое дело, что это зло носит очень глобальный характер. Каж-

дый страховщик в отдельности вроде как с ним борется, а побороть мы это явление в полной мере не можем. Тема преодоления мисселинга плотно ложится в тему ESG.

Несмотря на то, что страховое сообщество достаточно много сделало, чтобы это зло побороть, очевидно, что мы еще не достигли ожидаемого результата. Этика продаж — задача, которая должна остаться с нами еще на долгое время. Мы должны переосмыслить, все ли мы до конца сделали в этом направлении.

Еще одно направление — вопрос ответственного инвестирования, он тоже уже звучал. Страховщики жизни являются существенными инвесторами в экономику, а значит, эта повестка должна возникнуть, укрепляться и развиваться.

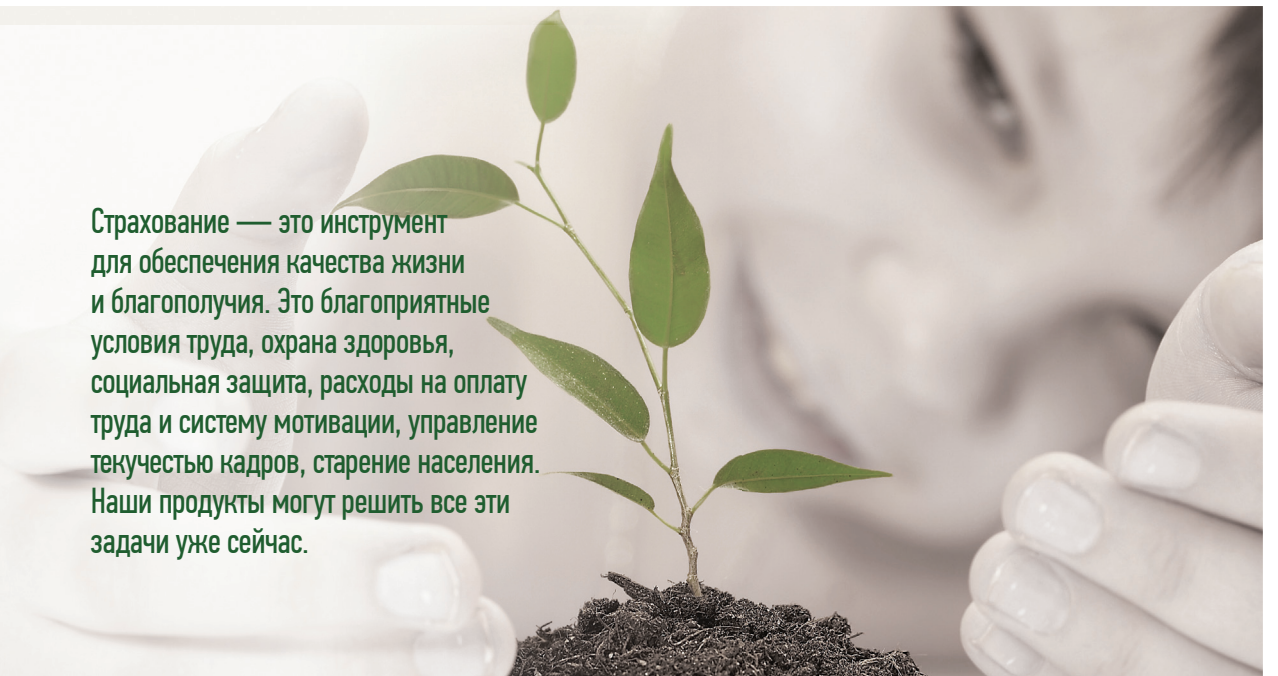
ССТ: Требуется ли страховщикам специальная подготовка, чтобы разбираться в вопросах ESG?

В. Д.: Возможно, это прозвучит впервые, но мы должны воспитывать внутри себя кадры, которые понимают все аспекты ESG и которые могут доносить эти вопросы не только клиенту, но и руководству, партнерам. Чтобы, условно говоря, если где-то кто-то вдруг не тот продукт поставит на полку, эти специалисты должны сказать, что такой продукт должен исчезнуть из линейки. Это в том числе вопросы воспитания. Мы должны четко на это настраивать наших коллег, воспитывать нетерпимость к нарушению.

ССТ: Как правильно позиционировать страховые продукты?

В. Д.: Страхование — это инструмент для обеспечения качества жизни и благополучия. Это благоприятные условия труда, охрана здоровья, социальная защита, расходы на оплату труда и систему мотивации, управление текучестью кадров, старение населения. Если вытащить эти конкретные вещи из упомянутых выше документов, то мы прекрасно понимаем, что, наверное, максимально правильно на эту проблематику как раз отвечает личное страхование. Наши продукты могут решить все эти задачи уже сейчас.

Сегодня социальную составляющую ESG обеспечивают продукты ДМС, продукты негосударственного пенсионного обеспечения, страхование сотрудников на случай несчастного случая и болезни, особенно для предприятий, где существует вероятность травматизма. А благодаря



Страхование — это инструмент для обеспечения качества жизни и благополучия. Это благоприятные условия труда, охрана здоровья, социальная защита, расходы на оплату труда и систему мотивации, управление текучестью кадров, старение населения. Наши продукты могут решить все эти задачи уже сейчас.

развитию новых продуктов, в том числе в таких направлениях, как долгосрочный уход, какие-то более сложные пенсионные программы, люди смогут чувствовать себя более социально защищенными. Особенно те люди, которые находятся не в молодом возрасте и часто испытывают сложности или чувствуют неуверенность в жизни.

ССТ: Влияет ли на реализацию принципов ESG доступность страхового продукта? Насколько важно наличие нескольких каналов продаж?

В. Д.: Помимо собственно продуктов, реализация принципов ESG влияет и на каналы продаж. Когда мы говорим о продуктах, мы должны понимать, что необходимо говорить и об их доступности. Мало создать какие-то продукты — линейка продуктов должна быть доступна, причем не через один канал, и эти каналы дистрибуции должны обеспечивать правильную конфигурацию продукта.

Мы развиваем онлайн-взаимодействие, которое в наибольшей степени исключает посредничество с его негативными факторами и помогает клиенту напрямую общаться со страховщиком.

Еще важный аспект — контроль качества, отдельное направление, которое должно четко встать в повестку и уже никогда, наверное, оттуда не уходить.

ССТ: Какую роль в реализации принципов ESG играет финансовая грамотность потребителя?

В. Д.: Участие в проектах развития финансовой грамотности необходимо. Причем в эту работу должны быть вовлечены не только текущие и потенциальные клиенты, но и сотрудники страховых компаний. Только так мы сможем обеспечить понимание важности повышения финансовой грамотности не только на уровне топ-менеджеров или совета директоров, но и на уровне простых потребителей и простых сотрудников. Формирование безопасной

Переходить к реализации ESG в полной мере можно было уже вчера. Все вещи для реализации S-компонента, необходимые с точки зрения документов, которые приняты и которые еще будут развиваться, уже в полной мере присутствуют на рынке. Здесь необходимо только желание и честное отношение, чтобы избежать такой ситуации, когда все говорят про ESG, но никто ничего не делает.

и доступной финансовой среды — еще одно важное направление работы.

Есть и другое направление: мы знаем, с какими проблемами, к сожалению, сталкиваются инвалиды и маломобильные граждане, которые ограничены в доступе к финансовым услугам. Мы видим и обратную картину, когда повышение доступности финансовой услуги превращается в возможность для развития какого-либо мошенничества. Это глобальная проблема, которую отмечает и Банк России. Киберпреступность растет огромными темпами. Мы видим двукратное увеличение киберпреступности каждый год, и это происходит в той среде, в которую мы с вами фактически вовлекаем людей — ответственность за это лежит на нас.

ССТ: Получается, ESG сейчас — одна из самых важных и значимых задач для страховщиков?

В. Д.: Переходить к реализации ESG в полной мере можно было уже вчера. Все вещи для реализации S-компонента, необходимые с точки зрения документов, которые приняты и которые еще будут развиваться, уже в полной мере присутствуют на рынке. Здесь необходимо только желание и честное отношение, чтобы избежать такой ситуации, когда все говорят про ESG, но никто ничего не делает.