Сводная таблица замечаний и предложений по проекту Методологии присвоения кредитных рейтингов страховым организациям по национальной рейтинговой шкале для Российской Федерации (версия 5.1, далее - Методология)

N° п. п.	Раздел	Содержание замечания/предложения/ вопроса	Решение НРА	Пояснения	Автор замечания
1	П. 7.25. Модификатор «Соответствие стратегии целям и принципам устойчивого развития (ESG)»	Значение модификатора рассчитывается как сумма оценок по критериям и может достигать 0,5 балла. При этом сумма оценочных баллов по трем приведенным критериям составляет 0,9 (0,1+0,3+0,5). При сохранении предельного значения 0,5 выполнение только третьего критерия (наличие подразделения, комитета или члена Совета директоров, ответственного за направление ESG) обеспечивает максимальную оценку, а первые два критерия (наличие отчета об устойчивом развитии и стратегии с количественными целевыми показателями) перестают влиять на результат. Предлагаем устранить противотечение одним следующих способов: - скорректировать оценочные баллы так, чтобы их сумма составляла 0,5 (например 0,1 /0,2 / 0,2); - установить предельное значение модификатора 0,9;	Учтено частично.	Выполнение третьего критерия модификатора «Соответствие стратегии целям и принципам устойчивого развития (ESG)» в целом предполагает подготовку в страховой организации отчетов и стратегий устойчивого развития. Для более прозрачного отражения этого критерия в Методологию был добавлен текст к третьему критерию модификатора (п. 7.25): «При этом данное подразделение или лицо подготавливает на периодической основе отчет и/или стратегию развития (или раздел интеграции принципов ESG в стратегию).» Также в тексте п. 7.25 последнее предложение сформулировано в следующей редакции: «Значение модификатора рассчитывается как сумма оценок по приведенным в указанной ниже таблице критериям, но не может превышать 0,5 балла.»	ООО «АК БАРС СТРАХОВАНИЕ»

№ п. п.	Раздел	Содержание замечания/предложения/ вопроса	Решение НРА	Пояснения	Автор замечания
		- прямо указать, что значение модификатора равно сумме оценок по критериям, но не более 0,5			
2	П. 7.22. Модификатор «Стабильность клиентской базы»	Предложение конкретизировать критерии положительной оценки этого модификатора. В корпоративном страховании клиент нередко сохраняет отношения прежде всего с брокером, а не со страховой компанией. При очередном тендере значительный объём премий может перейти другому страховщику, даже если предыдущие годы клиент считался постоянным. При оценке стабильности важно учитывать фактическое удержание корпоративных клиентов за несколько циклов пролонгаций, концентрацию премий и зависимость от крупнейших посредников. При этом желательно исключить двойной учет рисков, уже отражённых в отдельном модификаторе концентрации на посреднике.	Учтено частично	Текст п. 7.22 Методологии конкретизирован: «7.22 «Модификатор «Стабильность клиентской базы» применяется для целей учета лояльности клиентской базы страховой организации. Если выполняются критерии: клиентская база страховой организации стабильна за последние три года, организация способна удерживать клиентов, и переключение существенной части клиентов на других страховщиков маловероятно, то оценка блока может быть увеличена на 1 балл. Если критерии не выполняются модификатору присваивается оценочный балл «0», оценка блока не изменяется.» Добавлена сноска: «*Изменения до 2% (год к году)».* Оценка стабильности клиентской базы в зависимости от вида страхования в настоящее время производится экспертно. При этом Агентство планирует провести опрос своих клиентов для установления четких границ бенчмарка стабильности клиентской базы с учетом вида страхования	ООО «СОЮЗ СБ»
3	Общее дополнение - ликвидность	Предлагается при оценке финансового профиля	Учтено частично	Агентство при проведении рейтингового анализа старается	ООО «СОЮЗ СБ»

№ п. п.	Раздел	Содержание замечания/предложения/ вопроса	Решение НРА	Пояснения	Автор замечания
	страховщика и готовность к крупным страховым событиям	дополнительно учитывать стрессовые сценарии возникновения крупных или нескольких взаимосвязанных убытков. На практике сталкиваемся со страхованием промышленных объектов, логистических комплексов, товарных запасов и рисков БПЛА, где одно событие способно затронуть сразу несколько объектов и страховых программ. Для страхователя принципиальна не только достаточность активов страховщика, но и его способность своевременно осуществить крупные выплаты, в том числе при задержке поступления перестраховочного возмещения. Считаем полезным предусмотреть более явный анализ такого риска для страховщиков с существенной концентрацией крупных имущественных обязательств.		учитывать описанные индивидуальные ситуации. Для повышения качества Методологии в сноску 14 к п. 7.28.1 добавлен следующий текст «Величина ликвидных активов может быть скорректирована вниз на размер перестраховочного возмещения, поступление которого может не осуществиться в сроки выполнения страховых выплат»	
4	Общее дополнение - учёт внешней поддержки	Предложение в публичном обосновании рейтинга более наглядно разграничивать собственную кредитоспособность	Оставлено без изменений	Присвоение кредитного рейтинга также может осуществляться с учетом внешней поддержки. В таких случаях уровень кредитного рейтинга определяется с применением	ООО «СОЮЗ СБ»

№ п. п.	Раздел	Содержание замечания/предложения/ вопроса	Решение НРА	Пояснения	Автор замечания
		страховщика и повышение рейтинга за счёт поддержки акционеров или группы. Для корпоративного клиента важно понимать, насколько такая поддержка подтверждена юридическими и финансовыми механизмами и может ли она быть предоставлена своевременно при возникновении крупных обязательств.		Методологического документа по учету внешней поддержки (в актуальной версии, размещенной на официальном сайте Агентства). При присвоении кредитного рейтинга в пресс-релизе Агентства указывается уровень ОСК, факт наличия внешней поддержки и кредитный рейтинг с учетом внешней поддержки	
5	П. 7.19. Модификатор «Узнаваемость бренда и деловая репутация».	Будут ли прописаны конкретные критерии определения федеральной и региональной узнаваемости бренда, а также перечень подтверждающих источников информации?	Учтено частично	В Методологию к таблице п. 7.19 добавлена сноска: «Оценка известности бренда проводится на основе анализа упоминаний в СМИ, отраслевых обзоров и исследований, анализа поисковых запросов, а также иной информации, получаемой Агентством по п. 4.1.17.» Агентство в настоящее время формирует в дополнение ряд критериев определения федеральной и региональной узнаваемости бренда. Возможность их применения возможно будет согласована с бизнес-сообществом.	ООО СК «Эверия Лайф»
6	П. 7.13. Фактор «Доля контролируемых каналов	Предложение уточнения подхода к классификации каналов продаж, предусмотрев особенности агентской модели дистрибуции, включая степень управляемости сети, стандарты	Оставлено без изменений	В Методологии два показателя оценивают каналы продаж: 1) Фактор «Доля контролируемых каналов продаж» относится к количественным факторам и позволяет оценить зависимость страховой организации	ООО СК «Эверия Лайф»

N° п. п.	Раздел	Содержание замечания/предложения/ вопроса	Решение НРА	Пояснения	Автор замечания
		работы, обучение и контроль качества продаж. Предоставьте некоторые вводные дополнительные, как происходит оценка каналов продаж, потому то имеется только агентский канал, чем в том числе сильно отличаемся от рынка.		от посредников. Чем выше доля контролируемых каналов продаж, тем ниже зависимость страховой организации от внешних посредников, что позитивно оценивается Агентством. В отдельных случаях к контролируемым каналам продаж могут быть отнесены продажи через других посредников, работающих на условиях эксклюзивности. Доля контролируемых каналов продаж = Объем премий по договорам, заключенным через контролируемые каналы продаж, по состоянию на дату проведения анализа / Объем премий всего по состоянию на дату проведения анализа. 2) Модификатор «Доля крупнейшего посредника в объеме премий, полученных через посредников» может применяться, если этот посредник не относится к контролируемым каналам продаж и/или если доля посреднического канала продаж превышает 50% от объема премий. При отказе от сотрудничества и невозможности замены посредника страховая организация подвергается риску снижения объемов бизнеса и, в некоторых случаях, утраты финансовой устойчивости. Балльная оценка модификатора присваивается	

<table>
<tr><th>№ п. п.</th><th>Раздел</th><th>Содержание замечания/предложения/ вопроса</th><th>Решение НРА</th><th>Пояснения</th><th>Автор замечания</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>в соответствии с приведенной ниже таблицей.
<table><tr><th>Значение модификатора</th><th>Оценочный балл</th></tr><tr><td>≥80%</td><td>-1</td></tr><tr><td>[50%; 80%)</td><td>-0,5</td></tr><tr><td>[20%; 50%)</td><td>0</td></tr><tr><td>[10%; 20%)</td><td>0,5</td></tr><tr><td><10%</td><td>1</td></tr></table>
Соответственно, чем более диверсифицирован пул посредников, тем выше оценка. И оценка по фактору «Доля контролируемых каналов продаж» компенсируется оценкой Модификатор «Доля крупнейшего посредника в объеме премий, полученных через посредников».

Особенности агентской модели дистрибуции, включая степень управляемости сети, стандарты работы, обучение и контроль качества продаж, носят качественный характер и не поддаются прямому количественному измерению. Универсально уточнить качественные особенности агентской модели дистрибуции в рамках данной модели пока не представляется возможным.</td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>П. 7.15. Модификатор «Выявленные факты</td><td>Здесь каким образом и на каких источниках происходит оценка отзывов?</td><td>Учтено частично</td><td>Текст сноски 12 к таблице п. 7.19 Методологии дополнен текстом «Оценка деловой репутации</td><td>ООО СК «Эверия Лайф»</td></tr>
</table>

N° п. п.	Раздел	Содержание замечания/предложения/ вопроса	Решение НРА	Пояснения	Автор замечания
	реализации рисков» - Репутационный риск			основывается на подтверждённых существенных нарушениях и публичных инцидентах, а также на данных о судебных разбирательствах. При этом используются статистика Банка России, информация из СМИ и профильные сайты. Клиентские отзывы оцениваются через количество жалоб клиентов, прежде всего, по статистике Банка России, а также по информации из СМИ.»	