



Черно-белые полосы нужны зебре для маскировки — чтобы укрываться от врагов. Тигру они нужны тоже для маскировки — но чтобы подстергать добычу.

Жизнь также состоит из черных и белых полос. Зачем они нужны жизни?

Белая полоса позволяет ощутить нам бытие во всей его полноте, радоваться ему и вдыхать его полной грудью. Недаром белый цвет состоит из всех цветов спектра.

Черные полосы — как точки отсчета. Они оставляют нас наедине с собой, заставляют задуматься. Наверное, поэтому они тоже нужны.

Начало черной полосы, как правило, знаменуется какой-либо бедой, потерей. И счастье, если имя черной полосы — просто страховой случай. Значит, бледнеет кромешность черной полосы. И не за горами снова — белая.

Жизнь — череда черных и белых полос, но в наших силах сделать черные полосы тоньше.

**Константин БАЙКОВ,**  
главный редактор

## НОВОСТИ

### РОСНО покупает Медэкспресс

6 февраля 2006 года ОАО «РОСНО» объявило о покупке контрольного пакета акций компании «Медэкспресс»

После завершения сделки 51% акций «Медэкспресса» будет принадлежать «РОСНО», 35% — ОАО «Северо-Западный Телеком», остальные акции — миноритарным акционерам, включая менеджмент страховщика. По соглашению сторон, прежние акционеры страховщика — Franco Canadienne De Re Ltd и Mutzenbecher, Herter und Wand GbR. — также примут активное участие в развитии компании.

Предполагается, что «Медэкспресс» будет работать как самостоятельная компания и станет дополнительным каналом продаж, продуктов компаний «РОСНО», «Альянс РОСНО Жизнь» и «Альянс РОСНО Управление Активами».

АСН

## актуально

( . 1)

Йордан. — Мы долго рассматривали множество компаний по разным регионам, но редко могли встретить такую команду, такой менталитет, такой профессионализм, как в «Прогресс Неве». Тут есть и прозрачность бизнеса, и качественный сервис для клиентов, и финансовая устойчивость».

Во-вторых, покупатели намерены бережно отнестись к персоналу, менеджменту, бывшим владельцам и брендам приобретенных компаний. Лев Панеях подчеркивает: «Сохранение менеджмента и брендов компаний группы «АСК» явилось условием, которое выдвинул сам покупатель». Борис Йордан также заявил о сохранении менеджмента, брендов и персонала петербургской компании (брендов — как минимум на переходный период, который продлится 1 год).

В-третьих, участники сделок одинаково видят их возможные плюсы:

- увеличение инвестиций в технологии обслуживания клиентов;
- рост вложений в IT и обучение сотрудников;
- приобретение более сильных позиций в отношениях с банками и перестраховочными компаниями, а также с распространителями страховых полисов (например, автодилерами);
- возможность увеличить линейку предлагаемых продуктов и обеспечить клиентам федеральную страховую поддержку.

В-четвертых, продавцы прекрасно осознают бесперспективность «местечкового» положения для современных страховых компаний. «У региональных компаний шансы есть, но они труднореализуемы», — отметил теперь уже бывший акционер «Прогресс Невы» Сергей Тихонов. «На маленьком по мировым масштабам российском рынке быть маленькой компанией нельзя, так как она попросту не сможет заработать денег», — усилил тезис Борис Йордан.

«Не продаваться пока можно, — сказал Лев Панеях, — но идет глобальная тенденция концентрировать страховые капиталы. Так что слияния в итоге все равно неизбежны».

Что касается различий в двух произошедших слияниях, то оно, на первый взгляд, одно.

Лев Панеях сохранил за собой блокирующий пакет — по его словам, этого хотел сам покупатель — и получил приглашение войти в совет директоров «МРСС». А вот собственники «Прогресс Невы» продали все, но пока не получили взамен акций СГ «Ренессанс страхование». По словам Бориса Йордана, при желании они смогут купить часть «Ренессанса» — он, в свою очередь, будет это при- ветствовать и предполагает, что

это произойдет в течение первой половины 2006 года.

Правда, опцион на акции для персонала ограничен в «Ренессансе» 20%, а филиалов и региональных «дочек» много, так что доля бывших владельцев «Прогресс Невы» в капитале московской группы будет, по-видимому, весьма невелика.

«Сейчас невозможно точно определить долю акций, которую получают в «Ренессанс страхования» топ-менеджеры нашей компании, — сказал нам финансовый директор и один из бывших хозяев «Прогресс Невы» Сергей Тихонов. — Предложение об участии в капитале «Ренессанса» прозвучало еще 6 месяцев назад, но этот процесс и процесс объединения компаний проходят не параллельно, а последовательно — просто в силу их сложности и трудоемкости. В настоящее время между акционерами и инвестиционными консультантами идет обсуждение доли и структуры участия топ-менеджмента «Прогресс Невы» в капитале «Ренессанс страхования». Планируемое время принятия решения — середина марта».

Тут обращает на себя внимание еще одна деталь: речь идет не о персональном опционе для всех четырех бывших владельцев петербургской компании, а именно о топ-менеджерах. Значит, есть вероятность того, что продавцы, не участвующие в управлении «Прогресс Невой», в итоге останутся с деньгами, но не с акциями «Ренессанса».

## Питер

Отрадно, что петербургские страховые компании (разумеется, крупные) тоже вполне способны выступать в роли покупателей. Так, в середине января 2006 года на своей годовой пресс-конференции СК «Русский мир» признала, что ведет процесс поглощения небольшого петербургского страховщика «Круз-С», контрольный пакет акций которого выкупили структуры банковского дома «Санкт-Петербург» — основного владельца «Русского мира».

«Мы не можем называть «Круз-С» полностью интегрированным в нашу группу, — сообщил генеральный директор СК «Русский мир» Павел Зубрилин. — Моя позиция такова: эта компания имеет неплохую историю, известную торговую марку, поэтому в сегменте ДМС она должна оставаться и работать. А небольшое страховое поле, которое она имеют в системе ОМС, мы постепенно (при согласии клиентов) переведем в группу «Русский мир». Пока полного поглощения мы не планируем».

Вообще же череду слияний и поглощений Павел Зубрилин назвал одной из явных тенденций прошлого и наверняка наступившего года: «Рынок наполнен слухами, и я убежден, что в течение ближайшего

квартала мы в Петербурге еще услышим о продажах страховых компаний. Мы тоже положительно смотрим на эти процессы и не исключено, что будем более активно в них участвовать: поглощать региональные компании и включать их в нашу группу — или в качестве дочерних, или присоединяя их без сохранения бренда».

\*\*\*

Нужно отметить, что «Русский мир», в свою очередь, тоже может быть куплен. Правда, покупателем



**Лев Панеях,**  
генеральный директор страховых компаний группы «АСК»

в данном случае станет не компания-конкурент, а Внешторгбанк РФ. «С февраля наши переговоры с ВТБ будут активизированы, но 100% акций мы продавать не планируем, — сообщил Павел Зубрилин. — Речь пойдет о вхождении банка в уставный капитал нашей компании. Скорее всего, это будет пакет в размере 50% плюс-минус одна акция».

Сторонние оценки стоимости половины «Русского мира» колеблются в пределах от \$15 млн до \$40 млн и более. Из известных страховщиков вряд ли кто-нибудь смог бы осилить такую сумму (Борис Йордан, по его словам, направил на всю программу региональной экспансии \$100 млн). ВТБ же такие инвестиции вполне по плечу. По убеждению Павла Зубрилина, альянс крупнейшего петербургского банка и крупнейшего петербургского страховщика имеет больше шансов на успех, чем альянс двух страховщиков.



**Сергей Ковальчук,**  
генеральный директор страхового общества «Прогресс Нева»



**Юрий Михайлов**  
исполнительный директор ТФОМС по Санкт-Петербургу

— Причины, по которым продаются петербургские компании — участники рынка ОМС, вполне понятны: им не хватает денег. Ведь никаких финансовых потоков такие компании не порождают, а всего лишь получают свой небольшой посреднический процент.

— Почему же тогда компании стремятся попасть на рынок ОМС нашего города?

— Потому что здесь довольно большой бюджет и большое количество потенциальных клиентов по другим видам страхования. К тому же эти компании сразу получают полную базу данных — а это дорогого стоит.

— Тогда непонятно, почему петербургские компании не могут воспользоваться этими же преимуществами и продаются?

— Продаются те, у кого нет широкой линейки страховых продуктов, которые можно было бы предложить клиентам. Тогда издержки на продвижение одного продукта были бы ниже, а полис дешевле. А вот у крупных страховых групп такая линейка есть.

— Потенциальные покупатели наших ОМС-компаний сами ищут объекты для поглощения или к вам тоже обращаются?

— Конечно, к нам они тоже приходят. Только мы как государственная структура стараемся не вникать в процессы купли-продажи.

— У вас есть какие-то требования, которые вы предъявляете к иногородним покупателям?

— Требование одно — чтобы компания, приходящая на наш рынок ОМС, рассматривала эту деятельность как некоммерческую и располагала достаточными кадровыми и технологическими ресурсами. А то одна компания (кстати, московская), которая с большой помпой пришла в Петербург, сейчас создает нам больше проблем, чем все остальные участники рынка вместе взятые.