

спорт

# О, спорт, ты риск!



**Страхование профессиональных спортсменов, при всей важности и серьезности этого бизнеса, пока не рассматривается в России как классический рыночный процесс. Занимающиеся им отечественные компании должны запастись не только калькулятором и андеррайтерскими таблицами, но и такой иррациональной вещью, как любовь к спорту.**

Константин ЕВСЕЕВ

## В области закона...

В конце 2005 года Федеральное агентство по физической культуре и спорту официально объявило о своем намерении ускорить разработку законопроекта «Об обязательном страховании жизни и здоровья спортсменов». Об этом сообщила заместитель руководителя Росспорта Лейла Покровская, выступая в Госдуме на круглом столе по проблеме совершенствования законодательства в сфере страхования спортсменов. В марте-апреле 2006 года проект должен быть внесен в Госдуму.

Двумя годами раньше заместитель председателя Госкомспорта РФ Дмитрий Зеленин сообщал Агентству страховых новостей о том, что в федеральном бюджете 2004 года может появиться строка, предусматривающая расходы на страхование профессиональных спортсменов, занимающихся спортом высших достижений. Однако тогда она так и не появилась.

Известно и то, что бюджетную поддержку страхованию спортсменов оказывают некоторые российские регионы. Счастливыми обладателями страховых грантов обычно становятся спортсмены, прославившие свой край на крупных всероссийских или международных

соревнованиях. В связи с этим в феврале 2006 года мы обратились с вопросом в Комитет по физической культуре и спорту Администрации Санкт-Петербурга: страхуют ли здесь за бюджетный счет любители города и надежду сборной? Неважно кого — их у нас, в общем-то, немало... «Комитет этим не занимался» ответил нам анонимный источник в пресс-службе.

Само руководство спортивных клубов, как показал наш опрос, представление о сути поднятой проблемы имеет и своих игроков страхует. Правда, сложилось впечатление, что спортивные топ-менеджеры как будто экономят на широте страховых программ и стесняются устанавливать высокий лимит страховых покрытий. Видимо, им не остается ничего другого, так как владельцы клубов требуют расплачиваться со страховщиками преимущественно «рекламным бартером», а страховщики, в свою очередь, хотят получать за полисы «живые» деньги.

## В области хоккея...

Возьмем, например, мужской хоккейный клуб «Спартак». Клуб обладает собственным дворцом спорта, в котором проводит игры чемпионата страны. В соответствии с законом, администрация дворца

страхует гражданскую ответственность организаторов зрелищных спортивных мероприятий. Сами спортсмены застрахованы по ОМС по производственному принципу. С другими видами страхования сложнее: заместитель генерального директора клуба Михаил Галиновский убежден в том, что в хоккее существует давняя традиция — полисы ДМС и страхования от несчастных случаев игроки должны покупать сами и за свой счет.

Так ли это на самом деле и когда успела сложиться эта традиция? В силу свойственной всем вооруженным силам РФ закрытости, проверить слова г-на Галиновского в петербургском клубе СКА не удалось. Долгие поиски привели нас на сайт газеты «Советский спорт». На ее страницах президент московского клуба «Динамо» Анатолий Харчук рассказывал о том, как и почему страхуют хоккеистов:

«Регламент суперлиги обязывает клубы страховать не только игроков, но и домашние матчи, — говорит Харчук. — Без этого ни одна игра чемпионата состояться не может. Клуб в основном страхует игроков от травм и несчастных случаев (страхование жизни)».

Значит, это и в самом деле правда: важность ДМС в хоккее недооценивают.

Окончательную ясность внес Сергей Сафронов, генеральный директор страховой группы «Авеста», страховщика ХК «Спартак». По его словам, полисы ДМС у игроков команды все-таки есть, но ограниченные: в объем их покрытия входит лечение только тех заболеваний, которые связаны с занятиями спортом.

## В области футбола...

Гордость Петербурга ФК «Зенит», как можно предположить, способен оплатить своим игрокам более дорогие полисы. К сожалению, на момент нашего опроса (февраль 2006 года) в клубе происходила большая кадровая ротация, и новый директор по PR Федор Погорелов не смог ничего сказать об отношениях команды со страховщиками. Годом раньше комментариев по этому вопросу давали представители компании «Русский мир», до сих пор являющейся генеральным страховщиком «Зенита». Тогда мы поинтересовались, застрахованы ли ноги какой-нибудь зенитовской звезды хотя бы на \$1 млн?

«Все подобные истории — это чистой воды PR, — заявили нам представители «Русского мира». На самом деле каждая звездная страховка основана на общих правилах страхования от несчастных случаев и болезней. Ведь как можно застраховать ноги футбольной или, допустим, балетной звезды? Только оценив возможные звездные потери в зарплате в случае повреждения их рабочих инструментов (ног, рук, голосов...). А это классический критерий страхования от несчастных случаев».

## В области баскетбола...

В Северной столице есть и баскетбольная команда высшего дивизиона — «Динамо». Помощник пресс-атташе клуба Олег Могилевский был краток: «Мы застрахованы в «РОСНО».

Как оказалось, компания «РОСНО» в 2004 году заключила генеральное соглашение о сотрудничестве с Российской федерацией баскетбола. Началось сотрудничество со страхования сборных: в рамках соглашения был заключен договор по страхованию от несчастного случая и болезней членов восьми сборных команд России по баскетболу во всех возрастных категориях. Договор страхования включил в себя следующие риски: частичная потеря трудоспособности (травма); постоянная полная потеря общей трудоспособности (инвалидность); смерть в результате несчастного случая.

Страховая сумма на каждого спортсмена определяется возрастной категорией и статусом сборной. В частности, члены мужской национальной баскетбольной сборной застрахованы на сумму \$150 тыс. каждый, игроки женской национальной баскетбольной сборной — на \$50 тыс., при этом каждая спортсменка застрахована как член олимпийской сборной еще на \$100 тыс.

**Сергей Сафронов**  
генеральный директор  
страховой группы  
«Авеста»



— Один из известнейших наших клиентов — хоккейный клуб «Спартак». Реклама на хоккее работает. Другой наш хоккейный проект — Кубок европейских чемпионов в Ледовом дворце, где мы были генеральным страховщиком. Там мы страховали гражданскую ответственность организаторов на серьезную сумму — \$1 млн. Что их побудило к этому? Просто годом ранее они ГО не страховали, а одному зрителю очень серьезно попало шайбой по голове.

Взамен мы покупали рекламу на бортах за воротами. Это заметно подняло репутацию компании: количество обращений возросло, и месяц для нас стал довольно «урожайным». По экспресс-оценкам нашей маркетинговой службы импульсом для обращения к нам клиентов послужила именно трансляция этой рекламы по телевидению и другим информационным магистралям.

Вообще выгоду от рекламы на соревнованиях сложно посчитать; тут в большей степени заметна репутационная польза: при прочих равных условиях клиент склоняется к компании, которая публична и поддерживает какие-то социальные проекты. Вдобавок, руководители бизнеса — это люди, как правило, с активной жизненной позицией, спортом увлекаются и при выборе партнера ориентируются на тех, кто близок им по духу. В данном случае — по спортивному.

Моя главная рекомендация спортсменам: выбирая страховую компанию, обращать внимание на то, чтобы она была способна организовать медицинскую помощь во время тренировок и соревнований, а не только выплату компенсации по несчастному случаю постфактум. Может быть, в ДМС спортсменов и не нужны эксклюзивные программы класса «люкс», но вот услуги скорой помощи необходимы и обязательны всегда.

по договору «РОСНО» с Олимпийским комитетом России.

Каждый игрок женской и мужской молодежной, юниорской и кадетской команд России по баскетболу был застрахован на \$50 тыс., \$30 тыс. и \$20 тыс. соответственно.

Как мы можем видеть, к сезону 2005–2006 проект распространился и на клубные команды. Правда, цифр Олег Могилевский назвать не смог, предложив выяснить это в «РОСНО».