

Сегодня традиционные страховые продукты стали неотъемлемой частью жизни любого цивилизованного человека. Все мы стремимся обезопасить себя и своих близких, защитить свое имущество, здоровье от непредвиденных обстоятельств. Однако помимо классического существует еще экзотическое страхование, которое предлагает защиту от самых необычных рисков, будь то похищение инопланетянами, непорочное зачатие, повышение цен на бензин или введение сухого закона.

Пионером и безоговорочным лидером в таком нетривиальном страховании является лондонский Lloyd's, в чьей копилке сотни экзотических полисов от страхования чудака, решившего переплыть Ла-Манш в ванне, до страхования работодателя на случай увольнения сотрудников, выигравших в национальную лотерею.

Имеются экзотические страховки и в портфеле других страховых компаний. Так, в прошлом году Allianz Китай совместно с китайской компанией Tabao Insurance выпустили весьма необычный полис, приуроченный к празднику Середины осени, второго по значимости после китайского Нового года. Страховщики обязались заплатить клиентам в случае, если из-за плохой погоды они не смогут насладиться видом полной луны. В качестве подарка каждому застрахованному полагалась упаковка юэбина – «лунных пряников», незаменимого атрибута праздника.

А американская компания Fireman's Fund предлагает полис на случай отмены свадебной церемонии. Если жених и невеста в последний момент передумают, а также в случае болезни или смерти одного из них страховщик обязуется возместить часть расходов.

Страховка обручальных колец тоже вполне практичная вещь: чего только не потеряешь в предсвадебной кутерьме. Конечно, с моральной точки зрения потерю колец восстановить вряд ли возможно, тем не менее возмещение материальной стоимости должно помочь новобрачным преодолеть горечь утраты.

Особенно популярны в экзотическом страховании полисы на случай повреждения отдельных частей тела. Помнится, в незабвенной комедии «По семейным обстоятельствам» героиня Нины Дорошиной – вышедшая на пенсию артистка-многостаночница – произносит ставшую крылатой фразу: «Я бы вообще всем нам, артистам искусства, сразу бы выдавала страховку: танцорам на ноги, певцам на

горло, писателям на руки». По умолчанию, конечно, творческим и прочим выдающимся личностям страховые полисы не оформляют, но при желании они могут застраховать какую-нибудь часть тела или уникальную способность, которые приносят им деньги и славу. Здесь прежде всего речь идет о мировых знаменитостях, для которых подобные вещи не выглядят экстравагантной прихотью.

Первопроходцем среди селебрити стал популярный американский комик немого кино Бен Терпин. В далеком 1925 году он приобрел за 25 тыс. долларов страховой полис на случай избавления от косоглазия. Дело в том, что актер считал этот недуг своей визитной карточкой и залогом успеха у зрителей. Первой среди прекрасных представительниц шоу-бизнеса, которая решила застраховать свои ноги, стала звезда американского кино 40–50-х годов Бетти Грейбл. Ее природные активы были оценены в беспрецедентную для того времени сумму – миллион долларов. Кстати, именно ноги являются самой популярной частью тела для страхования среди знаменитостей. В разные десятилетия свои ноги страховали актеры Чарли Чаплин и Фред Астер (на 20 тыс. долл. каждый), Мэрилин Монро (весьма скромно, на 10 тыс. долл.), Джейми Ли Кертис (миллион долл.); спортсмены Дэвид Бекхэм (70 миллионов) и Зинедин Зидан (30 миллионов). Знаменитый ирландский танцор, звезда Riverdance Майкл Флэтли оказался обладателем не только одних из самых быстрых, но и дорогих ног в мире. Страховая сумма по его полису составила 47 миллионов долларов.

Вторым по популярности звездным страховым активом оказался голос. Так, в свое время обезопасили себя на случай потери голоса Марлен Дитрих (миллион долларов), Брюс Спрингстин и Род Стюарт (на 6 миллионов каждый), Мик Джаггер (2,5 млн) и Тина Тернер (3,2 млн). Среди необычных «звездных» объектов страхования можно вспомнить талию звезды золотой эры Голливуда Бетт Дэвис (28 тыс. долл.), усы Мерва Хьюза, австралийского игрока в крикет (370 тыс.), язык Джина Симмонса, основателя и вокалиста американской рок-группы Kiss (1 млн долл.), лучезарную улыбку актрисы Джулии Робертс (30 млн), вкусовые рецепторы языка британского ресторанного критика Эгона Ронея (400 тыс.). Кстати, иногда люди страхуют части тела своих домашних любимцев. К примеру, хозяин бассет-хаунда, вошедшего в Книгу рекордов Гиннеса как собака с самыми длинными ушами, застраховал их на 47800 долл.

Надо отметить, что подобная страховая практика широко распространена именно на Западе, в России таким страхованием занимается ограниченный круг компаний. Прямых запретов на страхование отдельных частей тела отечественный закон не предусматривает, но при этом такой продукт едва ли можно считать массовым на нашем рынке. Как правило, это единичные полисы и зачастую речь идет о рекламе – полис дарится известному человеку, что служит хорошим информационным поводом для упоминания как страховой компании, так и самой звезды.

У нас запрос на страхование какой-то конкретной части тела поступает от клиентов не чаще одного раза в год. Однако, если человек застрахован от несчастного случая, повреждения отдельных частей тела, таких как нога, рука, нос и т.д., могут быть признаны страховыми событиями. И в этом случае выплачивается страховое возмещение.

В практике встречаются и другие неординарные запросы от клиентов. Так, несколько лет назад руководство одного коттеджного поселка попросило застраховать местную достопримечательность – 150-летний дуб. В итоге дерево было застраховано на сумму свыше 200 тыс. руб. от таких рисков, как пожар, удар молнии, противоправные действия третьих лиц и наезд транспортных средств. Также вспоминается курьезный случай, когда клиент собрался застраховать подаренного ему на юбилей каймана редкого вида, заявив, что его стоимость составляет 15 тыс. долл. В результате проведенной экспертизы выяснилось, что это был самый обычный крокодил, к тому же больной, и его стоимость не превышает двух тысяч долларов. Узнав результаты экспертизы, клиент страховать свою «зверушку» отказался и отдал ее в дар в живой уголок одной из московских школ.

Так что страховщики не только не исключают, но и поощряют буйную фантазию своих клиентов и порой сами делают необычные предложения, дабы удивить и привлечь внимание потенциальных потребителей своих услуг.

Источник: [Российская бизнес-газета](#) , № 17, 06.05.14

Автор: Олеся Третьякова, директор Центра маркетинга СК «Альянс»