

Компания «Тинькофф Онлайн Страхование» к чемпионату мира по футболу предложила новый продукт – страховку для футбольных фанатов на случай поражения сборной. Выплаты по ней предусмотрены, если сборная проиграет и на следующий день после матча болельщик «не сможет выйти на работу». Застраховаться фанату можно и на случай, если он «не рассчитает свою дозу в попытке заглушить горе» или «травмирует себя о телевизор, иной предмет или другого болельщика».

Стоимость страховки составляет 99 руб., страховое возмещение – от 3 тыс. до 20 тыс. руб. «в зависимости от того, на каком этапе сборная покинула ЧМ-2014. Например, болельщик сборной России может получить от «Тинькофф Онлайн Страхования» 3 тыс. руб. за вылет команды на групповом этапе, 5 тыс. руб. за поражение в 1/8 финала, 10 тыс. руб. за провал в четвертьфинале и 15 тыс. руб. за фиаско в полуфинале. Проигрыш в финале будет стоить уже 20 тыс. руб.

Период страхования – дата проведения любого официального футбольного матча выбранной сборной на ЧМ-2014, а также день, следующий после игры. Срок страхования – с 00:00 дня, следующего за днем оплаты страховой премии, по 13 июля 2014 г.

Представитель «Тинькофф Онлайн Страхования» сказал РБК, что эта акция – маркетинговая, целью ее является привлечение внимание к новому бизнесу. «Тинькофф Онлайн Страхование» сравнительно недавно начала продажу услуг по страхованию на открытом рынке (с февраля 2014 г.), поэтому мы уделяем особое внимание привлечению новых клиентов. Конечно же, услуга по страхованию от поражения сборной на чемпионате мира является маркетинговым ходом, однако это реальная страховка с реальными страховыми выплатами для наших клиентов», – сообщил представитель компании. Всего страховщик рассчитывает привлечь с помощью «футбольной» страховки несколько тысяч человек. От более подробных комментариев о том, сколько компания намерена потратить на эту акцию, пресс-служба «Тинькофф Онлайн Страхования» отказалась.

Опрошенные РБК эксперты и участники рынка согласились, что предложение «Тинькофф Онлайн Страхования» носит скорее рекламный характер и не связано со страховым бизнесом.

Вряд ли у компании получится на этом заработать, говорит заместитель генерального директора «РЕСО-Гарантии» Игорь Иванов, но для страховой отрасли такой продукт, скорее, полезен, так как популяризует сам факт страхования рисков.

Продукт «Тинькофф Онлайн Страхования» характерен для игроков, которые только выходят на рынок, считает заместитель генерального директора «Ингосстраха» Илья Соломатин. По его мнению, серьезные страховщики вряд ли последуют примеру компании.

Заместитель генерального директора рейтингового агентства «Эксперт РА» Павел Самиев обратил внимание, что страхование от поражения футбольной команды не может считаться страховой услугой, «речь идет о производном финансовом инструменте». Эксперт посчитал инициативу «Тинькофф Онлайн Страхования» пиар-акцией.

Сейчас «Тинькофф Онлайн Страхование» занимается страхованием от несчастных случаев, путешественников и недвижимости.

Источник: [РБК](#) , 16.06.14

Авторы: □ Канашевич С., Ратников А.