

ЗАПЛАТИ И СПИ СПОКОЙНО

с. 28-33

Б

СТРАХОВАНИЕ ПОЛЬЗУЕТСЯ СПРОСОМ НЕ ТОЛЬКО У ВЛАДЕЛЬЦЕВ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ ТЦ. АРЕНДАТОРЫ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ ТОЖЕ ПРЕДПОЧИТАЮТ СТРАХОВАТЬ СВОЕ ИМУЩЕСТВО, ТОВАРЫ И ГРАЖДАНСКУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

Текст: АЛЕКСАНДР ПЫПИН, руководитель проекта RWAY.RU. Фото: ВИКТОРИЯ ИЛЬИНСКАЯ

Большинство крупных торговых сетей активно пользуется услугами страховщиков — страхуют свое имущество, товарные запасы, ответственность перед третьими лицами, причем всегда и где бы ни располагались магазины (в ТЦ, собственном или арендуемом отдельном помещении). «Мы страхуем все кинотеатры сети, вне зависимости от того, где они находятся, что, безусловно, приносит пользу. Бывают протечки и другие проблемы бытового характера, причинение ущерба», — говорит директор департамента маркетинга и PR сети «Формула Кино» Ольга Проскурякова. «Мы страхуем все рестораны, независимо от того, расположены они в отдельно стоящем здании или в ТЦ», — рассказывает Ринат Марков, директор департамента денежных операций ОАО «Росинтер Ресторантс Холдинг». Часто страхование связано с обязательствами перед банком, который кредитует основную деятельность (оборотные средства) под залог товарных запасов, который должен быть застрахован. Такая схема работы распространена среди сетей салонов сотовой связи. «Согласно нашим договорам залога мы обязаны страховать свой товарный запас, находящийся в залоге», — рассказывает Елена Ноготкова из компании «Связной». Однако среди небольших торговых компаний, предприятий мелкорозничной торговли, частных предпринимателей страхование менее востребовано. К тому же, как отмечает Александр Полуценный, начальник управления перспективного страхования Центра страхования крупного бизнеса «РОСНО», страхование товара таких компаний может быть проблематичным, поскольку чаще всего они работают как ПБОЮЛ и обычно ведут учет «в тетрадке», а значит, при наступлении страхового случая есть почва для страхового мошенничества.

УСЛОВИЕ АРЕНДЫ

Во многих торговых центрах страхование является неотъемлемым условием заключения договора аренды. «Мы все чаще сталкиваемся с тем, что арендодатель включает в договор аренды требование страхования ответственности арендатора перед третьими лицами», — отмечает Андрей Ярошенко, директор по развитию сети «МИР». Порой арендатора просят застраховать не только свою гражданскую ответственность перед третьими лицами (арендодателем, другими арендаторами и покупателями), но и саму арендуемую секцию (помещение) от ущерба. Например, в ТЦ «Л-153» договор аренды требует застраховать арендуемое помещение от пожаров и взрывов; ущерба, причиненного водой; краж; иных рисков, названных арендодателем, причем таким образом, чтобы страховая сумма покрывала всю сумму убытков без каких-либо ограничений, а выгодоприобретателем был арендодатель. Также требуется застраховать и гражданскую ответственность арендатора, связанную с осуществлением им любой деятельности в помещении и в ТЦ, причем лимит ответственности устанавливается арендодателем. В торговых центрах на период ремонта и отделки помещения арендатором его могут попросить застраховать ответственность при проведении строительно-монтажных и ремонтных работ. Если договор составлен недостаточно тщательно (например, не прописано, от каких рисков надо страховать), то многие арендаторы стараются страховать имущество арендодателя от минимума рисков по минимальному тарифу. В результате при формальном соблюдении условий договора аренды фактически при наступлении страхового случая арендодатель может оказаться у «разбитого коры-



ГОРАЗДО УДОБНЕЕ, КОГДА И АРЕНДУЕМЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ, И ГРАЖДАНСКУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТРАХУЕТ САМ АРЕНДОДАТЕЛЬ.

та» с перспективой получения возмещения ущерба только через суд. Аналогичная ситуация возможна, и когда страхуется гражданская ответственность арендатора — сумма окажется минимальной. При наступлении страхового случая, если лимита покрытия не хватит, пострадавшая сторона (например, залитый этажом ниже арендатор) может переадресовать свои претензии непосредственно к торговому центру. Поэтому в договорах часто указывают, на какую сумму должна быть застрахована секция. Эта сумма может зависеть от площади помещения или быть одинаковой для всех арендаторов. Скажем, при прорыве трубы в небольшом помещении от залива может пострадать находящееся ниже большое. Так что размер занимаемого арендатором помещения и масштабы ущерба далеко не взаимосвязаны. Полис страхования гражданской ответственности окажется кстати и в случае, если персонал арендатора поцарапает стены, разобьет стекло соседнего магазина или сломает лифт при перевозке своих грузов.

Важный нюанс, который необходимо учесть при страховании арендуемого имущества, состоит в том, что выгодоприобретателем по договору страхования должен быть владелец помещения или управляющая компания, принявшая на себя риск порчи и утраты имущества — в противном случае по закону о страховании полис будет признан недействительным. Выгодоприобретателем может быть и арендатор, если он принял на себя риск порчи и утраты имущества арендодателя. Иногда арендодатели, желая максимально обезопасить свое имущество, впадают в крайность и требуют заключить договор страхования объекта со страховой организацией, указанной арендодателем, и на условиях, предложенных последним. Такие требования, не оставляющие арендатору права выбора, не только дают повод усомниться в мотивах арендодателя, но и приводят к конфликтам. У многих сетей налаживаются прочные отношения с какой-либо из страховых компаний. В этом случае клиент получает более выгодные та-

В ТЦ НА ПЕРИОД РЕМОНТА И ОТДЕЛКИ ПОМЕЩЕНИЯ АРЕНДАТОРОМ ЕГО МОГУТ ПОПРОСИТЬ ЗАСТРАХОВАТЬ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ И РЕМОНТНЫХ РАБОТ.



АРЕНДАТОРЫ ТЦ ЧАСТО СТРАХУЮТ СВОЕ ИМУЩЕСТВО.

ПРИ СТРАХОВАНИИ АРЕНДУЕМОГО ИМУЩЕСТВА ВЫГОДОПРИОБРЕТАТЕЛЕМ ПО ДОГОВОРУ СТРАХОВАНИЯ ДОЛЖЕН БЫТЬ ВЛАДЕЛЕЦ ПОМЕЩЕНИЯ ИЛИ УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ.

ООО «СТРАХОВЫЕ ТРАДИЦИИ»

рифы и качественный сервис, чем у монополю действующей на территории торгового центра страховой компании. «Мы сейчас пересматриваем свои взаимоотношения со страховыми компаниями в сторону глобализации, основываясь на следующих принципах: во-первых, страховая компания должна быть известной, с положительной репутацией; во-вторых, как минимум, покрывать наши региональные потребности и обеспечивать нас должным уровнем обслуживания», — рассказывает Ринат Марков. Подобный конфликт интересов может возникнуть, когда применяются так называемые комплексные

ЛИМИТ/ ФРАНШИЗА	1000 USD	2500 USD	5000 USD
1 млн. USD	4235 USD	3295 USD	2300 USD
2 млн. USD	5300 USD	4120 USD	2882 USD
3 млн. USD	6490 USD	4860 USD	3400 USD

ТАБЛИЦА 1. ТАРИФЫ НА СТРАХОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АРЕНДОДАТЕЛЯ (ВЛАДЕЛЬЦА) КОМПЛЕКСА И УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ (В ГОД).

программы — компания, страхующая имущество и ответственность ТЦ, получает эксклюзивное право страховать имущество арендаторов и их ответственности. Однако, есть почва для страхового мошенничества в таких случаях итоговый тариф для арендаторов может оказаться привлекательным, поскольку страховая компания дает существенные скидки за объем (10–20% и даже более), если, конечно, арендодатель не положит эту скидку себе в карман. Андрей Ярошенко считает, что гораздо удобнее, когда и арендуемые помещения, и гражданскую ответственность страхует сам арендодатель (собственник, управляющая компания). «Порой непонятно, где и по чьей вине наступило страховое событие и по какому полису его рассматривать. Наличие единого полиса страхования на весь торговый центр позволяет избежать долгих разбирательств», — говорит он. Подобная схема страхования применяется в ТЦ XL. Заключен единый договор комплексного страхования. Во-первых, застраховано имущество торгового центра, включая сдаваемое

ЛИМИТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПО КАЖДОМУ АРЕНДАТОРУ, USD	ПЛОЩАДЬ ПОМЕЩЕНИЙ АРЕНДАТОРА 0–100 кв.м	ПЛОЩАДЬ ПОМЕЩЕНИЙ АРЕНДАТОРА 100–300 кв.м	ПЛОЩАДЬ ПОМЕЩЕНИЙ АРЕНДАТОРА 300–500 кв.м	ПЛОЩАДЬ ПОМЕЩЕНИЙ АРЕНДАТОРА 500–800 кв.м
30 тыс.	100–200	50–250	200–300	250–350
50 тыс.	50–250	200–300	250–350	300–400
100 тыс.	200–400	250–450	300–500	350–550
200 тыс.	250–450	300–500	350–550	400–600
250 тыс.	300–500	350–550	400–600	450–650
300 тыс.	350–550	400–600	450–650	500–700

ТАБЛИЦА 2. ТАРИФЫ НА СТРАХОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АРЕНДАТОРОВ (USD). БЕЗУСЛОВНАЯ ФРАНШИЗА 300 USD.

в аренду. Во-вторых, застрахована по единому полису ответственность арендаторов, а средства, уплаченные арендодателем по этому договору, возмещаются арендаторами пропорционально занимаемым площадям. Была застрахована и гражданская ответственность самого торгового центра (арендодателя). В таблице 1 указаны тарифы на страхование гражданской ответственности арендодателя.

НА СВОЙ СТРАХ И РИСК

Администрацию ТЦ мало волнует то, как арендатор застрахует собственное имущество и товар. Она обычно страхует свою ответственность перед третьими лицами, включая арендаторов и покупателей. Тогда, если по вине собственника торгового центра возникнет, например, пожар, страховая компания возместит ущерб в пределах лимита. Может быть застрахована гражданская ответственность управляющей компании на случай ущерба, который может быть причинен третьим лицам в результате не-

правильной эксплуатации электрического оборудования, лифтов, эскалаторов, сантехнического оборудования, инженерных коммуникаций здания, уборки помещений, организации работы автостоянок, кафе, ресторанов, баров и т.д. Арендаторы ТЦ часто страхуют свое имущество — тележки, торговое оборудование, стеллажи, а также товар и т.д., несмотря на наличие в торговом центре охраны и видеонаблюдения. Охрана торгового центра редко несет материальную ответственность за сохранность имущества и товаров арендаторов.

Страхуется имущество по балансовой или оценочной стоимости, также существует страхование по новой восстановительной стоимости. В последнем случае проводится экспертиза стоимости имущества независимым оценщиком. Страхование ремонта и отделки организовать юридически сложно, поскольку полученные в результате неотделимые улучшения являются частью здания. С формальной точки зрения это уже собственность арендодателя, ▶

АДМИНИСТРАЦИЯ ТЦ ОБЫЧНО СТРАХУЕТ СВОЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ТРЕТЬИМИ ЛИЦАМИ, ВКЛЮЧАЯ АРЕНДАТОРОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ.

СТИЛЬНЫЕ ВЫВЕСКИ ДЛЯ СТИЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

компания «Большая Буква» предлагает производство вывесок из нержавеющей стали: быстро, красиво

ПРОДУКТ КОМПАНИИ: **We R. SIGNS**

БОЛЬШАЯ БУКВА

Москва, Барабанский пер., 8-я
Тел.: (495) 797 8858
www.bigbukva.ru
e-mail: info@bigbukva.ru