

Sprawozdanie na temat tendencji w zakresie ochrony konsumentów z 2022 r. – streszczenie i mapa aktywności

Instrukcje postępowania z dokumentami opatrzonymi oznakowaniem bezpieczeństwa:

https://www.eiopa.europa.eu/sites/default/files/publications/other_documents/summary_eiopa_information.pdf



eiopa

European Insurance and
Occupational Pensions Authority

STRESZCZENIE

W ostatnich latach coraz większy nacisk kładzie się na to, aby sektor finansowy przyczynił się do poprawy kondycji finansowej konsumentów¹. Biorąc pod uwagę obecne zakłócenia (tj. pandemię Covid-19, wzrost częstotliwości występowania klęsk żywiołowych, inwazję Rosji na Ukrainę, kryzys związany z kosztami utrzymania), jest to coraz istotniejszy priorytet. Chociaż większość właściwych organów krajowych nadzoru podkreśliła, że nowe wymogi regulacyjne w połączeniu z inicjatywami wprowadzonymi przez sektory ubezpieczeń i emerytur doprowadziły do poprawy kondycji finansowej konsumentów, obawy są coraz większe.

Według stanu na czerwiec 2022 r. dostęp do produktów ubezpieczeniowych i emerytalnych utrzymywał się na niskim poziomie. Jak wynika z badania Eurobarometr przeprowadzonego przez EIOPA, ponad jedna trzecia europejskich konsumentów nie posiada żadnych produktów oszczędnościowych, w tym ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych i emerytur. Z powodu ograniczonego dostępu do produktów oszczędnościowych i znacznych różnic w wysokości emerytury, ponad 50% europejskich konsumentów sądzi że nie wystarczy im pieniędzy na komfortowe życie w okresie emerytalnym. Odsetek konsumentów, którzy nie posiadają żadnego produktu ubezpieczeniowego jest znacznie niższy (8%), a to dlatego że wiele ludzi posiada ubezpieczenie komunikacyjne/samochodu (58%), jest ono albowiem obowiązkowe dla kierowców we wszystkich państwach członkowskich, oraz posiada ubezpieczenie gospodarstwa domowego (63%), ale dostęp do innych produktów pozostaje niewielki.

Występujące aktualnie zakłócenia mają bezpośredni wpływ na kondycję finansową konsumentów i MŚP². Środowisko makroekonomiczne wpływa negatywnie na obie te grupy, jednak cyfryzacja stwarza pewne możliwości. Obecne tendencje makroekonomiczne oddziałują na konsumentów, zwłaszcza na konsumentów zagrożonych brakiem odpowiedniego ubezpieczenia lub emerytury. Konsumenty mogą opóźnić zakup niezbędnej ochrony ubezpieczeniowej, doświadczać trudności z dotrzymaniem terminów płatności składek lub zdecydować się na tymczasowe zaprzestanie opłacania składek na dobrowolne fundusze emerytalne. Przystępność cenowa i ograniczenia budżetowe są głównym powodem, dla którego 19% europejskich konsumentów nie kupuje lub nie odnawia ubezpieczenia. Rosnąca inflacja również wpływa na realne zyski konsumentów od inwestycji, obniżając przyszłe dochody do dyspozycji. Z drugiej strony dalsza cyfryzacja sektorów ubezpieczeń i emerytur może doprowadzić do rozszerzenia dostępu do produktów i usług ubezpieczeniowych i emerytalnych, tańszych dostaw oraz korzystniejszych cen i to pomimo

¹ W niniejszym sprawozdaniu termin „konsument” rozumiany jest jako pojęcie obejmujące konsumentów, osoby oszczędzające, uczestników programów emerytalnych i beneficjentów. Termin ten jest więc używany w szerokim znaczeniu w odniesieniu do osób korzystających z usług emerytalnych i ubezpieczeniowych lub będących ich beneficjentami.

² Małe i średnie przedsiębiorstwa

konieczności ścisłego monitorowania zagrożeń cybernetycznych i ewentualnych dyskryminacyjnych praktyk cenowych.

Równie ważne w budowaniu kondycji finansowej konsumentów i społeczeństwa jest zapewnienie wiarygodności komunikatów dotyczących zrównoważonego rozwoju, ponieważ ta wiarygodność wiąże się z utrzymaniem zaufania konsumentów oraz ma wpływ na społeczeństwo. Wzrósł popyt na zrównoważone inwestowanie w ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne i produkty emerytalne. W odpowiedzi na ten wzrost popytu towarzystwa ubezpieczeniowe i emerytalne dostosowały swoje oferty. Choć jest to pozytywne zjawisko, gdyż 25% konsumentów w UE twierdzi, że słyszało o zrównoważonych lub „zielonych” produktach ubezpieczeniowych, problemy pojawiają się, gdy komunikaty dostawców dotyczące uwzględnienia czynników środowiskowych i społecznych są mylące lub nieuzasadnione. W niektórych państwach członkowskich stwierdzono przypadki „ekowybielania” czyli pseudoekologicznego marketingu, a 58% właściwych organów krajowych planuje przeprowadzenie działań nadzorczych w celu rozwiązania tego problemu.

Odpowiednie i ukierunkowane na konsumenta procesy projektowania i dystrybucji produktów mogą znacząco przyczynić się do poprawy kondycji finansowej konsumentów, zwłaszcza biorąc pod uwagę fakt, że składki brutto w ubezpieczenia na życie nadal rośnie (14-procentowy wzrost w ujęciu rok do roku w EOG w 2021 r.). Właściwe organy krajowe odnotowały pozytywne zmiany w zakresie projektowania produktów, dystrybucji produktów oraz procesu monitorowania i przeglądu produktów. Nadal jednak występują przypadki niewłaściwego projektowania produktów i obawy, że niektóre ubezpieczeniowe fundusze kapitałowe oferują niską jakość w stosunku do ceny. Właściwe organów krajowe interesują się ryzykiem związanym z niewłaściwym lub nieodpowiednim doradztwem ubezpieczeniowym oraz konfliktami interesów, przy czym 12 z krajowych instytucji nadzoru poinformowało, że niewłaściwa sprzedaż ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych stanowi istotne ryzyko na ich rynku.

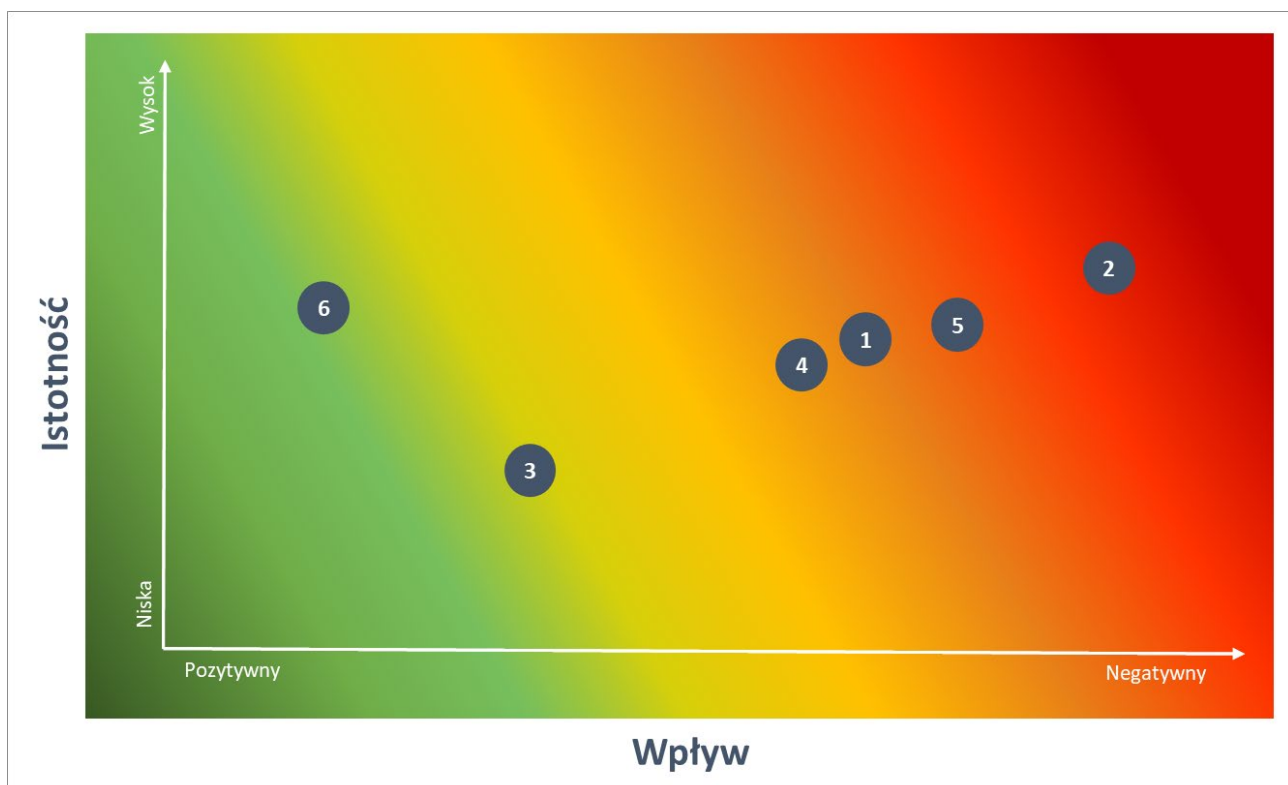
Wzrost liczby zdarzeń systemowych³ doprowadził do wzrostu ryzyka, których nie da się ubezpieczyć lub ryzyka, które można ubezpieczyć jedynie po wysokich cenach, co ma wpływ na kondycję finansową konsumentów i MŚP. Brak jasności warunków korzystania z usług prowadzi do dalszych szkód dla konsumentów w przypadku wystąpienia zdarzeń systemowych. Wystarczająca i odpowiednia ochrona ubezpieczeniowa pozwala konsumentom i MŚP uzyskać odszkodowanie w przypadku wystąpienia wstrząsów. Istnieją jednak istotne luki w ochronie. Na przykład tylko połowa konsumentów i MŚP jest objęta ubezpieczeniem od ryzyka zdarzeń losowych, a 69% MŚP nie posiadało ubezpieczenia od ryzyka cybernetycznego. Ponadto brak jasności co do warunków polisy, zwłaszcza w zakresie wyłączeń, nadal stanowi problem i powoduje dalsze szkody dla konsumentów i MŚP w przypadku wystąpienia zdarzeń systemowych.

³[Supervisory statement on exclusions in insurance products related to risks arising from systemic events \(Oświadczenie nadzorcze w sprawie wyłączeń w produktach ubezpieczeniowych związanych z ryzykiem wynikającym ze zdarzeń systemowych\) | Eiopa \(europa.eu\)](#)

Ogólnie rzecz biorąc, chociaż europejskie rynki emerytalne są bardzo zróżnicowane, luka w zakresie oszczędności emerytalnych stanowi główną tendencję w większości państw członkowskich. Całkowity szacowany zasięg za pośrednictwem zarejestrowanych instytucji pracowniczych programów emerytalnych w Europie wyniósł w 2021 r. 13,9%, co stanowi wzrost o 1,1% w stosunku do roku poprzedniego. Ciągła zmiana w kierunku funduszy o zdefiniowanej składce zmienia strukturę pracowniczych programów emerytalnych, co wiąże się zarówno z potencjalnymi korzyściami (np. wyższymi poziomami dochodów), jak i z potencjalnymi zagrożeniami (np. przeniesieniem ryzyka na członków funduszu emerytalnego). Ponadto utrzymujące się różnice pod względem mechanizmów i traktowania regulacyjnego wpływają na rozwój sektora emerytalnego w poszczególnych państwach członkowskich oraz na jego znaczenie jako źródła przyszłych dochodów emerytalnych. Emerytury występują w różnych formach i są uzależnione od różnorodnych czynników. Dlatego też nie istnieje jedno uniwersalne podejście do tych wyzwań.

Cyfryzacja i technologia stopniowo przekształcają łańcuch wartości funduszy emerytalnych, obniżają koszty i zwiększają zaangażowanie członków i beneficjentów w ich emerytury, co prowadzi do poprawy ich kondycji finansowej. Na rynkach emerytalnych w UE odnotowano wiele inicjatyw cyfrowych, a pandemia stała się katalizatorem dalszej cyfryzacji różnych procesów związanych z emeryturami, ponieważ członkowie coraz częściej chcą kontaktować się przez internet. Ponadto większa skala cyfryzacji mogłaby sprawić, że młodsze pokolenia zainteresują się ich przyszłą emeryturą i nie będą jej postrzegać jako odległego wydarzenia, co zapewni im większe oszczędności na okres emerytalny. Występuje jednak ryzyko, że mniej obeznani z technologią członkowie zostaną wykluczeni z coraz bardziej cyfrowych procesów. Istnieją również kwestie ochrony danych i prywatności.

MAPA KLUCZOWYCH WNIOSKÓW ZE SPRAWOZDANIA NA TEMAT TRENDÓW KONSUMENCKICH W 2022 R.



LINIA WPŁYWU

Pozytywny wpływ: temat ma pozytywny wpływ na konsumentów.

Łagodny wpływ: temat należy monitorować, ponieważ może ono mieć pozytywny lub negatywny wpływ na konsumentów.

Negatywny wpływ: temat ma negatywny wpływ na konsumentów, gdyż mogą oni ponieść duże straty.

LINIA ISTOTNOŚCI

Niski poziom istotności: temat ma wpływ na stosunkowo niewielką liczbę konsumentów.

Średni poziom istotności: temat ma wpływ na stosunkowo dużą liczbę konsumentów.

Wysoki poziom istotności: temat ma wpływ na znaczną liczbę konsumentów.

PROGNOZA

Prognoza rosnąca: temat to zaobserwowano w przeszłości, ale wzrosła częstotliwość występowania/dowody.

Prognoza stabilna: temat to zaobserwowano w przeszłości, a sytuacja nie uległa zmianie.

Prognoza malejąca: chociaż częstotliwość występowania/dowody związane z ustaleniem zmniejszają się, nadal stanowi to główną tendencję.

Mapa uwzględnia dane zgromadzone na potrzeby sprawozdania oraz stosowną ocenę nadzorczą, przedstawia faktyczne zjawiska, które zostały stwierdzone na szczeblu europejskim; może ona nie odzwierciedlać dokładnie zagrożeń w różnych państwach członkowskich.

1. ŚRODOWISKO MAKROEKONOMICZNE MA WPŁYW NA KONDYCJĘ FINANSOWĄ KONSUMENTÓW

- a. Wzrost inflacji i kosztów utrzymania ma bezpośrednie skutki dla kondycji finansowej konsumentów, ponieważ obniża ich dochód do dyspozycji. Może to skłonić konsumentów do podejmowania decyzji finansowych, które będą miały wpływ na ich ogólną kondycję finansową.
- b. Niektóre kategorie konsumentów, w tym grupy zagrożone brakiem ubezpieczenia, mogą napotkać trudności w dotrzymywaniu terminów płatności składek za regularne produkty ubezpieczeniowe lub mogą zdecydować się na tymczasowe zaprzestanie opłacania składek na dobrowolne fundusze emerytalne.
- c. Konsumentów mogą również zdecydować się na opóźnienie zakupu produktu ubezpieczeniowego, którego mogą potrzebować, co czyni ich bardziej narażonymi i podatnymi na obecne i przyszłe wstrząsy.
- d. W odniesieniu do ubezpieczenia na życie konsumenci mogą również zdecydować się na wcześniejszy wykup polisy, aby uzyskać większy dochód na pokrycie codziennych wydatków i zaspokojenie potrzeb finansowych. To z kolei może mieć negatywne konsekwencje, takie jak wykup polisy w momencie spadku koniunktury na rynku lub narażenie się na kary za wcześniejszy wykup polisy, które obniżają wartość otrzymywaną przez konsumentów.

Prognoza: rosnąca, gdyż tendencja ta jest zgodna z aktualnymi tendencjami makroekonomicznymi, m.in. z dużym wzrostem inflacji.

2. UTRZYMUJĄCE SIĘ PROBLEMY NA RYNKACH UBEZPIECZENIOWYCH PRODUKTÓW INWESTYCYJNYCH SPOTĘGOWANE PRZEZ OBECNE TRENDY MAKROEKONOMICZNE

- a. Nadal zdarzają się przypadki niewłaściwego projektowania ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych i obawy, że niektóre ubezpieczeniowe fundusze kapitałowe oferują niską wartość w stosunku do ceny.
- b. Niewłaściwa sprzedaż ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych ze względu na konflikt interesów i wysokie prowizje nadal stanowi również problem zgłaszany w niektórych państwach członkowskich, a konsumenci uważają, że trudno jest uzyskać bezstronne doradztwo.
- c. Obawy te potęguje aktualne spowolnienie rynku i środowisko inflacyjne. Podczas gdy poziom kosztów pozostaje stabilny, (rzeczywiste) zwroty z inwestycji mogą być niskie/ujemne, co wpływa na wartość, jaką te produkty oferują konsumentom.

Prognoza: rosnąca, chociaż kwestie dotyczące ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych są zgłaszane od kilku lat, a zawirowania na rynku i inflacja przy utrzymujących się kosztach wpływają na realne zyski produktu.

3. WZROST ZAINTERESOWANIA KONSUMENTÓW ŚRUBEZPIECZENIOWYMI PRODUKTAMI INWESTYCYJNYMI I PRODUKTAMI EMERYTALNYMI UWZGLĘDNIAJĄCYMI CZYNNIKI ŚRODOWISKOWE I SPOŁECZNE

- a. Zainteresowanie konsumentów inwestycjami uwzględniającymi czynniki środowiskowe i społeczne stale rośnie. Starając się sprostać temu wzrostowi popytu, towarzystwa ubezpieczeniowe i emerytalne dostosowały swoje oferty, coraz częściej proponując produkty uwzględniające czynniki środowiskowe i społeczne.
- b. Wraz ze wzrostem liczby ofert uwzględniających rozwojem czynniki środowiskowe i społeczne, zwiększa się intensywność komunikacji i marketingu na temat uwzględniania tych czynników. Problemy pojawiają się, gdy komunikaty te wprowadzają w błąd czytelnika lub są nieuzasadnione – prowadzi to do pojawienia się eko-wybielania, czyli pseudoekologicznego marketingu.

Prognoza: rosnąca, przewiduje się, że popyt na produkty uwzględniające czynniki środowiskowe i społeczne o będzie stale rósł.

4. POGŁĘBIENIE SIĘ RÓŻNIC W OCHRONIE UBEZPIECZENIOWEJ

- a. W ostatnich latach coraz częściej dochodziło do klęsk żywiołowych, cyberataków, pandemii i innych zdarzeń systemowych. Odpowiednia ochrona ubezpieczeniowa może być bezcenna, ponieważ umożliwia konsumentom i MŚP uzyskanie odszkodowania w przypadku wystąpienia takich zdarzeń. Jednak w miarę jak ryzyka te występują coraz częściej, pojawiają się pytania, czy w dalszym ciągu będzie możliwe ubezpieczenie przed ryzykiem takich wydarzeń, czy też nie.
- b. Konsumenti i MŚP w UE często nie są objęci ubezpieczeniem w przypadku zdarzeń systemowych, na przykład w 2019 r. ubezpieczonych było tylko 35% całkowitych strat spowodowanych przez ekstremalne zjawiska pogodowe i klimatyczne w całej Europie. Takie różnice mogą się pogłębiać.
- c. Według ogólnounijnego badania Eurobarometru znaczna liczba konsumentów i MŚP jest zdania, że mogą nie być w stanie stawić czoła różnym wstrząsom.

Prognoza: rosnąca, różnice w ochronie ubezpieczeniowej stanowiły problem również w minionych latach, jednak ostatnie wydarzenia uwypukliły je.

5. BRAK JASNOŚCI W WARUNKACH POLIS UBEZPIECZENIOWYCH, ZWŁASZCZA W ODNIESIENIU DO WYŁĄCZEŃ

- a. Brak jasności co do warunków, zwłaszcza w odniesieniu do wyłączeń, nadal stanowi problem i powoduje dalsze szkody dla konsumentów w przypadku wystąpienia zdarzeń systemowych, rodząc pytania i wątpliwości dotyczące zakresu ochrony ubezpieczeniowej.
- b. Skargi otrzymane przez właściwe organy krajowe dotyczą w dużej mierze niejasnej lub skomplikowanej dokumentacji, zwłaszcza warunków, co sprawia, że zakres i wyłączenia są dla konsumentów niejasne. Właściwe organy krajowe zwróciły również uwagę na braki w wiedzy finansowej konsumentów, które utrudniają im zrozumienie swoich polis lub informacji na temat istnienia takich polis.

Prognoza: stabilna, kwestie te zostały już zidentyfikowane w poprzednich latach

6. CYFRYZACJA I TECHNOLOGIA

- a. Właściwe organy krajowe zgłosiły wiele inicjatyw cyfrowych na rynkach ubezpieczeniowych i emerytalnych w Unii Europejskiej, a pandemia stała się katalizatorem dalszej cyfryzacji różnych procesów związanych z ubezpieczeniami i emeryturami.
- b. Cyfryzacja sektora emerytalnego na większą skalę może pomóc zachęcić młodsze pokolenia do zainteresowania się swoją emeryturą, a nie do postrzegania jej jako odległego wydarzenia, zapewniając tym samym, że młodsze pokolenia będą oszczędzać na swojej emeryturę.

- c. Większa cyfryzacja umożliwi również usprawnienie procesów (np. rozpatrywania roszczeń) i obniżenie kosztów w sektorze ubezpieczeniowym, a także ubezpieczenie ryzyka, które wcześniej mogło być nieubezpieczalne.
- d. Pojawiają się jednak pewne zagrożenia, takie jak wykluczenie mniej zaawansowanych technologicznie konsumentów z coraz bardziej cyfrowych procesów, obawy dotyczące ochrony danych i prywatności oraz ewentualne dyskryminacyjne praktyki ubezpieczeniowe.

Prognoza: rosnąca, cyfryzacja procesu związanego z ubezpieczeniami i emeryturami ma się dalej zwiększać.

EIOPA

Westhafen Tower, Westhafenplatz 1

60327 Frankfurt | Niemcy

Tel. + 49 69-951119-20

info@eiopa.europa.eu

<https://www.eiopa.europa.eu>