



ΕΝΩΣΗ
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΕΛΛΑΔΟΣ

Αριθμ. Πρωτ. : 234747/77

Αριθμ. Φακ. : 048

ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ ΑΡΙΘΜ. 24 609

Προς τις Ασφαλιστικές
Εταιρίες – Μέλη της Ένωσης

Για ενημέρωση

ΞΕΝΟΦΩΝΤΟΣ 10,
ΑΘΗΝΑ.
Τ.Κ. 105 57

T: (+30) 210 33 34 100
F: (+30) 210 33 34 149
E: info@eaaee.gr

www.eaaee.gr

Αθήνα, 16 Φεβρουαρίου 2024

Υπόψη

Διευθυνόντων Συμβούλων & Γενικών Διευθυντών
Διευθυντών Κλάδων
Διευθυντών Πωλήσεων & Marketing
Νομικών Υπηρεσιών & Κανονιστικής Συμμόρφωσης

Δημοσίευση από την ΕΙΟΡΑ της ετήσιας έκθεσης για τις καταναλωτικές τάσεις

Στις 18 Ιανουαρίου 2024 η ΕΙΟΡΑ δημοσίευσε την ετήσια Έκθεση με θέμα τις καταναλωτικές τάσεις έτους 2023 [\(εδώ\)](#).¹ Η έκθεση συνοδεύεται από συνοπτικό χάρτη επικινδυνότητας - heat map [\(εδώ\)](#) σχετικά με τις επιπτώσεις των τάσεων στους καταναλωτές.

Η ΕΙΟΡΑ με στόχο την αποτελεσματικότερη καταγραφή των εξελίξεων των κινδύνων και τάσεων στην ασφάλιση και στα συνταξιοδοτικά προϊόντα, πραγματοποίησε έρευνα ευρωβαρόμετρου σε όλη την επικράτεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης με αντιπροσωπευτικό δείγμα ευρωπαίων καταναλωτών².

Με βάση την έρευνα αυτή συνοπτικά οι κύριες τάσεις το 2022 οι οποίες έχουν επιπτώσεις στους καταναλωτές είναι οι ακόλουθες:

— Η επίδραση του πληθωρισμού στην ασφάλιση και τις συντάξεις

Το 2022 το αυξημένο κόστος ζωής και οι γεωπολιτικές εξελίξεις οδήγησαν σε μειωμένο διαθέσιμο εισόδημα, αυξημένα ασφάλιστρα και ανησυχίες για την για την επίτευξη των οικονομικών στόχων των καταναλωτών.

¹ Η ΕΙΟΡΑ δημοσιεύει την έκθεση αυτή σύμφωνα με το άρθρο 9 του ιδρυτικού Κανονισμού της ΕΙΟΡΑ, το οποίο προβλέπει τη συλλογή, την ανάλυση και τη σύνταξη έκθεσης για τις τάσεις των καταναλωτών σε ετήσια βάση.

² Αφορά καταναλωτές ηλικίας άνω των 18 ετών και πάνω από 26.168 on-line συνεντεύξεις κατά την περίοδο 19.07.2023-27.07.2023.

Ο πληθωρισμός αποτελεί την κύρια πηγή ανησυχίας των καταναλωτών και τον κύριο λόγο για τον οποίο οι καταναλωτές δεν αγοράζουν ή δεν ανανεώνουν τα ασφαλιστήρια συμβόλαιά τους ή τα συνταξιοδοτικά/επενδυτικά τους προγράμματα.

Οι τρέχουσες πληθωριστικές τάσεις και τα αυξανόμενα επιτόκια έχουν αρνητική επίδραση στις αποδόσεις των επενδυτικών προϊόντων βασιζόμενων στην ασφάλιση (IBIPs) και των συνταξιοδοτικών προϊόντων στην επικράτεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μάλιστα ορισμένες εθνικές εποπτικές αρχές κατέγραψαν μέτρια αύξηση εξαγορών (modest increase) στον κλάδο ζωής καθώς και μείωση του συνολικού αριθμού των συμβολαίων του κλάδου ζωής κατά 4%.

Τέλος, καταγράφεται ότι ομάδες καταναλωτών με μειωμένο διαθέσιμο εισόδημα και σε συνδυασμό με αυξήσεις ασφαλιστρών και απαλλαγές, αναθεώρησαν τις προτεραιότητές τους σχετικά με την αγορά ασφαλιστικών προϊόντων ή οι ομάδες καταναλωτών που ήταν ήδη ασφαλισμένοι μπορεί να οδηγήθηκαν σε υπο-ασφάλιση λόγω της αύξησης για παράδειγμα του κόστους επισκευών η οποία οδηγεί σε αύξηση του μέγιστου ποσού ασφαλιστικής κάλυψης των καταναλωτών.

— **Θέματα Ποικιλομορφίας, Ισότητας και Συμπερίληψης (Diversity Equity & Inclusion DEI)**

Η ΕΙΟΡΑ στην έκθεσή της καταγράφει θέματα ποικιλομορφίας, ισότητας και συμπερίληψης στον ασφαλιστικό κλάδο καθώς συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών φαίνεται ότι δεν εξυπηρετούνται επαρκώς ή και δίκαια, όπως είναι οι καταναλωτές με περιορισμένο εισόδημα, οι νέοι που δεν είναι εξοικειωμένοι με χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και οι ηλικιακές ομάδες μεγαλύτερης ηλικίας που δεν είναι εξοικειωμένες με τις εξελίξεις στην ψηφιοποίηση (digital literacy).

Επίσης, παρατηρούνται διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών καθώς το ποσοστό γυναικών που διαθέτουν συνταξιοδοτικό ή επενδυτικό πρόγραμμα είναι χαμηλότερο κατά 10% σε σχέση με αυτό των ανδρών και κατ' επέκταση μειωμένο το αίσθημα ασφάλειας των γυναικών σχετικά με την επάρκεια του συνταξιοδοτικού εισοδήματος. Η διάκριση αυτή μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι ο σχεδιασμός των προγραμμάτων ασφάλισης και σύνταξης δεν ανταποκρίνεται στις συγκεκριμένες ανάγκες των γυναικών (βλ. μισθολογικές διαφορές μεταξύ ανδρών-γυναικών/pay gap).

— **Οι κίνδυνοι που απορρέουν από την σχέση αξίας-τιμής (Vfm) των επενδυτικών προϊόντων βασιζόμενων στην ασφάλιση**

Οι Εθνικές Εποπτικές Αρχές εξακολουθούν να καταγράφουν κινδύνους που απορρέουν από τη σχέση αξίας-τιμής (vfm) για τα unit-linked και τα υβριδικά ασφαλιστικά προϊόντα. Σημαντικό ποσοστό των καταναλωτών θεωρεί ότι η αξία ειδικά των βασιζόμενων στην ασφάλιση επενδυτικών προϊόντων (IBIPs) δεν ανταποκρίνεται στην τιμή τους. Μάλιστα με βάση τις αναφορές των Εθνικών Εποπτικών Αρχών τα ποσοστά προμηθειών για τα unit-linked προϊόντα αυξήθηκαν, το συνολικό κόστος παρέμεινε σταθερό και οι αποδόσεις κατέγραψαν σημαντική μείωση. Επιπλέον, καταγράφηκε σημαντική αύξηση των παραπόνων για τα unit-linked προϊόντα μεταξύ 2021-2022 (+69%) πιθανότατα λόγω αναταράξεων της αγοράς.

Παρά τις παραπάνω αρνητικές τάσεις που καταγράφονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο για τα unit-linked προϊόντα, στην Ελλάδα ωστόσο με βάση την έρευνα του ευρωβαρόμετρου, το 79% των καταναλωτών πιστεύει ότι το κόστος των προϊόντων IBIPs ανταποκρίνεται στην αξία τους (vfm).

→ Η διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων με ψηφιακά μέσα

Παρατηρείται αύξηση της αγοράς ασφαλιστικών προϊόντων διαδικτυακά, με το 25% των καταναλωτών στην επικράτεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης να έχει αγοράσει τουλάχιστον ένα ασφαλιστικό προϊόν διαδικτυακά και το ένα τέταρτο των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα της ΕΙΟΠΑ σχετικά με το ψηφιακό μάρκετινγκ, να αναφέρει ότι μεταξύ 1-10% του συνόλου των ακαθάριστων εγγεγραμμένων ασφαλιστρών προήλθε από διαδικτυακές πωλήσεις που αφορούν κυρίως προϊόντα ασφάλισης ζημιών.

Παρά τα οφέλη της διανομής των ασφαλιστικών προϊόντων με ψηφιακά μέσα όπως είναι οι ταχύτερες αγορές, οι τεκμηριωμένες αποφάσεις μέσω ιστότοπων σύγκρισης τιμών και το χαμηλότερο κόστος, υφίστανται κίνδυνοι για τους καταναλωτές όπως είναι η επιθετική τακτική πώλησης, η περιορισμένη κατανόηση της πολιτικής πωλήσεων, η ανεπαρκής γνωστοποίηση κανονιστικών ρυθμίσεων κτλ.

→ Ανησυχία για την επάρκεια του συνταξιοδοτικού εισοδήματος

Παρά τις πρωτοβουλίες χρηματοοικονομικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης σε όλα τα κράτη μέλη για το θέμα των συντάξεων, πολλοί καταναλωτές εξακολουθούν να ανησυχούν για την επάρκεια του συνταξιοδοτικού τους εισοδήματος. Με βάση μάλιστα την έρευνα του ευρωβαρόμετρου του 2023 μόνο το 42% της πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης πιστεύουν ότι θα ζουν άνετα κατά τη συνταξιοδότησή τους.

Η διαπίστωση αυτή μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι μόνο το 23% των ευρωπαίων πολιτών έχει εγγραφεί σε κάποιο συνταξιοδοτικό σχήμα και μόνο το 19% διαθέτει κάποιο ατομικό συνταξιοδοτικό πρόγραμμα.

Παρότι οι Εθνικές Εποπτικές Αρχές έχουν καταγράψει στον τομέα των συντάξεων σημαντικές βελτιώσεις και ο αριθμός των καταγγελιών που σχετίζονται με τη δημοσιοποίηση και τη διαφάνεια μειώθηκαν, τα προβλήματα παραμένουν. Με βάση τα αποτελέσματα της έκθεσης οι Εθνικές Εποπτικές Αρχές συνεχίζουν να καταγράφουν παράπονα που σχετίζονται με τη χρήση τεχνικής ορολογίας ή παραπλανητικών λεπτομερειών.

Πέραν των παραπάνω τάσεων, η ΕΙΟΠΑ υπογραμμίζει και συστήνει την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών στα ακόλουθα θέματα:

- **Βιωσιμότητα**
Με βάση την έρευνα του ευρωβαρόμετρου οι καταναλωτές είναι δύσπιστοι για τους ισχυρισμούς βιωσιμότητας των παρόχων για προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχουν, καθώς το 51% των καταναλωτών της ΕΕ δεν εμπιστεύεται τους ισχυρισμούς τους. Επομένως, θα πρέπει οι ισχυρισμοί βιωσιμότητας που αφορούν τόσο τα προϊόντα όσο και τις ίδιες τις επιχειρήσεις θα πρέπει να μην είναι παραπλανητικοί.
- **Παραπλανητικές πωλήσεις**
Παρά τη μείωση των παραπόνων που σχετίζονται με τη συμβουλή και τη διανομή των προϊόντων, από 8% το 2021 σε 7% το 2022, οι περιπτώσεις παραπλανητικών πωλήσεων συνεχίζουν να υφίστανται για λόγους όπως είναι η ανεπαρκής διενέργεια τεστ αναγκών, η κακή πληροφόρηση των καταναλωτών, η σύγκρουση συμφερόντων εξαιτίας προμηθειών, η μη έγκαιρη διάθεση προσυμβατικών γνωστοποιήσεων, η ανεπαρκής εκπαίδευση διαμεσολαβητών.
- **Ασφάλιση έναντι καταστροφικών κινδύνων**
Εξακολουθούν να υφίστανται προβλήματα που σχετίζονται με την ασφάλιση έναντι καταστροφικών κινδύνων και τα οποία οδηγούν σε πρόσθετη ζημία των καταναλωτών κατά τη διάρκεια συστημικών συμβάντων. Τα θέματα που καταγράφονται οφείλονται για παράδειγμα στην έλλειψη σαφήνειας των όρων, αναντιστοιχία μεταξύ της πραγματικής κάλυψης και της αναμενόμενης κάλυψης από τον καταναλωτή.
- **Διασταυρούμενες πωλήσεις**
Εξακολουθούν να υφίστανται κίνδυνοι για τους καταναλωτές από τις πρακτικές διασταυρούμενων πωλήσεων (cross-selling practices) κυρίως για ασφαλίσεις που συνδέεται με δανειακές συμβάσεις χορηγούμενες από πιστωτικά ιδρύματα.

Οι τάσεις στην Ελλάδα με βάση την έρευνα του ευρωβαρόμετρου παρουσιάζονται συνοπτικά και εύγλωττα με τη μορφή infographic, το οποίο μπορείτε να βρείτε συνημμένα.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να απευθυνθείτε στην Conduct of Business Officer, Ρεβέκκα Τούτουζα (Τηλ.: 210 33 34 130, r.toutouza@eaee.gr).

Με εκτίμηση,

Ελίνα Παπασπυροπούλου
Γενική Διευθύντρια

Εύα Βαρουχάκη
Διευθύντρια Νομικής Υπηρεσίας
& Διεθνών Σχέσεων



Flash Eurobarometer

Consumer trends in insurance and pension services

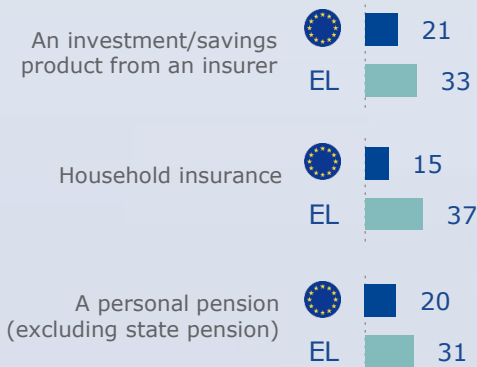
Target population: EU citizens, 18+ (EU27 – 26 168 interviews | EL – 1 016 interviews)

Fieldwork: 19.7 – 27.7.2023 | Methodology: 

Inflation and the cost of living

q5 For each of these savings and insurance products, did you make any of the following decisions over the past two years?

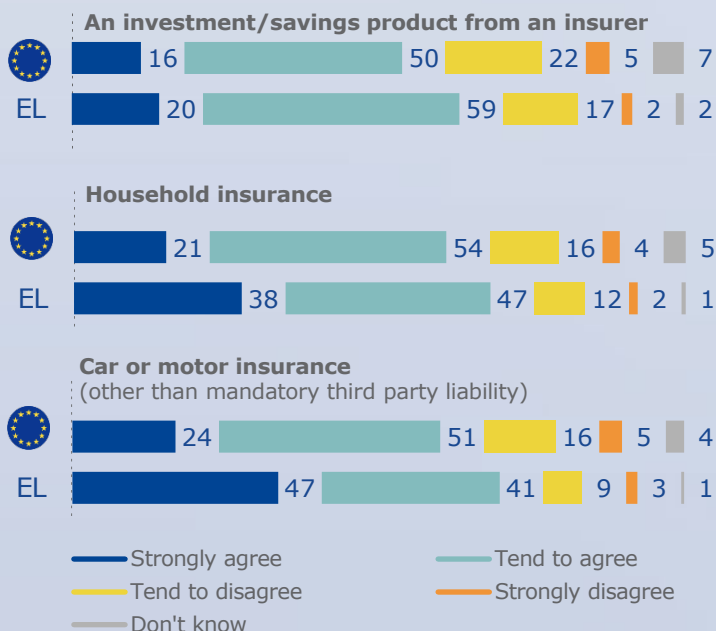
Not bought/renewed, stopped making contributions or cancelled because of the increase in cost of living (%)



Value for money

q7 Based on your experience with the following insurance policies, to what extent do you agree or disagree that they offer you value for your money? (%)

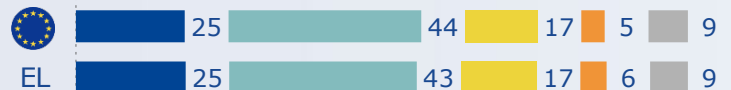
Base: Respondents owning this type of insurance



Purchasing insurance online

q9 Based on your experience with purchasing insurance, to what extent do you agree or disagree with the following statements? (%)

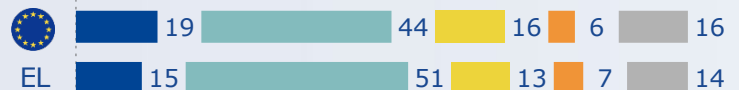
It is easier to receive tailored advice when buying insurance policies in person/via phone rather than online



It is easier to gather information and compare products online rather than in person/via phone



The claims process is easier due to digitalization

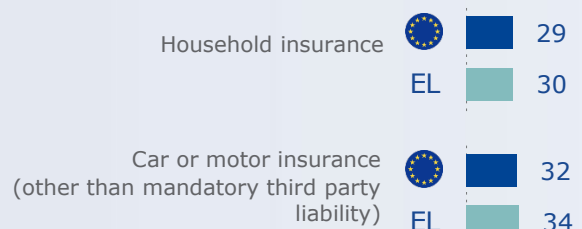


Legend:
■ Strongly agree
■ Tend to agree
■ Tend to disagree
■ Strongly disagree
■ Don't know

Price when renewing insurance

q8 Based on your experience with the following insurance policies, have you encountered any of the following situations?

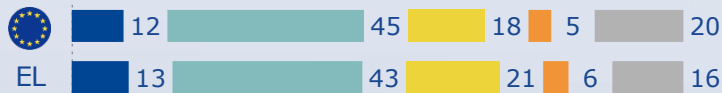
The price increased when you renewed your insurance contract but, in your view, your risk situation had not changed (%)



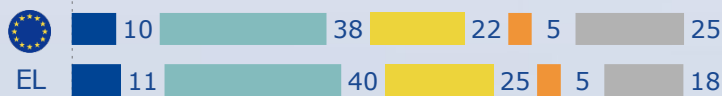
Diversity and inclusiveness

q11 Considering your personal characteristics (e.g. age, gender, nationality, health status) and experiences, to what extent do you agree or disagree with the following statement? (%)

When you purchase insurance or a personal pension, you are being treated fairly and equally



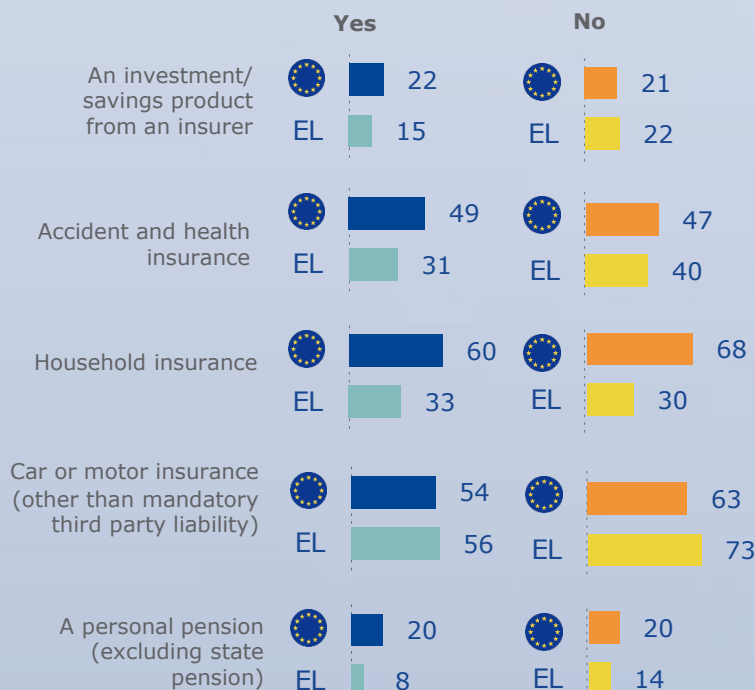
Insurance policies advertised and/or available in the market, have a high number of exclusions which, in your view, target your particular situation



■ Strongly agree ■ Tend to agree
■ Tend to disagree ■ Strongly disagree
■ Don't know

q1&2 Which of the following financial products and non-life insurance policies do you own? (% 'yes')

Do you identify with a minority group?*

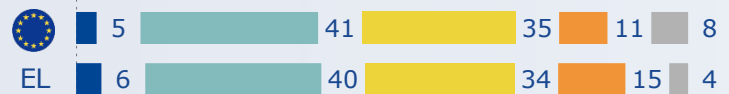


*Ethnic, religious or other minority; Migrant, refugee, asylum seeker or displaced person; Person with a disability/disabilities; Lesbian, gay, bisexual, transgender or intersex

Trust in entities involved in the design and distribution of insurance and private pension plans

q15 To what extent do you trust the following entities involved in the distribution and/or design of insurance and private pension plans to ensure fair treatment of consumers? (%)

Insurers



Pension funds (excl. state pension funds)



Banks

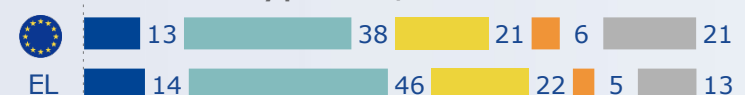


■ Trust a lot ■ Tend to trust
■ Tend not to trust ■ Do not trust at all
■ Don't know

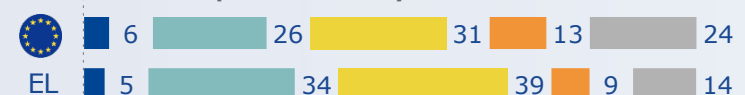
Sustainable (or "green") insurance products

q14 Based on your experience with purchasing insurance or a personal pension, to what extent do you agree or disagree with the following statements? (%)

I do not trust the sustainability-related (or "green") claims made by providers/distributors



Documentation about the sustainability features of insurance products is easy to understand



■ Strongly agree ■ Tend to agree
■ Tend to disagree ■ Strongly disagree
■ Don't know