

Beata Mrozowska-Bartkiewicz

Karta Produktu – kluczowe informacje dla konsumentów dotyczące ubezpieczeniowych produktów na życie z UFK

Ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (UFK) są jednym z najważniejszych produktów oferowanych przez ubezpieczycieli. Wiele problemów związanych z ich funkcjonowaniem wynika z braku właściwej, wyczerpującej informacji dla klienta, dotyczącej charakteru tego produktu i ryzyka z nim związanego. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom konsumentów Polska Izba Ubezpieczeń (PIU) w dniu 28 sierpnia 2013 r. przyjęła Rekomendację dobrych praktyk informacyjnych dotyczących ubezpieczeń na życie związanych z UFK, wprowadzając tzw. Kartę Produktu – dokument zawierający dodatkowe informacje o produkcie, przedstawione w sposób zrozumiały, umożliwiający porównanie z innymi ofertami i poznanie ryzyka, dostarczane klientowi w fazie przedsprzedażowej. Rekomendacja PIU jest zgodna z założeniami projektu rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie dokumentów zawierających kluczowe informacje, dotyczące produktów inwestycyjnych (tzw. PRIIPs).

Słowa kluczowe: bancassurance, ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, dobre praktyki, kluczowe informacje o produkcie, Karta Produktu.

1. Problemy związane z ubezpieczeniami o charakterze inwestycyjnym

Ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne, oferowane jako ubezpieczenia na życie związane z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, są obecne na polskim rynku już od ponad 20 lat. Możliwość oferowania takich produktów przez zakłady ubezpieczeń na życie została wprowadzona przez polskiego ustawodawcę – dostosowującego polskie przepisy do uregulowań europejskich – na mocy ustawy z dnia 23 lipca 1990 r. o działalności ubezpieczeniowej¹. Obecnie obowiązująca ustawa o działalności ubezpieczeniowej² również podtrzymuje uznanie ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych, do których zalicza się ubezpieczenia na życie z UFK, za produkty ubezpieczeniowe.

Ubezpieczenia na życie z UFK są obecnie jednym z najważniejszych produktów oferowanych przez ubezpieczycieli prowadzących działalność w dziale I – ubezpieczenia na życie³. Od tradycyjnych produktów na życie, ubezpieczenie z UFK odróżnia⁴ jego złożona konstrukcja, łącząca w ramach jednego typu umowy elementy zabezpieczające

¹ Dz. U. Nr 59, poz. 344.

² Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej (tekst jedn. Dz. U. z 2010 r. Nr 11, poz. 66, z późn. zm.); dalej: ustawa o działalności ubezpieczeniowej lub u.d.u.

³ M. Szczepańska, *Ubezpieczenie na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*, Warszawa 2011; E. Stroiński, *Ubezpieczenia na życie*, Warszawa 1996; tenże, *Ubezpieczenia na życie teoria i praktyka*, Warszawa 2003; M. Szczepańska, *Ubezpieczenia na życie. Aspekty prawne*, Warszawa 2008.

⁴ M. Szczepańska, *Ubezpieczenie na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*, op. cit.

pokrycie ryzyka ubezpieczeniowego oraz elementy inwestycyjne. Wynika z tego zasadnicza odrębność owego instrumentu, dotycząca ryzyka ubezpieczeniowego, określenia wysokości składki, sposobu i rodzajów pobieranych opłat oraz sposobu określenia wysokości i rodzaju świadczeń ubezpieczeniowych, a przede wszystkim istnienia ryzyka inwestycyjnego, wynikająca z faktu, że działalność lokacyjna funduszu kapitałowego prowadzona jest na rachunek i ryzyko ubezpieczającego.

Warto także zwrócić uwagę na ogromną różnorodność produktów ubezpieczeniowych z UFK. Korzystanie z nich daje klientowi możliwość inwestowania w dużą liczbę funduszy, zróżnicowanych pod względem ryzyka inwestycyjnego lub też geograficznie. Niestety kryzys finansowy był jedną z przyczyn ujawnienia ujemnych stron w funkcjonowaniu ubezpieczeń z UFK z punktu widzenia interesów klientów indywidualnych. W szczególności, że część z nich została zmuszona przez okoliczności do spieniężenia posiadanych inwestycji, w tym i środków gromadzonych na podstawie umowy z UFK. To wtedy właśnie pojawił się problem tzw. opłat likwidacyjnych. Nie jest tematem niniejszego artykułu prowadzenie rozważań na temat opłat likwidacyjnych⁵. Należy jednak zauważyć, że problem związany z tymi opłatami pokazał, jak często klienci indywidualni zakładów ubezpieczeń nie są w pełni świadomi co do treści i charakteru zawieranej umowy. W szczególności nie zdają sobie sprawy, że decydując się na zawarcie tego rodzaju umowy, jednocześnie podejmują decyzję o zaangażowaniu finansowym na wieloletni okres (powyżej 10 lat) oraz ponoszą ryzyko inwestycyjne, czyli może się zdarzyć, że wpłacone środki przewyższą nominalnie wartość środków wypłaconych. W konsekwencji dochodziło do sytuacji, kiedy klienci nabywali produkty ubezpieczeniowe nieodpowiednie dla nich, co miało często negatywne skutki. Rozżaleni klienci z powodzeniem szukali możliwości uchylecia w stosunku do nich postanowień dotyczących nakładania na nich opłaty likwidacyjnej⁶.

Należy zaznaczyć, że **wiele problemów rynku ubezpieczeń z UFK miało genezę w mającej czasami miejsce niewłaściwej sprzedaży tych produktów: zdarzały się sytuacje, kiedy pośrednicy ubezpieczeniowi nie udzielali wyczerpujących informacji na temat charakteru prawnego produktu** (np. część klientów nie miała świadomości, że kupują produkt inwestycyjny, a nie zakładają lokatę bankową). Okoliczności te spowodowały naruszenie zaufania wielu klientów do tego rodzaju produktów. W szczególności problem ten był widoczny przy sprzedaży produktów w kanale dystrybucyjnym *bancassurance*. Komisja Nadzoru Finansowego wystosowała pisma do zakładów ubezpieczeń oraz do banków, wskazując na nieprawidłowości w sprzedaży produktów ubezpieczeniowych, a także proponując zmiany

⁵ Szerzej o problemie opłat likwidacyjnych: M. Szczepańska, *Charakterystyka prawna opłaty likwidacyjnej pobieranej przez ubezpieczycieli w umowie ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*, Wiadomości Ubezpieczeniowe 2012, nr 1; M. Wiśniewski, *Wartość wykupu polis życiowych z Ubezpieczeniowym Funduszem Kapitałowym*, Wiadomości Ubezpieczeniowe 2012, nr 2; tenże, *Zasadność opłat likwidacyjnych w ubezpieczeniach na życie z UFK – wymiar ekonomiczny i aktuarialny*, Wiadomości Ubezpieczeniowe 2013; B. Mrozowska, A. Tarasiuk-Flodrowska, *Oплата likwidacyjna w ubezpieczeniach na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym – aspekty praktyczne*, Prawo Asekuracyjne 2012, nr 4; A. Chłopecki, *Ubezpieczenie z funduszem kapitałowym a opłaty likwidacyjne (na tle regulacji o funduszach inwestycyjnych)*, Wiadomości Ubezpieczeniowe 2013.

⁶ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 14 maja 2010 r. (VI ACa 1175/09); wyrok Sądu Apelacyjnego z 13 maja 2009 r. (VI Aka 1365/08); wyrok Sądu Apelacyjnego z 24 kwietnia 2012 r. (VI ACa 1342/11); wyrok Sądu Okręgowego z 9 stycznia 2012 r. (XVII AmC 355/1); wyrok SOKiK z 9 stycznia 2012 r. (XVII AmC 355/1); wyrok Sądu Apelacyjnego z 26 czerwca 2012 r. (VI ACa 87/12).

w stosowanej praktyce⁷. Problem konieczności zapewnienia klientowi wysokich standardów ochrony został dostrzeżony przez środowisko bankowo-ubezpieczeniowe. W efekcie prac prowadzonych wspólnie przez Polską Izbę Ubezpieczeń oraz Związek Banków Polskich powstały **trzy rekomendacje dobrych praktyk w zakresie *bancassurance***⁸, przyjęte następnie przez Związek Banków Polskich⁹. Podstawowym celem tych rekomendacji było zapewnienie **funkcjonowania jednolitych i przejrzystych zasad dystrybucji produktów ubezpieczeniowych przez banki**, co powinno skutkować zabezpieczeniem ekonomicznych i prawnych interesów klientów. Zatem znaczenie transparentności dla zapewnienia prawidłowego funkcjonowania *bancassurance*, jako formy dystrybucji produktów ubezpieczeniowych, w tym dystrybucji produktów z elementem inwestycyjnym i oszczędnościowym, zostało docenione zarówno przez rynek, jak i regulatorów. Należy jednak zaznaczyć, że tylko jedna z powołanych wyżej rekomendacji dotyczyła ubezpieczeń z UFK, a jej przedmiotem było zapewnienie jednolitych zasad funkcjonowania współpracy z bankami w dystrybucji tych produktów.

Problemem ubezpieczeń z UFK zajął się również Rzecznik Ubezpieczonych, publikując raport z 7 grudnia 2012 pt. *Ubezpieczenia z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*¹⁰. Raport niezwykle krytycznie ocenił funkcjonowanie ubezpieczeń z UFK. Choć ze znaczną częścią postawionych w raporcie tez trudno się zgodzić, jak choćby z podważaniem legalności oferowania produktów z UFK przez zakłady ubezpieczeń na życie, to jednak nie można kwestionować istnienia problemu stosowania nieuczciwych praktyk sprzedażowych przez część uczestników rynku.

Należy podkreślić, że problem stosowania transparentnych procedur przy sprzedaży konsumentom produktów o charakterze inwestycyjnym nie dotyczy wyłącznie Polski. Przeciwnie – wiele problemów, z którymi obecnie borykamy się na polskim rynku występowało i występuje na rynkach europejskich. Stąd podejmowane na szczeblu europejskim inicjatywy w celu uregulowania i ustandaryzowania zasad, na jakich opierać się ma sprzedaż klientom indywidualnym produktów o charakterze inwestycyjno-oszczędnościowym, w tym umów ubezpieczenia o charakterze inwestycyjnym.

2. Podstawowe regulacje prawne dotyczące obowiązków informacyjnych dla ubezpieczeń z UFK

Przepisy ustawy o działalności ubezpieczeniowej w sposób bardzo ograniczony regulują ubezpieczenia z UFK, pomimo że ustawa ta jest w zasadzie podstawowym aktem prawnym dotyczącym tego rodzaju ubezpieczeń (kodeks cywilny nie zawiera przepisów odnoszących się do ubezpieczeń z UFK). Regulacje zawarte w ustawie

⁷ Pisma Przewodniczącego Komisji Nadzoru Finansowego z: 21 lutego 2012 r. nr DLU/606/33/1/2012, 26 września 2012 r. nr DOK/WEPR/0733/17/1/12/PM, 7 marca 2013 r. nr DRB_III/732/13/1/2013.

⁸ 1) Rekomendacja dobrych praktyk na polskim rynku *bancassurance* w zakresie ubezpieczeń ochronnych powiązanych z produktami bankowymi (I Rekomendacja Bancassurance);
2) Rekomendacja w sprawie dobrych praktyk w zakresie ubezpieczeń finansowych powiązanych z produktami bankowymi zabezpieczonymi hipotecznie (II Rekomendacja Bancassurance);
3) Rekomendacja dobrych praktyk na polskim rynku *bancassurance* w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym (III Rekomendacja Bancassurance).

⁹ Szerzej: B. Mrozowska, *Bancassurance – regulacje prawne i samoregulacja rynku*, Prawo Asekuracyjne 2012, nr 2.

¹⁰ http://rzu.gov.pl/pdf/Raport_UFK.pdf

o działalności ubezpieczeniowej dotyczące ubezpieczenia z UFK odnoszą się w zasadzie wyłącznie do podania definicji ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego (art. 2 ust. 1 pkt 13)¹¹ oraz do określenia zakresu informacji, jakie powinny być zawarte w ogólnych warunkach ubezpieczenia lub w umowie ubezpieczenia, a także obowiązków informacyjnych w fazie przed- i posprzedażowej¹². Do podstawowych norm dotyczących obowiązków informacyjnych należą przepisy art. 13 ust. 1, ust. 3 oraz 3a, a także ust. 4 u.d.u.

Jeżeli chodzi o **informacje dostępne dla klienta przed zawarciem umowy ubezpieczenia, to ubezpieczyciel, tak jak w przypadku innych umów ubezpieczenia, ma przede wszystkim obowiązek umożliwienia zapoznania się z treścią ogólnych warunków ubezpieczenia, poprzez dostarczenie tego dokumentu stronie**¹³. Obligatoryjny zakres informacji, jakie powinny znaleźć się w umowie ubezpieczenia na życie ustala art. 13 ust. 1 u.d.u.¹⁴.

Natomiast w zakresie ubezpieczeń z UFK obowiązki informacyjne zostały ustawowo znacznie rozszerzone i zgodnie z art. 13 ust. 4 u.d.u. ubezpieczyciel jest dodatkowo obowiązany do określenia lub zawarcia w umowie ubezpieczenia:

- 1) wykazu oferowanych ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych;
- 2) zasad ustalania wartości świadczeń oraz wartości wykupu ubezpieczenia, w tym również zasad umarzania jednostek ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego i terminów ich zamiany na środki pieniężne i wypłaty świadczenia;
- 3) regulaminu lokowania środków ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego obejmującego w szczególności charakterystykę aktywów wchodzących w skład tego funduszu, kryteria doboru aktywów oraz zasady ich dywersyfikacji i inne ograniczenia inwestycyjne;
- 4) zasad i terminów wyceny jednostek ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego;
- 5) zasad ustalania wysokości kosztów oraz wszelkich innych obciążeń potrącanych ze składek ubezpieczeniowych lub z ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego;
- 6) zasad alokacji składek ubezpieczeniowych w jednostki ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego, w szczególności w zakresie określonym w pkt. 4 i 5, oraz terminu zamiany składek na jednostki tego funduszu.

¹¹ „Ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy – w ubezpieczeniu, o którym mowa w dziale I grupa 3 załącznika do ustawy, wydzielony fundusz aktywów, stanowiący rezerwę tworzoną ze składek ubezpieczeniowych, inwestowany w sposób określony w umowie ubezpieczenia”.

¹² Tak M. Szczepańska, *Ubezpieczenie na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*, op. cit., s. 34.

¹³ Wynika to z obowiązku określonego w art. 384 § 1 k.c., zgodnie z którym: „Ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy”.

¹⁴ Ubezpieczyciel jest obowiązany do określenia:

- 1) definicji poszczególnych świadczeń;
- 2) wysokości składek odpowiadających poszczególnym świadczeniom podstawowym i dodatkowym;
- 3) zasad ustalania świadczeń należnych z tytułu umowy, w szczególności sposobu kalkulacji i przyznawania premii, rabatów i udziału w zyskach ubezpieczonego, określenia stopy technicznej, wskazania wartości wykupu oraz wysokości sumy ubezpieczenia w przypadku zmiany umowy ubezpieczenia na bezskładkową, o ile są one gwarantowane, określenia kosztów oraz innych obciążeń pobieranych przez zakład ubezpieczeń przy wypłacie świadczeń;
- 4) opisu tych czynników w metodach kalkulacji rezerw techniczno-ubezpieczeniowych, które mogą mieć wpływ na zmianę wysokości świadczenia zakładu ubezpieczeń;
- 5) wskazania przepisów regulujących opodatkowanie świadczeń zakładu ubezpieczeń.

Jeżeli chodzi o **obowiązki informacyjne po zawarciu umowy ubezpieczenia**, dotyczące ubezpieczeń na życie, to zgodnie z art. 13 ust. 3 ubezpieczyciel pisemnie informuje ubezpieczającego i ubezpieczonego, nie rzadziej niż raz w roku, o wysokości świadczeń przysługujących z tytułu zawartej umowy ubezpieczenia, w tym o wartości wykupu, jeżeli wysokość świadczeń ulega zmianie w trakcie obowiązywania umowy ubezpieczenia. W przypadku, gdy z umowy ubezpieczenia przysługuje świadczenie ustalane na podstawie sumy ubezpieczenia wyrażonej w ustalonej kwocie, zakład ubezpieczeń informuje ubezpieczającego o każdej zmianie w zakresie sumy ubezpieczenia. Dodatkowo, w realizacji obowiązku wynikającego z ust. 3a ubezpieczyciel jest „*obowiązany do pisemnego informowania ubezpieczającego, nie rzadziej niż raz w roku, o wartości premii, jeżeli umowa ubezpieczenia uwzględnia udział w zysku z inwestowania rezerw techniczno-ubezpieczeniowych*”.

Ze względu na to, że ubezpieczenie z UFK może być także zawarte jako umowa na rzecz osoby trzeciej, w tym jako ubezpieczenie grupowe, ustawodawca przewidział szczególne obowiązki informacyjne wobec osób, które, co prawda, nie są stroną umowy ubezpieczenia, ale są obejmowane ochroną i często uczestniczą w finansowaniu składki ubezpieczeniowej¹⁵.

3. Karta Produktu

Polska Izba Ubezpieczeń w dniu 28 sierpnia 2013 r. przyjęła **Rekomendację dobrych praktyk informacyjnych dotyczących ubezpieczeń na życie związanych z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi**. Celem Rekomendacji jest upowszechnianie dobrych praktyk w zakresie przejrzystego informowania klientów o ubezpieczeniu z UFK poprzez określenie niewiążących sugestii dotyczących standardowej Karty Produktu. **Karta Produktu stanowi dokument zawierający dodatkowe informacje dostarczane klientowi w fazie przedsprzedażowej**. Zatem klientowi przed zawarciem umowy ubezpieczenia lub przed przystąpieniem przez niego do ubezpieczenia grupowego powinien zostać przekazany **ustandaryzowany, minimalny zakres informacji tak, aby decyzja dotycząca zawarcia lub przystąpienia do umowy ubezpieczenia z UFK była podejmowana w sposób świadomy na podstawie informacji o charakterze prawnym i warunkach ubezpieczenia**. Przekazywane informacje powinny także umożliwić klientom **porównanie ofert** z innymi dostępnymi na rynku.

Karta Produktu, czyli dokument zawierający podstawowe informacje o nabywanym produkcie finansowym, już funkcjonuje na polskim rynku w odniesieniu do udziela-

¹⁵ „Art. 13 ust. 3b. W przypadku umów ubezpieczenia na rzecz osoby trzeciej, w szczególności ubezpieczeń grupowych, ubezpieczający obowiązany jest do przekazania ubezpieczonemu informacji określonych w ust. 2–3a. Umowa ubezpieczenia określa sposób przekazywania informacji, o których mowa w ust. 2–3a, przy czym informacje te powinny być przekazane ubezpieczonemu:

1) przed wyrażeniem przez ubezpieczającego zgody na zmianę warunków umowy lub prawa właściwego dla umowy ubezpieczenia – w przypadku informacji, o których mowa w ust. 2;

2) niezwłocznie po przekazaniu informacji ubezpieczającemu przez zakład ubezpieczeń – w przypadku informacji, o których mowa w ust. 3 i 3a.

3c. W przypadku grupowych umów ubezpieczenia, o których mowa w dziale I załącznika do ustawy, zakład ubezpieczeń, na żądanie ubezpieczonego, jest obowiązany do przekazania informacji określonych w ust. 2–3a”.

nych kredytów konsumenckich¹⁶. Informacje zawarte w tym dokumencie powinny odnosić się do wariantu ubezpieczenia wybranego przez klienta. Karta Produktu jest dokumentem samodzielnym, wiążącym dla ubezpieczyciela, niebędącym częścią umowy ubezpieczenia ani materiałów marketingowych.

Karta Produktu będzie miała zastosowanie wyłącznie do umów ubezpieczenia na życie z UFK zawieranych w formie indywidualnej lub stosunku ubezpieczenia nawiązanego na podstawie grupowej umowy ubezpieczenia, zawartej poprzez *bancassurance*. Zatem z zakresu umów, co do których będzie funkcjonował obowiązek dostarczania Karty Produktu¹⁷, zostały wyłączone umowy ubezpieczenia grupowego, zawierane w inny sposób niż za pośrednictwem banku, czyli np. pracownicze ubezpieczenia grupowe.

Rekomendacja zawiera wskazówki dotyczące sposobu przekazywania treści klientowi; zgodnie z założeniem informacje te powinny być napisane **językiem jasnym i zrozumiałym dla klienta**, niewprowadzającym w błąd oraz powinny być przekazywane w sposób niebudzący wątpliwości przeciętnego klienta. Należy unikać posługiwania się żargonem branżowym oraz używania terminów technicznych, jeżeli zamiast nich można użyć sformułowań języka niespecjalistycznego. Należy podkreślić, że Karta Produktu nie zastępuje pozostałej dokumentacji ubezpieczeniowej, zatem niezależnie od informacji w niej zawartych, klient powinien zapoznać się z dokumentacją ubezpieczeniową, w tym z ogólnymi warunkami ubezpieczenia. Zakład ubezpieczeń, niezależnie od dostarczenia Karty Produktu powinien także przed zawarciem umowy ubezpieczenia doręczyć ogólne warunki ubezpieczenia lub też – w przypadku ubezpieczeń grupowych – dostarczyć informacje o warunkach ubezpieczenia, czego wymagają przepisy prawa (art. 808 § 4 k.c.).

Karta Produktu musi być stworzona w jednolitym formacie przy zastosowaniu wspólnych nagłówków **pięciu kategorii zagadnień**: informacje podstawowe, informacje o opłatach, informacje o premiach i rabatach, symulacje wartości ubezpieczenia, zastrzeżenia i informacje prawne dotyczące Karty Produktu.

Karta Produktu zawiera następujące **podstawowe informacje o ubezpieczeniu**, w tym:

- 1) główny cel ubezpieczenia, wskazujący czy ubezpieczenie ma charakter inwestycyjny, ochronny, czy też inwestycyjno-ochronny z istotną częścią ochronną;
- 2) opis świadczeń z ubezpieczenia;
- 3) horyzont czasowy, przy czym w przypadku umów na czas nieokreślony powinna zostać zawarta informacja o rekomendowanym minimalnym okresie trwania ubezpieczenia;
- 4) sposób opłacania składki;
- 5) główne cechy ubezpieczenia, w tym:
 - a) czy ubezpieczenie gwarantuje zachowanie określonego poziomu wartości wpłaconych środków,

¹⁶ Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 126, poz. 715, z późn. zm.) w art. 14 nakłada na kredytodawcę lub pośrednika kredytowego obowiązek przekazywania konsumentowi podstawowych danych określonych w art. 13 ust. 1 na formularzu informacyjnym, dotyczących kredytu konsumenckiego, którego wzór określa załącznik nr 1 do tej ustawy.

¹⁷ Poprzez obowiązek rozumiem przyjęcie zobowiązania przez ubezpieczyciela do stosowania Rekomendacji, a nie obowiązek ustawowy.

- b) czy ubezpieczenie zapewnia możliwość zmiany poziomu ochrony w trakcie trwania ubezpieczenia poprzez zmianę sumy ubezpieczenia lub zakresu ryzyk dodatkowych,
- c) czy ubezpieczenie umożliwia dokonywanie wypłat częściowych i z jakimi kosztami jest to związane,
- d) czy ubezpieczenie zapewnia klientowi samodzielne podejmowanie decyzji o alokacji środków w wybrane ubezpieczeniowe fundusze kapitałowe w trakcie zawierania ubezpieczenia lub przystępowania do ubezpieczenia grupowego oraz podczas trwania ubezpieczenia,
- e) czy wcześniejsze zakończenie ubezpieczenia jest związane z kosztami, a jeżeli tak, to z jakimi,
- f) czy w ubezpieczeniu istnieje obowiązkowa indeksacja wartości składek i świadczeń,
- g) ryzyka związane z ubezpieczeniem, wynikające z jego konstrukcji.

Ubezpieczyciele, którzy przyjmą Kartę Produktu, będą przedstawiali swoim klientom **symulacje wartości ubezpieczenia**. Symulacje powinny być opracowane w trzech scenariuszach: bazowym, o obniżonej rentowności i o podwyższonej rentowności. Dla każdego scenariusza prezentowana jest wysokość stóp zwrotu oraz struktura inwestycji. Klient jest przy tym informowany, że rzeczywiste stopy zwrotu mogą okazać się różne od założonych.

Kwestią budzącą największe emocje w środowisku ubezpieczeniowym jest zamieszczanie w Karcie Produktu **informacji o wszystkich opłatach pobieranych od klienta** w związku z ubezpieczeniem, przy czym dla zapewnienia porównywalności informacji Rekomendacja zawiera systematykę opłat wraz ze wskazaniem ich przyporządkowania do wymienionych kategorii, niezależnie od nazw nadanych im przez danego ubezpieczyciela w dokumentacji ubezpieczeniowej. Niestety dla znacznej części ubezpieczycieli wiąże się to ze zmianą stosowanych ogólnych warunków ubezpieczeń oraz zmianami w systemach obsługujących te produkty. Co do zasady, pobierane opłaty służą pokryciu kosztów ubezpieczyciela, związanych z zarządzaniem inwestycją klienta, zawarciem lub przystąpieniem do ubezpieczenia, prowadzeniem umowy ubezpieczenia oraz kosztów transakcji zleconych przez klienta, a także kosztu ochrony ubezpieczeniowej i marży ubezpieczyciela. Jak będzie to realizowane w praktyce, pokaże czas. W chwili konstruowania produktu ubezpieczeniowego i zawierania umowy nie zawsze można przewidzieć, jak będą się kształtować koszty w odległej przyszłości.

Warto poruszyć ujęty w Rekomendacji problem opłat, pobieranych przez ubezpieczyciela w związku z zawieraną umową ubezpieczenia. Otóż Rekomendacja wprowadziła następujące **kategorie opłat** (zawierając jednocześnie określenia, jakiego rodzaju koszty należy ująć w poszczególnych kategoriach); są to opłaty:

- 1) związane z zarządzaniem inwestycją (z tytułu zarządzania inwestycją klienta, zawarte i pobierane w wycenie jednostki lub opłaty pobierane z wartości rachunku);
- 2) związane z prowadzeniem umowy ubezpieczenia (z tytułu administrowania ubezpieczeniem);
- 3) dystrybucyjne (z tytułu zawarcia ubezpieczenia);
- 4) transakcyjne (z tytułu operacji zleconych przez klienta);
- 5) za ryzyko (z tytułu świadczonej ochrony ubezpieczeniowej).

Takie ujęcie problemu wprowadza, niejako „tylnym wejściem”, daleko idącą **standardyzację ubezpieczenia z UFK**, zatem inne opłaty, niż wymienione w Rekomenda-

cji i przytoczone powyżej, nie będą mogły być pobierane. Jednocześnie poprzez Rekomendację rynek także narzucił sobie, jakie składniki kosztów można kwalifikować do każdej z opłat. Jest to w szczególności widoczne w przypadku opłaty dystrybucyjnej. Zgodnie z Rekomendacją „*przez opłaty dystrybucyjne rozumie się opłaty z tytułu zawarcia Ubezpieczenia lub przystąpienia do Ubezpieczenia Grupowego, określone jako procent składki regularnej, jednorazowej lub dodatkowej, pobierane ze składki lub z aktywów UFK poprzez umorzenie jednostek UFK niezależnie od tego, czy opłaty są pobierane z góry, w trakcie trwania czy przy zakończeniu Ubezpieczenia*”. W konsekwencji, te zakłady ubezpieczeń, które przyjmą Kartę Produktu, nie będą mogły w inny, niż podany wyżej, sposób naliczać opłat dystrybucyjnych.

4. Projekty regulacji unijnych

Konieczność zapewnienia klientowi indywidualnemu zrozumiałych i standardowych informacji na temat nabywanego produktu inwestycyjnego na etapie przedsprzedażowym została dostrzeżona przez ustawodawcę europejskiego. Określono wnioski w sprawie wprowadzenia zmian w rozporządzeniach Parlamentu Europejskiego i Rady, zawierające propozycję uregulowań usług finansowych, świadczonych klientom indywidualnym, zwane „**pakiem regulacji rynku detalicznego dla konsumentów**”. Pakiet składa się z trzech projektów rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady¹⁸:

- 1) wniosku w sprawie dokumentów zawierających kluczowe informacje, dotyczące produktów inwestycyjnych¹⁹;
- 2) wniosku w sprawie zmiany dyrektywy w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego²⁰;
- 3) wniosku mającego na celu zwiększenie ochrony osób kupujących jednostki funduszy inwestycyjnych, obecnie podlegających dyrektywie w sprawie przedsiębiorstw zbiorowego inwestowania w zbywalne papiery wartościowe (UCITS)²¹.

Dla poruszanego zagadnienia najistotniejsze znaczenie mają wnioski w sprawie dwóch pierwszych projektów rozporządzeń.

Obecnie trwają prace nad projektem rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie dokumentów zawierających kluczowe informacje, dotyczące produktów inwestycyjnych, czyli tzw. **PRIPs**. Warte podkreślenia jest uzasadnienie konieczności wprowadzenia zmian. Ustawodawca europejski uznaje, że detaliczne produkty inwestycyjne odgrywają zasadniczą rolę w zaspokajaniu potrzeb obywateli Unii Europejskiej na produkty pozwalające im gromadzić oszczędności i dokonywać inwestycji. Jednocześnie inwestowane środki finansowe przyczyniają się do funkcjonowania rynków kapitałowych, co z kolei pomaga finansować wzrost gospodarczy w Unii. Jednakże ze względu na to, że klienci indywidualni mają ograniczony, w stosunku do klientów instytucjonalnych, dostęp do informacji na temat produktów inwestycyjnych, a także ograniczoną wiedzę na temat charakteru ekonomicznego kupowanego

¹⁸ Komisja Europejska, Komunikat prasowy, Bruksela, 3.07.2012.

¹⁹ COM (2012) 352 final; 2012/0169 (COD).

²⁰ Wniosek. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady, w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego (wersja przekształcona), Bruksela, 3.07.2012, COM/2012/360final.

²¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/65/WE z dnia 13 lipca 2009 r. w sprawie koordynacji przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych odnoszących się do przedsiębiorstw zbiorowego inwestowania w zbywalne papiery wartościowe (UCITS) – wersja przekształcona (DZ. U. UE z 17.11.2009, L302/32).

produktu oraz ryzyka inwestycyjnego z nim związanego, powinni mieć przyznaną większą, niż obecnie funkcjonująca, ochronę. **Poprzez zwiększenie ochrony rozumie się przede wszystkim przedstawienie informacji o produkcie w sposób zrozumiały i umożliwiający ich porównanie z innymi ofertami dostępnymi na rynku, a w szczególności poznanie kluczowych cech i rodzajów ryzyka.** Otrzymanie przez klienta ustandaryzowanej i transparentnej informacji dotyczącej kluczowych cech produktu powinno przyczynić się do tego, że decyzja o wyborze oferty jest podejmowana w sposób świadomy. Dokument zawierający kluczowe informacje będzie dokumentem autonomicznym, wyraźnie odrębnym od materiałów marketingowych. Informacje zawarte w dokumencie powinny być napisane językiem jasnym, zwięzłym i zrozumiałym (należy unikać żargonu technicznego). Przede wszystkim dokument powinien zawierać charakterystykę produktu inwestycyjnego, informacje na temat ryzyka i możliwych zysków, kosztów, wyników historycznych, zalecanego minimalnego okresu posiadania produktu, płynności i warunków przedterminowego zbycia, a w przypadku, gdy produkt inwestycyjny zapewnia świadczenia ubezpieczeniowe – dodatkowo szczegółowe informacje na temat wypłacanych świadczeń ubezpieczeniowych.

Należy podkreślić, że projektodawcy zamierzają objąć regulacją wszystkie produkty inwestycyjne. Natomiast **projektowanych regulacji nie będzie się stosować do produktów ubezpieczeniowych, które nie zapewniają wartości wykupu lub których wartość wykupu nie jest całkowicie lub częściowo narażona, bezpośrednio i pośrednio, na wahania rynków.**

Omawiając problem ochrony konsumentów warto również wspomnieć o podstawowych założeniach zawartych w projekcie zmiany **dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego (IMD II)**. Proponowane zmiany dotyczą zasad prowadzenia i wykonywania pośrednictwa ubezpieczeniowego. W kontekście omawianego tematu przede wszystkim należy zwrócić uwagę na propozycje nowego podejścia do sposobu wykonywania działalności przez pośredników ubezpieczeniowych w stosunku do klientów indywidualnych, a w szczególności **nałożenie na nich wielu obowiązków w celu zapewnienia klientowi dodatkowej ochrony przy oferowaniu ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych**. Dodatkowa ochrona polegać ma w szczególności na dostarczaniu klientowi informacji o produkcie w sposób uczciwy, jasny i rzetelny. Przed sprzedażą produktu, pośrednik ubezpieczeniowy będzie miał obowiązek dokonania oceny, czy produkt jest odpowiedni dla danego klienta, po uzyskaniu od niego określonych informacji (w szczególności dotyczących sytuacji finansowej klienta oraz jego celów inwestycyjnych)²².

5. Charakter prawny Rekomendacji dobrych praktyk informacyjnych dotyczących ubezpieczeń na życie związanych z UFK

Ustawodawca krajowy podjął szereg kroków zmierzających do zwiększenia ochrony prawnej podmiotów korzystających z usług oferowanych przez przedsiębiorców, w tym

²² Szerzej na ten temat: J. Łańcucki, *Ocena założeń do projektu nowej dyrektywy w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego*, Prawo Asekuracyjne 2012, nr 2; tenże, *Zakres i charakter zmian w dyrektywie w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego*, Prawo Asekuracyjne 2012, nr 3.

ubezpiezcicieli²³. Regulacje prawne były podyktowane m.in. koniecznością implementacji do polskiego prawa zasad prokonsumenckiej polityki Unii Europejskiej²⁴. Jedną z podstawowych zasad tej polityki jest dążenie do umocnienia sytuacji prawnej konsumenta, jako ubezpieczającego lub ubezpieczonego i zapewnienia mu określonych uprawnień wobec ubezpieczyciela²⁵. Jednak działania ustawodawcy w zakresie ochrony konsumenta nie są wystarczające i istnieje wiele luk prawnych, zwłaszcza w zakresie obowiązków informacyjnych. Dobre praktyki mają na celu wypełnienie tych luk poprzez rekomendowanie wdrożenia przez rynek jednolitych zasad postępowania w zakresie ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych.

Rekomendacja przyjęta przez organizację samorządową, jaką jest Polska Izba Ubezpieczeń, oczywiście **nie stanowi źródła powszechnie obowiązującego prawa**. Zatem jest to regulacja przyjęta **dobrowolnie** przez ubezpieczycieli prowadzących działalność w zakresie ubezpieczeń z UFK. Co więcej, poszczególni ubezpieczyciele mogą w każdej chwili zrezygnować ze stosowania Rekomendacji. W chwili obecnej 19 ubezpieczycieli zadeklarowało wolę przystąpienia do Rekomendacji i stosowania jej zasad w swojej działalności od maja 2014 r.

Wydaje się jednak, że zakres obowiązywania Rekomendacji w praktyce może okazać się szerszy niż tylko w stosunku do podmiotów, które ją przyjęły. W przypadku stosowania przez zakłady ubezpieczeń, które przystąpiły do Rekomendacji, praktyki odmiennej od zgodnej z jej treścią, ich działalność może być uznana za sprzeczną z przepisami prawa i powodować działania organów państwowych, odpowiedzialnych za ochronę intere-

²³ Podstawowe akty prawne: ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271, z późn. zm.), ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176, z późn. zm.), ustawa z dnia 14 lutego 2003 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 49, poz. 408), ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 6244, poz. 2080, z późn. zm.) i jej najistotniejsza zmiana wprowadzona ustawą z dnia 5 lipca 2002 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawy – Kodeks postępowania cywilnego oraz ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. Nr 129, poz. 1102), a następnie przyjęcie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.), ustawa z dnia 13 kwietnia 2007 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 82, poz. 557), ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), ustawa z dnia 13 lutego 2009 r. o zmianie ustawy o działalności ubezpieczeniowej oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 42, poz. 341), ustawa z dnia 2 kwietnia 2009 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 79, poz. 662) i inne.

²⁴ M.in. projekt założeń do ustawy o prawach konsumentów oraz o zmianie ustawy – Kodeks cywilny i innych ustaw: <http://legislacja.rcl.gov.pl/docs/1/115466/115472/115473/dokument63129.pdf?lastUpdateDay=31.01.13&lastUpdateHour=12%3A12&userLogged=false&date=czwartek%2C+31+stycze%C5%84+2013>

²⁵ M.in. zmiany wprowadzone do Kodeksu cywilnego oraz Kodeksu postępowania cywilnego w zakresie niedozwolonych postanowień umownych, w tym ustawą z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271, z późn. zm.), zmiany wprowadzone ustawą z dnia 13 kwietnia 2007 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 82, poz. 557) do tytułu XXVII Kodeksu cywilnego w zakresie umowy ubezpieczenia, czy też przyjęcie ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a także zmiany wprowadzone ustawą z dnia 13 lutego 2009 r. o zmianie ustawy o działalności ubezpieczeniowej oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 42, poz. 341).

sów konsumentów, na podstawie przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r.²⁶ o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym²⁷. Na podstawie art. 5 ust. 2 pkt 4 tej ustawy, za **nieuczciwą praktykę rynkową** uznaje się m.in.: „*praktykę rynkową wprowadzającą w błąd, polegającą na nieprzestrzeganiu kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk*”. Zatem, pomimo że Karta Produktu nie będzie źródłem prawa, działania ubezpieczycieli sprzeczne z przyjętymi ustaleniami można będzie uznać za niedopuszczalne w stosunku do konsumenta, jako praktykę handlową, wprowadzającą w błąd. A będzie miało to miejsce, gdy informacja o stosowaniu Karty Produktu zostanie zamieszczona w materiałach promujących sprzedaż produktów, gdyż może wówczas wpłynąć na podjęcie przez konsumenta decyzji o wyborze oferty, której inaczej by nie podjął. Istotne jest to, iż nie musi dojść do sytuacji, że konkretny konsument został wprowadzony w błąd ani że działania przedsiębiorcy były podejmowane celowo – wystarczy sama możliwość wystąpienia błędu przy użyciu obiektywnych kryteriów.

Niewątpliwie Rekomendacja będzie uznana za kodeks dobrych praktyk, choćby ze względu na to, że Polska Izba Ubezpieczeń może być uznana za twórcę takiego kodeksu, spełnia bowiem wymogi określone w art. 11 ust. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zgodnie z tym przepisem: „*W razie wątpliwości za twórcę kodeksu dobrych praktyk uważa się każdy podmiot, w szczególności przedsiębiorcę lub związek przedsiębiorców, odpowiedzialny za przygotowanie i wprowadzenie w życie lub nadzór nad przestrzeganiem kodeksu dobrych praktyk*”. Zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 5 powołanej ustawy, przez pojęcie **kodeksu dobrych praktyk rozumie się zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych, przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do ich przestrzegania w odniesieniu do jednej lub większej liczby praktyk rynkowych**. Ponadto Karta Produktu stanowi realizację prawa konsumenta do otrzymania „*w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu*”, które to prawo wywodzić należy z brzmienia przepisu art. 6 ust. 3 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

W przypadku, gdy działania ubezpieczyciela są sprzeczne z regulacjami Rekomendacji, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) może wszcząć postępowanie administracyjne w sprawie stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej. Natomiast, gdy zostanie stwierdzone, że stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej narusza zbiorowe interesy konsumentów, Prezes UOKiK może, na podstawie przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów²⁸, podjąć działania zmierzające do wyeliminowania stosowania tej praktyki z obrotu (na podstawie art. 26 tej ustawy).

Na problematykę zakresu i charakteru obowiązywania Rekomendacji należy także popatrzeć w sposób szerszy. Niewątpliwie wejście w życie Rekomendacji będzie miało

²⁶ Dz. U. Nr 171, poz.1206.

²⁷ Przepisy ustawy zawierają regulacje zgodne z dyrektywą 2005/29/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącą praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/EC, 98/27/EC i 2002/65/EC Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych), OJ L 149, 11.06.2005.

²⁸ Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.

wpływ na orzecznictwo i doktrynę w zakresie określania dobrych obyczajów rynkowych dotyczących ubezpieczeń z UFK. Zatem nawet podmioty, które nie przystąpią do Rekomendacji będą musiały się liczyć z tym, że w ten sposób kształtowana jest praktyka i dobre obyczaje rynkowe.

Należy także podkreślić, że Karta Produktu jest zgodna z aktualną wersją wniosku dotyczącego rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie dokumentów zawierających kluczowe informacje w odniesieniu do produktów inwestycyjnych. Można zatem pokusić się o stwierdzenie, że nasi ubezpieczyciele, wdrażając Kartę Produktu, przygotowują się do nowych standardów obsługi klienta, jakie będą obowiązywać po wejściu w życie PRIPIsów.

5. Podsumowanie

Na zakończenie rozważań dotyczących wprowadzania przez rynek ubezpieczeniowy w drodze samoregulacji Karty Produktu należy podkreślić istotną rolę, jaką odgrywać będzie ten dokument. Oczywiście podstawową funkcją dokumentu jest przekazanie klientowi w sposób transparentny informacji o nabywanym ubezpieczeniowym produkcie inwestycyjnym. Funkcjonowanie Karty zatem niewątpliwie przyczyni się do poniesienia konkurencyjności ofert ubezpieczycieli z korzyścią dla klienta – Karta Produktu nie będzie dokumentem marketingowym, lecz ustandaryzowaną informacją, zatem porównanie ofert będzie niewątpliwie łatwiejsze ze względu na jego formę i **przyczyni się do ustandaryzowana produktu ubezpieczeniowego z UFK.**

Jednocześnie jednak **Karta Produktu będzie pełniła funkcję dowodową** w przypadku ewentualnych sporów klientów z ubezpieczycielami i zarzutów, że przekazane informacje na etapie przedsprzedażowym nie były zrozumiałe, jasne i wyczerpujące, w szczególności w zakresie ryzyka inwestycyjnego lub opłat. Zatem, o ile obecne i planowane regulacje prawne, w szczególności dotyczące ochrony praw konsumenta oraz standardów wykonywania pośrednictwa ubezpieczeniowego, przewidują rozszereżenie odszkodowawcze i sankcje prawne w przypadku wprowadzenia konsumenta w błąd, o tyle regulacje dotyczące Karty Produktu stanowią linię obrony ubezpieczycieli w wykazaniu, że zostały dołożone wymogi należytej staranności przy obsłudze klienta, a przedsiębiorca wypełnił podstawowy obowiązek w zakresie udzielenia konsumentowi rzetelnej, prawdziwej informacji.

Warto jeszcze raz podkreślić znaczenie wprowadzania kodeksów dobrych praktyk z punktu widzenia ustawodawcy europejskiego. Jak zostało wcześniej podniesione, do problemu kodeksów dobrych praktyk odnosi się przede wszystkim dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych, w której znajdują się zapisy podkreślające istotną rolę w życiu gospodarczym kodeksów dobrych praktyk, stanowiące niejako punkt odniesienia w dokonywanej ocenie postępowania w wykonywaniu danej działalności gospodarczej. Stąd Komisja Nadzoru Finansowego, w piśmie z 30 września 2013 r.²⁹ pozytywnie odniosła się do Rekomendacji w sprawie Karty Produktu. W piśmie tym Przewodniczący Komisji stwierdził, że dokument ten stanowi „*elastyczny instrument dostosowania działalności do oczekiwań rynku i budowania zaufania klientów*”. Dalej stwierdził, że działania te przyczynią się do „*poprawy przejrzystości działań zakładów ubezpieczeń, a tym samym wzmocnienia ich wizerunku w relacji z klientami*”. Doceniając znaczenie Karty Produktu organ nadzoru będzie uwzględniał stosowanie

²⁹ Pismo Przewodniczącego Komisji Nadzoru Finansowego nr DLU/WO/606/428/1/2013/AW

Rekomendacji jako element oceny nadzorczej w dokonywanym badaniu i ocenie nadzorczej (BION)³⁰.

Na zakończenie rozważań należy zauważyć, że jest wysoce prawdopodobne, iż w niedalekiej przyszłości obowiązek wydawania klientom Karty Produktu zostanie określony w ustawie. Stanie się tak, gdy wejdą w życie projektowane postanowienia rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie dokumentów zawierających kluczowe informacje, dotyczące produktów inwestycyjnych (czyli tzw. PRIIPs), o czym była mowa wcześniej. W chwili obecnej polska Rekomendacja wypełnia lukę w istniejących regulacjach prawnych dotyczących funkcjonowania jednego z najważniejszych ubezpieczeniowych produktów na życie. ■

Product Card- Key Information for Consumers on Unit-Linked Life Insurance Products

Unit-linked life insurance is one of the most important products offered by insurers. Many problems related to their functioning result from the lack of proper and comprehensive information for a client concerning the nature of the product and related risks. To meet the customer expectations the Polish Chamber Of Insurance (PIU) adopted on 28 August 2013 the Recommendation for good information practices regarding unit-linked life insurance. It introduced the so-called Product Card, namely a document containing additional information about the product, presented in an understandable way, enabling to compare it with other offers and to learn about the risk, which is provided to the customer at the pre-sale stage. The PIU's recommendation is consistent with the objectives of the Proposal for a regulation of the European Parliament and the Council on Key Information Documents for investment products (so-called PRIIPs).

Keywords: bancassurance, unit-linked life insurance, good practices, key information for products, Product Card.

³⁰ https://www.knf.gov.pl/o_nas/urzed_komisji/bion/index.html