

Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego

Katedra Prawa i Postępowania Administracyjnego

Mgr Marta Zygier

Zakres regulacji bancassurance a ochrona interesu klienta

Autoreferat rozprawy doktorskiej

Promotor: prof. dr hab. Hanna Gronkiewicz-Waltz

Recenzenci: dr hab. Wojciech Góralczyk, prof. ALK

dr hab. Piotr Zapadka, prof. UKSW

I. Przedmiot rozprawy

Przedmiotem rozprawy jest problematyka współpracy nawiązywanej przez banki i zakłady ubezpieczeń w celu oferowania produktów ubezpieczeniowych klientom banku za pośrednictwem kanału bancassurance. Bancassurance stanowiąc źródło dodatkowych dochodów zarówno dla banków jak i zakładów ubezpieczeń, jednocześnie pozwala klientom banku skorzystać z dostępu do różnych produktów ubezpieczeniowych w sieci sprzedaży banku. Przez wiele lat funkcjonowania kanału bancassurance banki oraz zakłady ubezpieczeń, korzystając ze swobody kształtowania relacji z klientem, chroniły własny interes co znajdowało swe odbicie między innymi w jakości obsługi klienta. Taka praktyka w konsekwencji doprowadziła do zmiany przepisów regulujących sprzedaż ubezpieczeń za pośrednictwem kanału bancassurance.

Rozprawa stanowi analizę wpływu nowych regulacji z zakresu bancassurance, na które składają się przepisy ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej¹, ustawy o dystrybucji ubezpieczeń² oraz Rekomendacji U³ zarówno na sytuację klientów banku zainteresowanych zakupem produktu ubezpieczeniowego, jak również na warunki współpracy biznesowej banków z zakładami ubezpieczeń.

Prowadzone w ostatnich latach obserwacje rynku ubezpieczeniowego dotyczyły sposobu wykonywania działalności ubezpieczeniowej. Zwrócono uwagę w szczególności na brak odpowiedniego zabezpieczenia interesu klienta zainteresowanego zakupem ubezpieczenia w banku, możliwość swobodnego kształtowania warunków współpracy przez banki i zakłady ubezpieczeń oraz utratę zaufania klientów do rynku finansowego⁴. W konsekwencji w latach 2014-2018 wprowadzono szereg nowych regulacji mających na celu podniesienie standardów obsługi klienta i produktów oferowanych w ramach dystrybucji ubezpieczeń.

W 2014 roku Komisja Nadzoru Finansowego wydała Rekomendację U dotyczącą dobrych praktyk w zakresie bancassurance, skierowaną do banków zajmujących się dystrybucją ubezpieczeń, oczekując dostosowania się przez banki zarówno do wytycznych

¹ Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Dz. U. z 2015 r., poz. 1844).

² Ustawa o dystrybucji ubezpieczeń z dnia 15 grudnia 2017 r. (Dz. U. z 2017 r., poz. 2486).

³ Uchwała nr 183/2014 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 24 czerwca 2014 r. wraz z załącznikiem (Dz.Urz.KNF.14.12).

⁴ B. Mrozowska-Bartkiewicz, *Jakie zmiany dla polskiego rynku ubezpieczeń przyniesie Dyrektywa w sprawie dystrybucji ubezpieczeń?*, [w:] *Wiadomości Ubezpieczeniowe*, nr 2/2016, Warszawa 2016. s. 111-123.

odnoszących się bezpośrednio do sytuacji klienta zainteresowanego zakupem ubezpieczenia za pośrednictwem banku, jak i tych związanych z wewnętrzną organizacją i funkcjonowaniem banku. W 2016 roku została wydana Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) w sprawie dystrybucji ubezpieczeń⁵ (ang. *Insurance Distribution Directive*, w skrócie IDD), służąca zapewnieniu konsumentom jednakowego i wysokiego poziomu ochrony oraz porównywalnych standardów obsługi niezależnie od specyfiki kanału, za pośrednictwem którego prowadzona jest sprzedaż ubezpieczeń. Spowodowało to konieczność implementacji tejże dyrektywy do polskich przepisów. W 2018 roku, na mocy ustawy o dystrybucji ubezpieczeń⁶, wprowadzono jednolite zasady ochrony klienta, począwszy od procesu oferowania ubezpieczenia, aż do obsługi posiadanych przez klienta produktów. Ponadto znowelizowano ustawę o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej⁷, ustawę o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym⁸ oraz ustawę o nadzorze ubezpieczeniowym i emerytalnym⁹.

II. Teza badawcza

Celem niniejszej pracy jest odpowiedź na pytanie czy poprzez uchwalenie nowych regulacji dotyczących sprzedaży ubezpieczeń za pośrednictwem kanału bancassurance zmienił się zakres ochrony klienta oraz czy nowe przepisy gwarantują odpowiednie zabezpieczenie jego interesów. Punktem wyjścia do analizy było powiązanie działań na rzecz ochrony klienta z zobowiązaniami nałożonymi na banki jako dystrybutorów ubezpieczeń. Dokonano oceny wpływu nowych obowiązków banków i zakładów ubezpieczeń na ich dalszą współpracę w kanale bancassurance przy uwzględnieniu wprowadzonych mechanizmów ochronnych zmieniających sytuację klienta. Za istotną uznano także odpowiedź na pytanie czy przedmiotowe regulacje powodują zmianę warunków współpracy banków z zakładami ubezpieczeń, w tym czym mają one wpływ na dotychczasowe modele współpracy banków z zakładami ubezpieczeń. Dążąc do udzielenia odpowiedzi na postawione pytania dokonano

⁵ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/97 z dnia 20 stycznia 2016 r. w sprawie dystrybucji ubezpieczeń (Dz. Urz. UE, poz. L 26/19).

⁶ Ustawa o dystrybucji ubezpieczeń z dnia 15 grudnia 2017 r. (Dz. U. z 2017 r., poz. 2486).

⁷ Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Dz. U. z 2015 r., poz. 1844)

⁸ Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym (Dz.U. z 2018 r., poz. 2038).

⁹ Ustawa o nadzorze ubezpieczeniowym i emerytalnym z dnia 22 maja 2003 r. (Dz. U. z 2016 r., poz. 477)

szczegółowej interpretacji nowych przepisów oraz poddano analizie współpracę banków z zakładami ubezpieczeń w ramach bancassurance.

III. Metodologia badania

Dobór metod badawczych wynika ze specyfiki przeprowadzonej analizy. W odniesieniu do omawianych przepisów dotyczących prowadzenia działalności polegającej na oferowaniu ubezpieczeń za pośrednictwem kanału bancassurance zastosowana została metoda formalno-dogmatyczna, w szczególności przy analizie przyczyny powstania poszczególnych regulacji i formułowaniu wynikających z nich wniosków. Główna część pracy obejmuje analizę obowiązujących regulacji i orzeczeń sądowych oraz poglądy przedstawicieli nauki prawa. W pracy wykorzystano także metodę porównawczą przedstawiając zestawienia i konfrontując poszczególne modele współpracy banków z zakładami ubezpieczeń, stosowane przed oraz po wejściu w życie nowych przepisów regulujących dystrybucję ubezpieczeń.

IV. Konstrukcja pracy

Praca składa się ze wstępu, ośmiu rozdziałów oraz zakończenia zawierającego wnioski z przeprowadzonej analizy. Poszczególne rozdziały poświęcone są omówieniu bancassurance jako kanału przeznaczonego do sprzedaży ubezpieczeń ze szczególnym uwzględnieniem wpływu nowych regulacji zarówno na sytuację klienta zainteresowanego zakupem ubezpieczenia, jak i na dopuszczalne formy współpracy banków z zakładami ubezpieczeń.

Rozdział I poświęcono omówieniu definicji i zakresu pojęcia bancassurance przy uwzględnieniu zarówno jego wykładni językowej, jak również stanowisk prezentowanych przez przedstawicieli doktryny prawa. W konsekwencji zaproponowano własną definicję pojęcia bancassurance.

Rozdział II zawiera opis pierwszych na polskim rynku wspólnych inicjatyw banków i zakładów ubezpieczeń. Przedstawiono także różne formy współpracy w ramach bancassurance, w tym powiązania kapitałowe stosowane przez największe podmioty funkcjonujące na rynku finansowo-ubezpieczeniowym.

W rozdziale III dokonano analizy stosunku prawnego w umowie ubezpieczenia. Wskazano, że w umowie ubezpieczenia występować mogą inne podmioty, które nie są jej

stronami. Omówiono konstrukcję ubezpieczeń grupowych oraz umów ubezpieczenia zawieranych na cudzy rachunek.

Rozdział IV zawiera omówienie korzyści oraz zagrożeń wynikających ze współpracy banków z zakładami ubezpieczeń w ramach bancassurance. Wskazano na przyczyny oraz czynniki mające wpływ na rozwój działalności bancassurance, opisano także ryzyka związane ze sprzedażą produktów ubezpieczeniowych przez banki. Dokonano analizy zarówno rodzajów, jak i typów ryzyka związanego z działalnością prowadzoną przez banki a zakłady ubezpieczeń.

W rozdziale V przeprowadzono porównanie modeli współpracy banków i zakładów ubezpieczeń przed wprowadzeniem nowych regulacji wskazując na cechy charakterystyczne każdego z nich.

Rozdział VI zawiera analizę środków nadzorczych stosowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego. Rozdział ten poświęca szczególną uwagę Rekomendacji U dotyczącej dobrych praktyk w zakresie bancassurance, omawiając przyczyny jej wydania oraz zakres przedmiotowy poszczególnych rekomendacji skierowanych do banków prowadzących działalność w ramach bancassurance.

Rozdział VII zawiera analizę poszczególnych obowiązków nałożonych na banki współpracujące z zakładami ubezpieczeń na mocy ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej¹⁰, ustawy o dystrybucji ubezpieczeń¹¹, implementującej do polskiego porządku prawnego unijną Dyrektywę IDD¹² oraz Rekomendacji U¹³. W rozdziale tym zawarto analizę sytuacji klienta i zakresu jego ochrony po wejściu w życie nowych regulacji poprzez powiązanie działań na rzecz zabezpieczenia interesu klienta z zobowiązaniami nałożonymi na bank jako dystrybutora ubezpieczeń. Szczegółowo przeanalizowano regulacje mające na celu podniesienie standardów obsługi klienta i jakości produktów oferowanych w ramach współpracy banków z zakładami ubezpieczeń.

Rozdział VIII obejmuje omówienie wpływu nowych regulacji na modele współpracy banków i zakładów ubezpieczeń oraz na zmiany zasad współpracy banków z zakładami ubezpieczeń w ramach bancassurance poprzez porównanie modeli współpracy opisanych w rozdziale V.

¹⁰ Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Dz. U. z 2015 r., poz. 1844).

¹¹ Ustawa o dystrybucji ubezpieczeń z dnia 15 grudnia 2017 r. (Dz. U. z 2017 r., poz. 2486).

¹² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/97 z dnia 20 stycznia 2016 r. w sprawie dystrybucji ubezpieczeń (Dz. Urz. UE, poz. L 26/19).

¹³ Uchwała nr 183/2014 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 24 czerwca 2014 r. wraz z załącznikiem (Dz.Urz.KNF.14.12).

V. Wnioski

Z przeprowadzonej w rozprawie analizy wynika jednoznacznie, że nowe regulacje z zakresu bancassurance zapewniają klientowi większą dbałość o jakość przekazywanych mu informacji, a przede wszystkim gwarantują ochronę i zabezpieczenie jego interesu poprzez nałożenie na banki jako dystrybutorów ubezpieczeń szeregu dodatkowych obowiązków. Nowe regulacje wprowadzają oferowanie ubezpieczeń przez sprzedawców podnoszących swoje kwalifikacje zawodowe w trakcie wykonywania pracy oraz lepszą organizację sprzedaży, w tym zarządzanie produktami ubezpieczeniowymi w oparciu o analizę potrzeb klienta.

Konieczność przeprowadzenia analizy potrzeb klienta, zapewnienia klientowi dostępu do informacji o produkcie przy zastosowaniu jednolitego wzoru karty produktu, a tym samym umożliwienie dokonania sprawnego porównania warunków ubezpieczenia, możliwość zadania dodatkowych pytań oraz uzyskanie odpowiedzi od profesjonalnych doradców znających zakres prezentowanej oferty, a także możliwość wyboru ubezpieczenia, to tylko niektóre z wzmacniających pozycję klienta rozwiązań wprowadzonych przez nowe regulacje.

Odpowiednio przeprowadzona analiza potrzeb klienta ma zagwarantować dobór zakresu i warunków ubezpieczenia adekwatnych do wymagań oraz oczekiwań klienta. Istotne jest więc aby informacje pozyskane w ramach dokonanej analizy pozwoliły na dobranie umowy ubezpieczenia zgodnej z wymaganiami i oczekiwaniami klienta.

Z drugiej strony przeprowadzona w szerokim zakresie analiza potrzeb klienta pozwala dystrybutorom dotrzeć do informacji, które mogą prowadzić do maksymalizowania zysków oraz obniżenia ryzyka przejścia klienta do konkurencji. Obowiązek przeprowadzenia analizy umożliwi więc dystrybutorom pozyskanie szczegółowych informacji o kliencie, które z perspektywy sprzedawcy mogą przyczynić się zarówno do sprzedaży krzyżowej - polegającej na oferowaniu dodatkowych usług lub produktów do zakupionego przez klienta ubezpieczenia, jak również do podwyższenia wartości zakupionego przez klienta ubezpieczenia, co pozwala zwiększyć zysk dystrybutora w ramach jednej transakcji. Analiza potrzeb ma służyć poznaniu oczekiwań klienta w zakresie produktu, którym jest zainteresowany, ale jednocześnie zapewnia możliwość przygotowania oferty na produkty, które mogą przydać się klientowi w przyszłości, ale których zakupem klient nie jest obecnie zainteresowany. Klienci powinni być informowani, że nie muszą ujawniać tych informacji, które nie odnoszą się wprost do produktu, którego w danej chwili poszukują. Natomiast

sprzedawcy powinni przewidywać wystąpienie ryzyka, iż niedopasowana sugestia dodatkowego lub droższego ubezpieczenia może spotkać się z odmową lub zniechęceniem klienta do całej transakcji.

Karta produktu, jako ustandaryzowany przez unijnego ustawodawcę dokument informacyjny o produkcie ubezpieczeniowym, stanowi podstawę do porównania warunków ubezpieczenia oferowanych przez różne zakłady ubezpieczeń. Jednak oprócz zakresu ochrony ubezpieczeniowej, zasad odstąpienia od umowy czy też obowiązków ubezpieczonego, przy zakupie produktu istotna jest jego cena. Brak ujęcia wysokości składki ubezpieczeniowej w ustalonym przez ustawodawcę wzorze karty produktu powoduje, iż klient nie ma możliwości dokonania pełnej analizy dostępnych na rynku produktów. W szczególności przy zakupie obowiązkowego ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej z precyzyjnie określonym ustawowo zakresem, karta produktu nie może zostać uznana za dokument, który ułatwi klientom podjęcie decyzji, gdyż nie zawiera kluczowej informacji o wysokości stawki z tytułu wymaganej ochrony ubezpieczeniowej. Ponadto w karcie produktu brakuje możliwości wskazania danych kontaktowych, nazwy oraz roli banku oferującego ubezpieczenie w ramach bancassurance, co oznacza, że karta produktu nie jest odpowiednio dostosowana zarówno do specyfiki każdego produktu, jak również do kanału dystrybucji ubezpieczeń w ramach którego prowadzona jest sprzedaż.

Możliwość podjęcia decyzji o skorzystaniu z oferty zakładu ubezpieczeń innego niż ten z którym współpracuje bank, oznacza swobodę wyboru produktu zapewniającego klientowi zabezpieczenie w przypadku ubiegania się o wsparcie finansowe w banku. W praktyce podjęcie przez klienta indywidualnej decyzji w sprawie skorzystania z dostępnej na rynku ochrony ubezpieczeniowej jest ograniczone i uwarunkowane akceptacją banku, która ma gwarantować, że ubezpieczenie będzie stanowiło odpowiednią formę zabezpieczenia zobowiązania finansowego. Bank, jako profesjonalny uczestnik rynku, został zobowiązany do weryfikacji przedstawionych przez klienta ofert różnych zakładów ubezpieczeń. W konsekwencji bank wskazuje klientowi, które ubezpieczenie gwarantuje odpowiednie zabezpieczenie dla danego zobowiązania finansowego, a tym samym to bank określa zakład ubezpieczeń, z którego oferty może skorzystać klient. Nałożone na bank zobowiązanie do weryfikacji oferty zakładu ubezpieczeń, z której zamierza skorzystać klient może oznaczać, iż swoboda wyboru zakładu ubezpieczeń przez klienta ma charakter pozorny, gdyż ofertę zakładu ubezpieczeń za odpowiednią uznaje bank, a nie klient. W praktyce nowe regulacje przyznają klientowi możliwość pozyskania oferty od różnych ubezpieczycieli, natomiast ostateczna decyzja w przedmiocie wyboru oferty oparta jest na stanowisku banku.

Nowe przepisy mają służyć poprawie standardów rynkowych, a w konsekwencji wzrostowi wzajemnego zaufania na linii klient-bank-zakład ubezpieczeń. Dlatego też działania banków jako dystrybutorów ubezpieczeń powinny służyć zabezpieczeniu interesu klienta ponad maksymalizację zysków i w zakresie stosowanych praktyk podlegać kontroli nadzorczej wykonywanej przez Komisję Nadzoru Finansowego.

Ustanowione przez regulatorów zobowiązania do prowadzenia działań informacyjnych oraz stosowania procedur minimalizujących zjawisko oferowania klientowi nieodpowiednio dobranego do jego potrzeb produktu bez wątpienia należy uznać za zbiór zasad rozszerzających zakres ochrony klienta, ale jednocześnie powodujących konieczność przeprowadzenia zmiany i negocjacji warunków współpracy banków z zakładami ubezpieczeń tj. przede wszystkim w zakresie odejścia od modelu współpracy opartego na sprzedaży ubezpieczeń grupowych na rzecz ubezpieczeń indywidualnych. Dla dalszego rozwoju sprzedaży ubezpieczeń za pośrednictwem kanału bancassurance istotne jest wyważenie proporcji między ochroną interesu klienta a odpowiednim ukształtowaniem formy współpracy banków z zakładami ubezpieczeń, tak aby sprzedaż ubezpieczeń w bankach zachowała swoją płynność i nie przestała być dla obu podmiotów opłacalna w związku z koniecznością dostosowania się do nowych regulacji. Istotne jest, iż Rekomendacja U¹⁴, składająca się na zakres regulacji bancassurance, nie tylko zobowiązuje banki do oferowania ubezpieczeń dobranych indywidualnie do potrzeb danego klienta, które generują większe koszty związane z koniecznością dokonania indywidualnej analizy potrzeb oraz oceny ryzyka danego klienta, ale także zawiera wytyczne dotyczące organizacji i funkcjonowania banku, które wiążą się z wprowadzeniem dodatkowych wewnętrznych regulacji.

Podsumowując należy uznać, iż omówione w niniejszej pracy nowe regulacje dotyczące oferowania ubezpieczeń w kanale bancassurance mają znaczący wpływ na wszystkich uczestników rynku, którzy zostali objęci ich zakresem i służą zarówno ochronie klienta, jak również wyeliminowaniu szeregu nieprawidłowości zidentyfikowanych na przestrzeni wielu lat na rynku sprzedaży ubezpieczeń. Jednocześnie istotne jest aby praktyka ich stosowania była przedmiotem szczególnej uwagi Komisji Nadzoru Finansowego, w szczególności przed podjęciem działań mających na celu dalsze próby uregulowania obszaru ochrony klienta czy też działalności bancassurance, gdyż nadmierna regulacja oraz szczegółowość wymaganych od klienta informacji i danych, może zniechęcić do korzystania z oferty zakupu ubezpieczenia za pośrednictwem banku.

¹⁴ Uchwała nr 183/2014 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 24 czerwca 2014 r. wraz z załącznikiem (Dz.Urz.KNF.14.12).