

- Open Life TU Życie stosował wobec konsumentów nieuczciwą sprzedaż (misselling) ubezpieczeń na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (UFK).
- Ubezpieczyciel sprzedawał konsumentom umowy UFK zawierające fundusze kapitałowe bardziej ryzykowne, niż wynikało to z potrzeb konsumentów i oceny ich profilu ryzyka, a także na okres dłuższy, niż sobie tego życzyli klienci.
- Prezes UOKiK Tomasz Chróstny nałożył na Open Life karę ponad 20 mln zł.

[Warszawa, 13 stycznia 2021 r.] Instytucje finansowe oferując produkty inwestycyjne np. ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, mają obowiązek - zgodnie z rozporządzeniem MIFID II - zweryfikować, czy przedstawiany konsumentom produkt jest dostosowany do ich potrzeb finansowych, doświadczenia inwestycyjnego i wiedzy, a także akceptowalnego poziomu ryzyka. W tym celu przedstawiają konsumentom do wypełnienia ankietę adekwatności. Jeżeli na podstawie wyników takiej ankiety okaże się, że produkt nie odpowiada potrzebom konsumenta, jest dla niego zbyt skomplikowany lub za ryzykowny, wówczas instytucja ubezpieczeniowa powinna odstąpić od sprzedaży takiego produktu inwestycyjnego i poinformować o tym na piśmie. Jeśli jednak konsument, świadomy ryzyka i specyfiki produktu, pomimo wszystko chce zawrzeć taką umowę, to może to zrobić wyłącznie po złożeniu pisemnego oświadczenia, w którym potwierdzi, że został poinformowany o braku adekwatności oferowanego produktu inwestycyjnego.

Prezes UOKiK Tomasz Chróstny w wyniku zawiadomienia ze strony Komisji Nadzoru Finansowego, po przeanalizowaniu w toku postępowania zawieranych przez Open Life TU Życie S.A. z konsumentami umów UFK oraz wypełnionych przez nich przy sprzedaży ankiet adekwatności, wydał decyzję stwierdzającą, że Open Life TU Życie S.A. **proponował konsumentom ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym nie odpowiadające ich potrzebom (misselling).**

W toku postępowania ustalono, że Open Life TU Życie S.A.:

- oferując konsumentom umowy UFK proponował produkty zawierające bardziej ryzykowne ubezpieczeniowe fundusze kapitałowe, niż życzyli sobie tego w ankiecie; przykładowo gdy konsument w ankiecie zaznaczył, że akceptuje średnie ryzyko

inwestycyjne, Spółka przedstawiała ofertę funduszy kapitałowych o podwyższonym ryzyku;

- zawierał z konsumentami umowy UFK na okres dłuższy, niż wskazany przez konsumentów, np. klienci zaznaczali, że są zainteresowani umową na maksymalnie 10 lat, a Open Life TU Życie proponował im umowy, które miały trwać znacznie dłużej - np. do ukończenia przez nich 85. roku życia. Takie działanie mogło narażać konsumentów na straty, gdyż w deklarowanym okresie na jaki chcieli zainwestować pieniądze, wybrane fundusze mogły nie tylko nie przynieść zakładanych zysków, a zrealizować straty ze względu na konstrukcję produktu;
- wprowadzał niektórych konsumentów w błąd, oferując im umowy UFK nieadekwatne do ich potrzeb i profilu ryzyka określonych na podstawie wypełnionej ankiety, jednocześnie przedstawiając im do podpisu oświadczenie, przenoszące na nich odpowiedzialność za podjętą przez ubezpieczyciela decyzję oraz nie informując ich o jego rzeczywistych skutkach.

*- Proponowanie konsumentom usług finansowych, które nie odpowiadają ich potrzebom oraz profilowi ryzyka jest zakazane przez prawo polskie i europejskie. To działanie nieuczciwe, narażające konsumentów na poniesienie przez nich strat finansowych wyższych, niż są w stanie zaakceptować. To niewątpliwie również przejaw braku odpowiedzialności ze strony instytucji finansowej i nadużycie zaufania klientów, którzy mają prawo oczekiwać, że ubezpieczyciel - jako instytucja zaufania publicznego - zaoferuje im produkt dostosowany do potrzeb i profilu ryzyka. Open Life TU Życie S.A. naruszył zbiorowe interesy konsumentów i za nieuczciwe praktyki został ukarany kwotą ponad 20 mln zł - mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.*

Prezes Urzędu uznał, że ubezpieczyciel Open Life TU Życie naruszył zbiorowe interesy konsumentów i nałożył łącznie karę finansową ponad 20 mln zł (20 011 600 zł). Kwestionowane w decyzji praktyki przedsiębiorca stosował od 2016 r. do drugiej połowy 2018 r. w zakresie missellingu, a w zakresie wprowadzania konsumentów w błąd - do końca 2018 r. Decyzja nie jest prawomocna i Spółka ma możliwość odwołać się do sądu.

#### **Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 22 290 89 16 - infolinia konsumencka  
E-mail: [porady@dlakonsumentow.pl](mailto:porady@dlakonsumentow.pl)



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

[Rzecznicy konsumentów](#) - w Twoim mieście lub powiecie