

Miesięcznik **Ubezpieczeniowy**

ISSN 1732-2413 • WSZYSTKO, CO TRZEBA WIEDZIEĆ O RYNKU UBEZPIECZEŃ • TOM 22 | NUMER 6 | CZERWIEC 2025 • 2 CZERWCA 2025



© Espresso/stock.adobe.com

W N U M E R Z E :

Ubezpieczenia turystyczne

Globalizacja a rynek lokalny

Sztuczna inteligencja/Sprawozdania finansowe/ Reguła 5R

Prenumerata

Miesięcznik Ubezpieczeniowy, co do zasady, dostępny jest jedynie dla profesjonalistów branży ubezpieczeniowej w rocznej prenumeracie (11 numerów, bo wakacyjny łączony). **MU** wydawany jest jedynie w wersji papierowej.

Wyjątkiem są numery specjalne, które dystrybuujemy szeroko na rynku w liczbie około 4-5 tysięcy egzemplarzy. W tej chwili to:

- Kalejdoskop Multiagentów (marzec)
- Almanach Brokerów (maj)
- Najlepsze w ubezpieczeniach (wrzesień)



PRENUMERATA

indywidualna (1 egzemplarz)	2 600 zł
firmowa (3 egzemplarze)	3 100 zł
korporacyjna mała (10 egzemplarzy)	5 200 zł
korporacyjna średnia (25 egzemplarzy + PDF)	9 700 zł
korporacyjna duża (50 egzemplarzy + PDF)	17 200 zł

wszystkie ceny podane brutto

ZAMÓWIENIA

prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl

TEMAT MIESIĄCA: TURYSTYKA

- 06 Ochrona podróży to ważne zadanie ustawowe UFG – MAŁGORZATA ŚLEPOWROŃSKA
- 10 Od „ceny wakacji” do „ceny spokojnego urlopu” – transformacja świadomości klientów biur podróży – MAŁGORZATA JAKUTA
- 12 Współczesne wyzwania rynku gwarancji ubezpieczeniowych dla branży turystycznej – ALEKSANDRA KOWALCZYK
- 15 Biura podróży o ubezpieczeniach
- 16 T.R.A.V.E.L. – czyli jak skutecznie można sprzedąć ubezpieczenie turystyczne – KAMILA JANKOWSKA
- 18 Last minute, last risk w ubezpieczeniach turystycznych – finansowa kalkulacja, która się opłaca – MAŁGORZATA SKIBIŃSKA
- 20 Ubezpieczenia turystyczne w erze instant – MARTA MISZA
- 22 Ubezpieczenia podróży – jak zbudować przewagę ofertową w oparciu o zmieniające się potrzeby klientów? – ANNA WIECONKOWSKA

TEMAT MIESIĄCA GLOBALIZACJA A RYNEK LOKALNY

- 24 Globalizacja a rynki lokalne w sektorze ubezpieczeń – BARTOSZ BIGAJ
- 26 Globalizacja, rynki lokalne, przyszłość – okiem polskiego brokera – RAFAŁ KASZUBOWSKI
- 28 Globalizacja – nowe wyzwania i kierunki – SŁAWOMIR BĄK
- 34 Europa Środkowo-Wschodnia w obliczu wojen handlowych – MATEUSZ DADEJ

SZTUCZNA INTELIGENCJA

- 38 Okiełznać globalną technologię na lokalnym rynku – MARCIN HADYŚ

PRAWO

- 40 Dobre zakończenie – STANISŁAWA ŚWIST-ZAWADA, ANNA NOWAKOWSKA-ZDOLSKA

RACHUNKOWOŚĆ

- 42 Rezerwy na świadczenia pracownicze – między obowiązkiem a strategią – MARTA MAŁEK-BERNADZIKOWSKA, RYSZARD MICHAŁSKI
- 44 Największe wyzwania przy badaniu sprawozdania finansowego i SFCR ubezpieczyciela – PRZEMYŚŁAW KOBLAK

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

- 46 Lustrzane odbicie ryzyka: rola BIA w zawieraniu polis BI – BARTOSZ SADKOWSKI

AKTUARIAT

- 50 Solvency UK: Co zmienia się dla ubezpieczycieli w Wielkiej Brytanii? – IZABELLA KUKLA

PODATKI

- 52 Zmiany w raportowaniu MDR istotne dla branży ubezpieczeniowej – DOMINIK NIEWADZI, ALEKSANDRA ZYCH

ZARZĄDZANIE ZMIANĄ

- 54 Reguła 5R w zarządzaniu zespołem – wskazówki rozwojowe, które konsultanci zachowują dla siebie – ANDRZEJ ŚMIECH

HR

- 56 O szacunku – MAGDALENA BYLINOWICZ

OKIEM JĘZYKOZNAWCY

- 57 Wielkie litery, agent i broker – RADOŚLAŃ PAWELEC

FELIETON

- 58 Oczywista oczywistość – MICHAŁ MAŁCZYŃSKI

Miesięcznik
Ubezpieczeniowy

REDAKTOR NACZELNY:

REDAKCJA:

Marcin Z. Broda
Eliza Kosicka
Anna Sitarek
Małgorzata Szewczyk
Karolina Zysk-Wieczorek

marcin.z.broda@ogma.pl
eliza.kosicka@ogma.pl
anna.sitarek@ogma.pl
malgorzata.szewczyk@ogma.pl
karolina.zysk-wieczorek@ogma.pl
prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl
reklama@uwik.pl

PRENUMERATA:

REKLAMA:

W kolejnym numerze m.in.
Transportowe
Rynek pracy

Wydawca: Ogma Sp. z o.o., ul. Franciszka Klimczaka 8A/69, 02-797 Warszawa. ISSN: 1732-2413

Materiały oznaczone logotypem są artykułami sponsorowanymi.

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo redagowania nadesłanych tekstów, nie odpowiada za treść zamieszczonych reklam i ogłoszeń.

Skład i łamanie: GRAFISTAS Magdalena Gałat. Druk: Drukarnia Szmydt.

InterRisk z platformą IRON – nowy poziom w sprzedaży ubezpieczeń

InterRisk uruchomił nową platformę IRON.

Powstała we współpracy z agentami ubezpieczeniowymi, którzy wezmą także aktywny udział w towarzyszącej jej kampanii informacyjnej. Narzędzie już jest dostępne i umożliwia szybkie i wygodne zawieranie ubezpieczeń w ramach Pakietu AUTO+. Kolejne moduły i funkcjonalności będą dodawane sukcesywnie. Największe zalety platformy InterRisk to bezpieczeństwo, szybkość działania i wysoka efektywność.

IRON – MOCNY SOJUSZNIK AGENTA W SPRZEDAŻY POLIS

Celem InterRisk było stworzenie efektywnego rozwiązania, które będzie wspierać agentów w ich codziennej pracy, a w przyszłości również klientów. Taką funkcję ma pełnić IRON – nowa Platforma Interakcji InterRisk.

– Cyfrowa transformacja jest jednym z filarów strategii Vienna Insurance Group. Zapewnienie rozwiązań technologicznych przyjaznych użytkownikowi ma obecnie kluczowe znaczenie i jest jednym z czynników decydujących o sukcesie biznesowym. Życzę InterRisk udanego wdrożenia i znaczącego rozwoju biznesu oraz bardzo dziękuję wszystkim osobom zaangażowanym w projekt. Takie inicjatywy są dowodem na to, że innowacja i skuteczność idą u nas w parze – **stwierdza Harald Riemer, członek Zarządu Vienna Insurance Group AG Wiener Versicherungsgruppe i przewodniczący Rady Nadzorczej spółek VIG w Polsce.**

IRON może pochwalić się wieloma praktycznymi funkcjonalnościami. Intuicyjny panel użytkownika powstał zgodnie z zasadami projektowania UX. Całość wyróżnia minimalistyczny design. Prosta ścieżka i intuicyjny kokpit zapewniają łatwość poruszania się po platformie. Automatyczne zaciąganie danych klienta i kompresowanie zdjęć, możliwość porównania wariantów na jednym ekranie, a także możliwość wysyłki oferty bezpośrednio z poziomu IRON gwarantują oszczędność czasu.

– IRON to nasza odpowiedź na potrzeby rynku. Zależało nam, aby zapewnić naszym agentom i klientom cyfrowy komfort w codziennych wyzaniach. To dopiero początek – traktujemy tę platformę jako solidny fundament do dalszego rozwoju i wdrażania nowych funkcjonalności. Niezmiennie koncentrujemy się na innowacjach, inwestując w nowoczesne i bezpieczne rozwiązania – **mówi Piotr Narloch, prezes InterRisk TU SA Vienna Insurance Group.**

GŁOS AGENTÓW MA ZNACZENIE

Kluczowym elementem podczas tworzenia nowej platformy InterRisk była ścisła współpraca z agentami i menadżerami sprzedaży. Aż 170 z nich wzięło udział w warsztatach i testach, dzieląc się swoimi doświadczeniami i oczekiwaniami. To ich perspektywa ukształtowała ostateczny kształt narzędzia – funkcjonalnego, intuicyjnego i realnie wspierającego codzienną pracę.

– Dzięki tak bliskiej współpracy InterRisk i pośredników możliwe było zaproponowanie intuicyjnej ścieżki. Chcieliśmy, aby IRON był narzędziem skrojonym na miarę oczekiwań naszych agentów. Jako najważniejsze wskazali oni: skrócenie czasu



Korzystaj z nowej platformy InterRisk i przygotuj oferty w mgnieniu oka.

Na start włączamy **Pakiet AUTO+**. Kolejne ubezpieczenia już wkrótce!

Zaloguj się: iron.interrisk.pl

przygotowywania oferty, dostęp do większej liczby baz danych, szybką kalkulację oraz prostotę rozwiązania. Wszystkie te kwestie, jak i wiele innych, zostały przez nas uwzględnione w trakcie projektowania narzędzia. W efekcie powstała w pełni intuicyjna platforma, która posiada m.in. automatyczne zaciąganie danych, opcję porównywania wariantów w ramach jednej oferty, innowacyjną APK czy uproszczony wydruk oferty i polis – **podkreśla Daniel Kaliszuk, członek Zarządu InterRisk TU SA Vienna Insurance Group odpowiedzialny za pion sprzedaży ubezpieczeń.**

BEZPIECZNIE Z IRON

IRON to narzędzie, które ma zrewolucjonizować sposób pracy agentów. Logowanie do systemu jest dwuetapowe, zgodnie z Rozporządzeniem w sprawie operacyjnej odporności cyfrowej (DORA).

– IRON umożliwia agentom szybsze i bardziej efektywne działanie. Dodam, że jesteśmy jednym z pierwszych Towarzystw Ubezpieczeniowych w Polsce, które wprowadziło podwójne uwierzytelnianie w dostępie do platformy. Zapewnia najwyższy poziom zabezpieczenia danych naszych agentów i klientów. Bezpieczeństwo jest dla nas priorytetem – **zaznacza Martin Stenitzer, członek Zarządu InterRisk TU SA Vienna Insurance Group odpowiedzialny za obszar IT.**

PAKIET AUTO+ NA START – KOLEJNE MODUŁY JUŻ WKRÓTCE!

Obecnie agenci mają dostęp do Pakietu AUTO+, który umożliwia sprawne tworzenie ofert ubezpieczeń komunikacyjnych. – W pierwszej kolejności została udostępniona sekcja ubezpieczeń komunikacyjnych, które jak pokazują doświadczenia naszych agentów, zajmują najwięcej czasu w ich codziennej pracy. Z pewnością przyczyni się to do zwiększenia efektywności i komfortu pracy naszych partnerów – dodaje Martin Stenitzer. Przed InterRisk dalszy rozwój platformy. Zgodnie z metodyką Agile, IRON będzie rozwijany stopniowo. Tak, aby każda nowa funkcjonalność była w pełni dopracowana i dostosowana do realnych wymagań agentów. Spółka tworzy zintegrowane narzędzie, w którym będą dostępne wszystkie rozwiązania ubezpieczeniowe InterRisk, a docelowo również panel obsługi dla klienta. □



Ubezpieczaj od ręki

InterRisk 
VIENNA INSURANCE GROUP

Korzystaj z **nowej platformy**
InterRisk i przygotowuj
oferty w mgnieniu oka.



Na start włączamy
Pakiet AUTO+.
Kolejne
ubezpieczenia
już wkrótce!

A man in a blue suit and tie is smiling and looking at a tablet computer. He is pointing at the screen with his right hand. The background is blurred, showing an office environment.

Zaloguj się: iron.interrisk.pl



MAŁGORZATA ŚLEPOWROŃSKA

prezes zarządu Ubezpieczeniowego
Funduszu Gwarancyjnego

Ochrona podróżnych to ważne zadanie ustawowe UFG

To już blisko dekada odkąd w zadaniach i kompetencjach Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego znajduje się prowadzenie Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. W tym czasie nasza rola i ochrona świadczona dla branży turystycznej oraz jej klientów znacząco wzrosła. O tym, jak bardzo jest ona istotna, można się było przekonać już nie raz, nie tylko w okresie pandemii Covid-19. – MAŁGORZATA ŚLEPOWROŃSKA

Naszą macierzystą i podstawową branżą, dla której uczestników – głównie klientów i ubezpieczycieli – świadczymy liczne usługi, jest oczywiście branża ubezpieczeniowa. To właśnie wieloletnia i bardzo owocna współpraca z podmiotami z rynku ubezpieczeniowego przyniosła nam ogrom cennych doświadczeń, co z kolei dostrzegł ustawodawca. **Rozszerzenie przez niego naszych kompetencji i objęcie ochroną klientów podmiotów z kolejnych branż (obecnie turystycznej i deweloperskiej) traktujemy jako dowód uznania dla naszej wcześniejszej pracy, właśnie na rzecz rynku ubezpieczeniowego.**

Jesteśmy dumni z tego, że nasze sprawne działania w tym obszarze zaowocowały utworzeniem kolejnych funduszy gwarancyjnych, które służą ważnym interesom społecznym. Z pewnością jednym z nich jest ochrona podróżnych korzystających ze zorganizowanych wyjazdów turystycznych, tym bardziej że ich liczba nieustannie rośnie – **w ubiegłym roku objęliśmy ochroną funduszy turystycznych blisko 9 mln osób.**

DWA FILARY SYSTEMU OCHRONY PODRÓŻNYCH

Zanim powstał Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (TFG) system ochrony podróżnych, korzystających z usług biur podróży (a dokładniej – organizatorów turystyki oraz przedsiębiorców ułatwiających nabywanie powiązanych usług turystycznych), ograniczał się do jednego filaru. Było nim obowiązkowe zabezpieczenie na wypadek niewypłacalności takiego podmiotu. Zabezpieczenie mogło mieć postać gwarancji ubezpieczeniowej (najczęściej wybieranej), gwarancji bankowej lub ubezpieczenia. I chociaż sektor ubezpieczeniowo-bankowy wywiązywał się ze swojej roli gwaranta bez zarzutu, wielokrotnie uruchamiając szybko i sprawnie środki z zabezpieczenia, to w praktyce zdarzało się, że były one niewystarczające. Wynikało to w dużej

mierze z prężnego rozwoju rynku turystycznego i faktu, że **sumy gwarancji, które posiadały podmioty turystyczne, w momencie ogłoszenia niewypłacalności okazywały się zbyt niskie, by pokryć wszystkie roszczenia poszkodowanych klientów, tj. osób, które w danym momencie przebywały na wyjeździe i musiały go przerwać, a także tych, które na opłaconą wycieczkę nie zdążyły jeszcze wyjechać.**

Utworzenie Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego było odpowiedzią ustawodawcy na takie wyzwania, zaś celem – ochrona obywateli korzystających z usług legalnie działających biur podróży (precyzyjnie: organizatorów turystyki lub przedsiębiorców ułatwiających nabywanie powiązanych usług turystycznych). Była to także odpowiedź na apele samej branży turystycznej, by taki fundusz powstał – na wzór rozwiązań funkcjonujących już wówczas na innych rynkach. Takie rozwiązanie pozytywnie wpływa bowiem na poczucie bezpieczeństwa klientów, a tym samym na wzrost zainteresowania usługami przedsiębiorców oferujących zorganizowane wyjazdy turystyczne. Obrazuje to poniższy wykres (wyjawszy okres obostrzeń związanych z pandemią Covid-19).

Do utworzenia TFG doszło w 2016 r., a jego prowadzenie powierzono Ubezpieczeniowemu Funduszowi Gwarancyjnemu. TFG stał się w ten sposób II filarem ochrony podróżnych, uruchamianym w sytuacji, gdy obowiązkowe zabezpieczenie przedsiębiorcy turystycznego na wypadek niewypłacalności okaże się niewystarczające. Od chwili powstania TFG do końca pierwszego kwartału 2025 r. niewypłacalność ogłosiło 38 przedsiębiorców turystycznych. W tym czasie fundusz był uruchamiany 11 razy, a wypłaty liczone są w milionach złotych. Oczywiście nadal gromadzimy środki w TFG, by w przyszłości, w razie niewypłacalności przedsiębiorcy turystycznego,

wspomóc poszkodowanych klientów i zapewnić im zwrot wszystkich wpłaconych pieniędzy za usługi turystyczne, z których nie skorzystali. Wszystko to dlatego, że **każdy podróżny korzystający z usług legalnie działającego organizatora podróży musi mieć pewność, że on i jego pieniądze wpłacone na wczasy czy wycieczkę są chronione.**

TFG TO NIE WSZYSTKO

Niestety rok 2020 i wybuch pandemii Covid-19 spowodował tak duże zawirowania na rynku turystycznym, że konieczne było pilne wdrożenie innych rozwiązań. Była to okoliczność, której nikt wcześniej nie przewidział i nie było w związku z tym adekwatnych do sytuacji narzędzi i zabezpieczeń. Ustawodawca zareagował błyskawicznie, tworząc Turystyczny Fundusz Zwrotów (TFZ) i powierzając jego obsługę Ubezpieczeniowemu Funduszowi Gwarancyjnemu.

Przypomnijmy, że wówczas to na skutek wprowadzonych obostrzeń wiele imprez turystycznych po prostu nie mogło dojść do skutku. A ich organizatorzy byli zobowiązani do zwrotu pieniędzy swoim klientom. Pieniądzy, których często nie mieli już na kontach, gdyż zostały one wykorzystane do opłacenia zaliczek czy finansowania bieżącej działalności. Rząd przeznaczył wówczas 300 mln zł ze środków publicznych na wsparcie branży turystycznej. Zasiłki one nowo utworzony Turystyczny Fundusz Zwrotów (TFZ).

Powierzenie nam obsługi TFZ wymagało od nas błyskawicznej reakcji. Konieczne było bowiem zbudowanie odpowiedniego systemu informatycznego i uruchomienie go w rekordowo krótkim czasie (w zaledwie kilka miesięcy). Dzięki naszemu doświadczeniu w obszarze nowych technologii – zdobywanemu przez lata na rynku ubezpieczeniowym – byliśmy w stanie podjąć temu zadaniu. W rezultacie **od października 2020 r. do maja 2021 r. obsłużyliśmy ponad 100 tys. wniosków i wypłaciliśmy ponad 226 mln zł (pieniądze pochodziły ze środków publicznych) za imprezy turystyczne odwołane z powodu pandemii.** I chociaż obecnie nie wypłacamy już środków z TFZ, to do dziś zapewniamy obsługę tego funduszu w zakresie zwrotów dokonywanych przez przedsiębiorców turystycznych. Wsparcie z TFZ stanowiło bowiem pomoc zwrotną, umożliwiającą jak najszybsze oddanie pieniędzy konsumentom – klientom biur podróży. Przedsiębiorcy mają zaś obowiązek zwrócić te środki w ciągu 6 lat.

Doświadczenia płynące z pandemii, w tym przede wszystkim brak rozwiązań na takie okoliczności, skłoniły ustawodawcę do tego, by utworzyć kolejny fundusz turystyczny – taki, który w przyszłości będzie wspierał branżę i jej klientów w nagłych, nieprzewidzianych sytuacjach, jak np. pandemic, wojny, kataklizmy itp. I tak w 2020 r. powstał Turystyczny Fundusz Pomocowy (TFP), a naturalnym wyborem w kwestii podmiotu zarządzającego nim okazał się ponownie UFG. Mimo stosunkowo krótkiego okresu funkcjonowania tego funduszu decyzja o jego uruchomieniu była podejmowana już kilkakrotnie. Z TFP wypłaciliśmy do tej pory w sumie ponad 10 mln zł.

Należy podkreślić, że **podobnie jak w ubezpieczeniach, tak i w turystyce stawiamy na najnowsze, cyfrowe rozwiązania.** Wszystkie procedury związane z funkcjonowaniem funduszy turystycznych są w pełni z informatyzowane.

W TROSCE O BEZPIECZEŃSTWO PODRÓŻNYCH

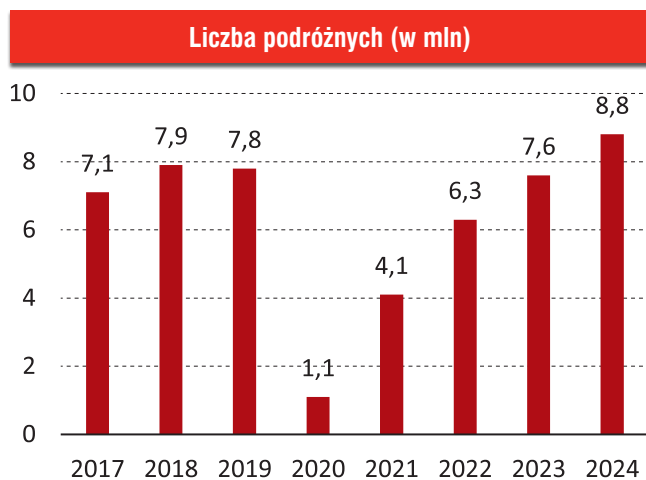
Nasza działalność w obszarze turystyki nie ogranicza się do zarządzania funduszami zabezpieczającymi podróży. Jako że fundusze „zadziałają” tylko w określonych przypadkach, **dużą wagę przykładamy także do budowania świadomości i edukowania konsumentów, jak korzystać z usług turystycznych,** by w razie problemów objęła ich ochrona funduszy turystycznych. Na rynku tym działają bowiem osoby i podmioty, które organizują wyjazdy z pominięciem wymogów ustawowych, o czym niestety dość regularnie informują media.

Dla przypomnienia – organizator turystyki oraz przedsiębiorca ułatwiający nabywanie powiązanych usług turystycznych jest zobowiązany posiadać wpis do rejestru przedsiębiorców turystycznych oraz zabezpieczenie na wypadek niewypłacalności, a także odprowadzać składki na TFG i TFP. Od tej zasady są naprawdę nieliczne wyjątki, dotyczące wyjazdów organizowanych okazjonalnie, niezarobkowo i wyłącznie dla ograniczonej grupy podróży (wszystkie warunki muszą być spełnione łącznie), podróży trwających krócej niż 24 h i nieobjętych noclegu oraz imprez turystycznych nabywanych w ramach umowy generalnej o organizowanie podróży służbowych.

Należy podkreślić, że Fundusz ułatwia potencjalnym klientom sprawdzenie przedsiębiorców turystycznych. **Prowadzimy Centralną Ewidencję Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorców Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych,** którą udostępniamy na naszej stronie internetowej. Dzięki temu każda osoba zainteresowana wykupieniem wycieczki może sprawdzić, czy dany przedsiębiorca turystyczny posiada wymagany wpis do rejestru oraz obowiązujące zabezpieczenie finansowe na wypadek swojej niewypłacalności. Wystarczy wejść na stronę ewidencja.ufg.pl i wpisać np. nazwę podmiotu lub NIP. W ewidencji widnieje obecnie ok. 5,5 tys. przedsiębiorców turystycznych.

Podejmujemy też liczne działania na łamach mediów, by promować wśród klientów branży turystycznej zasady rozsądnego i bezpiecznego podróżowania. Należy podkreślić, że **przypominamy nie tylko o sprawdzeniu organizatora, ale – jako instytucja związana przede wszystkim z rynkiem ubezpieczeniowym – również o odpowiednim, adekwatnym do potrzeb ubezpieczeniu turystycznym.**

Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny jest dziś podmiotem mocno zaangażowanym w działalność trzech branż: ubezpieczeniowej, turystycznej i deweloperskiej. Na przestrzeni ponad 30 lat działalności nasze kompetencje znacząco wzrosły. Postrzegamy to jako kolejny czynnik wzmacniający naszą organizację. Współpraca z tak różnorodnymi partnerami branżowymi wzbogaca nasze doświadczenie oraz poszerza perspektywę, co oczywiście służy również naszej branży macierzystej – ubezpieczeniom. □



Źródło: Opracowanie własne.



KATARZYNA SZEPCZYŃSKA
*Dyrektor Sprzedaży Ubezpieczeń Turystycznych
Europa Ubezpieczenia*

Europa Ubezpieczenia: polisy na miarę trendów turystycznych

W Europa Ubezpieczenia uważnie śledzimy zmiany na rynku turystycznym i dynamicznie dostosowujemy nasze produkty do nowych potrzeb podróżujących. Rosnąca popularność aktywnej turystyki czy wyjazdów w mniej oczywiste kierunki – to tylko niektóre zmiany na rynku turystycznym, do których dostosowaliśmy naszą ofertę ubezpieczeń podróży.

#Europajestbliżej

Ostatnie lata przyniosły istotne zmiany w sposobie podróżowania – zarówno pod względem kierunków, jak i oczekiwań klientów. Pandemia, rosnące zainteresowanie aktywną turystyką, czy zmieniająca się demografia turystów stały się impulsem do ewolucji produktów ubezpieczeniowych. W Europa Ubezpieczenia w odpowiedzi na te potrzeby rozwijamy ofertę, która nie tylko spełnia nowe oczekiwania klientów, ale też kształtuje rynkowe trendy.

WIĘKSZA ŚWIADOMOŚĆ, WIĘKSZE ZAPOTRZEBOWANIE

Zarówno pandemia, jak i zdarzenia losowe w ostatnich latach takie jak pożary, powódzie czy działania wojenne zwiększyły świadomość Polaków co do potencjalnych ryzyk związanych z podróżowaniem. Codzienne relacje w telewizji, w prasie, a także w mediach społecznościowych, które informują o sytuacjach kryzysowych w popularnych kierunkach turystycznych, sprawiają, że podróżni są coraz bardziej wyczuleni na ewentualne zagrożenia. W ostatnich latach nastąpił też dynamiczny rozwój rynku usług turystycznych. Polacy podróżują coraz więcej. Są odważni i otwarci na wyzwania. Sami, na własną rękę organizują wyprawy albo wspierają się sprawdzonymi biurami podróży, które profesjonalnie pomagają im w organizacji podróży. W ostatnich dwóch latach biura podróży w Polsce notują rekordowe wzrosty liczby klientów. Ostatnie badania wskazują, że w tym roku już połowa wyjeżdżających na urlop Polaków może go spędzić za granicą.

Zmianie ulega ponadto sposób podróżowania przez Polaków. Jak wynika z badania zrealizowanego przez ARC Rynek i Opinia w maju br. – Polacy, coraz chętniej wybierają aktywne wyjazdy sportowe oraz podróże przygodowe obejmujące np. trekking. Tego typu wakacje wybiera już jedna czwarta Polaków. Wyraźne trendy rysują się też w odniesieniu do kierunków podróży. Choć kraje Europy śródziemnomorskiej takie jak Włochy, Hiszpania czy Grecja są zdecydowanie preferowane przez Polaków jako miejsca spędzania wakacji (56%), to aż 23% Polaków chciałoby odwiedzić w najbliższych latach kraje azjatyckie, 19% – Amerykę Północną, 22% Karaiby i kraje Ameryki Środkowej, a aż 15% – Australię i Oceanie.

TRAVEL WORLD, CZYLI DOPASOWANA OCHRONA

W ostatnich latach obserwujemy wyraźny wzrost zainteresowania ubezpieczeniami turystycznymi, co jest efektem zarówno trendów na rynku usług turystycznych, jak i rosnącej świadomości Polaków na temat konieczności posiadania ochrony podczas podróży. Szczególnym zainteresowaniem cieszy się oferowane przez Europa Ubezpieczenia polisa Travel World, która zapewnia kompleksową ochronę klientom podróżującym za granicę. Travel World to odpowiedź na złożoność dzisiejszych podróży – zarówno tych standardowych, jak i bardziej wymagających. To kompleksowe ubezpieczenie podróżne, które łączy szeroki zakres ochrony z elastycznością i personalizacją. W ramach Travel World – oferujemy m.in.:

- Wysokie sumy ubezpieczenia kosztów leczenia do 500 tys. EUR.
- Odrębną sumę ubezpieczenia na transport medyczny – 150 tys. EUR w wariancie VIP
- Nielimitowane koszty transportu w wariancie The Best
- Szeroki katalog sportów letnich w zakresie ochrony we wszystkich wariantach ubezpieczenia.
- Następstwa chorób przewlekłych i psychicznych w zakresie ochrony

Ochroną obejmujemy również zdarzenia powstałe pod wpływem alkoholu oraz ubezpieczenie OC obejmujące szkody majątkowe i szkody osobowe. Ubezpieczamy też bagaż na wypadek np. zgubienia, kradzieży czy utraty z winy przewoźnika. Dodatkowo umożliwiamy bezpłatne przedłużenie ochrony o 5 dni w sytuacjach nagłych. W przypadku koniecznego kontaktu z Centrum Pomocy, zwracamy koszty połączeń telefonicznych. Udostępniliśmy również możliwość bezpłatnego zgłoszenia zdarzenia za pośrednictwem wifi-call – to bardzo istotne, kiedy klienci przebywają w odległych, egzotycznych destynacjach, gdzie koszty połączeń są bardzo wysokie. To wszystko powoduje, że ubezpieczenie Travel World jest kompleksowe i można je dostosować do potrzeb każdego Klienta.

EDUKACJA KLIENTA ZACZYNA SIĘ PRZY BIURKU

Choć świadomość Polaków co do ubezpieczeń systematycznie rośnie, w dalszym ciągu jest w tym obszarze wiele do zrobienia. Jak pokazują badania, jedynie 1/3 badanych kupuje ubezpieczenia podróżne za każdym razem, gdy wyjeżdża za granicę, a 46% robi to w zależności od wybranego kierunku lub czasu trwania wyjazdu. Decyzje co do zakupu opierają się też często na cenie, a nie zakresie ochrony. Wśród Klientów biur podróży pokutuje przekonanie, że podstawowa polisa, w której suma ubezpieczenia sięga 100-150 tys. złotych będzie wystarczająca w każdej okoliczności. Często nie zdają sobie sprawy, że zbyt niski limit na koszty leczenia może prowadzić do sytuacji, w której, w przypadku poważnej choroby czy wypadku, całość kosztów nie zostanie pokryta. W krajach takich jak Stany Zjednoczone, Kanada czy nawet w niektórych krajach europejskich koszty hospitalizacji, transportu medycznego czy leczenia specjalistycznego mogą sięgać setek tysięcy złotych.

Branża turystyczna i ubezpieczeniowa powinny nieustannie prowadzić wspólne działania edukacyjne mające na celu zwiększenie świadomości ubezpieczeniowej podróżujących za granicę Polaków. Największą rolę odgrywają tu agenci ubezpieczeniowi oraz pracownicy biur podróży, którzy są pierwszym punktem kontaktu dla klienta. Ich wiedza i umiejętność przekazania istotnych informacji o polisach – m.in. sumie ubezpieczenia kosztów leczenia, ochronie dla osób z chorobami przewlekłymi czy ryzykach związanych ze sportami – są kluczowe dla zwiększenia świadomości i bezpieczeństwa podróżnych.

PRZYKŁADY, KTÓRE MÓWIĄ WIĘCEJ NIŻ STATYSTYKA

Potrzebę odpowiedniego ubezpieczania Klientów najlepiej ilustrują prawdziwe zdarzenia naszych ubezpieczonych z życia wzięte. Jeden z Klientów TU Europa, podczas kitesurfingu w Egipcie doznał on poważnego urazu głowy. Łączne koszty leczenia, hospitalizacji i transportu medycznego do Polski wyniosły 407 tys. zł. Inna ubezpieczona przebywająca w Tajlandii z niepełnoletnim dzieckiem, uległa poważnemu wypadkowi na łodzi, w wyniku którego doznała uszkodzenia kręgosłupa. W związku z poważnym charakterem obrażeń, poszkodowana wymagała pilnej hospitalizacji.

Dodatkowo, ze względu na konieczność transportu powrotnego do kraju w pozycji leżącej, zorganizowano lot na noszach z asystą medyczną i transport karetką oraz transport dla osoby małoletniej, która towarzyszyła poszkodowanej. Łączna suma kosztów związanych z leczeniem i transportem wyniosła 340 tys. zł. Każdy z tych przypadków pokazuje, jak wysokie mogą być wydatki związane z wypadkami zagranicą opieką medyczną i transportem, a odpowiednio dobrane ubezpieczenie pokrywa pełne koszty, ratując nie tylko zdrowie, ale i domowy budżet klienta.

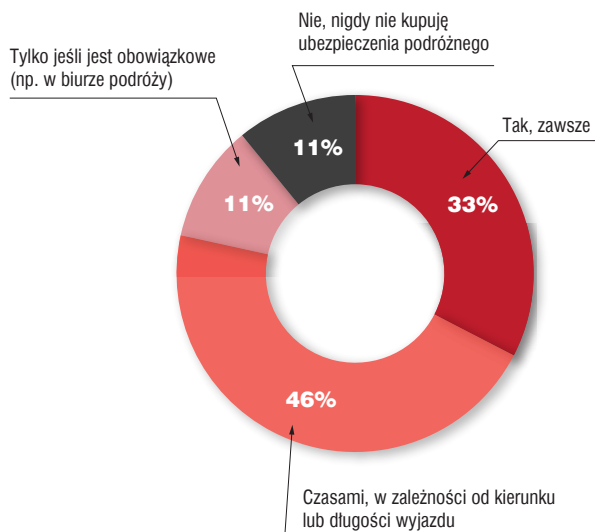
UBEZPIECZENIE JAKO REALNA WARTOŚĆ

Współczesne ubezpieczenie turystyczne nie może być traktowane wyłącznie jako „formalny dodatek” do wakacji. Klienci oczekują dziś kompleksowej ochrony, szybkiego wsparcia i elastyczności. Sukces produktów takich jak Travel World pokazuje, że rynek ubezpieczeń turystycznych w Polsce dojrzeva – zarówno po stronie klientów, pośredników jak i ubezpieczycieli. TU Europa pozostaje aktywnym uczestnikiem tej zmiany, stale rozwijając swoje portfolio i wspierając partnerów w oferowaniu ochrony, która naprawdę działa tam, gdzie klienci najbardziej jej potrzebują.

UBEZPIECZENIA TURYSTYCZNE KLUCZOWE DLA EUROPA UBEZPIECZENIA

Ubezpieczenia turystyczne zajmują kluczowe miejsce w strategii firmy Europa Ubezpieczenia. Od 15 lat dbamy o bezpieczeństwo podróżujących. Misją naszej firmy jest doradztwo i wspieranie Klientów, ale też biur podróży w zakresie ubezpieczeń podróży oraz działalności organizatorów turystyki w zakresie gwarancji ubezpieczeniowych na wypadek niewypłacalności. Nasze działania mają na celu zapewnienie pełnej ochrony klientom, dzięki czemu podróże stają się bezproblemowe i komfortowe. Współpracując z ponad 700 partnerami w całej Polsce oraz oferując ubezpieczenia w innych kanałach, zapewniamy swoim partnerom kompleksową obsługę obejmującą profesjonalne doradztwo oraz szeroką gamę produktów ubezpieczeniowych, dostosowywanych do specyfiki działalności każdego biura podróży oraz klienta indywidualnego. □

Czy wykupujesz ubezpieczenie podróżne przed wyjazdami turystycznymi?



Źródło: Badanie ARC Rynek i Opinia, maj 2025.

Miesięcznik Ubezpieczeniowy

• WSZYSTKO, CO TRZEBA WIEDZIEĆ O RYNKU UBEZPIECZEŃ •

Prenumerata

Aby zamówić prenumeratę:

- **NAJPROŚCIEJ** – wypełnij formularz zamówienia
- **W KAŻDEJ CHWILI** – napisz (e-mail: prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl)

Kolejne tematy...

...czyli o czym będziemy pisać w najbliższej przyszłości

- Transportowe
- Rynek pracy

W każdym numerze...

...najpopularniejsze stałe działy

- wyzwania HR
- poprawność językowa w ubezpieczeniach
- rozkładówki, czyli rynek w liczbach

Ponadto...

...w cyklach tematycznych

- aktuariat
- podatki
- zarządzanie zmianą





———— Miesięcznik ————
Ubezpieczeniowy

prenumerata@dziennikubezpieczeniowy.pl
prenumerata@miesiecznikubezpieczeniowy.pl