

Банк России отмечает, что агенты страховщиков одновременно с продажей полисов страхования реализуют услуги, не относящиеся к страхованию, что вводит потребителей в заблуждение и формирует неверное представление о приобретенном продукте.

Покупка потребителем прочих товаров «маскируется» под заключение договора страхования. В момент приобретения указанных услуг агенты не разъясняют основные условия и особенности заключаемого договора. Проставляя подписи на документах, заемщики полагают, что приобретают страховую защиту на полную сумму уплаченных денежных средств. При этом страховые полисы, реализованные одновременно с дополнительными услугами и товарами, как правило, имеют низкую потребительскую

ценность – в договорах установлена низкая страховая сумма либо в качестве страховых

случаев закрепляются события, наступление которых маловероятно.

При отказе потребителя от договора страхования потребитель несет потери в виду

того, что возврат осуществляется только страховой премии (ее части), то есть в

несоизмеримом объеме по сравнению с общей суммой, уплаченной клиентом агенту

страховщика.

Это влечет прямую потерю денежных средств клиентами, неполучение необходимой

страховой защиты и снижение доверия к финансовому рынку.

Кейс 1

При заключении кредитного договора агент страховщика заключил с заемщиком

договор на приобретение полиса страхования жизни и флеш-карты с неперiodическим

изданием «Альманах потребителя». Приобретение страховых услуг и флеш-карты

оформлены одним договором. Страховая премия составила 3 тыс. рублей, а стоимость

флеш-карты 137 тыс. рублей. Оплата по договору осуществлялась одним платежом.

В кредитном договоре было отмечено, что заемщик согласен на приобретение

страховых услуг на общую сумму 140 тыс. рублей.

При отказе от договора страхования/досрочном погашении кредита страхователю

подлежала возврату только страховая премия в размере 3 тыс. рублей.

Таким образом, вместе со страховой защитой и под видом договора страхования

заемщику был реализован товар, не имеющий отношения к страхованию, что привело к

потере денежных средств заемщиком в размере, многократно превышающем стоимость

страхового полиса.

Кейс 2

Агент страховщика при оформлении потребительского кредита (автокредита)

предложил страхователю оформить договор страхования жизни от несчастных случаев

и болезней путем присоединения к программе коллективного страхования, заключенной

между страховщиком и банком-агентом, а также приобрести сертификат на

дополнительные услуги, оказываемые агентом (юридический анализ

правоустанавливающих документов на автомобиль, проверка обременений на

автомобиль).

В рассматриваемом случае стоимость дополнительных услуг в несколько раз

превышала размер страховой премии по договору страхования.

При этом в сертификате использовались термины договора страхования (срок

страхования, страховой сертификат и т.д.), что создало у заемщика ошибочное

представление о том, что дополнительные услуги имели отношение к страхованию.

На практике данные услуги обладают низкой потребительской ценностью, а

возможность вернуть денежные средства, потраченные на приобретение сертификата,

отсутствуют.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Банк России, учитывая требования законодательства Российской Федерации,

рекомендует:

□ исключить практику введения страхователей в заблуждение относительно

стоимости страхового продукта;

□ исключить практику предложения дополнительных услуг и товаров под видом

страхового продукта;

□ усилить контроль при осуществлении продаж страховых продуктов;

□ усилить контрольную функцию за деятельностью страховых агентов, в том

числе с проведением проверок деятельности агентов, например в рамках

контрольных закупок («тайный покупатель»).