

Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023



Regulamin konkursu „Gazety Bankowej” (dalej: „Regulamin”) **Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023**

Warszawa, 25.10.2023 r.

§ 1

INFORMACJE OGÓLNE

1. Organizatorem Konkursu Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023 (dalej: „**Konkurs**”) jest wydawca magazynu „Gazeta Bankowa” – Fratria Sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni (81-472), ul. Legionów 126-128, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000429681, NIP 1132857790 (dalej: „**Organizator**”).
2. Konkurs jest prowadzony na terenie Rzeczypospolitej Polskiej.
3. Udział w Konkursie jest dobrowolny oraz bezpłatny.
4. Konkurs trwa **od 6.11.2023 r. do 27.11.2023 r.**
5. Warunkiem udziału w Konkursie jest akceptacja Regulaminu, która następuje poprzez zaznaczenie w Ankiecie pola potwierdzenia przy oświadczeniu o akceptacji postanowień Regulaminu i zapoznaniu się z jego treścią.
6. Przesłanie zgłoszenia niezawierającego potwierdzenia akceptacji Regulaminu i zapoznania się z jego treścią skutkuje pominięciem uczestnika w procesie oceniania i wyłaniania zwycięzców Konkursu.

§ 2

UCZESTNICY KONKURSU

1. W Konkursie mogą wziąć udział jedynie zakłady ubezpieczeń działające na terenie Rzeczypospolitej Polskiej (dalej: „**ZU**”).
2. W Konkursie nie mogą brać udziału pracownicy i przedstawiciele Organizatora, inne osoby biorące udział w przygotowaniu i prowadzeniu Konkursu oraz członkowie najbliższej rodziny pracowników i przedstawiciele Organizatora.
3. W Konkursie mogą brać udział zwycięzcy poprzednich edycji Konkursu oraz inni przedstawiciele ZU, które są reprezentowane przez laureatów.
4. W Konkursie nie mogą brać udziału ZU, których przedstawiciele zasiadają w Jury.
5. Konkurs jest realizowany w 3 kategoriach konkursowych:

Kategoria I – ubezpieczenia z Działu I wskazane w wytycznych Komisji Nadzoru Finansowego (dalej: „**KNF**”);

Kategoria II – ubezpieczenia z Działu II Grupa 3 oraz Grupa 10 zgodnie z wytycznymi KNF;

Kategoria III – ubezpieczenia z Działu II z pominięciem Grupy 3 i Grupy 10, które zostały sklasyfikowane przez KNF.



Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023

§ 3

ZASADY KONKURSU

1. Warunkiem udziału w Konkursie jest odesłanie samodzielnie wypełnionej ankiety konkursowej (dalej: „Ankieta”), w formie elektronicznej (plik w formacie xls), na adresy poczty elektronicznej: **magdalena.podbielska@fratria.pl** oraz **sylwia.szarfenberg@fratria.pl**.
2. Ankiety zostaną rozesłane na adresy kontaktowe dostępne na stronach internetowych wszystkich ZU działających na terenie Rzeczypospolitej Polskiej.
3. Ankieta powinna być uzupełniona w oparciu o posiadane, rzeczywiste dane obejmujące okres od 1 stycznia 2022 r. do 31 grudnia 2022 r., przekazywane od lub do:
 - a. KNF;
 - b. ZU;
 - c. Rzecznika Finansowego;
 - d. Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
4. Ankieta powinna być odesłana w nieprzekraczalnym terminie do 27 listopada 2023 r.

§ 4

PRZEBIEG KONKURSU I KRYTERIA OCENY

1. Organizator przyznaje ZU pozycję po przeprowadzeniu dwóch etapów Konkursu.
2. Pierwszy etap Konkursu polega na weryfikacji danych wskazanych w Ankietach, w oparciu o przyjętą przez Organizatorów, następującą metodykę:
 - a. w Konkursie obliczany jest konkretny wskaźnik wyłącznie dla ZU uczestniczących w Konkursie;
 - b. dane zawarte w Ankiecie podlegają normalizacji (o ile to jest konieczne), przy uwzględnieniu wielkości poszczególnych ZU, tzn. przy wzięciu pod uwagę wysokości przypisu składki brutto – udziału w rynku;
 - c. w przypadku braku danych niezbędnych do obliczenia wskaźnika, wartość tego wskaźnika dla ZU, które nie udostępniło tej informacji, wynosi 0 („zero”). Konsekwencją jest brak punktów dla tego wskaźnika i gorszy wynik niż w sytuacji innego ZU, które – choć miało najgorszy wynik dla tego wskaźnika – otrzyma odpowiednie punkty rankingowe;
 - d. korzystając z obliczeń konkretnego wskaźnika, dochodzi do rankowania ZU wg. obliczonych wskaźników uzyskanych przez nie, od najgorszego do najlepszego ZU, nadania im rosnąco numerów od 1 dla najgorszego do X dla najlepszego (gdzie X oznacza liczbę ZU branych pod uwagę dla wspomnianego wskaźnika);
 - e. w przypadku, gdy n ZU (gdzie n oznacza liczbę) udzieliło tej samej odpowiedzi lub ma taki sam wskaźnik liczbowy w ramach danego wskaźnika, stosowana jest zasada, że przypadająca tym wszystkim n ZU pozycja w rankingu będzie taka sama jak w sytuacji, gdyby tę pozycję w rankingu zajął pojedynczy ZU. Inaczej liczba ZU z takim samym wynikiem nie wpływa na rankowanie tych ZU pomiędzy sobą ani na kolejność w rankingu pozostałych ZU.
(Przykład: Są X=4 ZU (ZU są oznaczone dalej jako a), b), c), d)), n=2 z nich (a) oraz (c) mają taki sam wynik, który dałby 2. pozycję w rankingu, a najlepsze jest (b). Ranking i przydzielone poszczególnym ZU numery byłyby następujące: 2-d); 3-a), c); 4-b);
- f. Tak uzyskane numery mnożymy przez wagę wspomnianego wcześniej wskaźnika i w ten sposób obliczamy liczbę punktów dla każdego ZU, otrzymaną w ramach tego wskaźnika.



Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023

3. Kryteria oceny, wskaźniki posiadające określoną wagę rankingową oraz klasyfikacja, na podstawie której wyliczana, określana jest pozycja w pierwszym etapie Konkursu, stanowi Załącznik nr 1 do Regulaminu.
4. Drugi etap Konkursu polega na przeprowadzeniu oceny danych zgromadzonych w Ankietach, a następnie przyznaniu punktów przez niezależne Jury.
5. Suma punktów uzyskanych w pierwszym i drugim etapie Konkursu stanowi ostateczną liczbę punktów ZU, na podstawie której przyznawana jest pozycja w Konkursie.
6. W każdej z trzech kategorii konkursowych pierwszą pozycję zdobywa ZU, które uzyskało największą liczbę punktów ze wszystkich wskaźników składających się na tę kategorię.
7. Wyniki Konkursu zostaną zaprezentowane w wydaniu 2/2024 magazynu „Gazeta Bankowa”.

§ 5

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

1. Administratorem danych osobowych osób wskazanych do kontaktu oraz realizujących czynności w związku z udziałem w Konkursie jest Fratria Sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, ul. Legionów 126-128.
2. Dane osobowe będą przetwarzane wyłącznie w związku z udziałem w Konkursie oraz w celach jego realizacji na podstawie art. 6 ust. 1 lit. b „RODO”.
3. Osobie, której dane dotyczą, przysługuje prawo dostępu do treści swoich danych oraz prawo ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, a także prawo do przenoszenia danych. Ponadto dysponuje prawem do wniesienia skargi do organu nadzorczego w zakresie ochrony danych osobowych (obecnie: Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych), jeśli stwierdzi, że przetwarzanie danych osobowych przez Administratora Danych narusza przepisy RODO.
4. Dane podmiotu danych nie będą podlegały zautomatyzowanemu przetwarzaniu, w tym nie będą profilowane ani nie będą przekazywane do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej.
5. Dane osobowe będą przekazywane partnerowi merytorycznemu Konkursu – A.T. Kearney Sp. z o.o. oraz członkom Jury.
6. Dane osobowe będą przechowywane przez czas trwania Konkursu aż do przedawnienia ewentualnych roszczeń związanych z przeprowadzeniem Konkursu.
7. W sprawach związanych z ochroną danych osobowych, w tym w związku z realizacją przysługujących na podstawie RODO uprawnień, należy się kontaktować z Administratorem Danych, pisząc na adres e-mailowy: daneosobowe@fratria.pl.

§ 6

REKLAMACJE

1. Reklamacje związane z Konkursem, wraz z podaniem przyczyny reklamacji, należy składać na piśmie, listem poleconym, na adres Organizatora, w terminie 14 dni od ogłoszenia listy zwycięzców.
2. Reklamacje zostaną rozpatrzone przez Organizatora w terminie 14 dni od daty otrzymania.
3. Organizator o sposobie rozpatrzenia reklamacji zawiadomi uczestnika Konkursu składającego reklamację na piśmie.



Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023

§ 7

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Ustalone zasady Konkursu nie podlegają modyfikacjom aż do kolejnej edycji Konkursu.
2. Partnerem merytorycznym Konkursu jest A.T. Kearney Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, którego rolą jest koordynacja przebiegu Konkursu, w tym analiza otrzymanych danych, wsparcie Jury Konkursu w przygotowaniu metodyki, prowadzenie obrad Jury oraz przygotowanie i przekazanie oficjalnych wyników Konkursu.

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1 – TABELA: Punktacja na potrzeby Konkursu „Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023”



Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023

Załącznik nr 1 – TABELA: PUNKTACJA NA POTRZEBY KONKURSU PRZYJAZNA FIRMA UBEZPIECZENIOWA ROKU 2023

Pytanie		Liczba punktów możliwa do uzyskania			Jednostka
		Dział I	Dział II gr. 3 i 10	Dział II bez gr. 3 i 10	
1	KATEGORIA: Ogólne	20	20	20	
1.1	Czy Zakład Ubezpieczeń posiada systemy informatyczne pozwalające klientowi na bezpośredni dostęp do informacji o historii klienta (kupno ubezpieczenia, szkoda itp.)?	1	1	1	TAK/NIE
1.2	Czy klient ma możliwość edycji/zmiany swojego profilu/danych samodzielnie za pośrednictwem systemu informatycznego?	1	1	1	TAK/NIE
1.3	Czy Zakład Ubezpieczeń wprowadził ofertę dla klientów posiadających Kartę Dużej Rodziny lub inny mechanizm cen preferencyjnych?	1	nie dotyczy	1	TAK/NIE
1.4	Średni wzrost ceny składki ubezpieczenia OC (liczonej jako udział przypisu brutto w ogólnej liczbie polis zawartych w danym roku) w okresie [(FY2022-FY2021)/FY2021].	nie dotyczy	1	nie dotyczy	%
1.5	Średni wzrost ceny składki ubezpieczenia AC (liczonej jako udział przypisu brutto w ogólnej liczbie polis zawartych w danym roku) w okresie [(FY2022-FY2021)/FY2021].	nie dotyczy	1	nie dotyczy	%
1.6	Jakimi kanałami Zakład Ubezpieczeń prowadzi sprzedaż swoich produktów?				
	1.6.1 Oddział	0,5	0,5	0,5	TAK/NIE
	1.6.2 Agent ubezpieczeniowy	0,5	0,5	0,5	TAK/NIE
	1.6.3 Broker ubezpieczeniowy	0,5	0,5	0,5	TAK/NIE
	1.6.4 Bancassurance	0,5	0,5	1	TAK/NIE
	1.6.5 Rozmowa telefoniczna	0,5	0,5	0,5	TAK/NIE
	1.6.6 Kwestionariusz strony internetowej	0,5	0,5	1	TAK/NIE
	1.6.7 Aplikacja na telefon	1	0,5	1	TAK/NIE
	1.6.8 Media społecznościowe	1	0,5	1	TAK/NIE
1.7	Jaki jest średni czas oczekiwania klienta na połączenie w Call Center dla klientów TU (dla wszystkich połączeń odebranych, bez względu na powód, za rok 2022)?	1	1	nie dotyczy	w sekundach
1.8	Jaki jest % odebranych połączeń w Call Center wewnętrznych i zewnętrznych TU w ogólnej liczbie połączeń telefonicznych oferowanych przez klientów (dla wszystkich połączeń odebranych, bez względu na powód, za rok 2022)?	1	1	nie dotyczy	%
1.9	Średni czas rozliczania szkody bezspornej (w dniach kalendarzowych, do wydania decyzji, bez rozróżnienia, która szkoda jest bezsporna).	1	1	2	liczba dni
1.10	Czy jest możliwe sfinalizowanie zakupu dowolnego produktu ubezpieczeniowego online (tj. poprzez stronę internetową, aplikację lub media społecznościowe)?	1	1	1	TAK/NIE
1.11	Jaki % klientów dokonuje zakupu ubezpieczenia w pełni online? (bez wykorzystania innego kanału)	1	1	1	%
1.12	Czy jest możliwe odnowienie dowolnego produktu ubezpieczeniowego online (tj. poprzez stronę internetową, aplikację lub media społecznościowe)?	1	1	1	TAK/NIE
1.13	Jaki % klientów loguje się do konta klienta online? (liczba klientów indywidualnych z przynajmniej jednym logowaniem w 2022 roku/liczba klientów indywidualnych)?	1	1	1	%
1.14	Czy TU wykorzystuje obecnie elektroniczne metody weryfikacji klienta/umożliwia elektroniczne metody podpisu?	1	1	1	TAK/NIE
1.15	Średni NPS transakcyjny, mierzony po kontakcie z klientem dla danego roku. Średnia ze wszystkich pomiarów NPS w danym roku (lub Customer Satisfaction Index, jeśli brak badań NPS).	1	1	1	wartość wskaźnika NPS (lub CSI)
1.16	Liczba klientów indywidualnych w danej grupie ubezpieczeń.	1	1	1	liczba klientów
1.17	Dynamika liczby klientów indywidualnych (wzrost lub spadek rok do roku, tj. 2022 vs. 2021) w danych grupach ubezpieczeń.	2	2	2	%
2	KATEGORIA: Nadzorcze	14	14	14	
2.1	Czy w 2022 r. UOKIK lub KNF nałożył na TU karę w obszarze produkty/biznes?	1	1	1	TAK/NIE
2.2	Czy któryś z organów nadzorczych wydał w 2022 roku pismną decyzję o braku przejrzystości w OWU?	2	2	2	TAK/NIE
2.3	Czy w 2022 r. KNF nałożył na zakład ubezpieczeń/reasekuracji karę w obszarze relacji z klientami, np. w związku z nieterminową likwidacją szkód lub ze zbyt wysokimi opłatami likwidacyjnymi?	2	2	2	TAK/NIE
2.4	Czy w 2021 r. UOKIK nałożył na zakład ubezpieczeń/reasekuracji karę w obszarze relacji z klientami, np. w związku z nieterminową likwidacją szkód lub ze zbyt wysokimi opłatami likwidacyjnymi?	2	2	2	TAK/NIE
2.5	Czy KNF/UOKIK lub inne organy wnosili w 2022 r. zastrzeżenia odnośnie do procesu rozpatrywania skarg?	1	1	1	TAK/NIE
2.6	Liczba skarg do KNF/UOKIK/Rzecznika Finansowego (razem skargi do wszystkich trzech instytucji) w 2022 r.	2	2	2	%
2.7	Sprawy sądowe: Przyrost wystąpień do sądów w okresie sprawozdawczym – dane jak do Rzecznika Finansowego (wzór: (FY2022/FY2021)). Wyjaśnienie: Liczba wystąpień klientów przeciwko TU na drogę postępowania sądowego (zgodnie z art. 33 Ustawy o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym dane przekazywane do RF). Uwaga: w przypadku posiadania statystyki dotyczącej wyłącznie całej spółki zajmującej się ubezpieczeniami majątkowymi i osobowymi prosba o podanie danych dla całej spółki ze sprawozdania do RF wraz z odpowiednią adnotacją po prawej stronie.	2	2	2	%
2.8	Czy bezpieczeństwo IT TU jest testowane przez niezależne zewnętrzne audyty minimum raz w roku?	2	2	2	TAK/NIE

Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa 2023

3	KATEGORIA: Wskaźnikowe – niefinansowe	20	20	20	
3.1	Dynamika wypłaty odszkodowań brutto (poza klęskami żywiołowymi) – wzór: odszkodowania i świadczenia wypłacone brutto FY2022/odszkodowania i świadczenia wypłacone brutto FY2021.	8	8	8	%
3.2	Rezerwy na skargi i pozwy w relacji do aktywów netto Zakładu Ubezpieczeń – wzór: Wartość rezerwy FY2022/Aktywa netto FY2021.	6	6	6	%
3.3	Udział sum kar nałożonych przez organ nadzoru do składki przypisanej brutto – wzór: Suma kar z otrzymanych w roku 2021/składka przypisana brutto.	6	6	6	%
4	KATEGORIA: Wskaźnikowe – finansowe	21	21	21	
4.1	Wskaźnik kosztów akwizycji – wzór: koszty akwizycji + prowizje reasekuracyjne/składka przypisana brutto.	4	4	4	%
4.2	ROE – wzór: Wynik finansowy netto/kapitały własne.	5	5	5	%
4.3	Dochodowość lokat – wzór: Dochody z lokat (dochody z polityki lokacyjnej)/wartość lokat.	4	4	4	%
4.4	Poziom lokat – wzór: Wartość lokat/wartość kapitałów własnych + RTU.	4	4	4	%
4.5	Szkodowość brutto – wzór: Wartość wypłaconych odszkodowań brutto/wartość składki zarobionej brutto.	4	4	4	%
5	KATEGORIA: Wypłacalność	10	10	10	
5.1	SCR (Solvency Capital Requirements) na koniec 2022	5	5	5	%
5.2	MCR (Minimum Capital Requirement) na koniec 2022	5	5	5	%
6	KATEGORIA: Innowacje i trendy	15	15	15	
6.1	Czy w ostatnim roku TU w swojej działalności zaczęło wykorzystywać nowe zbiory danych, do których z czasem zyskuje dostęp (np. baza danych o nieruchomościach, warunkach życia w regionach, punktach karnych kierowców)? Jeśli tak, proszę podać przykłady wykorzystywanych danych i ich zastosowań.	3	4	4	Proszę wymienić wraz z krótkim opisem
6.2	Czy cele związane z ograniczeniem wpływu działalności TU na środowisko i otoczenie (ESG) przekładają się w praktyczny sposób na politykę kształtowania oferty ubezpieczeniowej (np. przez oferowanie specjalnych produktów dla użytkowników pojazdów elektrycznych czy oferowanie produktów dla prosumentów odnawialnej energii)? Proszę podać przykład celu i przełożenia jego implementacji na charakterystykę oferty.	3	3	3	Proszę wymienić wraz z krótkim opisem
6.3	Czy w procesach zarządzania wnioskami o wypłatę TU stosuje mechanizmy uczenia maszynowego (ML) lub sztucznej inteligencji? Jeżeli tak, proszę podać przykłady zastosowań i pozytywnego wpływu, jaki zastosowanie wymienionych technologii miało na procesy.	2	3	3	Proszę wymienić wraz z krótkim opisem
6.4	Czy w szeroko pojętej obsłudze klienta (bezpośredni kontakt z klientem, zapewnianie klientowi dostępu do informacji, zarządzanie posiadanymi produktami przez klienta) TU stosuje mechanizmy uczenia maszynowego (ML) lub sztucznej inteligencji? Jeżeli tak, proszę podać przykłady zastosowań i pozytywnego wpływu, jaki zastosowanie wymienionych technologii miało na procesy.	3	3	3	Proszę wymienić wraz z krótkim opisem
6.5	Czy TU adresuje zjawisko starzenia się społeczeństwa poprzez rozwój oferty ubezpieczeniowej (np. przez oferowanie szerszej gamy produktów skierowanych do osób starszych) lub/i towarzyszącej (np. przez inwestycje w opiekę zdrowotną)? Jeśli tak, proszę podać przykłady podejmowanych działań.	2	nie dotyczy	nie dotyczy	Proszę podać przykłady zaangażowania, podejmowanych działań
6.6	Czy TU oferuje produkty dostosowane specjalnie do potrzeb klientów „pokolenia Z” wchodzących obecnie w dorosłość (np. ubezpieczenia w formie subskrypcji, rozwinięte funkcjonalności aplikacji mobilnych, personalizowane ubezpieczenia podróżne, ubezpieczenie wbudowane czy partnerstwa produktowe)? Jeśli tak, proszę podać przykłady.	2	2	2	Proszę wymienić wraz z krótkim opisem
Suma punktów do uzyskania z Ankiety		100	100	100	
Suma punktów do uzyskania w głosowaniu Kapituły		100	100	100	
Suma punktów do uzyskania w Konkursie		200	200	200	

