



ΕΝΩΣΗ
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΕΛΛΑΔΟΣ

Αριθμ. Πρωτ. : 242714/255

Αριθμ. Φακ. : 048

ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ ΑΡΙΘΜ. 25 292

Προς τις Ασφαλιστικές
Εταιρίες – Μέλη της Ένωσης

ΞΕΝΟΦΩΝΤΟΣ 10,
ΑΘΗΝΑ.
Τ.Κ. 105 57

T: (+30) 210 33 34 100
F: (+30) 210 33 34 149
E: info@eaae.gr

www.eaae.gr

Αθήνα, 8 Ιουνίου 2026

Υπόψη
Δ/ντων Συμβούλων & Γενικών Δ/ντών
Εμπορικών Δ/ντων, Υπευθύνων Δικτύων, Εσωτερικού
Ελέγχου, Επενδύσεων
Νομικών Υπηρεσιών & Κανονιστικής Συμμόρφωσης

Follow – up στην 1^η κοινή άσκηση mystery shopping

Σε συνέχεια προηγούμενων ενημερώσεων της ΕΑΕΕ σχετικά με την πρώτη κοινή άσκηση «mystery shopping» που διεξήγαγε η ΕΙΟΡΑ το 2024, η Αρχή δημοσίευσε στις 13 Μαΐου 2026 τα βασικά αποτελέσματα της σχετικής έρευνας ([εδώ](#)).

Σύμφωνα με την ΕΙΟΡΑ, τα αποτελέσματα παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τη διανομή των βασιζόμενων σε ασφάλιση επενδυτικών προϊόντων (Insurance-Based Investment Products – IBIPs), προσφέροντας άμεση εικόνα των πρακτικών πώλησης που εφαρμόζονται σε οκτώ κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παράλληλα, αναδεικνύουν τόσο αποτελεσματικές πρακτικές όσο και τομείς στους οποίους εντοπίζονται περιθώρια βελτίωσης προς όφελος των καταναλωτών.

Με βάση αυτά τα ευρήματα, η ΕΙΟΡΑ αποφάσισε, σε συνεργασία με τις εθνικές εποπτικές αρχές, να προχωρήσει σε περαιτέρω ανάλυση και έρευνα, προκειμένου να κατανοηθεί καλύτερα τι οδηγεί σε θετικά αποτελέσματα για τους καταναλωτές και πώς θα μπορούσαν να βελτιωθούν οι διαδικασίες.

Αναφορικά με τα συμπεράσματα που προέκυψαν, ως κυριότερα σημειώνονται τα εξής:

- Σε πολλές περιπτώσεις δεν προτάθηκαν στους καταναλωτές τα κατάλληλα προϊόντα, παρότι υπήρχαν διαθέσιμες εναλλακτικές λύσεις που ανταποκρίνονταν καλύτερα στις ανάγκες τους.
- Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, οι προμήθειες δεν φαίνεται να αποτελούν τον κύριο λόγο που δεν προτάθηκαν κατάλληλα προϊόντα. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι προμήθειες των προτεινόμενων προϊόντων ήταν παρόμοιες με εκείνες των διαθέσιμων εναλλακτικών προϊόντων. Η

ΕΙΟΡΑ επισημαίνει βέβαια ότι τα ευρήματα αυτά είναι ενδεικτικά και δεν αρκούν για την εξαγωγή οριστικών συμπερασμάτων σχετικά με τις πρακτικές της αγοράς.

- Τα έγγραφα βασικών πληροφοριών (KIDs) και οι γνωστοποιήσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα αντιμετωπίζονται κυρίως ως υποχρεώσεις κανονιστικής συμμόρφωσης, και όχι ως χρήσιμα εργαλεία που πρέπει να παρέχονται στους πελάτες στα αρχικά στάδια της διαδικασίας πώλησης, για να τους βοηθήσουν να κατανοήσουν τα προϊόντα. Η ΕΙΟΡΑ συγκέντρωσε πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο βελτίωσης των εν λόγω εγγράφων, προκειμένου να γίνουν πιο σαφή και κατανοητά.
- Η έλλειψη αντιστοιχίας μεταξύ των προτεινόμενων προϊόντων και των απαιτήσεων και αναγκών των καταναλωτών οφείλεται σε ένα ευρύτερο φάσμα παραγόντων, όπως η ανεπαρκής κατάρτιση των διαμεσολαβητών, η ελλιπής κατανόηση των προϊόντων και οι αναποτελεσματικοί έλεγχοι συμμόρφωσης.
- Η τυπική συμμόρφωση με τις απαιτήσεις γνωστοποίησης και αξιολόγησης καταλληλότητας δεν εξασφαλίζει αυτόματα τα βέλτιστα αποτελέσματα για τους καταναλωτές.
- Η άσκηση ανέδειξε επίσης παραδείγματα ορθών πρακτικών που εφαρμόζονται ήδη από ορισμένους φορείς του κλάδου, όπως η διενέργεια ενισχυμένων ελέγχων, η καλύτερη τεκμηρίωση των προτιμήσεων των καταναλωτών και βελτιωμένη διακυβέρνηση των προϊόντων.

Υπό το πρίσμα των παραπάνω, η ΕΙΟΡΑ εκτιμά ότι οι μελλοντικές εποπτικές ενέργειες θα πρέπει να επικεντρωθούν περισσότερο στο κατά πόσο οι πρακτικές πώλησης μπορούν να βοηθήσουν ουσιαστικά τους καταναλωτές να παίρνουν ενημερωμένες αποφάσεις και να λαμβάνουν συμβουλές που ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά τους.

Η προσέγγιση αυτή θεωρείται επίσης σημαντική για τη μείωση του κανονιστικού βάρους για τον κλάδο, καθώς μπορεί να συμβάλει στον εξορθολογισμό των διαδικασιών συμμόρφωσης. Δεν αποσκοπεί, με άλλα λόγια, στην εισαγωγή νέων ή στην τροποποίηση των υφιστάμενων απαιτήσεων.

Ενδεικτικά, η ΕΙΟΡΑ θεωρεί ότι θα πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στις συμπεριφορικές πτυχές του πλαισίου POG, καθώς και στον τρόπο με τον οποίο αυτές αξιολογούνται από τις εποπτικές αρχές. Στην πράξη, αυτό σημαίνει ότι οι παραγωγοί προϊόντων (ασφαλιστικές επιχειρήσεις επί το πλείστον) δεν θα πρέπει να θεωρούν δεδομένο ότι όλες οι αγορές-στόχοι και όλα τα κανάλια διανομής παρουσιάζουν την ίδια συμπεριφορά ή οδηγούν στα ίδια αποτελέσματα για τους καταναλωτές.

Επόμενα βήματα:

Η ΕΙΟΡΑ έχει ήδη ανακοινώσει ότι θα προχωρήσει σε 2^η άσκηση «mystery shopping», η οποία θα επικεντρωθεί στις διαδικτυακές πωλήσεις προϊόντων γενικών ασφαλίσεων (σχετ. Εγκύκλιος ΕΑΕΕ με αριθ. 25 251/29.04.2026).

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνείτε με την Νεφέλη Ριζογιάννη, Νομικό Σύμβουλο ΕΑΕΕ (+30 210 3334 113, n.rizogianni@eae.gr).

Με εκτίμηση,

Ελίνα Παπασπυροπούλου
Γενική Διευθύντρια

Κέλλυ Χατζηδημητρίου
Διευθύντρια Νομικής Υπηρεσίας
& Διεθνών Σχέσεων

