

**Metodické usmernenie**  
**Útvary dohľadu nad finančným trhom Národnej banky Slovenska**  
**z 21. apríla 2015 č. 3/2015**

**k označovaniu a propagácii poisťných produktov**

Národná banka Slovenska, Útvary dohľadu nad finančným trhom (ďalej len „NBS“), na základe ustanovenia § 1 ods. 3 písm. a) bodu 3 zákona č. 747/2004 Z. z. o dohľade nad finančným trhom v znení neskorších predpisov vydáva toto metodické usmernenie:

**I.**

**Predmet a účel metodického usmernenia**

1. Predmetom tohto metodického usmernenia je **výklad ustanovení všeobecne záväzných právnych predpisov ukladajúcich dohliadaným subjektom vykonávajúcim poisťovaciú činnosť povinnosti súvisiace s označovaním a propagáciou poisťných produktov a služieb a popis štandardov pre označovanie poisťných produktov**. Jedná sa najmä o požiadavky zákazu klamlivého označovania a propagácie produktov a zavádzania spotrebiteľov v predstave, aký je skutočný charakter označeného produktu, povinnosti poskytnúť klientovi jasne a zrozumiteľne dôležité informácie súvisiace s uzavretím poisťnej zmluvy, zákazu používať nepravdivé alebo zavádzajúce informácie pri propagácii svojej činnosti alebo zamlčovať dôležité skutočnosti a konať s odbornou starostlivosťou. Dodržiavanie odbornej starostlivosti a ostatných zákonných povinností pri propagácii produktu zo strany Poistovní je podstatné najmä z dôvodu, že spotrebiteľia sa rozhodujú o vstupe do zmluvného vzťahu zväčša práve na jej základe.
2. Toto metodické usmernenie zároveň svojím obsahom upresňuje ako bude NBS pri výkone dohľadu vykladať a aplikovať ustanovenia všeobecne záväzných právnych predpisov a ako bude posudzovať obsah základných povinností a úloh vyplývajúcich v tejto oblasti pre dohliadané subjekty.
3. Účelom tohto metodického usmernenia je vymedziť, spresniť a vysvetliť obsah pojmov spojených s označovaním poisťných produktov a obsah povinností kladených v tejto súvislosti na dohliadané subjekty právnym poriadkom Slovenskej republiky, a tým napomôcť k realizácii správnej trhovej praxe.

**II.**

**Súvisiace právne predpisy**

4. Toto metodické usmernenie interpretuje nasledovné všeobecne záväzné právne predpisy:
  - § 53 ods. 4 písm. a) a písm. v) zákona č. 40/1964 Zb. Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov;
  - § 7, 8, 10a zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov;

- § 4 ods. 1 až 9 zákona č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov;
- § 37 ods. 1 a ods. 3 zákona č. 8/2008 Z. z., o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

### III. Definície pojmov

5. Pojmy a skratky uvedené v tomto metodickom usmernení majú význam, ktorý je definovaný v tomto článku prípadne priamo v texte nižšie.

**OZ** je zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov;

**ZoP** je zákon č. 8/2008 Z. z., o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov;

**ZoOS** je zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov;

**ZoOSFS** je zákon č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov;

**Poisťovňa** je právnická osoba, ktorá je akciovou spoločnosťou so sídlom na území Slovenskej republiky, ktorá vykonáva poisťovaciu činnosť na základe povolenia na vykonávanie poisťovacej činnosti udeleného Národnou bankou Slovenska, ktorá vykonáva poisťovaciu činnosť podľa ZoP; Poisťovňa môže mať aj právnu formu európskej spoločnosti; pre účely tohto metodického usmernenia sa Poisťovňou rozumie aj pobočka poisťovne z iného členského štátu a pobočka zahraničnej poisťovne;<sup>1)</sup>

**VPP** znamená všeobecné poisťné podmienky (alebo poisťné podmienky), na ktoré sa poisťná zmluva odvoláva;

**Označovanie produktu** pre účely tohto metodického usmernenia znamená - názov produktu alebo služby ako aj krátky popis produktu používaný Poisťovňou spoločne s názvom produktu alebo popri ňom.

### IV. K označovaniu a propagácii poisťných produktov

6. **Poisťovne sú povinné označovať a propagovať poisťné produkty v súlade so skutočným charakterom a povahou poisťného produktu, neuvádzať v názvoch a pri propagácii nesprávne, nepravdivé, skreslené alebo zavádzajúce informácie, nezamlčovať podstatné informácie (napr. prezentovať určitú vlastnosť produktu, ktorá je následne uvedená vo výlukách z poistenia), t.j. označovať a propagovať produkty tak, aby priemerný spotrebiteľ nebol akýmkoľvek spôsobom uvádzaný do omylu vo vzťahu k hlavným črtám produktu a významným aspektom zmluvného vzťahu a nezamieňal si ho s iným produktom. Účelom uvedeného postupu Poisťovní je zamedziť, aby spotrebiteľ uzatvoril poisťnú zmluvu na produkt s odlišnými vlastnosťami, ako bola jeho odôvodnená predstava a reálna potreba, teda zmluvu, ktorú by inak neuzatvoril.**

---

<sup>1)</sup> § 2 ZoP.

**V.****Riešené otázky**

7. Toto metodické usmernenie popisuje štandardy pre označovanie poisťných produktov tak, aby v praxi dochádzalo k naplneniu zákonných požiadaviek zo strany Poisťovní.
8. Predmetom tohto metodického usmernenia je výklad ustanovení právnych predpisov týkajúcich sa označovania poisťných produktov a ustanovenie všeobecných štandardov pre označovanie poisťných produktov Poisťovňami tak, aby toto označenie spĺňalo požiadavky všeobecne záväzných právnych predpisov a zamedzovalo zavádzaniu finančných spotrebiteľov vo vzťahu k charakteru poskytovanej služby.
9. Sekundárne a nevyčerpávajúco sa metodické usmernenie zaoberá tiež požiadavkou zrozumiteľnosti a jasnosti propagácie poisťných produktov v reklamných tlačovinách, na webových stránkach, v informačných listoch, pokiaľ propagácie obsahujú aspoň stručný popis produktu, ako aj požiadavkou zrozumiteľnosti a jasnosti akejkoľvek výzvy na uzatvorenie poisťnej zmluvy pre bežného spotrebiteľa.

**VI.****Popis problematiky**

10. V zmysle ustanovenia § 37 ods. 1 ZoP majú Poisťovne povinnosť vykonávať svoju činnosť s odbornou starostlivosťou a v záujme svojich klientov. Poisťovne sú tiež povinné poskytnúť klientovi jasne a zrozumiteľne dôležité informácie súvisiace s uzavretím poisťnej zmluvy a upozorniť ho na dôležité skutočnosti a riziká súvisiace s uzavretím poisťnej zmluvy a nesmú používať nepravdivé alebo zavádzajúce informácie pri propagácii svojej činnosti alebo zamlčovať dôležité skutočnosti či ponúkať výhody, ktorých spoľahlivosť nemôžu zaručiť.
11. Uvedenú základnú povinnosť rozvíjajú ďalšie právne predpisy, ako ZoOS v ustanoveniach § 7, 8 a 10a a tiež ZoOSFS v ustanovení § 4. Všetky uvedené všeobecne záväzné právne predpisy vyžadujú od Poisťovní, aby v kontakte so spotrebiteľom postupovali transparentne, aby spotrebiteľa oboznamovali so skutočnosťami, ktoré sú dôležité pre jeho ekonomické správanie, a to najmä v procese voľby produktu a vstupu do zmluvného vzťahu.
12. Poisťovne nesmú dosahovať uzatváranie zmlúv so spotrebiteľmi využívaním ich neznalosti alebo ich nedostatočnou orientáciou v poisťných produktoch a službách, využívať zavádzajúcu propagáciu či názov produktu, ktoré v spotrebiteľovi vyvolávajú predstavu odlišujúcu sa od reálneho charakteru a obsahu poskytovanej služby.
13. Názov a základný popis produktu musí zodpovedať tomu, čo Poisťovňa reálne spotrebiteľovi za dojednanú odplatu poskytne (viď. bližšie v bode 28) a význam použitý v názve produktu nesmie byť nepredvídateľne modifikovaný alebo popretý v texte poisťnej zmluvy alebo dokonca len vo VPP, kde môže ľahko dôjsť k jeho prehliadnutiu zo strany spotrebiteľa. Spotrebiteľia potom v mylnom domnení, že produkt zodpovedá ich predstavám, vstúpia do zmluvného vzťahu s Poisťovňou a neskôr prichádzajú na skutočnosť, že uzatvorili poisťnú zmluvu nenaplnujúcu potreby spotrebiteľa, ktoré viedli k jej uzatvoreniu.

14. Nesprávne, nejasné či zavádzajúce označovanie poisťných produktov môže viesť k nekalej obchodnej praktike, ktorej označovanie sa v praxi zaužívalo aj ako mis-selling.<sup>2)</sup>
15. Jedným z typických príkladov je nevhodné označovanie investičného životného poistenia (ďalej len „IŽP“). Je rozporné s požiadavkou odbornej starostlivosti, ak tento poisťný produkt nie je označovaný výslovne ako IŽP, ale inými názvami, z ktorých nie je možné identifikovať, o aký produkt sa jedná, prípadne dokonca môže dôjsť k zámene IŽP so sporením alebo druhým dôchodkovým pilierom, ktoré sa zakladajú na odlišných princípoch a predpokladoch. Pri názve, ale aj pri propagácii IŽP nie je prípustné prirovnávanie IŽP k sporeniu, ktoré môže vyvolávať v spotrebiteľoch napr. nesprávny dojem, že pri zrušení poistenia dostanú späť zaplatené poisťné zvýšené o úrok, pričom v skutočnosti však dostanú len tzv. odkupné, resp. odkupnú hodnotu, ktoré najmä v prvých rokoch trvania IŽP býva nepomerne nižšie oproti výške uhradeného poisťného a zároveň v prvých rokoch trvania zmluvného vzťahu, resp. do dosiahnutia určitej výšky hodnoty, spotrebiteľ vo väčšine prípadov nemá možnosť žiadať o spätný odkup IŽP.
16. Ďalšie príklady nesprávnej a správnej praxe pri označovaní a propagácii produktov budú zverejnené na webovej stránke NBS.

## VII. Usmernenie

17. Poisťovne sú povinné označovať a propagovať poisťné produkty v súlade so skutočným charakterom a povahou poisťného produktu, neuvádzať v názvoch a pri propagácii nesprávne, nepravdivé, skreslené alebo zavádzajúce informácie, nezamlčovať podstatné informácie (napr. prezentovať určitú vlastnosť produktu, ktorá je následne uvedená vo výlukách z poistenia), t.j. označovať a propagovať produkty tak, aby priemerný spotrebiteľ nebol akýmkoľvek spôsobom uvádzaný do omylu vo vzťahu k hlavným črtám produktu a významným aspektom zmluvného vzťahu a nezamieňal si ho s iným produktom. Účelom uvedeného postupu Poisťovní je zamedziť, aby spotrebiteľ uzatvoril poisťnú zmluvu na produkt s odlišnými vlastnosťami, ako bola jeho odôvodnená predstava a reálna potreba, teda zmluvu, ktorú by inak neuzatvoril.
18. Porušovanie vyššie uvedenej povinnosti znamená konať v rozpore s požiadavkou odbornej starostlivosti uvedenej v ustanovení **§ 37 ods. 1 písm. b) ZoP**. Zároveň porušenie predmetnej povinnosti môže podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k danému produktu a naplňuje tak podstatu nekalej obchodnej praktiky v súlade s ustanovením **§ 7 a § 8 ods. 1, 2 a 3 ZoOS**.
19. V spojení s nesprávnou propagáciou poisťného produktu v letákoch, na webových stránkach a v rámci ďalších foriem propagácie, môže dôjsť tiež k porušeniu ďalších

---

<sup>2)</sup> Mis-selling, zahŕňa niekoľko skutkových podstát, ako je napr. sprostredkovanie nevhodných finančných či investičných produktov, doporučovanie rizikových produktov, ktoré sú mimo rizikového profilu klienta, sprostredkovanie produktov bez zistenia reálnych potrieb spotrebiteľa, uzatváranie zmlúv o investičnom životnom poistení s osobami v dôchodkovom veku v prípadoch, kedy takýto produkt nie je vhodný, agresívne alebo nekompetentné obchodné taktiky a pod., avšak toto metodické usmernenie sa zameriava len na časť popísanú v texte – klamlivé označovanie a propagácia poisťných produktov.

ustanovení všeobecne záväzných právnych predpisov, ako **§ 37 ods. 1 písm. b), c) a d) a ods. 3 ZoP, § 8 ods. 6 a § 10a ZoOS** upravujúce predzmluvné informačné povinnosti dodávateľov, a ktoré vyžadujú najmä jasným a zrozumiteľnými spôsobom oboznámiť spotrebiteľa s charakterom poskytovanej služby, s dĺžkou trvania zmluvy a s ďalšími dôležitými informáciami a zakazujú používať nepravdivé alebo zavádzajúce informácie pri propagácii svojej činnosti či zamlčovať dôležité skutočnosti. V ustanovení § 37 ods. 3 ZoP ustanovuje výslovne povinnosť písomne oboznámiť spotrebiteľa s dôležitými zmluvnými podmienkami uzatvárajúcej poisťovnej zmluvy prostredníctvom ustanoveného vzoru formulára.<sup>3)</sup> Názov a popis produktu uvádzaný dodávateľom v akejkoľvek forme propagácie produktu nesmie byť v rozpore s informáciami uvádzanými vo formulári o podmienkach uzavretia poisťovnej zmluvy predkladaného spotrebiteľovi v súlade s ustanovením § 37 ods. 3 ZoP.

20. Osobitne sú povinnosti pri propagácii produktov upravené v prípade poisťovných zmlúv uzatváraných na diaľku, a to v ustanoveniach **§ 4 ods. 1 a ods. 2 ZoOSFS**, ktoré vyžadujú, aby dodávateľ oznámil spotrebiteľovi predpísané informácie zreteľným a zrozumiteľným spôsobom vhodným pre použitý prostriedok diaľkovej komunikácie v súlade so zásadami dobrých mravov a v súlade so zásadami poctivého obchodného styku tak, aby bol zrejmý obchodný účel týchto informácií, pričom informácie musia byť aktuálne, úplné a pravdivé. V prípade takto uzatváraných zmlúv, kde neexistuje priamy osobný kontakt medzi Poist'ovňou a spotrebiteľom, má ešte zásadnejší význam presné a jasné označovanie a propagácia produktov, nakoľko spotrebiteľ môže vychádzať len z označenia a popisu uvedeného napríklad na webovej stránke a nejasné, či neúplné informácie môžu znamenať uzatvorenie poisťovnej zmluvy čiastočne alebo úplne v rozpore so záujmami spotrebiteľa.
21. Povinnosti dodávateľov v tejto súvislosti rámcovo zakotvuje tiež **OZ v ustanovení § 53 ods. 4 písm. a) a v)**. V zmysle predmetných ustanovení OZ v prípade, ak poisťovná zmluva či VPP obsahuje záväzky, či už peňažného alebo nepeňažného charakteru, o ktorých spotrebiteľ nebol preukázateľne informovaný pred uzatvorením zmluvy, tieto ustanovenia zmluvy alebo VPP sa považujú za neprijateľné zmluvné podmienky. Jedná sa o základné zakotvenie a zdôraznenie významu informačnej povinnosti vo vzťahu k spotrebiteľovi. Ak Poist'ovňa uvádza určité informácie alebo charakteristiky v názve produktu alebo jeho propagácii smerujúcej k spotrebiteľovi pred uzatvorením zmluvy, ustanovenia poisťovnej zmluvy alebo VPP, ktoré by tejto propagácii či označeniu produktu odporovali a ktoré by zaväzovali spotrebiteľa na plnenie, môžu byť za použitia všeobecných ustanovení zakotvených v OZ vyhodnotené ako neprijateľné zmluvné podmienky a ako také, neplatné.
22. Z ustanovení uvádzaných vyššie v tomto článku vyplýva, že pre naplnenie požiadavky riadneho plnenia informačnej povinnosti sa vyžaduje informácie spotrebiteľovi nielen poskytnúť, ale poskytnúť ich spôsobom vylučujúcim nejednoznačnosť, nezrozumiteľnosť a nejasnosť. Spotrebiteľovi musí byť charakter služby prezentovaný tak, aby na základe obdržaných informácií mohol uskutočniť svoje rozhodnutie vstúpiť alebo nevstúpiť do zmluvného vzťahu s dodávateľom.

<sup>3)</sup> *Vzor formulára o podmienkach uzavretia poisťovnej zmluvy ustanovuje na základe opatrenie NBS č. 4/2010 vydané v súlade s ustanovením § 37 ods. 3 ZoP.*

23. Vyššie uvedené platí nielen pre obsah zmluvných či predzmluvných dokumentov, ale tiež vo vzťahu k označovaniu poisťných produktov a ich propagácii. Už pri samotnom pomenovaní produktu sú Poisťovne povinné zabezpečiť, aby názov zodpovedal druhu produktu, a najmä, aby jeho charakteru neodporoval a nevyvolával nebezpečenstvo zámeny produktu alebo jeho vlastností.
24. Informácie vyplývajúce z názvu produktu a jeho propagácie musia byť vždy:
  - a. jasné a zrozumiteľné,
  - b. objektívne, t.j. pravdivé, úplné, neskreslené,
  - c. nezáväzujúce, aby objektívne neboli spôsobilé vyvolať mylnú predstavu spotrebiteľa o povahe produktu, poisťnej zmluvy, či iných aspektoch zmluvného vzťahu,
  - d. formulované s odbornou starostlivosťou, čo zahŕňa tiež transparentný, férový a dobromyseľný prístup zo strany Poisťovní.
25. Informácie upozorňujúce spotrebiteľa na skutočný charakter poisťného produktu nepostačuje uviesť len vo VPP. Za správnu prax považujeme, aby zásadné informácie o charaktere poistenia, boli uvedené pri propagácii produktu na letákoch, či webových stránkach atď. ako aj v poisťnej zmluve, vo formulári o podmienkach uzavretia poisťnej zmluvy.
26. Samotný názov produktu môže odrážať charakteristické črty produktu, ak je to možné a účelné, avšak v každom prípade názov nesmie byť so skutočnou povahou produktu rozporný.
27. Osobitne v prípade, ak samotná poisťná zmluva alebo výzva na uzatvorenie poisťnej zmluvy či akákoľvek propagácia produktu uvádza v názve údaj alebo označenie, ktoré v spotrebiteľovi vzbudzuje určitú predstavu o charaktere služby, nemá spotrebiteľ dôvod rozumne predpokladať, ani očakávať, že VPP upravujú tento aspekt inak. V takom prípade je zvýšená pravdepodobnosť, že spotrebiteľ uzatvorí poisťnú zmluvu v omyle o podstatnej skutočnosti.
28. Všeobecné požiadavky pre označovanie poisťných produktov v súlade so všeobecne záväznými právnymi predpismi:
  - a. Označovanie produktu má za každých okolností popri prípadnom komerčnom pomenovaní obsahovať presné a výslovné určenie poisťného produktu podľa (kategória podľa predmetu poistenia) poskytovaného poisťnou zmluvou, a to buď v samotnom názve alebo v krátkom popise mimo názvu, ktorý však musí byť vždy používaný spoločne s názvom, a to tak, aby poisťný produkt bolo možné jednoznačne a bez pochybností zakategorizovať;  
(napr. Investičné životné poistenie, Cestovné poistenie, Poistenie domácnosti a pod.);
  - b. spotrebiteľ má mať istotu, že názov poisťného produktu objektívne nevyvoláva nebezpečenstvo zámeny s iným produktom alebo právnym inštitútom;  
(napr. nie je prípustné používanie pojmu sporenie, ak sa jedná o poistenie a pod.);
  - c. spotrebiteľ má mať istotu, že v skutočnom rozsahu poistenia je zahrnutý rozsah vyplývajúci z názvu poistenia;  
(napr. nie je vhodné používať pojem turistické, ak sa má na mysli len letná turistika a pod.);

- d. spotrebiteľ má mať istotu, že význam štandardne pripisovaný pojmu použitému v názve produktu nie je modifikovaný alebo popretý v iných ustanoveniach zmluvy alebo VPP, a že zodpovedá skutočnému charakteru poistného produktu (napr. ak názov poistenia vyjadruje označenie doby, musí toto označenie zodpovedať reálnej dobe trvania poistnej zmluvy a dobe poistného krytia a pod.);
- e. spotrebiteľ má mať istotu, že skutočná charakteristika poistného produktu a poistnej zmluvy zodpovedá významu, ktorý možno dôvodne a štandardne očakávať od označenia produktu použitého v názve (napr. nie je vhodné používať pojem cestovné, ak sa má na mysli výlučne len poistenie nákladov na záchrannú horskú službu a pod.);
- f. spotrebiteľ má mať istotu, že Poist'ovňa sa komerčným názvom poistného produktu nesnaží zamlčať alebo odvieť pozornosť spotrebiteľa od určitého aspektu produktu významného pre rozhodnutie spotrebiteľa; (napr. ak sa v názve využívajú pojmy ako investícia a zamlčuje sa, že časť plnenia spotrebiteľa sa spotrebuje ako poistné a pod.);
- g. spotrebiteľ má mať istotu, že názov produktu nie je zavádzajúci vo vzťahu k výhodám alebo rizikám vyplývajúcim z produktu (napr. nemá sa používať pojem garantované, 100% návratné a pod., ak nezodpovedá skutočnosti alebo ak sa garancia uplatňuje len za určitých okolností a za splnenia určitých predpokladov);

**Vyššie uvedené zásady a požiadavky majú byť uplatňované tak pri tvorbe názvu poistného produktu, ako aj pri popise produktu prostredníctvom akejkoľvek formy propagácie (web, letáky, ponuky atď.).**

Dodržanie predmetných princípov má viesť k tomu, aby sa spotrebiteľ vo vzťahu k názvu poistného produktu vedel spoľahnúť na to, že poistný produkt objektívne zodpovedá jeho predstavám, požiadavkám a potrebám.

## **VIII.**

### **Záverečné ustanovenia**

29. Toto metodické usmernenie predstavuje právny názor útvaru dohľadu nad finančným trhom. Tento právny názor bude uplatňovaný pri výkone dohľadu a vedení prvostupňových konaní zo strany útvaru dohľadu nad finančným trhom.

V Bratislave, dňa 21. apríla 2015

**Vladimír Dvořáček v. r.**  
**výkonný riaditeľ**  
**útvaru dohľadu nad finančným trhom**