

Informacja prasowa

## Rodzinni Polacy i patrzący w przyszłość Amerykanie, czyli jak podchodzimy do finansów osobistych nad Wisłą, a jak za oceanem

### Wyniki badania „Pramerica Insight: Polacy i Amerykanie o finansach osobistych”

Polacy kierują się opinią rodziny przy podejmowaniu decyzji finansowych, a gdy kupują ubezpieczenie to głównie, by zabezpieczyć bliskich na wypadek nieprzewidzianych okoliczności. Amerykanie bardziej skupiają się na swojej przyszłości i częściej myślą o swojej emeryturze. Ich świadomość finansowa jest nieco wyższa niż polskich konsumentów. Między innymi takie wnioski płyną z raportu „Pramerica Insight: Polacy i Amerykanie o finansach osobistych”, opublikowanego przez Pramerica Życie TUIR SA. Jakie jeszcze konkluzje przyniosło pierwsze tego typu badanie porównawcze na polskim rynku?

Badanie opracowane przez Pramerica Życie i zrealizowane przez IPSOS sprawdziło, jak 1000 zamożnych i średnio zamożnych Polaków zarządza swoimi finansami – czy czują się dobrze przygotowani do tej roli, skąd czerpią wiedzę, z jakich produktów finansowych korzystają i dlaczego się na nie decydują, oraz czego oczekują od instytucji finansowych. Wyniki z rynku polskiego porównane zostały do danych z analiz amerykańskich, przeprowadzonych przez Prudential Financial, Inc. (PFI).

– *Rynek amerykański jest dojrzały i bardzo dobrze rozwinięty, więc daje nam doskonałą perspektywę porównawczą dla Polski. To także rynek, który z racji przynależności do amerykańskiej grupy Prudential Financial, Inc. (PFI) znamy bardzo dobrze. Jednak nasz rynek jest inny od amerykańskiego – kapitałowo, kulturowo, społecznie. Niektóre amerykańskie wzorce, jak osiągnięcia w zakresie edukacji finansowej czy kapitału zaufania do firm sektora ubezpieczeń, możemy kopiować. Ale jako Polacy mamy inne priorytety i wartości, jak chociażby duża rola rodziny w zarządzaniu finansami osobistymi* – komentuje Aneta Podyma, prezes zarządu Pramerica Życie TUIR SA.

### Finanse w naszym życiu – jakie są główne cele finansowe badanych?

Polacy częściej niż Amerykanie chcą zapewnić sobie możliwość pokrycia niespodziewanych wydatków na leczenie (68%), a także częściej myślą o bezpieczeństwie finansowym swoich bliskich (66%). Amerykanie dążą do utrzymania swojego standardu życia na emeryturze (78%) oraz liczą, że oszczędności wystarczą na cały czas spędzony na emeryturze (72%). Wskazuje to na silną potrzebę ochrony rodziny w Polsce oraz koncentrację Amerykanów na swojej finansowej przyszłości.

Polacy nie czują się najlepiej w operowaniu bardziej zaawansowanymi instrumentami finansowymi. Swoje kompetencje w zakresie zarządzania własnymi pieniędzmi wysoko ocenia jedynie 43% Polaków, przy 76% Amerykanów. Potwierdzeniem niskiej wiedzy ekonomicznej jest fakt, że nasi rodacy najchętniej wskazują lokatę bankową jako źródło finansowania swoich wydatków w przyszłości (64% badanych), a swoje poczucie bezpieczeństwa opierają na składkach

z ZUS (54%) oraz kontach oszczędnościowych (48%). Co trzeci Polak (36%) dostrzega wartość ubezpieczenia na życie i jego znaczenie w budowaniu poczucia bezpieczeństwa finansowego na przyszłość. To rodzi przekonanie, że gdyby Polacy byli lepiej przygotowani pod względem finansowym, chętniej korzystaliby z dostępnych na rynku produktów ochronno-oszczędnościowych, które oferują wyższą rentowność w porównaniu z lokatami i kontami oszczędnościowymi, szczególnie w okresach niskich stóp procentowych.

### Dziś ubezpieczenie...

Niemal połowa (47%) Polaków uważa, że posiadanie ubezpieczenia na życie jest ważne. Podobne zdanie wyraża 63% Amerykanów.

Badanie pokazuje, że aż 72% Polaków posiadających indywidualne ubezpieczenie na życie jest pewnych lub bardzo pewnych, że w razie własnej choroby lub śmierci zapewni swoim bliskim podobny standard życia. Równocześnie 61% osób, które nie posiadają polisy na życie, czuje w tym obszarze niepewność.

– *Ponad połowa badanych Polaków kupiła swoje ubezpieczenie na życie u agenta w firmie ubezpieczeniowej. Gdyby zapytać o preferencje zakupu, to większość, bo aż 61%, klientów chce kupować ubezpieczenia u agentów. W Stanach Zjednoczonych także dominuje kanał zakupu przez agenta. Dane te pokazują, jak ogromną rolę na rynku ubezpieczeń odgrywają profesjonalści oraz jak ich właściwe przygotowanie przez pracodawcę może wpłynąć na podniesienie standardów całej branży* – dodaje Aneta Podyma.

### ...jutro emerytura

Ponad połowa Amerykanów (56%) i 39% Polaków deklaruje, że realizuje swój plan oszczędnościowy z wyprzedzeniem lub jest na dobrej drodze do jego wykonania. Jednak działania podejmowane przez naszych rodaków rzadko wychodzą poza strefę planowania. Znacznie chętniej koncentrujemy się na szacowaniu wysokości składek, jakie otrzymamy z ZUS (50%) lub potencjalnych miesięcznych wydatków na emeryturze (26%). Jedynie co piąty Polak faktycznie opracowuje swój cel oszczędnościowy, a zaledwie 16% ankietowanych rzeczywiście spotkało się z doradcą, aby taki plan przygotować i przejść z planowania do realizacji swoich celów finansowych. Ta rozbieżność pomiędzy 39% Polaków deklarujących realizację planu oszczędnościowego, a 16% faktycznie podejmujących aktywności w tym kierunku pokazuje, że w Polsce jest silna potrzeba zwiększenia świadomości wagi zabezpieczeń emerytalnych. Dla branży jest to okazja i odpowiedzialność, by pomagać Polakom podejmować działania i planować ich finansową przyszłość.

### Czego oczekujemy od instytucji finansowych?

Z pewnością jednym z czynników decydujących o ocenie całego sektora finansowego są osobiste doświadczenia klientów z firmami, a tu kluczową rolę pełnią doradcy finansowi i agenci ubezpieczeniowi. Z ich pomocy skorzystała blisko połowa Amerykanów (48%) i jedynie 27% Polaków.

Jednocześnie tylko jeden na pięciu ankietowanych Polaków (22%) jest zadowolony z tego, jak obsługują go instytucje finansowe. Badane osoby wskazały na kilka obszarów, których poprawa może wpłynąć pozytywnie na ocenę świadczonych usług. Przede wszystkim polscy klienci oczekują komunikowania się językiem pozbawionym fachowego żargonu (28%), oferowania wysokiej jakości produktów i usług (27%), dawania poczucia, że są otoczeni najwyższą troską (22%) oraz przestrzegania przez wybraną przez nich firmę etyki w biznesie (14%).

## Pramerica Insight – szanse dla rynku finansowego w Polsce

– Nasza analiza rynku zamożnych i średnio zamożnych konsumentów usług finansowych dała nam bardzo ciekawą wiedzę. Na jej podstawie sformułowaliśmy mapę szans, jakie stoją dziś przed firmami z rynku finansowego, by odbudować zaufanie konsumentów i oferować lepsze usługi. Ich wykorzystanie wpłynie pozytywnie na finanse klientów i rozwój całego rynku. Są to: postawienie rodziny w centrum uwagi; skupienie się na potrzebie zapewnienia poczucia bezpieczeństwa; dopasowanie oferty do indywidualnego klienta; uwzględnienie specjalnych potrzeb młodych osób w konstruowaniu produktów finansowych; edukowanie konsumentów; podnoszenie profesjonalizmu doradców finansowych; stawianie etyki zawodowej na pierwszym miejscu; budowanie zaufania konsumentów do sektora usług finansowych oraz wykorzystanie możliwości, jakie daje powszechny dostęp do Internetu i nowe technologie

– podsumowuje wnioski z badania Aneta Podyma.

Więcej wniosków można znaleźć w raporcie „Pramerica Insight: Polacy i Amerykanie o finansach osobistych”, dostępnym na stronie [Pramerica Życia TUIR SA](#).

### O badaniu

Badanie rynku polskiego zostało zrealizowane przez IPSOS Sp. z o.o. na podstawie kwestionariusza opracowanego przez Pramerica Życie TUIR SA i Prudential Financial, Inc. Wywiady przeprowadzane były w styczniu i lutym 2017 r. metodą CAPI na próbie 1000 zamożnych i średnio zamożnych Polaków w wieku 25-65 lat z gospodarstw domowych o przychodzie powyżej 4000 zł netto i zamieszkujących miasta wojewódzkie.

Dane na temat rynku amerykańskiego zostały zaczerpnięte z badań Prudential Financial, Inc.: „PI Retirement Readiness” (2016), „Insurance Barometer Study” (2016), „Global Retirement Research” (2014) oraz „Life Insurance Thought Leadership” (2013).

### Kontakt dla mediów:

Małgorzata Morańska, [malgorzata.moranska@pramerica.pl](mailto:malgorzata.moranska@pramerica.pl), Tel. (+48) 660 755 238

*Pramerica Życie TUIR SA należy do grupy kapitałowej Prudential Financial, Inc. – jednej z największych instytucji finansowych na świecie z ponad 140-letnią historią. W Polsce oferujemy ubezpieczenia na życie o jednym z najszerszych zakresów ochrony.*

*Na rynku wyróżnia nas wyjątkowa dbałość o Klientów i ich zaufanie a także najwyższe standardy obsługi. Naszym Klientom dajemy realne oparcie finansowe w momencie, gdy tego najbardziej potrzebują, a przez cały okres współpracy chronimy to, co dla nich najważniejsze, pomagając im czerpać więcej z życia. Tworzymy przyjazne i oparte na szacunku środowisko pracy, w którym ambitni i wyjątkowi ludzie mogą się rozwijać, realizować swój potencjał i osiągać sukcesy. Dzięki stabilnym fundamentom – naszym wartościom – towarzyszącym nam w codziennej pracy wspólnie tworzymy firmę, która wspiera Klientów w realizacji ich celów życiowych i odpowiada na ich dynamicznie zmieniające się potrzeby. Więcej na [www.pramerica.pl](http://www.pramerica.pl).*

*Prudential Financial, Inc., spółka zarejestrowana w Stanach Zjednoczonych, nie jest powiązany w żaden sposób z Prudential plc, spółką zarejestrowaną w Wielkiej Brytanii. Więcej informacji na temat PFI można znaleźć na stronie [www.prudential.com](http://www.prudential.com).*