

# ΦΕΡΝΕΙ ΝΕΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η μετάβαση στο μοντέλο του ηλεκτρονικού καταναλωτή που ενημερώνεται από το διαδίκτυο, παρακινείται από τα social media και συστρατεύεται πιο εύκολα σε μαζικές διεκδικήσεις αλλά και η σταδιακή ενημέρωση των επιχειρήσεων για τους κινδύνους που ελλοχεύουν από αξιώσεις για αγαθά ή υπηρεσίες δημιουργούν νέες ευκαιρίες στην ασφάλιση Αστικής Ευθύνης Προϊόντων.

## ΣΕ ΑΥΤΟ ΤΟ ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Ιωάννης Μωραΐτης /  
Εθνική ► 28

Εύα Λαμπρινούδη /  
Ευρωπαϊκή Πίστη ► 36

Αθανάσιος Τριανταφύλλου /  
Generali ► 30

Κωνσταντίνα Σταματοπούλου /  
Interasco ► 38

Χρήστος Χασιώτης /  
AIG ► 32

Κατερίνα Ιωαννίδου /  
Interlife ► 40

Ελίνα Παπασπυροπούλου /  
HDI ► 34

Μαρία Φράγκου /  
MINETTA ► 42

# Η Αστική Ευθύνη Προϊόντος

**Η παραγωγή στην Αστική Ευθύνη Προϊόντος ανέρχεται σε περίπου 1,5 εκατ. ετησίως και αποτελεί μόλις το 2% της Γενικής Αστικής Ευθύνης**

της Βίκυς Γερασίμου

**Ελλείψει ασφαλιστικής κάλυψης για την Αστική Ευθύνη Προϊόντος λειτουργούν πολλές επιχειρήσεις και βιομηχανίες στην Ελλάδα.** Με τον κίνδυνο σε μία ενδεχόμενη ανάκληση προϊόντων ή την πρόκληση βλάβης στον καταναλωτή να βρεθούν αντιμέτωπες με υπέρογκα κόστη και αποζημιώσεις. Η ιστορία πάντως έχει δείξει πως οι συνέπειες για μία επιχείρηση από ένα «προβληματικό» προϊόν μπορεί να είναι καθοριστικές για τη συνέχειά της. Ανάμεσα στις υποθέσεις που αφορούν μεγάλες αποζημιώσεις περιλαμβάνονται και οι ακόλουθες: α) το 1994 μετά από μήνυση καταναλώτριας που υπέστη τρίτου βαθμού εγκαύματα, επειδή ο καφές που χύθηκε ήταν στους 190 αντί στους 160 βαθμούς Φαρενάιτ, τα McDonalds κατέβαλαν 160.000 για ιατρικά έξοδα και 2,7 εκατ. για αποζημίωση, β) το 2010 η Toyota ανακάλεσε 2,7 εκατ. οχήματα λόγω ελαττώματος στα πετάλια και πλήρωσε 1,1 δισ. σε αποζημιώσεις, γ) το 2014 το δικαστήριο επιδίκασε αποζημίωση 9 δισ. σε δύο ενάγοντες από τις φαρμακευτικές Takeda και Lilly για κινδύνους καρκίνου από φάρμακο για το διαβήτη, δ) τον Αύγουστο του 2017 δικαστήριο στο Λος Άντζελες αποφάνθηκε υπέρ γυναικας που νόσησε από καρκίνο που οφείλεται σύμφωνα με την ενάγουσα στη χρήση ταλκ της Johnson & Johnson. Οι ένορκοι επιδίκασαν αποζημίωση 347 εκατ. δολ. και υπάρχουν περίπου 2.000 παρόμοιες περιπτώσεις.



Σε διαμεσολαβητές  
το 82% των συμβολαίων

”

**Αθανάσιος Τριανταφύλλου**

Τεχνικός Διευθυντής Εταιρικών  
Ασφαλίσεων, Generali

## Ο ΚΛΑΔΟΣ ΠΡΟΩΘΕΙ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στην Ελλάδα τη μεγαλύτερη ζήτηση για συμβόλαια Αστικής Ευθύνης Προϊόντος καταγράφει ο τομέας των τροφίμων

Προγράμματα εφάμιλλα του εξωτερικού στην κάλυψη Αστικής Ευθύνης Προϊόντος παρέχουν οι ασφαλιστικές εταιρείες στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τον Αθανάσιο Τριανταφύλλου, Τεχνικό Διευθυντή Εταιρικών Ασφαλίσεων της Generali, το 82% των συμβολαίων γίνεται μέσω των μεσιτών και των πρακτόρων και οι προμήθειες που παρέχονται κυμαίνονται στο 20-25%.

### Πόσο διαδεδομένη είναι η Αστική Ευθύνη Προϊόντος στην Ελλάδα;

Ο κλάδος της Αστικής Ευθύνης Προϊόντος εντάσσεται στον ευρύτερο κλάδο της Γενικής Αστικής Ευθύνης. Θα λέγαμε εκ του αποτελέσματος ότι η Αστική Ευθύνη Προϊόντος δεν είναι σαν ασφαλιστικός κλάδος ιδιαίτερα διαδεδομένος στην ελληνική ασφαλιστική αγορά, αναλογικά με τις πραγματικές ανάγκες που υπάρχουν.

Για να γίνει περισσότερο κατανοητό το κενό αυτό θα μου επιτρέψετε να

σημειώσω ότι η Αστική Ευθύνη έναντι της διάθεσης ελαττωματικού προϊόντος, που προκάλεσε βλάβη, αφορά ολόκληρη την αλυσίδα παραγωγής και διανομής του προϊόντος. Αστική Ευθύνη για ελαττωματικό προϊόν δεν φέρει μόνο ο παραγωγός του προϊόντος αλλά και ο τελικός διακινητής. Για παράδειγμα, εάν ο καταναλωτής προμηθευτεί σε μία μικρή πόλη της ελληνικής περιφέρειας ένα παιδικό παιχνίδι, το οποίο προκάλεσε τραυματισμό λόγω κακής λειτουργίας, δεν πρόκειται να στραφεί

κατά του Κινέζου ή Γερμανού ή Ιταλού παραγωγού του παιχνιδιού, αλλά εναντίον του καταστηματάρχη που του το πούλησε. Στη συνέχεια, βέβαια, ο καταστηματάρχης θα διεκδικήσει και αυτός με τη σειρά του αποζημίωση από τον έμπορο, ο έμπορος από τον εισαγωγέα ή παραγωγό κ.λπ. Αυτή είναι η αλυσίδα Αστικής Ευθύνης, την οποία πρέπει να έχουμε υπόψη μας.

#### **Σε ποιους επιμέρους κλάδους καταγράφεται η ζήτηση της κάλυψης αυτής; Και πού θεωρείτε ότι υπάρχει ευκαιρία για την αγορά να διευρυνθεί;**

Στην Ελλάδα τη μεγαλύτερη ζήτηση για συμβόλαια Αστικής Ευθύνης Προϊόντος καταγράφει ο τομέας των τροφίμων. Οι επιχειρηματίες του συγκεκριμένου κλάδου επιδεικνύουν μία ιδιαίτερη ευαισθησία και ζητούν τη συγκεκριμένη κάλυψη. Οι λόγοι συνδέονται με τη φύση των προϊόντων: είναι περισσότερο ευαισθητά, πιο άμεση η ζημιά, υπάρχει μεγαλύτερος κίνδυνος για τη δημόσια υγεία, οι καταναλωτές είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι. Ωστόσο, προβλήματα μπορεί να παρουσιαστούν στα πρόϊόντα όλων των επιχειρηματικών κλάδων. Πολύ συχνά ακούμε τα τελευταία χρόνια παραδείγματα ελαττωματικής λειτουργίας κινητών τηλεφώνων που εκρήγνυνται και προκαλούν τραυματισμούς. Επίσης, ο χώρος της φαρμακοβιομηχανίας αποτελεί ένα μεγάλο πεδίο ανάπτυξης, όπως και ο τομέας με προϊόντα για τα οποία πρέπει να υπάρχει αυξημένη ευαισθησία, όπως είναι τα παιδικά παιχνίδια.

Γενικότερα θα έλεγα ότι ο κλάδος της ασφάλισης Αστικής Ευθύνης Προϊόντων έχει ακόμη μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης στη χώρα μας και θα αναπτύσσεται παράλληλα με την καταναλωτική και ασφαλιστική συνείδηση, αλλά και το αυστηρό νομοθετικό πλαίσιο, που στόχο έχει να διασφαλίσει την προστασία των καταναλωτών.

#### **Είναι συχνή η προσφυγή του καταναλωτή στη δικαιοσύνη στην Ελλάδα; Συνολικά έχετε εικόνα τι ποσά επιδικάζουν τα δικαστήρια για Αστική Ευθύνη Προϊόντων;**

Αν και τα τελευταία χρόνια υπάρχει μία μεγαλύτερη ευαισθησία, εν τούτοις δεν

καταγράφονται πολύ συχνές περιπτώσεις προσφυγής στη δικαιοσύνη. Τα δικαστήρια επιδικάζουν ποσά ανάλογα με την περίπτωση. Η γενικότερη εικόνα που προκύπτει από τα στατιστικά στοιχεία του κλάδου είναι ότι η μέση ζημιά που καταβάλλουν οι ασφαλιστικές εταιρίες ανέρχεται στα 36.999 ευρώ. Ποσό καθόλου ευκαταφρόνητο αν αναλογιστεί κανές ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων στη χώρα μας είναι μικρομεσαίου μεγέθους.

#### **Τα προγράμματα Αστικής Ευθύνης είναι εφάμιλλα σε εναλλακτικές λύσεις και πολοτικά χαρακτηριστικά με τα προγράμματα του εξωτερικού;**

Οι καλύψεις που προσφέρει η ελληνική αγορά είναι ανάλογες με αυτές της ευρωπαϊκής αγοράς. Υπάρχουν ενδεχομένως κάποιες πολύ εξειδικευμένες καλύψεις, οι οποίες δεν διατίθενται από τις εγχώριες ασφαλιστικές εταιρίες, καθώς το μέγεθος της ελληνικής αγοράς δεν είναι ανάλογο. Ωστόσο, σε γενικές γραμμές ο κλάδος «εκπροσωπείται» από πολύ πολοτικά προϊόντα. Να σημειώσουμε ότι μεταξύ άλλων η κάλυψη της Αστικής Ευθύνης εκτός από την αποζημίωση του καταναλωτή-θύματος, μπορεί να καλύπτει και το κόστος ανάκλησης προϊόντος, καθώς δίνεται η δυνατότητα ειδικής επέκτασης του συμβολαίου. Επίσης, συμπληρωματικά μπορούν να δοθούν και άλλες επεκτάσεις κάλυψης, όπως π.χ. η κάλυψη του κόστους που θα απαιτηθεί για την υλοποίηση μιας επικοινωνιακής στρατηγικής αποκατάστασης της φήμης και του ονόματος της εταιρείας, μετά από ένα άτυχο συμβάν με ελαττωματικό προϊόν, ή κόστη που μπορεί να προκύψουν από κακόβουλη αλλοίωση προϊόντων (malicious tampering).

#### **Είναι ελκυστικά τα προϊόντα για τη διαμεσολαβητική αγορά σε επίπεδο προμηθειών;**

Τα ασφάλιστρα στην ελληνική ασφαλιστική αγορά είναι αρκετά ανταγωνιστικά και οι προμήθειες είναι πολύ καλές, καθώς κυμαίνονται στα επίπεδα του 20-25%, άρα το ασφαλιστικό προϊόν είναι ελκυστικό και μπορεί να συμβάλλει στην άνοδο του εισοδήματος του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή. Οι

Τα ασφάλιστρα είναι αρκετά ανταγωνιστικά και οι προμήθειες είναι πολύ καλές, καθώς κυμαίνονται στα επίπεδα του 20-25%

ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές γνωρίζουν επίσης καλά ότι η συγκεκριμένη κάλυψη διατίθεται στην αγορά, κυρίως μέσω των κλασικών δικτύων πωλήσεων. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του κλάδου, πάνω από το 85% των εργασιών το πραγματοποιούν οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές. Η σχετική μελέτη της Ένωσης Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος αναφέρει ότι οι ασφαλιστικοί σύμβουλοι πραγματοποιούν το 3,9% των συμβολαίων, οι μεσίτες και πράκτορες το 82%, το bancassurance το 0,2% και οι απευθείας πώληση το 13,8%.

#### **Δεδομένου ότι πρόκειται για εξειδικευμένα προϊόντα, υπάρχει και η αντίστοιχη τεχνογνωσία σε επίπεδο διαμεσολάβησης:**

Η απόκτηση της τεχνογνωσίας είναι και αποτέλεσμα ενασχόλησης με τον κλάδο. Η Generali που στοχεύει στην υγιή ανάπτυξη μέσα από ένα ισορροπημένο χαρτοφυλάκιο και πάντα σε συνεργασία με τον ασφαλιστικό διαμεσολαβητή δίνει ιδιαίτερο βάρος και στην ανάπτυξη του κλάδου Αστικής Ευθύνης όπου διατηρεί υψηλά μερίδια αγοράς. Στο πλαίσιο αυτής της αναπτυξιακής στρατηγικής προσφέρει εξειδικευμένη εκπαίδευση στους συνεργάτες της που δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την προώθηση των συγκεκριμένων καλύψεων.