

Zmieniają się zasady ubezpieczeń OC?

data aktualizacji: 2017.10.18



Nowe technologie zmieniają ofertę firm ubezpieczeniowych. Dzięki gromadzonym i przetwarzanym danym ubezpieczyciele mogą lepiej ocenić ryzyko podczas przygotowywania oferty dla klienta. Coraz więcej firm stawia też na rozwiązania telematyczne, które będą dostarczać im jeszcze więcej istotnych informacji o kliencie. Na tej podstawie będą mogły oferować polisy dopasowane do klienta. To jednak budzi obawy o ochronę danych osobowych, szczególnie w kontekście nowego prawa, które wejdzie w życie w maju 2018 r.

- Sektor ubezpieczeniowy dość aktywnie korzysta z dostępnych na rynku rozwiązań technologicznych, czyli przetwarza dane osobowe przy użyciu nowoczesnych technologii takich jak big data i używa narzędzi do profilowania. Mając zestaw informacji na temat danej osoby, towarzystwo ubezpieczeniowe próbuje przypisać jej konkretny zestaw cech, aby móc lepiej zaktualizować ryzyko związane z wystąpieniem wydarzenia objętego ochroną. Przekazujemy ubezpieczycielom bardzo duży zestaw informacji niezbędnych do wyliczenia składki, np. na temat nałogów. Jako organ nadzorczy uważnie patrzymy, w jaki sposób towarzystwa ubezpieczeniowe przetwarzają te dane - mówi agencji informacyjnej Newseria Biznes Paweł Makowski, radca Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych.

Kilka ostatnich lat przyniosło duże zmiany w sektorze ubezpieczeniowym, który zaczyna na dużą skalę korzystać z nowych technologii i rozwiązań. Jak wynika z ubiegłorocznego Światowego Raportu Ubezpieczeń, który powstał na zlecenie Capgemini, rozwój technologii i internetu rzeczy - w połączeniu ze zmianą pokoleniową i wkraczaniem na rynek generacji Y - powoduje, że branża ubezpieczeniowa musi przejść cyfrową transformację.

Dane, które gromadzą i przetwarzają urządzenia podłączone do internetu rzeczy takie jak np. inteligentne ekosystemy domowe, urządzenia do noszenia na sobie oraz połączone z siecią drony, roboty i samochody, dostarczają ubezpieczycielom podstaw do szacowania ryzyka i mogą w przyszłości zmienić ich model biznesowy. Dlatego firmy muszą już teraz zacząć się przygotowywać na nieuniknioną transformację działalności ubezpieczeniowej – podkreślają eksperci Capgemini.

- Trendem, który się pojawia w kontekście nowych technologii i informacji, są ubezpieczenia spersonalizowane. Mówimy na przykład o ubezpieczeniach komunikacyjnych, w których wysokość składki zależy od stylu jazdy użytkownika samochodu. Takie dane gromadzą urządzenia, które są montowane w nowoczesnych samochodach, ale przede wszystkim aplikacje, które mamy już zainstalowane w naszych smartfonach. Pozwalają one wykorzystywać dane na temat geolokalizacji, wysokości geograficznej lub potrafią nakładać nasze położenie na mapę – mówi Paweł Makowski.

Jak wynika z badań globalnej firmy doradczej IDC („Worldwide Semiannual Internet of Things Spending Guide”), wartość rynku internetu rzeczy sięgnie 1,7 bln dol. w 2020 roku. W 2018 roku największą wartość będzie miał rynek monitorowania pojazdów – 344 mln dol. Do końca dekady na każdego człowieka przypadać będą 3-4 urządzenia połączone z internetem. Dla ubezpieczycieli najważniejsze będą te zamontowane w inteligentnych domach i samochodach. Poinformują ich o tym, jak często dana osoba porusza się po mieście lub poza nim, jak szybko jeździ czy jaki jest jej styl jazdy.

- Zagrożenie, które wiąże się z używaniem tego typu informacji, jest bardzo duże. Pytanie, co jeśli zostaną użyte w zupełnie innym celu niż ten, dla którego zostały zebrane przez towarzystwa ubezpieczeniowe, czyli do wyliczenia składki ubezpieczeniowej. Co jeśli Kowalski cztery razy w tygodniu stoi cztery godziny pod kasynem? Dlatego ważne jest ustalenie czytelnych zasad zbierania takich informacji, czytelne gwarancje dla osoby, której dane dotyczą, w zakresie zabezpieczenia tych danych, a także tego, komu te dane są udostępniane – podkreśla Paweł Makowski.

Radca GIODO podkreśla, że w maju przyszłego roku w Polsce zacznie obowiązywać unijne rozporządzenie RODO dotyczące ochrony danych osobowych. Nowa regulacja ma ujednolicić przepisy z tego zakresu na terenie wszystkich krajów członkowskich UE. Nałoży też szereg nowych wymogów prawnych i obowiązków na podmioty, które gromadzą i przetwarzają dane o swoich klientach. Dlatego już dziś nowe produkty i procesy powinny być projektowane zgodnie z zasadą privacy by design.

- Zasada ta zakłada, żeby wszywać prywatność w projektowane rozwiązanie – nie zastanawiać się, czy to, co wdrożyliśmy, spełnia wymogi, ale od samego początku, na każdym etapie rozwijania danej usługi, zastanawiać się, jaki będzie to miało wpływ na prawa i wolności osoby fizycznej. Towarzystwa ubezpieczeniowe powinny się zastanowić nad tym, na jakiej podstawie prawnej te dane przetwarzają, czyli w jakiej postaci odbierać zgodę od osoby, której dane dotyczą, jakie warunki ta zgoda powinna posiadać, aby była dobrowolna. Po drugie, powinny się zastanowić, jak te dane zabezpieczyć, żeby nie były wykorzystane przez osobę nieuprawnioną, a po trzecie, zastanowić się, jaki zasób informacji zbierać – podkreśla Paweł Makowski.

Zdaniem radcy GIODO, po wejściu w życie RODO towarzystwa ubezpieczeniowe będą zmuszone skupić się nie na rozwijaniu nowych metod gromadzenia informacji, ale kwestii uzyskiwania zgód na ich przetwarzanie.

- Może się okazać, że ktoś zaprojektuje rozwiązanie zbierające bardzo duży zestaw danych na nasz temat, ale w trakcie analizy projektowej okaże się, że nie możemy tych informacji zbierać, bo one nie będą niezbędne do realizacji celu. Nie ma więc sensu rozwijać technologii zbierania informacji, skoro nie będziemy mogli tych informacji przetwarzać – zauważa Paweł Makowski.

Zapewnienie prywatności w spersonalizowanych ubezpieczeniach jest głównym celem projektu realizowanego wspólnie przez GIODO i Instytut Matematyczny PAN. Eksperci porównują możliwości techniczne zbierania wrażliwych informacji z ograniczeniami, jakie nakłada na firmy unijne rozporządzenie. Zakończenie projektu planowane jest na wiosnę przyszłego roku.

- Chcemy przygotowywać zestaw rekomendacji dla sektora ubezpieczeniowego, ale też zestaw wskazówek dla wszystkich osób, których dane są zbierane w ten sposób, abyśmy wszyscy wiedzieli, na co się zgadzamy, jakie dane są zbierane na nasz temat i jakie zagrożenia płyną z tego rodzaju przetwarzania. Korzyści są oczywiste i ubezpieczyciele wyraźnie o tym mówią: klientcie, będziesz miał zniżkę, jeżeli zgodzisz się na przetwarzanie tego typu informacji. Skuszeni zniżką chętnie możemy się na to zgodzić, ale ważne, abyśmy wiedzieli, na co się zgadzamy, i tę decyzję podejmowali świadomie – wyjaśnia radca GIODO.

Źródło: