



Od czwartku 18 września br., przez kolejny tydzień, w kinach w całej Polsce wyświetlany będzie spot „Nie wstępuj w związek, na który nie jesteś gotowy”. Przypomina on kierowcom, by prowadząc cudze auto upewniali się, czy jego właściciel posiada obowiązkowe ubezpieczenie OC. Film emitowany będzie we wszystkich kinach Cinema City i Helios przez najbliższy tydzień, w ramach bloków reklamowych.

Z badań opinii publicznej wynika, że aż osiemdziesiąt procent polskich kierowców nie zdaje sobie sprawy, że siadając za kierownicą cudzego auta powinni upewnić się czy jego właściciel ma polisę OC*. Nie wiedzą, że kierowanie nieubezpieczonym pojazdem naraża ich na bardzo poważne konsekwencje finansowe. A Polacy coraz częściej korzystają z auta, motocykla, ciągnika, motoroweru, quada etc. - innego niż własny. W ubiegłym roku co czwarty wypadek drogowy spowodowany został przez kierowcę, który nie był właścicielem pojazdu – wynika z danych z ogólnopolskiej bazy polis i szkód prowadzonej przez UFG.

Tymczasem zaledwie co piąty polski kierowca wie, że gdy spowoduje wypadek prowadząc pojazd bez OC - to z własnej kieszeni musi zwracać odszkodowanie za jego skutki - do spółki z posiadaczem pojazdu, który nie wykupił ubezpieczenia. Ofiary takiego wypadku otrzymują odszkodowanie od UFG. Jednak po wypłacie świadczenia, Fundusz występuje o zwrot wypłaconej sumy (tzw. regres) - zarówno do kierującego jak i właściciela nieubezpieczonego pojazdu.

- *“Cieszymy się, że możemy być partnerem inicjatywy, której celem jest zwiększanie świadomości ubezpieczeniowej Polaków. Skala projektu i liczba towarzystw, które przystąpiły do akcji potwierdzają wagę zagadnienia i potrzebę uświadamiania kierowców o skutkach prowadzenia pojazdu bez obowiązkowego ubezpieczenia OC.”* – powiedział Mariusz Kozłowski, wiceprezes Grupy Generali Polska.

Inicjatorem wspólnej kampanii polskiego rynku ubezpieczeniowego jest Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny. Partnerami kampanii są: Axa Direct, Benefia, BRE Ubezpieczenia, Compensa, Ergo Hestia, Generali, Gothaer, Liberty Direct, Link4, PZU, TUW „TUW”, Unia oraz Polska Izba Ubezpieczeń i Komisja Nadzoru Finansowego.

- *“Celem wspólnej kampanii jest rozszerzenie kręgu osób zainteresowanych tym czy dany pojazd ma OC i uświadomienie kierowcom, że nie jest to tylko sprawa jego właściciela. Szczególnie, że coraz częściej siadamy za kierownicą cudzego samochodu. Dla mnie istotne jest również to, że po raz pierwszy w historii polskich ubezpieczeń udało się nam zjednoczyć siły ubezpieczycieli wobec tak istotnej sprawy, która nie powinna być obojętna dla ponad 20 milionów polskich kierowców.”* - powiedziała Elżbieta Wanat-Poleć, prezes Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego

* badanie przeprowadzone zostało – na zlecenie UFG, przez GfK Polonia - między 5 a 9 czerwca 2014 roku na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 1000 osób w wieku powyżej 15 lat.

