



REPUBLIKA HRVATSKA
HRVATSKA AGENCIJA ZA NADZOR
FINANCIJSKIH USLUGA

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga na temelju članka 15. točke 4. Zakona o Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga (Narodne novine br. 140/05, 12/12), članka 204. stavka 10. i članka 55. stavka 8. Zakona o osiguranju (Narodne novine br. 30/15, 112/18, 63/20, 133/20, 151/22, 152/24), na sjednici Upravnog vijeća održanoj 26. rujna 2025. donosi

SMJERNICE
društvima za osiguranje odnosno društvima za reosiguranje za osnaživanje
financijske pismenosti građana Republike Hrvatske

Namjera, cilj i opseg Smjernica

S namjerom pojašnjenja članka 55. stavka 8. Zakona o osiguranju (Narodne novine br. 30/15, 112/18, 63/20, 133/20, 151/22, 152/24), ujednačavanja praksi te unaprjeđenja poslovanja društava za osiguranje odnosno društava za reosiguranje (dalje u tekstu: društava) te poboljšanja informiranosti postojećih i budućih ugovaratelja osiguranja, osiguranika odnosno korisnika osiguranja, Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (dalje u tekstu: Hanfa) donosi Smjernice društvima za osiguranje odnosno za reosiguranje za osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske (dalje u tekstu: Smjernice).

Cilj Smjernica je unaprjeđenje, razvoj i ujednačavanje postojećih postupanja i poslovne prakse društava vezanih uz informiranje i financijsko opismenjavanje postojećih i budućih ugovaratelja osiguranja, osiguranika odnosno korisnika osiguranja, kao i šire javnosti, a vezano uz proizvode i industriju osiguranja. Ujedno, cilj Smjernica je osiguravanje veće javne prisutnosti i prepoznatljivosti društava te pojmova vezanih uz njihovo poslovanje i proizvode, a što je nužno za učinkovito osnaživanje financijske pismenosti. S obzirom da je u široj javnosti i dalje u značajnoj mjeri prisutna percepcija društava kao nedovoljno otvorenih financijskih institucija, a pojmovi vezani uz osiguranje su i dalje nedovoljno poznati javnosti, društva bi trebala kroz svoje aktivnosti osnaživanja financijske pismenosti težiti većoj javnoj prepoznatljivosti, unaprjeđenju vidljivosti te jasnoj i sveobuhvatnoj komunikaciji svojih aktivnosti. Stoga društva svoje aktivnosti vezane uz osnaživanje financijske pismenosti ne bi trebala promatrati kao zadovoljenje zakonske forme već shvatiti i kao doprinos boljoj vidljivosti i primijećenosti svog rada, jačanju povjerenja postojećih i budućih ugovaratelja osiguranja, osiguranika odnosno korisnika osiguranja u industriju osiguranja, što u konačnici doprinosi njezinoj dugoročnoj održivosti.

Smjernicama su obuhvaćena sljedeća područja:

- razdvajanje aktivnosti usmjerenih osnaživanju financijske pismenosti od promidžbenih aktivnosti
- strategija provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti
- sadržajni obuhvat aktivnosti usmjerenih osnaživanju financijske pismenosti



- segmentacija aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti sukladno identificiranim ciljnim skupinama
- eksternalizacija usluga provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti
- financiranje provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti
- izvještavanje o provođenju aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti.

Sadržaj Smjernica

Odredbom članka 55. stavka 8. Zakona o osiguranju (Narodne novine br. 30/15, 112/18, 63/20, 133/20, 151/22, 152/24) propisano je da su članovi uprave društva za osiguranje dužni osigurati da društvo za osiguranje dio prihoda svake godine izdvaja za aktivnosti kojima se podržava osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske i o tome izvijestiti Hanfu do kraja siječnja za prethodnu godinu.

Ovim Smjernicama društvima se ukazuje na moguće standarde, poželjne prakse i principe za koje bi bilo uputno da se primjenjuju tijekom izvršenja spomenute zakonske obveze u cilju unaprjeđenja, razvoja i ujednačavanja postojećih postupanja i poslovne prakse društava vezanih uz informiranje i financijsko opismenjavanje.

1. Razdvajanje aktivnosti usmjerenih osnaživanju financijske pismenosti od promidžbenih i informativnih aktivnosti

Zakon o osiguranju sadrži jasne odredbe o oglašavanju i promidžbi pa se od društva očekuje da svoje aktivnosti usmjerene osnaživanju financijske pismenosti razdvoje od promidžbe, što podrazumijeva razdvajanje spomenutih poslovnih aktivnosti i u formalno procesnom smislu unutar organizacije društava.

Osnaživanje financijske pismenosti podrazumijeva pridržavanje načela transparentnosti, nepristranosti, sveobuhvatnosti i točnosti informiranja baziranog na činjenicama, a ne na određenim vrijednosnim stavovima i iznošenju preferencija prema određenim uslugama ili pružateljima usluga. Uslijed toga se u postupku osnaživanja financijske pismenosti ne smiju koristiti sadržaji iz kojih bi se mogle iščitati marketinške poruke upućene prema korištenju usluga određenog pružatelja ili favoriziranje određene financijske usluge.

U vezi s navedenim, od društava se očekuje da svoje promidžbene aktivnosti, kao i provedbu zakonskih obaveza objavljivanja ne smatraju i ne prikazuju kao aktivnosti unutar postupka osnaživanja financijske pismenosti.

Također, ulaganjem u osnaživanje financijske pismenosti ne mogu se smatrati ulaganja u razvoj i održavanje informatičkih platformi i internetskih stranica na kojima je postojećim i budućim ugovarateljima osiguranja, osiguranicima odnosno korisnicima osiguranja omogućen pristup podacima o dostupnim ili ugovorenim proizvodima osiguranja odnosno na kojima su dostupni kalkulatori za informativne izračune.

2. Strategija provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti

Očekuje se da društva pri planiranju aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti uzmu u obzir kako primjereno financijsko opismenjavanje nije jednokratani niti kratkoročan proces, već dugoročno ulaganje u usmjereno na ostvarivanje pozitivnih rezultata za cjelokupnu zajednicu. Stoga se od društava očekuje da izrade vlastitu strategiju financijskog opismenjavanja te je po potrebi nadopune, uzimajući u obzir sve relevantne

faktore (koji mogu uključivati izmjene relevantnih propisa, razne rezultate istraživanja financijske pismenosti, razvoj tehnologije, itd.).

Preporuke Hanfe su da strategija bude:

- donesena na razdoblje od minimalno 3 godine,
- usvojena na razini uprave društva,
- da uprava društva odredi osobu za njenu provedbu,
- cijelo vrijeme dostupna svim zaposlenicima društava.

Za uspješno provođenje strategije, ista bi trebala sadržavati najmanje:

- analizu postojeće situacije,
- ciljeve strategije razdvojene na glavne i specifične,
- ciljne skupine postojećih i budućih ugovaratelja osiguranja,
- aktivnosti s definiranim i mjerljivim pokazateljima rezultata,
- vremenski plan aktivnosti,
- komunikacijski plan aktivnosti,
- resurse potrebne za provođenje strategije (financijske, stručne i druge),
- evaluaciju.

Evaluaciju strategije provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti uputno je provoditi jednom godišnje (do 1. prosinca) za aktivnosti izvršene u prethodnoj godini te sukladno provedenoj evaluaciji modificirati u adekvatnom dijelu strategiju provođenja aktivnosti osnaživanja financijske pismenosti. Rezultate evaluacije i modifikaciju strategije treba usvojiti uprava društva.

Evaluacija sadržava, ali se ne ograničava na:

- a) analizu provedenih aktivnosti u odnosu na planirane i pojašnjenja odstupanja od plana,
- b) analizu troškova za provedene aktivnosti,
- c) postotak koji je u prethodnoj kalendarskoj godini utrošen na osnaživanje financijske pismenosti u odnosu na ukupne prihode društva ostvarene u prethodnoj kalendarskoj godini,
- d) analizu suradnje s drugim dionicima (ako je primjenjivo),
- e) analizu javnog mišljenja i medijskih objava,
- f) učinak poduzetih aktivnosti na poslovanje konkretnog društva (primjerice, postoji li povezanost između provedenih aktivnosti i broja novih ugovaratelja osiguranja, jesu li provedene aktivnosti imale utjecaj na broj upita o proizvodima osiguranja, na broj pritužbi i prigovora, na razumljivost pojmova specifičnih industriji osiguranja, itd.).

3. Sadržajni obuhvat aktivnosti usmjerenih osnaživanju financijske pismenosti

S obzirom da je dio odgovornosti za efikasnost i održivost industrije osiguranja povjeren društvima, postupak osnaživanja financijske pismenosti šire javnosti društva trebaju promatrati u kontekstu ispunjavanja svoje društveno korisne uloge.

Prilikom planiranja provođenja edukativnih aktivnosti za potrebe osnaživanja financijskog opismenjavanja korisno je obratiti pažnju na važnost održavanja i unaprjeđenja povjerenja šire javnosti u industriju osiguranja Republike Hrvatske te da je društvo u obavljanju svoje djelatnosti dužno postupati u skladu s najboljim interesima postojećih i budućih ugovaratelja osiguranja, osiguranika odnosno korisnika osiguranja. Postupci osnaživanja financijske pismenosti koje provode društva trebali bi biti prvenstveno usmjereni na općenito informiranje o obilježjima financijskih usluga osiguranja ne diferencirajući pri tome ni na koji način usluge koje pružaju pojedina društva.

Usljed toga, neke općenite teme koje se mogu pojašnjavati kroz edukativne aktivnosti koje društva provode tijekom financijskog opismenjavanja uključuju, ali se ne ograničavaju na:

- upoznavanje ciljane populacije s prirodom poslovanja društva, upravljanjem rizicima i temeljnim pojmovima vezanim uz osiguranje (razlikovanje rizika od neizvjesnosti, preuzimanje rizika, funkcije i obilježja osiguranja, skupine i vrste osiguranja, vrste rizika, prava i obveze iz ugovora o osiguranju, sustave stimulacije i sankcija (bonus/malus), samopridržaj, počekni rok, franšiza (uključujući vrste) te ostali relevantni pojmovi),
- pravo na odabir društva s kojim fizička osoba želi sklopiti ugovor o osiguranju,
- pojašnjavanje prednosti osiguranja kao metode prijenosa rizika,
- upoznavanje ciljane populacije s postupkom podnošenja prigovora, pritužbi i predstavki vezanih uz prava i obveze koje proizlaze iz ugovora o osiguranju te obveze po zaprimljenim prigovorima, pritužbama i predstavkama,
- pojašnjenje postupka naknade štete u slučaju nastanka štetnog događaja (rokovi u kojima društvo treba postupiti i način postupanja, mogući pravni instrumenti i postupci u slučaju nezadovoljstva odlukom o naknadi štete).

Uzimajući u obzir specifičnosti financijskih usluga koje pružaju društva i njihova povezanost s drugim segmentima financijskog tržišta (npr. tržištem kapitala) u postupku osnaživanja financijske pismenosti mogu se u primjerenom obujmu obrađivati i druge povezane teme koje uključuju:

- pojašnjenje distinkcije između štednje, investiranja te osiguranja
- važnost razboritog ulaganja
- važnost razumijevanja osobne odgovornosti prilikom sklapanja ugovora o osiguranju
- potrebu za općim financijskim opismenjavanjem

Kod definiranja aktivnosti društva mogu koristiti razne izvore informacija (kao što su rezultati raznih anketa i istraživanja iz pouzdanih i legitimnih izvora, javno dostupni podaci, relevantne baze podataka, upiti, pritužbe i prigovori, informacije dostupne u medijima) ili koristiti vlastite izore ili sredstva (primjerice, za potrebe istraživanja s ciljem prikupljanja podataka i informacija relevantnih za definiranje aktivnosti).

4. Segmentacija aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti sukladno identificiranim ciljnim skupinama

Postojeći i budući ugovaratelji osiguranja, osiguranici i korisnici osiguranja dolaze iz različitih i heterogenih skupina sukladno svojim socioekonomskim obilježjima te stoga imaju različite interese, potrebe, ali često i razine prethodne informiranosti i predznanja vezanih uz osiguranje. Za potrebe izrade strategije i planiranje edukativnih aktivnosti uputno je segmentirati postojeće, kao i potencijalne ugovaratelje osiguranja i osiguranike sukladno njihovim temeljnim socioekonomskim karakteristikama te za svaku identificiranu skupinu planirati adekvatne, aktivnosti financijskog opismenjavanja. Tako je, primjerice, realno očekivati kako aktivnost namijenjena mlađoj populaciji ne bi trebala biti izjednačena sa aktivnostima usmjerenim osobama starije životne dobi. Provedena stratifikacija treba biti u skladu s recentnim socioekonomskim karakteristikama populacije u Republici Hrvatskoj. Pri tome je važno da se aktivnosti društva koje se u jednoj kalendarskoj godini provode za potrebe financijskog opismenjavanja u cijelosti ne usmjere samo prema jednoj ciljnoj skupini već da one budu balansirane sukladno kombinaciji kriterija zastupljenosti pojedine skupine u ukupnoj populaciji te utvrđenoj postojećoj razini financijske pismenosti pojedinih skupina populacije.

U odnosu na poslovanje društava te financijskih usluga koje pružaju, za potrebe izrade strategije i planiranja edukativnih aktivnosti uputno je segmentirati aktivnosti za podizanje razine financijske pismenosti prije svega vezano za informirano pristupanje sklapanju ugovora o osiguranju te ostvarivanje prava iz ugovora o osiguranju.

Pri tome je važno da aktivnosti društva koje se u jednoj kalendarskoj godini provode za potrebe financijskog opismenjavanja budu balansirane, a ne usmjerene samo i isključivo na jedan segment poslovanja odnosno pojedine vrste proizvoda osiguranja.

Također, pri provođenju aktivnosti osnaživanja financijske pismenosti potrebno je voditi računa o njihovoj primjerenoj geografskoj diversifikaciji ako je riječ o direktnim aktivnostima koje se ne odvijaju posredno putem bilo kojeg medijskog kanala.

Vezano uz geografsku diversifikaciju, a radi postizanja optimalnog efekta provedenih aktivnosti, uputno je odabrati i primjerene komunikacijske kanale ovisno o ciljanoj društvenoj skupini odnosno segmentu poslovanja društava. Navedeno može uključivati, ali nije ograničeno na:

- društvene mreže i Internet,
- oglašavanje (primjerice tisak, društvene mreže, Internet, radio, televizija, jumbo plakati i slično)
- radio,
- televiziju,
- tiskane medije,
- tribine, skupove, panele, izlaganja
- suradnju i neposredne susrete te druge oblike edukacije s raznim udrugama, obrazovnim ustanovama ili sindikatima,
- javna događanja u suradnji s drugim dionicima kao što su obrazovne ustanove, udruge ili jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave na području cijele Republike Hrvatske i slično.

5. Eksternalizacija usluga provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti

S obzirom na specifičnost znanja, vještina i iskustva potrebnih za provođenje pojedinih edukativnih aktivnosti društvo, u određenoj fazi pripreme, realizacije ili analize edukativnih aktivnosti može koristiti usluge drugih stručnih dionika, odnosno fizičkih ili pravnih osoba.

Od društava se očekuje da pri izboru tih dionika obrate posebnu pažnju na mogućnost sukoba interesa te da poduzmu sve mjere kako bi adekvatno njime upravljala ili ga izbjegla. Primjer mogućeg sukoba interesa odnosi se na slučaj da društvo za potrebe istraživanja tržišta ili asistencije pri operativnom provođenju edukativnih aktivnosti koristi usluge fizičkih ili pravnih osoba koje su vlasnički ili na neki drugi način s njim povezane. Osim potencijalnog sukoba interesa, posebnu pažnju je potrebno obratiti i na neke druge rizike koji se mogu javiti u postupku osnaživanja financijske pismenosti, kao što je npr. reputacijski rizik ako se u procesu osnaživanja financijske pismenosti koriste usluge osoba ili medija koje nemaju dobar integritet i ugled.

Hanfa u ovim Smjernicama ne može predvidjeti sve specifične i pojedinačne primjere mogućnosti sukoba interesa koji se mogu pojaviti tijekom neke faze u postupku osnaživanja financijske pismenosti. Od društava se očekuje da i prilikom provođenja ovih aktivnosti učinkovito i dosljedno upravljaju spomenutim, kao i svim drugim eventualnim rizicima, na jednak način kao i kod svojih drugih relevantnih poslovnih procesa.

Ne postoje prepreke da društva aktivnosti osnaživanja financijskog opismenjavanja provode kroz suradnju dva ili više društava ili preko udruženja. Takav pristup može, s obzirom na određene zajedničke interese tih društava, biti razumljiv i očekivan, a posebno uzimajući u obzir mogućnost nižih troškova nekih aktivnosti i određenih sinergijskih efekata. No neovisno o tom obliku suradnje na osnaživanju financijske pismenosti, društva bi trebala aktivnosti osnaživanja financijskog opismenjavanja primarno i dominantno provoditi samostalno. Takav individualizirani pristup može dovesti, između ostalog, i do jače prepoznatljivosti pojedinačnih društava u javnosti, doprinijeti dinamičnosti i kompetitivnosti na tržištu, i potaknuti kreativnost pri strukturiranju i provedbi aktivnosti uz povećanje njihova obuhvata i dosega (populacije, geografske pokrivenosti, korištenih medijskih kanala i sl.).

6. Financiranje provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti

Od društava se očekuje da za osnaživanje financijskog opismenjavanja izdvoje primjereni budžet koji je u skladu s njihovim godišnjim prihodima i tržišnim udjelom. Upotreba sredstava treba biti razborita i s ciljem postizanja optimalnog učinka, a sve u skladu s dugoročnom strategijom provođenja aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti.

7. Izvještavanje o provođenju aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti

Društva trebaju svake godine do kraja siječnja za prethodnu godinu izvijestiti Hanfu o aktivnostima koje su u protekloj kalendarskoj godini provela s ciljem osnaživanja financijskog opismenjavanja. Ti izvještaji uključuju sve informacije koje društva smatraju relevantnim, a trebali bi sadržavati najmanje sljedeće:

- a) informacije o strategiji osnaživanja financijskog opismenjavanja, što podrazumijeva sve njezine elemente preporučene ovim Smjernicama, uključujući njezinu evaluaciju,
- b) detaljan popis provedenih edukativnih aktivnosti i povezanih troškova, što podrazumijeva jasno diferenciranje podataka o aktivnostima provedenima samostalno te aktivnostima provedenima u suradnji s drugim dionicima, uključujući i informaciju o eventualnoj suradnji s drugim osiguravajućim društvima
- c) ukupan iznos koji je društvo uložilo u osnaživanje financijske pismenosti te koliki je to postotak u odnosu na ukupne prihode tog društva ostvarene u prethodnoj kalendarskoj godini
- d) podatke o broju sudionika odnosno osobama obuhvaćenima aktivnostima osnaživanjima financijske pismenosti (ako je moguće pratiti takav obuhvat) te podatke o učinku poduzetih aktivnosti na poslovanje konkretnog društva (primjerice, povezanost između provedenih aktivnosti i broja novih ugovaratelja osiguranja, utjecaj provedenih aktivnosti na broj upita o proizvodima osiguranja, na broj pritužbi i prigovora, na razumijevanje pojmova specifičnih industriji osiguranja).

Hanfa će analizirati dostavljene izvještaje te po potrebi komunicirati društvima povratne informacije i zapažanja.

Očekuje se da društva, pri evidentiranju i izvještavanju Hanfe o provedenim aktivnostima financijskog opismenjavanja, koriste obrazac koji se nalazi u Prilogu 1. ovih Smjernica.

Prijelazne i završne odredbe

Društva su dužna poduzeti sve potrebne aktivnosti radi usklađenja svojeg poslovanja s ovim Smjernicama.

Ove Smjernice se objavljuju na internetskoj stranici Hanfe te stupaju na snagu danom objave.

PREDSJEDNIK UPRAVNOG VIJEĆA
dr.sc. Ante Žigman

KLASA: 994-11/25-02/17
URBROJ: 326-01-50-54-25-1
Zagreb, 26. rujna 2025.

Prilog 1. Obrazac Izvještaja o provođenju aktivnosti usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske

<u>IZVJEŠTAJ O PROVOĐENJU AKTIVNOSTI USMJERENIH NA OSNAŽIVANJE FINACIJSKE PISMENOSTI GRAĐANA REPUBLIKE HRVATSKE</u>						
Naziv Društva:						
Godina izvještavanja:						
Ukupni prihod u godini izvještavanja (EUR):						
Ukupna izdvojena sredstva za financijsko opismenjavanje u godini izvještavanja (EUR):						
Aktivnost (molimo unijeti naziv i opis aktivnosti, kao i trajanje iste)	Partner (u slučaju da je aktivnost provedena u suradnji s drugom pravnom osobom/institucijom, navedite kojom)	Ciljana publika (učenici osnovnih i srednjih škola, studenti, umirovljenici, ostalo - molimo navedite ciljanu publiku)	Medij (uživo, online platforme, tisak, radio, TV, ostalo - molimo navedite koji medij ste koristili)	Očekivani doseg (broj pojedinaca koji se planirao doseći aktivnošću)	Ostvareni doseg (broj pojedinaca dosegnut aktivnošću)	Utrošeni iznos (EUR, s PDV-om)
Datum slanja obrasca:						
Odgovorne osobe:						