

W czasie pandemii Polacy bardziej boją się o swoje finanse, niż o zdrowie

COVID-19 wywołał wiele obaw wśród Polaków. Bardziej boimy się o finanse, niż o zdrowie – tak wynika z Badania Prudential Family Index*. Co więcej, ponad połowa rodaków doświadczyła pogorszenia sytuacji finansowej. Czy byliśmy na to przygotowani? Oszczędności posiadane przez znaczną większość Polaków wynoszą maksymalnie do 6 zgromadzonych pensji, natomiast eksperci radzą, aby poduszka finansowa pozwoliła na przynajmniej półroczne życie. Jedynie 23% całej populacji posiada zabezpieczenie zgodne z rekomendacjami profesjonalistów. Pozytywnym aspektem jest to, że Polacy będą oszczędzać. Czy pandemia wykształci i ugruntuje nawyk odkładania pieniędzy na lata?... czas pokaże. Jedno jest pewne warto być przygotowanym na nieprzewidywalne sytuacje.

W wyniku panującej na świecie pandemii wirusa SARS-Cov-2 **większość Polaków bardziej boi się o swoje finanse, niż o zdrowie**. Badanie Prudential Family Index* pokazuje, że 1/3 ankietowanych obawia się pogorszenia sytuacji finansowej, **jedynie 16% Polaków boi się zachorowania**. Dla kolejnej 1/3 badanych zarówno kwestie finansowe jak i zdrowotne stanowią w równym stopniu źródła obaw. Niepokoje Polaków znalazły odzwierciedlenie w rzeczywistości, bo jak wynika z Badania Prudential Family Index* **ponad połowa rodaków przyznaje, że doświadczyła pogorszenia sytuacji finansowej**.

POLACY PRZEDĘ WSZYSTKIM DOŚWIADCZYLI DROŻYZNĄ W SKLEPACH

Z badania wynika, że tym czego najczęściej doświadczyli Polacy to drożyzna w sklepach (51%). Ponad 1/3 ankietowanych była zmuszona do ograniczenia swoich wydatków. Kolejna, dość liczna grupa doświadczyła zmniejszenia wynagrodzenia lub dochodów. Dodatkowo spora część Polaków musiała zrezygnować z wyjazdu na wakacje z powodu obaw związanych ze zdrowiem, Polacy byli również zmuszeni naruszyć swoje oszczędności. **Warto zwrócić uwagę, że z pięciu najliczniejszych doświadczeń związanych z pandemią, cztery dotyczą finansów, tylko jedna dotyczy kwestii zdrowotnych**. Czy wyciągniemy wnioski i czy zmieni się podejście do zabezpieczenia finansowego na przyszłość? Czy Polacy staną się bardziej zapobiegliwi w posiadaniu poduszki finansowej na nieprzewidziane sytuacje?

NIE JESTEŚMY PRZYGOTOWANI

Polacy w czasie pandemii obawiają się pogorszenia sytuacji finansowej i niestety obawy się ziściły – co widać w wyżej opisanych wynikach badania. Czy zatem posiadamy poduszkę finansową na nieoczekiwane sytuacje? Badanie Prudential Family Index* wskazuje, że blisko połowa (44%) rodaków twierdzi, że jest zawsze przygotowanych na nieprzewidziane sytuacje i ma zabezpieczenie finansowe (44% TAK, 33% NIE WIEM, 23% NIE). Ale warto zadać pytanie: czy posiadana poduszka finansowa wystarczy i czy zgromadzone środki pozwolą przeżyć trudny okres? **Polacy w znacznej większości (65%) posiadają oszczędności w wysokości do 6 miesięcznych pensji**. Czy na pewno możemy się czuć w pełni zabezpieczeni finansowo? Eksperci są zgodni i sugerują, że optymalnie każdy z nas powinien posiadać oszczędności w wysokości ponad półrocznych zarobków. Z tego wynika, iż **jedynie około 23% Polaków (czyli mniej niż co czwarty) posiada poduszkę finansową zgodną z rekomendacjami ekspertów**.

Z JAKĄ PODUSZKĄ FINASOWĄ POLACY CZULIBY SIĘ BEZPIECZNIE?

Z badania Prudential Family Index* wynika, że 1/3 Polaków czułaby się komfortowo z poduszką w wysokości zgromadzonych ponad 6 miesięcznych pensji, a znaczna większość, bo ponad połowa badanych wskazuje poczucie bezpieczeństwa finansowego przy posiadanych oszczędnościach do poziomu 6 miesięcznych odłożonych zarobków. Badanie pokazuje, że Polacy mają mało oszczędności – dla przypomnienia jedynie 23% osób posiada zabezpieczenie zgodne z rekomendacjami ekspertów, pozwalające przeżyć przez minimum pół roku. Być może do tej pory mieliśmy mało okazji, by wzbudzić refleksje odnośnie oszczędzania i posiadania poduszki finansowej. Konsumpcja tu i teraz, życie od przysłowiowego „pierwszego do pierwszego”, czy podejście „jakoś to będzie” nie wykształciło i nie ugruntowało nawyku oszczędzania oraz zabezpieczenia poduszki finansowej na nieprzewidziane sytuacje. Mijmy nadzieję, że doświadczenia związane z pandemią przekonają Polaków do posiadania większych oszczędności.

PRAWIE 1/3 BADANYCH BĘDZIE OSZCZĘDZAĆ WIĘCEJ NIŻ DOTYCHCZAS

Polacy boją się o swoje finanse, czy zatem wyciągną wnioski i będą oszczędzać? Wyniki badania wskazują, że jest potencjał w tym zakresie. Prawie wszyscy badani, bo aż 92% deklaruje, że oszczędza i będzie oszczędzać! Brzmi to obiecująco! Badanie Prudential Family Index* obrazuje, że Ci co oszczędzali nadal będą oszczędzać: 43% badanych będzie oszczędzać tyle samo, co wcześniej. 27% Polaków jest skłonnych oszczędzać więcej niż wcześniej. 14% badanych deklaruje mniejsze oszczędności w przyszłości, niż dotychczas – co może być spowodowane na przykład obniżeniem pensji, czy wysokimi cenami w sklepach w czasie pandemii. Jako ciekawostkę warto nadmienić, że aż połowa Polaków, którzy dotąd nie oszczędzali zacznie odkładać. Czy grupie tej wystarczy zapału, by wytrwać w swym postanowieniu, czas pokaże.

Podsumowując: wyniki badania Prudential Family Index* pokazują, że Polacy w dobie pandemii bardziej boją się o finanse, niż o swoje zdrowie. Niestety niepokoje wielu rodaków stały się rzeczywistością, ich sytuacja materialna pogorszyła się. Doświadczenia związane z COVID-19 w większości dotyczą aspektów finansowych, takich jak drożyzna w sklepach, ograniczenie wydatków, czy konieczność korzystania ze zgromadzonych oszczędności. Badanie pokazuje, że spora część Polaków nie jest przygotowana finansowo na nieprzewidziane sytuacje. Rodacy mają mało zgromadzonych oszczędności. Eksperti radzą posiadanie więcej niż 6 miesięcznych zarobków. Jedynie 23% populacji posiada zabezpieczenie zgodne z rekomendacjami profesjonalistów. Obiecujące i istotne jest to, że prawie wszyscy Polacy zgodnie chcą oszczędzać. Warto być przygotowanym na nieprzewidziane sytuacje. Najbliższa rzeczywistość to nadal świat w dobie pandemii, z dużą niepewnością co przyniesie przyszłość. Czy długofalowo pandemia nauczy nawyku oszczędzania?... a tych co już odkładali skłoni do większych oszczędności? Czas pokaże. Z pewnością warto przezornie i z rozmysłem planować swoje finanse, by nie dać się zaskoczyć.

KOMENTARZ DO WYNIKÓW BADAŃ: JAROSŁAW BARTKIEWICZ, PREZES PRUDENTIAL W POLSCE

„W związku z pandemią wyraźnie widać, że Polacy boją się głównie o swoje finanse, ale kwestie zdrowia też są dla nich istotne. COVID-19 to sytuacja nieprzewidywalna i bezprecedensowa, wciąż nie wiadomo do końca kiedy i jak się skończy. Biorąc pod uwagę doświadczenia Polaków, ich obawy o finanse, warto zawczasu pomyśleć o zabezpieczeniu kapitału, jak również zdrowia. W takiej sytuacji ciekawe wydają się rozwiązania typu 2w1, czyli połączenie ubezpieczenia na życie wraz z oszczędzaniem na dowolny cel w przyszłości. Najważniejsze jest, żebyśmy zaczęli myśleć o poduszce finansowej i najwcześniej jak to możliwe zaczęli odkładać środki. Badanie pokazuje obiecujący potencjał zarówno wśród tych, którzy będą oszczędzać więcej niż dotychczas, jak również wśród tych, którzy deklarują, że teraz zaczną odkładać, a nie robili tego wcześniej. Mijmy nadzieję, że doświadczenie pandemii sprawi, iż te pozytywne deklaracje przerodzą się w czyn.” – Jarosław Bartkiewicz, prezes Prudential w Polsce.

Kontakt dla mediów:

Marta Skowron-Moszkowicz

PR manager, rzeczniczka prasowa

marta.skowron-moszkowicz@prudential.pl

t. 519-041-231

PRUDENTIAL W POLSCE

Prudential prowadzi działalność w Polsce od marca 2013 r. Firma wchodzi w skład założonej w 1848 r. brytyjskiej grupy ubezpieczeniowej. Prudential działał w Polsce od 1927 do 1939 r., oferując ubezpieczenie na życie jako angielska spółka akcyjna Towarzystwo Ubezpieczeń Prudential oraz pod polską marką, przejętą przez Prudential w 1927 roku, Towarzystwo Ubezpieczeń „Przezorność”. Obecnie firma działa w Polsce jako Prudential International Assurance plc Spółka Akcyjna Oddział w Polsce. Prudential oferuje rozwiązania, które zapewniają ochronę ubezpieczeniową połączoną z możliwością oszczędzania na dowolny cel. Rozwija również swoją ofertę produktową, wprowadzając do niej szereg umów dodatkowych, zabezpieczających Klientów finansowo np. na wypadek poważnego zachorowania albo na wypadek poważnego inwalidztwa. Prudential **współpracuje obecnie z około tysiącem przedstawicieli wyłącznych oraz ponad dziesięcioma tysiącami przedstawicieli pracujących dla multiagencji dystrybuujących ubezpieczenia firmy. Klienci sieci Play są również objęci ochroną ubezpieczeniową. Przedstawiciele wyłączni Prudential pracują w sieci 20 oddziałów, w największych miastach Polski. Firma stawia na rozwój sieci własnej i chce pozyskać do współpracy ok. trzy tysiące osób.**

Motto Prudential brzmi: *„Od ponad 170 lat. staramy się robić więcej niż inni, bo dla kogoś może to znaczyć wszystko”*. To powód, dla którego firma konsekwentnie komunikuje swoją wieloletnią tradycję i kluczową dla ubezpieczyciela wartość dotrzymywania obietnic. Prudential wsparł produkcję filmu „Warszawa 1935”, ukazującego piękno przedwojennej Warszawy, Przedstawił prawdziwe historie spadkobierców posiadaczy przedwojennych polis, wystawionych jeszcze za czasów II Rzeczypospolitej. Firma w dalszym ciągu poszukuje spadkobierców swoich klientów sprzed drugiej wojny światowej, a do tej pory wypłaciła ponad 20 mln funtów szterlingów tytułem świadczeń z przedwojennych polis. Informacje o poszukiwaniach potomków dawnych klientów można znaleźć na polskiej stronie internetowej Prudential. Lista przedwojennych klientów firmy znajduje się tutaj: <https://www.prudential.pl/historia> Prudential **wspierał również akcję społeczną „Daję Słowo”**, mającą na celu przywrócenie wartości danemu słowu oraz promującą dotrzymywanie obietnic. W czerwcu 2015 r. Prudential został wyróżniony Grand Prix w konkursie Golden Arrow za najlepszą i najbardziej efektywną kampanię reklamową roku w Polsce. W październiku 2015 r. kampania o dotrzymanych obietnicach zwyciężyła również w kategorii „Ubezpieczenia i inwestycje”, otrzymując srebrną statuetkę Effie (złotej nie przyznano), a w 2016 r. ubezpieczyciel ponownie został wyróżniony nagrodą Golden Arrow za najlepszą kampanię zintegrowaną oraz Złotym Effie za najbardziej efektywną kampanię reklamową w ubezpieczeniach za pierwszą odsłonę kampanii „Młodzi Bogowie”. Specjalny serwis poświęcony tematowi kampanii znajduje się pod adresem www.mlodzibogowie.pl. Jesienią 2018 r. Prudential został wyróżniony Srebrnym Effie w kategorii „Ubezpieczenia i Inwestycje” oraz Złotym Effie w kategorii „Long term marketing excellence” – serią tak chlubnych nagród jak do tej pory może pochwalić się jedynie Prudential Polska wśród firm ubezpieczeniowych w naszym kraju.

Od wiosny 2016 r. prezesem Prudential w Polsce jest **Jarosław Bartkiewicz**.