



Bruxelles, 10.12.2015.
COM(2015) 630 final

ZELENA KNJIGA

o maloprodajnim financijskim uslugama

Bolji proizvodi, veći izbor i više mogućnosti za potrošače i poduzeća

Zelena knjiga o maloprodajnim financijskim uslugama

Bolji proizvodi, veći izbor i više mogućnosti za potrošače i poduzeća

Odjeljak 1. Stvaranje pravog europskog tržišta za maloprodajne financijske usluge

Zahvaljujući jedinstvenom tržištu Europske unije i njegovim četirima slobodama¹ građanima EU-a nude se izvrsne mogućnosti. U područjima u kojima je jedinstveno tržište dobro razvijeno, kao što je zračni prijevoz, 500 milijuna potrošača ima koristi od bogatog tržišnog natjecanja koje nam svima omogućuje veći izbor, bolje usluge i niže cijene. Jedan od prioriteta Komisije predsjednika Junckera jest postići dublje i poštenije jedinstveno tržište.

Maloprodajnim financijskim uslugama osigurava se niz usluga koje su od ključne važnosti za građane: gdje držimo novac, kako štedimo za stare dane, kako otplaćujemo za kuću ili druge kupljene stvari, kako osiguravamo sebe ili svoju imovinu za slučaj zdravstvenih problema ili nesreća. Razvojem učinkovitih europskih tržišta za takve usluge potrošačima će se osigurati veći izbor, uspješnim pružateljima omogućit će se da ponude svoje usluge diljem EU-a te će se podržati ulazak novih sudionika na tržište i inovacije. Međutim, europska tržišta maloprodajnih financijskih usluga trenutačno zapravo ne postoje. Preko granica se kupuje samo manjina maloprodajnih financijskih usluga. Na domaćim tržištima postoje mnogi dobri proizvodi, ali potrošačima u jednoj državi članici EU-a teško je kupiti proizvode koji se pružaju u drugoj državi članici. Time se ne ograničuje samo izbor. Dokazano je da se cijene u EU-u znatno razlikuju: na primjer, osiguranje za motorna vozila za istog potrošača može biti dvostruko skuplje u nekim državama članicama nego u drugima.

Digitalizacijom – razvojem novih poslovnih modela i usluga primjenom tehnologije – informacije postaju lako dostupne mogućim potrošačima. Zbog toga je manje važna fizička lokacija sudionika u transakciji. Digitalizacijom se može pridonijeti smanjenju cijena i može se poboljšati usporedivost proizvoda čime se potrošači osnažuju za donošenje svojih financijskih odluka. Dugoročno bi se digitalizacijom trebalo trgovačkim društvima omogućiti da svoje proizvode ponude bilo gdje u Uniji i tako pridonijeti dovršetku jedinstvenog europskog tržišta.

Izgradnja povjerenja bit će od ključne važnosti za širenje jedinstvenog tržišta u ovom području: povjerenje među trgovačkim društvima da mogu poslovati preko granica i povjerenje potrošača da će njihovi interesi biti zaštićeni ako se budu koristili uslugama preko granica. Da bi se ti ciljevi mogli ostvariti, usluge i proizvodi moraju biti sveobuhvatni: drugim riječima, informacije o njihovoj funkciji, cijeni te usporedba s drugim proizvodima trebali bi biti dostupni na način koji potrošači razumiju.

Nastavljajući se na prethodna djelovanja EU-a u ovom području, u Zelenoj knjizi istražuje se što se može učiniti kako bi se stvaranjem jedinstvenog tržišta financijskih usluga ostvarila konkretna poboljšanja života ljudi u EU-u. Poboljšanim tržištem maloprodajnih financijskih usluga stvorile bi se nove prilike na tržištu za dobavljače podupiranjem rasta europskog gospodarstva i otvaranja radnih mjesta.

¹ Ugovorom o funkcioniranju EU-a (UFEU) jamči se sloboda kretanja robe, kapitala, usluga i ljudi u EU-u.

1.1 Cilj

U ovoj Zelenoj knjizi govorit će se o tome kako se europsko tržište maloprodajnih financijskih usluga, odnosno osiguranja, kredita, plaćanja, tekućih i štednih računa i ostalih maloprodajnih ulaganja, može dalje otvoriti i tako potrošačima i poduzećima omogućiti ostvarivanje boljih rezultata, a da se pritom zadrži primjerena razina zaštite potrošača i ulagača. U njoj se nastoje utvrditi posebne prepreke s kojima se potrošači i trgovačka društva suočavaju kada pokušavaju u potpunosti iskoristiti jedinstveno tržište te opisati načini na koje se te prepreke mogu prevladati, uključujući uporabom nove tehnologije na najbolji mogući način, primjenjujući odgovarajuće zaštitne mjere. Cilj je olakšati sljedeće:

- trgovačkim društvima sa sjedištem u jednoj državi članici EU-a da ponude maloprodajne financijske usluge u drugim državama EU-a
- potrošačima kupovinu maloprodajnih financijskih usluga koje se nude u drugim državama članicama EU-a
- građanima da ponesu svoje financijske proizvode sa sobom kada se sele iz jedne države članice u drugu, bez obzira odlaze li radi studiranja, rada ili umirovljenja – takozvana „prenosivost”.

Cilj je Zelene knjige potaknuti raspravu na razini EU-a i na nacionalnoj razini. Njome se pozivaju Europski parlament i Vijeće, ostale institucije EU-a, nacionalni parlamenti i svi zainteresirani da daju prijedloge o mogućim dugoročnijim mjerama politike koje bi mogle biti potrebne za postizanje učinkovitog i konkurentnog europskog tržišta u tome području. U njoj se stoga istražuje sljedeće:

- (1) postojeće stanje na jedinstvenom tržištu maloprodajnih financijskih usluga i novi trend digitalizacije (odjeljak 2.) i
- (2) potreba za djelovanjem na razini EU-a ili na nacionalnoj razini u cilju prevladavanja prepreka koje trenutačno sprečavaju potrošače i poduzeća u prekograničnoj trgovini (odjeljak 3.).

1.2 Prethodna djelovanja EU-a u području maloprodajnih financijskih usluga

Povjerenje potrošača u financijski sektor i maloprodajne financijske usluge smanjilo se zbog financijske krize i štete nanesene ugledu financijske industrije. Kako bi obnovio povjerenje potrošača i pridonio širenju jedinstvenog tržišta, EU je nedavno poduzeo niz zakonodavnih mjera u području maloprodajnih financijskih usluga. Neke od tih inicijativa još uvijek se provode na nacionalnoj razini. O njima se detaljnije raspravlja u ovoj Zelenoj knjizi, ali uključuju sljedeće:

- omogućivanje potrošačima da donose utemeljene odluke zahvaljujući zahtjevima za većom transparentnošću i davanjem boljih savjeta u određenim područjima prije prodaje određenih financijskih proizvoda kao što su računi za plaćanje, potrošački i hipotekarni krediti, investicijski proizvodi i osiguranje
- poticanje razvoja konkurentnih tržišta računa za plaćanje osiguravanjem prava pristupa osnovnim računima za plaćanje u cijelom EU-u, zabranom diskriminacije na temelju boravišta u pogledu računa za plaćanje i osiguravanje pristupa uslugama prebacivanja računa za plaćanje nacionalnoj razini

- unaprjeđenje pravila o zaštiti potrošača za ulaganja, hipotekarne kredite i osiguranje kako bi se osiguralo povjerenje potrošača u kupovinu na nacionalnom i prekograničnom tržištu
- olakšavanje prekogranične raspodjele osiguranja i hipotekarnih kredita u cilju povećanja tržišnog natjecanja.

Na maloprodajne financijske usluge primjenjuju se razni zahtjevi i propisi na razini EU-a i nacionalnoj razini u cilju zaštite potrošača i poticanja unutarnjeg tržišta EU-a za te usluge. Oni uključuju međusektorske zahtjeve, kao što su oni koji se odnose na nepošteno uvjete u potrošačkim ugovorima i nepoštenu poslovnu praksu poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu² te posebno zakonodavstvo o mnogim financijskim proizvodima i uslugama plaćanja. Komisija pažljivo prati primjenu i provedbu postojećeg zakonodavstva u državama članicama i nastavlja promicati učinkovitu suradnju među nacionalnim nadležnim tijelima u cijelom EU-u.³ Rad europskih nadzornih tijela (ESA) također je relevantan u tom kontekstu.⁴ Povrh toga, Komisija je redovito revidirala regulatorni okvir za sektor maloprodajnih financijskih usluga u cilju stvaranja integriranijih, konkurentnijih i poštenih tržišta financijskih usluga.⁵

1.3. Kako se ova Zelena knjiga uklapa u opće prioritete Komisije

Ovim se savjetovanjem nadopunjuju druge ključne aktivnosti Komisije:

- *Jedinstveno digitalno tržište (DSM)*: Strategijom jedinstvenog digitalnog tržišta (DSM)⁶ nastoji se osigurati, među ostalim, bolji pristup potrošača i poduzeća robi i uslugama na internetu diljem Europe rješavanjem problema neopravdanog „geoblokiranja” (ograničenja kupovine koja određuju dobavljači). U njoj se također spominje problem „ravnopravnosti” različitih pružatelja usluga i predviđa sveobuhvatna procjena internetskih platformi s posebnim naglaskom na postupanje s podacima. Nadalje, Strategijom jedinstvenog digitalnog tržišta nastoji se povećati tehnička interoperabilnost podupiranjem standardizacije. Sve je to važno za digitalizaciju financijskog sektora, ali nije specifično za taj sektor.

² Vidi, primjerice, Direktivu o nepoštenim ugovornim uvjetima (UCTD), Direktivu Vijeća 93/13/EEZ od 5. travnja 1993. o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima (SL L 95, 21.4.1993., str. 29.); Direktivu o nepoštenoj poslovnoj praksi UCPD), Direktivu 2005/29/EC Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu i o izmjeni Direktive Vijeća 84/450/EEZ, Direktiva 97/7/EZ, 98/27/EZ i 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, kao i Uredbe (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća (SL L 149, 11.6.2005., str. 22.)

³ Alati koje vrijedi spomenuti uključuju Mrežu za suradnju u području zaštite potrošača koja je uspostavljena Uredbom o suradnji u zaštiti potrošača – Uredba (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. listopada 2004. o suradnji između nacionalnih tijela odgovornih za provedbu zakona o zaštiti potrošača (OJ L 364, 9.12.2004., str. 1.).

⁴ Tri su ESA-e Europsko nadzorno tijelo za vrijednosne papire i tržišta kapitala (ESMA), Europsko nadzorno tijelo za bankarstvo (EBA) i Europsko nadzorno tijelo za osiguranje i strukovno mirovinsko osiguranje (EIOPA).

⁵ Na primjer, Akcijski plan Komisije o financijskim uslugama (1999.); Komunikacija Komisije: Sektorska istraga u skladu s člankom 17. Uredbe 1/2003 o maloprodajnim bankarskim uslugama (COM(2007)33 završna verzija), Zelena knjiga „Maloprodajne financijske usluge na jedinstvenom tržištu” (COM/2007/0226 završna verzija) i Zelena knjiga „Prema integriranom europskom tržištu plaćanja karticama, internetom i mobilnim uređajima” (COM/2011/0941 završna verzija).

⁶ Komunikacija Komisije: Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf)

- *Unija tržišta kapitala (CMU)*: Cilj je Unije tržišta kapitala⁷ izgradnjom snažnijeg jedinstvenog tržišta kapitala ponuditi poduzećima više izbora za financiranje u različitim fazama razvoja i pružiti više mogućnosti i bolji povrat štedišama i ulagačima.
- *Strategija jedinstvenog tržišta (SMS)*: SMS⁸ se sastoji od ciljanih aktivnosti u tri ključna područja: stvaranje prilika za potrošače, stručnjake i poduzeća, poticanje modernizacije i inovacija i osiguranje provedbe u praksi od čega imaju koristi potrošači i poduzeća u njihovim svakodnevnim životima. Cilj je te strategije olakšati prekogranično pružanje usluga i ukloniti ključne prepreke za poslovne i građevinske usluge. Komisija će preispitati promjene na tržištu i, ako je potrebno, poduzeti mjere u vezi sa zahtjevima za osiguranje poduzeća i pružatelja građevinskih usluga.

Ovom se Zelenom knjigom uzimaju u obzir i dopunjuju druge posebne inicijative Komisije kao što su Poziv na dostavljanje dokaza o regulatornom okviru EU-a za financijske usluge⁹, tekuće aktivnosti usmjerene na uklanjanje prepreka u sektoru osiguranja povezanih s ugovornim pravom¹⁰, procjena potencijala Direktive o trgovanju na daljinu financijskim uslugama (DMFSD)¹¹ i trenutačna sektorska istraga o e-trgovini.¹²

Odjeljak 2. Trenutačno stanje na tržištu maloprodajnih financijskih usluga

2.1 Rascjepkana tržišta i nedovoljno tržišno natjecanje

Postoje velike razlike u cijeni i izboru među državama članicama. Na nekim tržištima vrlo mali broj potrošača mijenja proizvode čime bi se mogli smanjiti poticaji trgovačkim društvima da se natječu na tržištu. Nadalje, na tržištima nekih država članica postoji velika koncentracija pružatelja usluga. Na maloprodajnim tržištima financijskih usluga u EU-u postoji i vrlo malo prekograničnih aktivnosti. To u određenoj mjeri odražava kulturne i nacionalne preferencije i izbor potrošača. Ne želi svi potrošači kupovati prekogranične proizvode financijskih usluga. No bilo bi korisno razmotriti može li se više učiniti za smanjenje rasjepkanosti.

Rastom kupovine na internetu poduzeća dobivaju mogućnost na daljinu pružati usluge potrošačima u drugim državama članicama. Veliko potencijalno tržište čine i potrošači koji se kreću unutar Unije: 13,6 milijuna građana EU-a žive u državi članici EU-a koja nije njihova

⁷ Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija – Akcijski plan o izgradnji unije tržišta kapitala COM (2015) 468 završna verzija, 30.9.2015.

⁸ Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija – Nadogradnja jedinstvenog tržišta: više prilika za ljude i poduzeća COM (2015) 550 završna verzija, 28.10.2015.

⁹ Europska komisija, Poziv na podnošenje dokaza: Regulatorni okvir EU-a za financijske usluge (http://ec.europa.eu/finance/consultations/2015/financial-regulatory-framework-review/docs/consultation-document_en.pdf)

¹⁰ Za više informacija vidi http://ec.europa.eu/justice/contract/insurance/index_en.htm

¹¹ Direktiva 2002/65/EC Europskog parlamenta i Vijeća od 23. rujna 2002. o trgovanju na daljinu financijskim uslugama koje su namijenjene potrošačima i o izmjeni Direktive Vijeća 90/619/EEZ i direktiva 97/7/EZ i 98/27/EZ (SL L 271, 9.10.2002., str. 16.)

¹² Za više informacija vidi http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html

država članica, a mnogi drugi mogli bi to učiniti u nekom trenutku u njihovom životu.¹³ Nadalje, 35 % europskih građana živi u pograničnim regijama na granici s drugim državama članicama¹⁴ i mnogi od njih dio kupovine već obavljaju u svojim „lokalnim” prekograničnim područjima¹⁵. To bi trebalo biti moguće i u slučaju maloprodajnih financijskih usluga, ali često nije tako. Da bi tržišta bila pristupačna svim poduzećima, trebalo bi smanjiti nepotrebne i neopravdane prepreke za nova poduzeća na tržištu, posebno za ona poduzeća koja bi mogla moći prekogranično nuditi svoje proizvode unutar EU-a.

Imate li boravište u Belgiji?

☐ **Da** ☐ **Ne**

Ako vaše mjesto boravišta nije u Belgiji, ne možete otvoriti račun kod ABC Direct.

Ograničena prekogranična aktivnost

Trenutačno je razina izravnih prekograničnih transakcija u okviru maloprodajnih financijskih usluga ograničena jer potrošači većinom kupuju te proizvode na svojem domaćem tržištu, a poduzeća velikom većinom pružaju usluge na tržištima na kojima imaju fizički poslovni nastan.¹⁶ Iz rezultata nedavnih istraživanja može se zaključiti da je udio potrošača koji su već kupili bankarske proizvode u drugoj državi članici bio manji od 3 % za kreditne kartice, tekuće račune i hipoteke.¹⁷ Samo 5 % potrošačkih kredita ugovoreno je preko granica.¹⁸ Prekogranični krediti u europodručju čine manje od 1 % ukupnih potrošačkih kredita u tom području.¹⁹ U osiguranju je prekogranično pružanje usluga činilo samo otprilike 3 % ukupnih bruto upisanih premija 2011. i 2012.²⁰

Razlike u cijenama i izboru

Rascjepkanost tržišta razvidna je iz različitih cijena za iste ili slične proizvode na različitim domaćim tržištima, čak i od istog pružatelja. Na primjer, kada osnivaju podružnice na drugim tržištima, poduzeća nastoje prilagoditi cijene lokalnim uvjetima i u načelu ne izvoze

¹³ Eurostat, Građanstvo EU-a – statistički podaci o prekograničnim aktivnostima, travanj 2013., (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/EU_citizenship_-_statistics_on_cross-border_activities) (pristup ožujak 2015.)

¹⁴ Područja s posebnim zemljopisnim značajkama, radni dokument, Regionalna politika Europske unije, br. 02/2009, str. 4. – 5.

¹⁵ Europski parlament, Ugovorno pravo EU-a kao alat za olakšavanje prekograničnih transakcija: stajalište potrošača, 2010. (<http://www.europarl.europa.eu/webnp/cms/pid/1483>), str. 9.

¹⁶ Posebno istraživanje Eurobarometra br. 373 Maloprodajne financijske usluge, str. 28. i dalje (http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/policy/eb_special_373-report_en.pdf)

¹⁷ Posebno istraživanje Eurobarometra br. 373 Maloprodajne financijske usluge, str. 32.

¹⁸ Istraživanje o funkcioniranju tržišta potrošačkih kredita u Europi, srpanj 2013. (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/consumer_credit_market_study_en.pdf), str. x-xi

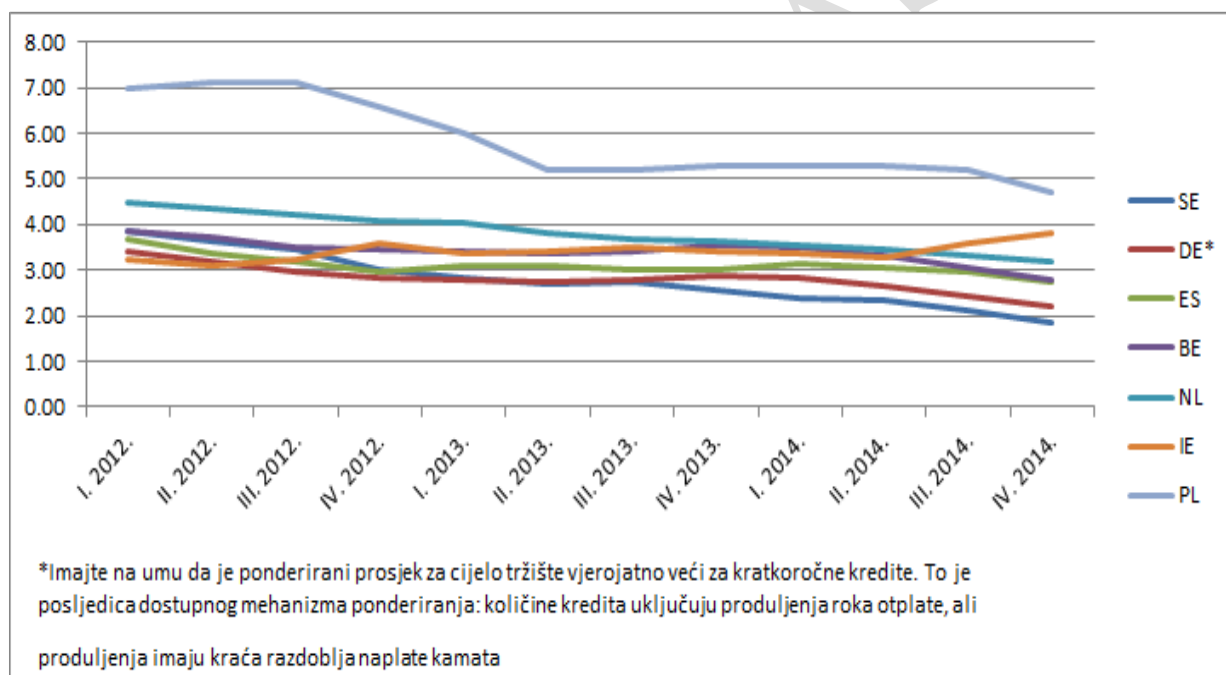
¹⁹ Izvor: ECB-ovo skladište statističkih podataka

²⁰ Dokument politike DSF-a br. 45.s „Prekogranično osiguranje u Europi”, Dirk Schoenmaker i Jan Sass, prosinac 2014., str.12.

konkurentnije cijene na druga tržišta. Rascjepkanost tržišta očituje se i u ograničenom izboru koji je dostupan potrošačima u nekim državama članicama. Na primjer, potrošači na nekim tržištima imaju pristup samo hipotekama s fiksnom kamatom, dok na drugim tržištima imaju pristup samo promjenjivim stopama.²¹

U odnosu na bankarski sektor može se zaključiti iz informacija koje je prikupila Skupina korisnika financijskih usluga (FSUG) da u odnosu na niz proizvoda mogu postojati znatne razlike među državama članicama, bez obzira na ono što se može objasniti objektivnim razlikama u pogledu razine kupovne moći i nacionalnih cijena.²² Godišnje članarine koje se plaćaju za kreditne kartice kreću se od 9.10 EUR u Rumunjskoj do gotovo 114 EUR u Slovačkoj. Prijenos kredita izvan interneta u nekim je državama članicama besplatan, dok u Francuskoj može stajati u prosjeku 3,58 EUR. Postoje i velike razlike u kamatama koje kućanstva plaćaju na hipotekarne kredite u različitim državama (vidi grafikon 1.).²³ Postoje veće razlike u području potrošačkih kredita nego u odnosu na hipotekarne kredite.

Grafikon 1. Podaci Europske hipotekarne federacije o kamatama na nove hipotekarne stambene kredite po tromjesečjima (2012. – 2014.)



U sektoru osiguranja isti ugovaratelj osiguranja sa sličnim profilom rizika može platiti dvostruko više za sličnu policu osiguranja ovisno o njegovom boravištu. Informacije koje je prikupio FSUG upućuju na to da su se mjesečne premije za usporedivi proizvod neinvesticijskog životnog osiguranja u trajanju od 25 godina kretale od 10 EUR mjesečno u Slovačkoj i 12,40 EUR mjesečno u Španjolskoj do 65 EUR mjesečno u Ujedinjenoj

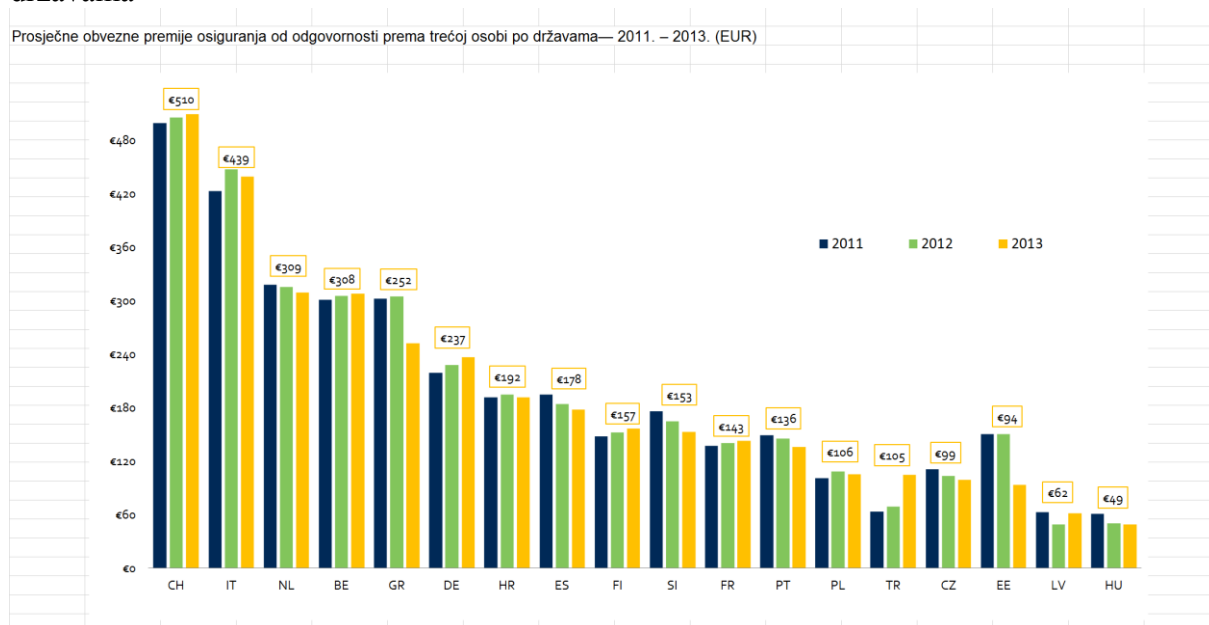
²¹ Europska hipotekarna federacija, Hypostat 2015., str. 15.

²² Skupina korisnika financijskih usluga, „Integracija maloprodajnog financijskog tržišta” (http://ec.europa.eu/finance/financeservices-retail/fsug/papers/index_en.htm).

²³ Izvor: Europska hipotekarna federacija

Kraljevini. U slučaju osiguranja za motorna vozila, primjerice, cijene se razlikuju čak i za isti model automobila (Grafikon 2.).²⁴

Grafikon 2. Prosječne obvezne premije osiguranja od odgovornosti prema trećoj osobi po državama



Razlike u cijenama mogu se pripisati čimbenicima kao što su različiti uvjeti u nacionalnim gospodarstvima, nejednake razine kupovne moći, financijske ili institucionalne strukture (npr. oporezivanje, regulacija ili nadzor) ili različiti troškovi financiranja, pretpostavke vrijednosti (ponekad povezane s vezivanjem ili pakiranjem proizvoda) i cjenovne strukture na lokalnim tržištima. U području osiguranja (posebno osiguranja od automobilske odgovornosti) mogu postojati velike razlike u cijenama i rizicima povezanim s osiguranjem među različitim državama članicama, čime se mogu opravdati neke razlike u cijenama. Međutim, nema očitog objektivnog opravdanja za raspon razlika u cijenama proizvoda koji su manje povezani sa zemljopisnim položajem ili lokalnim značajkama, kao što je životno osiguranje (čak i ako očekivani životni vijek nije isti u svim državama članicama). Tim se čimbenicima ne može uvijek dovoljno opravdati stupanj različitosti cijena diljem EU-a.

Nedovoljno tržišno natjecanje i minimalno prebacivanje potrošača

Većina maloprodajnih tržišta bankarstva i osiguranja u državama članicama vrlo je koncentrirana i pokazuje znakove da na njima ne postoji potpuno tržišno natjecanje, čime se ograničava vrijednost i kvaliteta proizvoda koje primaju. Na primjer, na kraju 2013. tržišni udio pet najvećih pružatelja usluga u bankovnom sektoru iznosio je od gotovo 95 % u Grčkoj

²⁴ Izvješće udruženja Insurance Europe o europskim tržištima osiguranja od automobilske odgovornosti, str. 40. (Grafikon 48.), studeni 2015. (www.insuranceeurope.eu). Napominjemo da je ovaj grafikon izmijenjen kako ne bi sadržavao države koje nisu članice EU-a. Vidi isto Istraživanje o maloprodajnom tržištu osiguranja koju je proveo Europe Economics (26.11.2009.), str. 301. i 315. (http://ec.europa.eu/finance/insurance/docs/motor/20100302rim_en.pdf)

do više od 30 % u Njemačkoj i Luksemburgu.²⁵ U odgovoru na javno savjetovanje o reviziji Uredbe o skupnom izuzeću sporazuma o osiguranju, većina osiguravatelja i njihovih udruženja tvrdilo je da na tržištima osiguranja postoji tržišno natjecanje.²⁶ Bez obzira na to, velika se koncentracija može uočiti u pogledu životnog i neživotnog osiguranja. Na primjer, omjeri koncentracije u sektoru životnog osiguranja mjereni tržišnim udjelom najvećih pet poduzeća u području životnog osiguranja 2013. nalaze se u rasponu od 100 % u Estoniji i Malti do manje od 40 % u Njemačkoj i Hrvatskoj.²⁷ Te se velike razlike naizgled ne mogu objasniti razlikom u veličini tržišta.

Prebacivanje između različitih pružatelja proizvoda na niskoj je razini u EU-u.²⁸ Prema podacima Eurobarometra čini se da 2012. više od 85 % ispitanika koji su imali osobni kredit ili kreditnu karticu nije izvršilo ili pokušalo prebacivanje.²⁹ Nadalje, na razini država članica pokazalo se da tržišta gotovinske štednje ne funkcioniraju dobro i potrošači ostaju „vezani” uz jednog pružatelja i proizvod iako su dostupni slični proizvodi s boljim povratom.³⁰ Prema pregledima potrošačkih uvjeta, maloprodajne usluge jedno su od područja u kojima su potrošači najmanje zadovoljni s uslugama koje primaju.³¹ Kombinacija visokog stupnja nezadovoljstva, različitih cijena i niske razine prebacivanja mogla bi upućivati na to da na tim tržištima tržišno natjecanje ne funkcionira dovoljno dobro za potrošače ili da prepreke odabiru određenih proizvoda ili njihovom napuštanju utječu na inerciju potrošača i sprječavaju ih u pronalaženju najboljih ponuda.

Potrošači svojim prebacivanjem mogu poticati konkurentnost među poduzećima i ulazak novih sudionika na zrela tržišta. Da ne postoje prepreke koje sprječavaju prekogranične transakcije, prebacivanjem bi se mogla potaknuti poduzeća da pružaju usluge iz drugih država članica. Dva tržišta na kojima prebacivanje može biti najteže – računi za plaćanje i hipotekarni krediti – bili su predmetom inicijativa na razini EU-a posljednjih godina koje se još uvijek prenose na nacionalnoj razini, a koje su uključivale Direktivu o hipotekarnim kreditima³² (MCD) kojom se uklanjaju prepreke napuštanju određenog proizvoda i Direktivu

²⁵ Vidi izvješće o bankovnim strukturama, ECB, listopad 2014., str.15.

(<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/bankingstructuresreport201410.en.pdf>)

²⁶ Sažeto izvješće odgovora na javno savjetovanje u području revizije Uredbe o skupnom izuzeću sporazuma o osiguranju (IBER) (http://ec.europa.eu/competition/consultations/2014_iber_review/summary_report_en.pdf)

²⁷ Vidi statističke podatke o osiguranju u EU-u/EGP-u (RE) (tablica 10.). (<https://eiopa.europa.eu/financial-stability-crisis-prevention/financial-stability>)

²⁸ Praćenje potrošačkih tržišta u Europskoj uniji 2013., str. 43. - 44.

(http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/market_monitoring/docs/consumer_market_monitoring_2013_part_1.pdf.)

²⁹ Istraživanje Eurobarometra br. 373 Maloprodajne financijske usluge, str. 85.

³⁰ FCA, Cash Savings Market Study Report (<http://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>); Autoriteit Consument & Market, Prepreke ulasku na nizozemsko maloprodajno bankarsko tržište, str. 69

³¹ Vidi najnoviji Pregled potrošačkih tržišta

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/index_en.htm

³² Direktiva 2014/17/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 4. veljače 2014. o ugovorima o potrošačkim kreditima koji se odnose na stambene nekretnosti i o izmjeni direktiva 2008/48/EZ i 2013/36/EU i Uredbe (EU) br. 1093/2010 (SL L 60, 28.2.2014., str.34). Člankom 25. obuhvaćena su pitanja prijevremene otplate

o računima za plaćanje³³ (PAD) kojom se stvaraju posebne nacionalne usluge za prebacivanje računa za plaćanje. Međutim, postoje dodatni načini na koje se može poticati prebacivanje na razini EU-a – na primjer, u nekim državama članicama razmatra se mogućnost potpune prenosivosti brojeva bankovnih računa.

Povezivanje proizvoda i njihova prodaja u paketima može biti i prepreka izboru potrošača. Pored pravila o tržišnom natjecanju povezivanje maloprodajnih financijskih proizvoda i njihova prodaja u paketima trenutačno podliježu sektorskim pravilima utvrđenima u MCD-u (kojim će se osigurati da zajmoprimci mogu odabrati osiguranje od drugog pružatelja)³⁴, PAD-u i u nadolazećoj Direktivi o raspodjeli osiguranja (IDD)³⁵. Revidiranom Direktivom o tržištima financijskih instrumenata (MiFID II)³⁶ ujedno se ESMA-u (u suradnji s EBA-om i EIOPA-om) ovlašćuje da izradi smjernice za unakrsnu prodaju. Potrošači bi morali biti obavješteni imaju li mogućnost zasebne kupnje svakog proizvoda iz paketa (npr. osiguranje od drugog pružatelja) i dobiti jasne informacije o troškovima. Komisija će i dalje nadzirati je li to uistinu tako i je li potrebno još nešto poduzeti u tom području.

2.2 Promjena okruženja sektora maloprodajnih financijskih usluga zbog digitalizacije

Oblik maloprodajnih financijskih usluga posljednjih se godina brzo promijenio uslijed digitalizacije i inovacija i vjerojatno će se i nastaviti mijenjati. Financijska poduzeća sve više nude proizvode na internetu ili putem aplikacija i danas se većina potrošača redovito koristi internetskim bankarstvom za vođenje računa i provođenje transakcija.³⁷ Tim se tehnološkim napretkom u načelu omogućuje olakšavanje postupka provođenja nekih prekograničnih transakcija, proširenje pristupa učinkovitijim informacijama i savjetima za potrošače, poboljšanje usporedivosti proizvoda i povećanje prebacivanja.³⁸

Novi sudionici i nove tehnike na digitalnom tržištu

Sektor maloprodajnih financijskih usluga doživljava velike promjene pod utjecajem digitalizacije. Nastaju novi poslovni modeli: na tržište ulaze pružatelji usluga koji usluge pružaju samo na internetu te tehnološka poduzeća koji nude usluge (u državama članicama i ponekad preko granica) koje uključuju elektronički prijenos novca, posredovanje u plaćanjima na internetu, objedinjavanje financijskih podataka, financiranje između pojedinaca (peer-to-

³³ Direktiva 2014/92/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 23. srpnja 2014. o usporedivosti naknada povezanih s računima za plaćanje, prebacivanju računa za plaćanje i pristupu računima za plaćanje s osnovnim uslugama (SL L 257, 28.8.2014., str. 214.)

³⁴ Članak 12. stavak 4. Uredbe o hipotekarnim kreditima: „Države članice mogu dopustiti vjerovnicima da traže od potrošača da drže relevantnu policu osiguranja povezanu s ugovorom o kreditu. U takvim slučajevima, države članice osiguravaju da vjerovnik prihvaća policu osiguranja od pružatelja usluga koji se razlikuje od njegovog preferiranog pružatelja usluga, ako takva polica ima razinu jamstva istovjetnu onoj koju je predložio vjerovnik.”

³⁵ Objavljivanje se očekuje početkom 2016. , vidi i <http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2015/07/22-insurance-mediation/>.

³⁶ Direktiva 2014/65/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 15. svibnja 2014. o tržištu financijskih instrumenata i izmjeni Direktive 2002/92/EZ i Direktive 2011/61/EU (SL L 173, 12.6.2014., str. 349.).

³⁷ Statista, Raširenost internet bankarstva u odabranim europskim tržištima 2014., web-mjesto (<http://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/>)

³⁸ KPMG, *Mobilno bankarstvo 2015.: Globalni trendovi i njihov utjecaj na banke*, str. 21. – 22. KPMG je tvrdio da se raširenijom uporabom financijskih proizvoda koja proizlazi iz internet bankarstva potiče aktivnije preispitivanje mogućnosti za potrošače.

peer) i uspoređivanje cijena. Na tržište ulaze i novi sudionici na tržištu koji nisu pružatelji tradicionalnih usluga i čiji glavni poslovni model nisu uvijek financijske usluge. Poduzeća koja nude usluge društvenih medija, primjerice, sada prodaju financijske proizvode. Te nove tehnologije mogu biti korisne za potrošače, pod uvjetom da se zadrže primjereni sigurnosni standardi.

Poduzeća koja su već uspostavila svoj položaj na tržištu i nova poduzeća financijske tehnologije (Fintechs) istražuju načine komuniciranja sa svojim potrošačima, integracije svojih distribucijskih kanala za proizvode i pružanja usluga koje su brže, pristupačnije i prilagođenije. Već uspostavljenim poduzećima digitalnim se tehnologijama, uključujući distribuirane glavne knjige (kao što je metoda *blockchain* koju upotrebljava Bitcoin), nudi prilika za preoblikovanje unutarnjih postupaka poboljšanom standardizacijom, automatizacijom i ekonomijama razmjera. Već uspostavljeni sudionici također sklapaju partnerstva s poduzećima koja se bave financijskom tehnologijom ili ih potiču u radu i surađuju s velikim pružateljima digitalnih usluga kako bi mogli oblikovati i pratiti ovaj trend. Nadalje, poduzeća sve više upotrebljavaju „velike podatke” s mjesta koja uključuju društvene medije za prikupljanje informacija o potencijalnim ciljnim potrošačima. To im omogućuje da bolje razumiju potrošače, ali javljaju se i pitanja o primjerenoj uporabi takvih podataka.

Te će promjene posebno utjecati na postojeće pružatelje, kao što su tradicionalne banke, zbog njihovog oslanjanja na velik broj skupih podružnica i na ulogu računa za plaćanje kao tradicionalne veze s potrošačima, koji će biti dovedeni u pitanje nastankom poduzeća koja se bave financijskom tehnologijom i digitalnih novčanika. Novi sudionici na tržištu također su se usmjerili na profitabilne dodatne aktivnosti kao što su usluge deviznog poslovanja.³⁹ Banke i osiguravajuća društva ulažu velika sredstva u digitalizaciju prodaje i korisničke podrške u nadi da će ostvariti uštede i uspostaviti bolje odnose s postojećim klijentima.⁴⁰ Nova poduzeća (koja još nemaju stabilnu bazu korisnika) imaju potencijala potaknuti prekogranična rješenja i tradicionalnim pružateljima oduzeti nova tržišta.

Razvoj distribucijskih kanala na internetu od posebnog je interesa na razini EU-a. Omogućujući pružateljima usluga i potrošačima lakše i povoljnije sklapanje prodaje na daljinu i podupiranje iste, digitalizacijom se ostvaruje pristup velikoj bazi korisnika na jedinstvenom tržištu koji mogu imati koristi od najpovoljnijih ponuda. Digitalizacijom bi se u načelu trebala poticati prekogranična aktivnost, a da se pritom poduzećima ne uvjetuje da imaju poslovni nastan u drugim državama članicama.

Iako se uvođenjem inovativnih tehnologija omogućuje unaprjeđenje usluga koje se pružaju korisnicima i snižavaju cijene, one mogu donijeti i regulatorne izazove, posebno u odnosu na kibernetičku sigurnost i zaštitu podataka. Kibernetičke prijetnje velik su problem za potrošače i poduzeća; ovaj će problem napretkom digitalizacije vjerojatno postati još veći te iziskuje odgovarajući odgovor. Novi sudionici neće uvijek biti uređeni u skladu s regulatornim i nadzornim okvirom u istoj mjeri kao tradicionalni sudionici na tržištu, između ostalog i iz perspektive zaštite potrošača. Zbog tehnološkog razvoja i širenja novih distribucijskih kanala

³⁹ KPMG, *Mobilno bankarstvo 2015.: Globalni trendovi i njihov utjecaj na banke*, str. 27.

⁴⁰ KPMG, *Mobilno bankarstvo 2015.: Globalni trendovi i njihov utjecaj na banke*, str. 21.

moglo bi biti teško potrošačima pružiti odgovarajuće informacije prije sklapanja ugovora – na primjer, pružanjem obveznih informacija na mobilnim uređajima s malim zaslonima. Trebat će pažljivo razmotriti odgovarajući odgovor na te izazove (uključujući primjerenu sigurnosnu zaštitu i zaštitu potrošača) i prilike.

Novi financijski i platni proizvodi

Komisija podržava rast inovativnih tehnologija prilagođenih korisnicima i želi osigurati njihovu dostupnost velikom broju potrošača diljem Europe te, ako je moguće, i na prekograničnoj razini. Digitalizacijom financijskih usluga pridonijelo se nastanku novih proizvoda, kao što su krediti putem tekstualnih poruka ili posuđivanje između pojedinaca, od kojih neki donose izazove u područjima regulacije i zaštite potrošača.

U području plaćanja, posebno, nove prilike nastaju s razvojem plaćanja putem mobilnih uređaja, na internetu i neposrednim plaćanjem na domaćim tržištima. Plaćanje putem mobilnih uređaja u Europi se brzo razvija i sudionici na tržištu nude različita rješenja za plaćanje na daljinu ili beskontaktno plaćanje, uključujući banke, sustave kartica, mobilne operatere i pružatelje usluga na internetu. Te usluge uključuju plaćanja između pojedinaca, mobilne novčanike, bankovne aplikacije i aplikacije za kreditne kartice i koriste se različitim tehnologijama (od kojih su za plaćanja na mjestu prodaje najrazvijenije bežična komunikacija kratkog dometa (Near-Field Communications) i šifre za brzi odgovor (Quick-Response codes). To za potrošača znači da posredstvom aplikacije može platiti za kupljeni proizvod telefonom, podijeliti cijenu obroka ili poslati novac prijateljima. Međutim, rješenja su često valjana samo na nacionalnoj razini i u načelu nisu interoperabilna i poduzeća ili skupine poduzeća natječu se kako bi odredili vlastite standarde. Trgovci ih ne prihvaćaju u potpunosti zbog ograničene zemljopisne pokrivenosti i minimalne interoperabilnosti, čime se smanjuje njihova učinkovita prekogranična uporaba.

Plaćanja u stvarnom vremenu (ili neposredna plaćanja) trenutačno postoje u nekim zemljama i privukla su veliki interes u drugima jer bi svojom brzinom mogla poticati inovacije i uzrokovati nastanak novih aplikacija za plaćanja. Ona su logična sljedeća faza na jedinstvenom tržištu za maloprodajna plaćanja nakon prelaska na jedinstveno područje plaćanja u eurima (SEPA)⁴¹. Pružatelji platnih usluga u EU-u počeli su razvijati sustav za neposredni prijenos kredita u okviru SEPA-a. Odbor za plaćanje malih vrijednosti u eurima i Europsko platno vijeće⁴² rade na paneuropskom standardu za neposredna plaćanja i mobilna plaćanja među građanima kojim bi se mogli stvoriti interoperabilni sustavi. Komisija podržava oba tijela u tom radu.

Odjeljak 3. Bolji proizvodi, veći izbor i bolje mogućnosti za potrošače i poduzeća

Mogućnosti europskog tržišta za maloprodajne financijske usluge nisu još u potpunosti iskorištene. Jedan od najizravnijih načina za povećanje tržišnog natjecanja i promicanje dobrobiti potrošača bio bi smanjiti, ako je moguće, prepreke prekograničnoj trgovini tim

⁴¹ Više informacija o SEPA-i dostupno je na poveznici http://ec.europa.eu/finance/payments/sepa/index_en.htm

⁴² Za više informacija vidi <http://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/governance/eu/html/index.en.html> i <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/>

uslugama. Te prepreke potječu iz dvije glavne skupine osnovnih uzroka koji utječu na dobavljače i potrošače, a koji zajedno utječu na smanjenje izbora i tržišnog natjecanja i rascjepkanost europskog tržišta:

- potrošači ne znaju za ponude iz drugih država članica ili nemaju dovoljno povjerenja u njih te, ako i znaju za njih, ne mogu ih procijeniti (odjeljak 3.1.) i
- dobavljači ne nude proizvode potrošačima u drugim državama članicama jer, čak i u doba digitalizacije, rascjepkana tržišta uzrokuju pretjerane operativne troškove i troškove usklađivanja (odjeljak 3.2.).

Komisiju posebno zanima može li se uporabom inovativne digitalne tehnologije pridonijeti uklanjanju nekih od tih prepreka. Nedostatak povjerenja u potrošača i nedostatak pravne sigurnosti za trgovce u prekograničnim transakcijama može proizlaziti i nedosljedne provedbe zakonodavstva EU-a diljem EU-a. Mrežom za suradnju u području zaštite potrošača obuhvaćeno je ključno zakonodavstvo o zaštiti potrošača u području financijskih usluga. Ako se pojave poteškoće u provedbi zakonodavstva EU-a, one se mogu riješiti s pomoću takvih mreža.

Opća pitanja

1. *Za koje bi se financijske proizvode boljom prekograničnom ponudom moglo povećati tržišno natjecanje na nacionalnim tržištima u pogledu boljeg izbora i cijena?*
2. *Koje su to prepreke zbog kojih poduzeća ne mogu izravno pružati prekogranične financijske usluge, a kupci ne mogu izravno kupovati proizvode preko granica?*
3. *Mogu li se neke od tih prepreka prevladati u budućnosti digitalizacijom i inovacijom u sektoru financijske tehnologije (Fintech)?*
4. *Na koji se način može osigurati da se digitalizacijom financijskih usluga ne uzrokuje veća financijska isključenost, posebno digitalno nepismenih osoba?*
5. *Kakav bi trebao biti naš pristup ako prilike za rast i širenje digitalnih tehnologija donesu nove rizike u pogledu zaštite potrošača?*
6. *Imaju li potrošači pristup sigurnim, jednostavnim i razumljivim financijskim proizvodima diljem Europske unije?? Ako ne, što bi se moglo učiniti kako bi se omogućio taj pristup?*
7. *Ima li kvaliteta provedbe zakonodavstva EU-a u području maloprodajnih financijskih usluga diljem EU-a negativan učinak na povjerenje potrošača i integraciju tržišta?*
8. *Moraju li se razmotriti drugi dokazi ili uzeti u obzir druge promjene u pogledu prekograničnog tržišnog natjecanja i izbora maloprodajnih financijskih usluga?*

3.1 Pomaganje potrošačima da kupuju financijske proizvode preko granica

Potrošači moraju više puta tijekom života donositi velike financijske odluke koje imaju dugoročne posljedice. Bez obzira kupuju li životno osiguranje, uzimaju li hipotekarni kredit za kuću, sele se u inozemstvo ili štede novac za budućnost, potrošači bi trebali moći i. znati što je dostupno drugdje u EU-u, ii. po konkurentnim cijenama dobiti proizvode koji odgovaraju njihovim potrebama i iii. biti sigurni da su njihovi proizvodi sigurni i prikladni i da će raditi onako kako je predviđeno.

3.1.1 Znati što je dostupno⁴³

Tražim najbolju moguću ponudu u svojoj državi članici. Ne znam postoje li u drugim državama članicama proizvodi koji su možda jeftiniji ili bolji.

Potrošači često nemaju pristup informacijama o prekograničnim ponudama financijskih proizvoda. Stoga im je teško kupovati izvan njihove države podrijetla. Malo pružatelja maloprodajnih financijskih usluga usmjereno je na potrošače u državama članicama u kojima nemaju fizički poslovni nastan. Nadalje, potrošači se suočavaju s nizom prepreka, uključujući jezik, ako žele pitati za proizvode u drugim državama članicama.

Više informacija za potrošače i pomoć u prebacivanju

Jedan od načina na koji se može jačati svijest potrošača i na koji ih se može poticati na prebacivanje na prikladnije proizvode bio bi osigurati da imaju pristup kanalima koji im omogućuju da saznaju o dostupnim proizvodima iz drugih država članica i da razumiju njihove značajke. Takvi kanali mogli bi, primjerice, uključivati financijske posrednike, neovisna web-mjesta za usporedbe i neovisne usluge davanja financijskih savjeta na internetu.

Neovisnim web-mjestima za usporedbe može se osigurati da su potrošači svjesni postojanja proizvoda, ali njihova je glavna prednost potpora koju pružaju potrošačima za prebacivanje na druge proizvode omogućujući im pristup proizvodima koji su najprikladniji za njihove potrebe i odabir među tim proizvodima. EIOPA je utvrdila da se web-mjestima za usporedbe potiče tržišno natjecanje među osigurateljima i posrednicima u osiguranju i pridonosi povećanju transparentnosti i usporedivosti informacija koje su dostupne potrošačima.⁴⁴ Ovaj bi se koncept mogao primjenjivati i na druge segmente proizvoda te na druge države članice u kojima ti instrumenti trenutačno nedostaju, ali pritom treba voditi računa o tome da se na web-mjestima za usporedbe ne prikazuju dobro mjere i aspekti koji se uspoređuju te su ona često pretjerano usmjerena na cijenu.⁴⁵ Web-mjesta za usporedbe vrlo su česta u sektoru osiguranja i PAD-om je uvedena obveza uspostave najmanje jednog web-mjesta za usporedbe (s utvrđenim kriterijima kvalitete) na nacionalnoj razini na kojem će biti prikazane ponude usluga bankovnih računa iz različitih financijskih institucija, uključujući naknade.

Drugi načini kojima se mogu poboljšati stope prebacivanja uključuju korake kojima se osigurava da potrošači mogu napustiti svoje proizvode bez pretjeranih novčanih kazni, kao u MCD-u ili Direktivi o potrošačkim kreditima (CCD)⁴⁶, ili napore za prevladavanje inercije potrošača smanjivanjem prepreka i složenosti postupka prebacivanja između proizvoda.⁴⁷ Ciljanim informiranjem u ključnim trenucima kada bi potrošač mogao imati koristi od

⁴³ Primjeri koji se upotrebljavaju u ovom dokumentu nadahnuti su nizom slučajeva iz stvarnog života s kojima je Komisija upoznata.

⁴⁴ Izvješće EIOPA-e o dobroj praksi u području web-mjesta za usporedbe (siječanj 2014.)

⁴⁵ Europska komisija, web-mjesto „Alati za usporedbu i sustavi provjera trećih strana”

(http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm)

⁴⁶ Direktiva 2008/48/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. travnja 2008. o ugovorima o potrošačkim kreditima i stavljanju izvan snage Direktive Vijeća 87/102/EEZ (SL L 133, 22.05.2008., str. 66.)

⁴⁷ Na poduzeća se trenutačno primjenjuje zakonodavstvo EU-a o nepoštenim uvjetima u ugovorima i nepoštenoj poslovnoj praksi (vidi bilješku 3.) kojima se ograničavaju neke ugovorne i neugovorne prepreke prebacivanju potrošača.

promjene proizvoda moglo bi se osigurati i veće sudjelovanje potrošača u donošenju njihovih financijskih odluka i manje vezivanje za proizvode koje su kupili.⁴⁸

Pitanja

9. *Koji bi bio najprikladniji kanal za podizanje svijesti potrošača o različitim maloprodajnim financijskim uslugama i osiguravateljskim proizvodima koji su dostupni u Uniji?*
10. *Kako se još može olakšati prekogranična raspodjela financijskih proizvoda putem posrednika?*
11. *Je li potrebno poduzeti dodatne mjere za poticanje usporedivosti i/ili olakšavanje prelaska na maloprodajne financijske usluge od pružatelja koji se nalaze u istoj ili drugoj državi članici? Ako jest, koje mjere i za koje segmente proizvoda?*

Uklanjanje složenih i pretjerano visokih naknada za međunarodne transakcije

Živim u europodručju. Moja banka naplaćuje mi visoke naknade svaki put kada prebacujem novac u državu članicu koja nije u europodručju. Kada sam koristio kreditnu karticu u inozemstvu dobio sam veliki račun jer je stopa konverzije koju je primijenila banka bila lošija od tržišne stope, a ja nisam unaprijed obaviješten o deviznom tečaju koji će se primjenjivati.

U pogledu naknada za transakcije Uredbom 924/2009 o prekograničnim plaćanjima⁴⁹ uklanjaju se razlike u naknadama za prekogranična i domaća plaćanja u eurima od čega velike koristi imaju potrošači kada izvršavaju plaćanja u eurima. Međutim, građanima koji žele prebaciti novac u druge države EU-a u drugim valutama često se naplaćuju više naknade od onih koje oni plaćaju za domaće transakcije. Tim su naknadama obuhvaćene naknade za transakcije i naknade za konverziju valute i one čine velik dio vrijednosti transakcije. Naknade za transakcije koje obični potrošači plaćaju na prekogranična plaćanja i transfere u drugim valutama često su vrlo visoke u svim državama članicama i često se ne objavljuju potrošačima na jasan način. Postoji sve više *web*-mjestâ za konverziju valuta između pojedinaca na kojima se potrošačima nudi povoljniji tečaj i ona počinju ostvarivati stvaran utjecaj na tržišta. Iako poduzeća moraju transparentno objavljivati naknade za transakcije i konverzije valute, na te se naknade i stope ne primjenjuju posebna europska pravila.

U slučaju kartičnih plaćanja potrošači nisu uvijek svjesni deviznog tečaja koji će se primijeniti na transakciju provedenu u inozemstvu, primjerice za podizanje gotovine ili kupovinu na kartice u državama članicama u kojima se upotrebljava drugačija valuta. Devizni tečaj obično nudi banka koja je izdala karticu. Posljednjih su godina trgovci sve više nudili mogućnost uporabe deviznog tečaja vlastite banke (takozvani dinamični devizni tečaj), čime se potrošačima pruža barem određeni stupanj transparentnosti i mogla bi se osigurati bolja vrijednost za novac. Međutim, stope trgovaca nisu sustavno bolje za potrošače i često ih je teško usporediti za svaki pojedini slučaj sa stopama koje nudi banka potrošača jer točne stope

⁴⁸ Vidi, primjerice, Istraživanje FCA-a o tržištu gotovinskih ušteda u kojem se navodi da su obavijesti tekstualnim porukama bile dodatak koji će uskoro nestati (<https://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>)

⁴⁹ Uredba (EZ) br. 924/2009 Europskog parlamenta i Vijeća od 16. rujna 2009. o prekograničnim plaćanjima u Zajednici i stavljanju izvan snage Uredbe (EZ) br. 2560/2001 (SL L 266, 9.10.2009., str. 11.)

koje banke nude nisu dostupne potrošačima u trenutku transakcije. To znači da potrošači do sada nisu mogli iskoristiti tržišno natjecanje koje pružaju mogućnosti dinamičnog deviznog tečaja.

Budući da u EU-u postoje različite valute i zbog kontinuirane integracije tržišta maloprodajnih financijskih usluga, to će pitanje biti sve važnije kako se e-trgovina bude širila na jedinstvenom digitalnom tržištu i bit će ga potrebno dalje razmatrati.

Pitanja

12. Što se može učiniti na razini EU-a u pogledu rješavanja problema pretjeranih naknada koje se naplaćuju za prekogranična plaćanja (npr. kreditni transfer) u koja je uključeno više valuta EU-a?
13. Pored postojećih zahtjeva o informiranju⁵⁰ postoje li dodatne mjere kojima se osigurava da potrošači znaju koje im se naknade naplaćuju za konverziju valute u prekograničnim transakcijama?

3.1.2 Pristup financijskim uslugama s bilo kojeg mjesta u Europi

Preselili smo se u Francusku kako bismo tamo živjeli dok smo u mirovini i želimo zadržati bankovni račun u Ujedinjenoj Kraljevini kako bismo mogli na njega primati mjesečnu mirovinu. Međutim, naša banka odbija nam obnoviti debitnu karticu jer nemamo trajnu adresu u Ujedinjenoj Kraljevini. Banka pristaje zadržati račun samo ako na njemu držimo velik iznos novca.

Također smo pogledali poznato web-mjesto za usporedbu cijena kako bismo pronašli najbolje stope dostupne za našu štednju i pronašli smo sljedeće: „Prije nego što podnesete zahtjev, obavezno pročitajte i pobrinite se da ste shvatili uvjete koji se primjenjuju na račun. Također morate biti stariji od 18 godina i imati trajno boravište u Ujedinjenoj Kraljevini.”

Budući da pružatelji financijskih usluga trenutačno ne nude svoje proizvode preko granica ako nemaju poslovni nastan na ciljnom tržištu, potrošači iz EU-a rijetko mogu pristupiti financijskim uslugama iz drugih država članica (osim ograničenom broju investicijskih proizvoda).⁵¹ Iako će se PAD-om poticati razvoj unutarnjeg tržišta zabranom diskriminacije na temelju boravišta protiv potrošača koji podnose zahtjev za otvaranje računa za plaćanja ili koji pristupaju računima za plaćanja, u većini slučajeva potrošači saznaju da ne mogu dobiti uslugu ako nemaju boravište u državi pružatelja.⁵² U području osiguranja dostupne mogućnosti ovise o mjestu boravišta potrošača, a ne o njihovim pojedinim profilima rizika jer će osiguravatelji izraditi police na temelju skupa rizika utvrđenog lokalnom potražnjom. Pružatelji na internetu mogu primijeniti tehnike „geoblokiranja” onemogućujući pristup web-mjestima, preusmjeravanjem na druga web-mjesta ili onemogućivanjem dovršetka transakcije

⁵⁰ Zakonodavna rezolucija Europskog parlamenta od 8. listopada 2015. o prijedlogu Direktive Europskog parlamenta i Vijeća o platnim uslugama na unutarnjem tržištu i o izmjeni direktiva 2002/65/EZ, 2013/36/EU i 2009/110/EZ i stavljanju izvan snage Direktive 2007/64/EZ (COM(2013)0547 – C7-0230/2013 – 2013/0264(COD)). Vidi članak 59. i članak 60. stavak 3.

⁵¹ BEUC, Zaštita interesa potrošača u području maloprodajnih financijskih usluga, 2011., str.3. (<http://www.beuc.org/publications/2011-09879-01-e.pdf>)

⁵² Vidi, primjerice, primjer dostupan u odjeljku 2.1.

traženjem posebnih formata podataka koji su ograničeni na određene zemlje (npr. poštanski brojevi ili podaci za plaćanje). Takvim se praksama onemogućuju potrošači da zatraže odabrane proizvode.

Prema potrošačima koji kupuju u EU-u ne bi se smjelo postupati drugačije na temelju njihovog državljanstva ili mjesta boravišta, osim ako je to opravdano objektivnim kriterijima. U Strategiji o jedinstvenom digitalnom tržištu iz svibnja 2015. i Strategiji o jedinstvenom tržištu iz studenoga 2015. najavljene su mjere protiv geoblokiranja i drugih oblika diskriminacije na temelju zemljopisne lokacije.⁵³ Komisija će zakonodavne prijedloge predstaviti do sredine 2016. kako bi okončala neopravdano geoblokiranje i, općenito, spriječila diskriminaciju potrošača na temelju boravišta ili državljanstva.

Pitanja

14. Kako se može ograničiti neopravdana diskriminacija na temelju boravišta u sektoru maloprodajnih financijskih usluga, uključujući osiguranje?

Povećanje prenosivosti proizvoda

Želim se preseliti u drugu državu članicu radi posla. Dugo sam imao privatno zdravstveno osiguranje u svojoj državi podrijetla, ali ne mogu ga prenijeti u svoj novi dom i tamo bih morao uzeti novo privatno zdravstveno osiguranje. Otkrio sam da bi moje premije bile mnogo više u mojoj novoj državi članici jer se osiguranje temelji na mojim najnovijim zdravstvenim podacima, a ne na mojoj prethodnoj povijesti bolesti.

Građani koji se sele iz jedne države članice u drugu možda neće više moći upotrebljavati financijske proizvode kupljene u državi članici podrijetla i možda će smatrati da su isključeni iz financijskog sektora u svojoj novoj državi članici boravišta. Ta situacija može biti posebno opterećujuća za potrošače koji su manje sposobni za pregovaranje s pružateljima usluga u novoj državi članici boravišta ili za građane koji se moraju osloniti na česti pristup financijskim proizvodima koje su možda tijekom života izgradili, kao što je pokrivenost privatnim osiguranjem.

Čini se da u području privatnog zdravstvenog osiguranja postoje ugovorni uvjeti kojima se pravo na korištenje osiguranja ograničuje na državu članicu u kojoj ugovaratelj osiguranja ima uobičajeno boravište u trenutku sklapanja ugovora o osiguranju. Uobičajeno boravište po samoj je prirodi nešto što se s vremenom može promijeniti. Zbog toga ugovaratelji osiguranja možda neće moći računati na postojeće politike kada se presele u drugu državu članicu, zatraže povrat troškova bolničkog liječenja ili uživaju u privatnoj mirovini u inozemstvu. To posebno utječe na starije osobe koje često plaćaju više premije za zdravstveno osiguranje i dugoročnu skrb.

Potrošači se posebno susreću s problemima kada se pokušaju osloniti na mirovinsku štednju temeljenu na osiguranju. Pored znatnih poteškoća s kojima se ugovaratelji osiguranja suočavaju kada pokušavaju uskladiti dvostruke i kontradiktorne porezne propise, u mnogim policama životnog osiguranja pokrivenost je ograničena jer je ugovor važeći samo u državi

⁵³ Savjetovanje o geoblokiranju bit će otvoreno do 28. prosinca 2015. (vii <https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/geoblocksurvey2015/>)

članici u kojoj ugovaratelj osiguranja ima uobičajeno boravište.⁵⁴ Takvim se ograničenjima smanjuje izbor za potrošače i prekogranično tržišno natjecanje i ona predstavljaju ozbiljne prepreke za potrošače koji se sele u druge države članice. Te prepreke najviše utječu na građane EU-a koji žele mirovinu provesti u drugoj državi članici.

Pitanja

15. Kako se na razini EU-a može olakšati prenosivost maloprodajnih financijskih proizvoda kao što su životno i zdravstveno osiguranje?

Olakšavanje prekograničnog pristupa osiguranju od profesionalne odgovornosti i priznavanje tog osiguranja

U sektorima u kojima je osiguranje od profesionalne odgovornosti obavezno⁵⁵ pružatelji usluga imaju poteškoća s kupnjom proizvoda kojima je pokriveno pružanje usluga u više država članica. U Strategiji jedinstvenog tržišta najavljeno je da će Komisija preispitati promjene na tržištu koje se odnose na dostupnost i uzajamno priznavanje obaveznog osiguranja od profesionalne odgovornosti (PPI) i, ako je potrebno, poduzet će mjere u pogledu zahtjeva za osiguranje koji se primjenjuju na poduzeća i pružatelje građevinskih usluga.

Pitanja

16. Kako se na razini EU-a pružateljima usluga može olakšati pristup obaveznom osiguranju od profesionalne odgovornosti i prekogranično priznavanje tog osiguranja?

3.1.3 Vjera i povjerenje u iskorištavanje prilika u drugim dijelovima Europe

Pronašao sam izvrsnu ponudu za kredit u drugoj državi članici po znatno nižoj stopi od ponuđenih stopa u mojoj državi. Bio sam u iskušenju, ali sam bio zabrinut za posljedice u slučaju da nešto ne bude u redu s proizvodom. Zbog toga sam se odlučio za skuplji proizvod na lokalnom tržištu.

Potrošači moraju znati da će biti primjereno zaštićeni prije i nakon kupnje maloprodajnog financijskog proizvoda bez obzira na to gdje u Uniji kupuju.⁵⁶

Poticanje usporedivosti i razumijevanja potrošača boljim informiranjem

Potrošačima su potrebne razumljive informacije. Informacije bi trebale biti jasne i usmjerene na elemente kojima se potrošaču omogućuje da u potpunosti razumije proizvod. Njima bi se trebalo uzeti u obzir i ponašanje potrošača. Financijsko obrazovanje može pomoći, ali kada potrošači kupuju proizvod moraju znati koliko će ga platiti, tko će im ga naplatiti i kako će oni od tog proizvoda imati koristi. Moraju moći usporediti troškove i koristi kako bi izvršili

⁵⁴ To se pitanje u pogledu privatnih mirovina rješava u okviru rada Komisije na CMU-u.

⁵⁵ U članku 23. Direktive o uslugama dopušteno je državama članicama da traže od pružatelja usluga da zaključe osiguranje od profesionalne odgovornosti ili da dostave neku drugu vrstu financijskog jamstva. Direktiva 2006/123/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2006. o uslugama na unutarnjem tržištu (SL L 376, 27.12.2006., str. 36.).

⁵⁶ Istraživanje Eurobarometra br. 373 „Maloprodajne financijske usluge”, str. 42., u kojem se kao razlozi za zabrinutost u slučaju kupnje iz druge države članice navode „manjak jasnih informacija (29 %), „nepoznavanje vlastitih prava u slučaju problema”(28 %) i „lošija zaštita potrošača u drugim državama članicama”.

odgovarajući odabir. Organizacije potrošača, među ostalima, imaju važnu ulogu u razmjeni i širenju nepristranih komentara o financijskim proizvodima.

Sve mjere u ovom području mogle bi se nastaviti na napore koji su posljednjih godina poduzeti u cilju osiguranja učinkovitog, transparentnog i usporedivog informiranja. Posljednjih nekoliko godina na to je područje bilo usmjereno nekoliko mjera EU-a, kao što su MCD, CCD, PAD, Direktiva o subjektima za zajednička ulaganja u prenosive vrijednosne papire (UCITS)⁵⁷, Direktiva o tržištu financijskih instrumenata (MiFID II), Uredba o dokumentima s ključnim informacijama za upakirane investicijske proizvode za male ulagatelje i investicijske osigurateljne proizvode (PRIIP)⁵⁸ i, za proizvode osiguranja, IDD. U Direktivi o trgovanju na daljinu financijskim uslugama (DMFSD) propisani su zahtjevi za informiranje o potrošačkim financijskim uslugama koje se prodaju na daljinu (npr. na internetu). U skladu s akcijskim planom za CMU, Komisija će od ESA-ova tražiti da rade na transparentnosti dugoročnih maloprodajnih i mirovinskih proizvoda, uključujući njihove stvarne neto rezultate i naknade. Nadalje, digitalizacijom i nastajanjem novih proizvoda i novih digitalnih kanala osigurava se prilika za daljnju analizu načina na koji komunikacija poduzeća s njihovim klijentima, uključujući informiranje propisano zakonodavstvom EU-a i nacionalnim propisima, može najbolje funkcionirati u interesu potrošača i pomoći im da razumiju proizvode koje kupuju i da imaju u njih povjerenja.

Pitanja

17. Jesu li potrebne daljnje mjere na razini EU-a za povećanje transparentnosti i usporedivosti financijskih proizvoda (posebno primjenom digitalnih rješenja) za jačanje povjerenja potrošača?

Poboljšanje pravne zaštite u maloprodajnim financijskim uslugama

Često je potrošačima teško pronaći odgovarajuće mehanizme pravne zaštite u prekograničnim situacijama i to ih može odvratiti od kupnje financijskih proizvoda u drugim državama članicama.

Kako bi se pomoglo potrošačima u takvim situacijama, Komisija je 2011. osnovala Mrežu za pritužbe potrošača u vezi s financijskim uslugama (FIN-NET) u cilju olakšavanja rješavanja prekograničnih sporova povezanih sa sporovima u financijskim uslugama.⁵⁹ Ta dobrovoljna i neformalna mreža okuplja pravobranitelje, arbitre, suce i druge sustave iz cijelog EU-a. Članovi mreže FIN-NET imaju različite ovlasti i pristupe od obveznog sudjelovanja i obveznog postupanja u skladu s odlukama stranaka do dobrovoljnog sudjelovanja u

⁵⁷ Direktiva 2009/65/EZ kako je zadnje izmijenjena Direktivom 2014/91/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 23. srpnja 2014. o izmjeni Direktive 2009/65/EZ o usklađivanju zakona i drugih propisa u odnosu na subjekte za zajednička ulaganja u prenosive vrijednosne papire (UCITS) u pogledu poslova depozitara, politika nagrađivanja i sankcija (SL L 257, 28.8.2014., str. 186.).

⁵⁸ Uredba (EU) br. 1286/2014 Europskog parlamenta i Vijeća od 26. studenoga 2014. o dokumentima s ključnim informacijama za upakirane investicijske proizvode za male ulagatelje i investicijske osigurateljne proizvode (SL L 352, 9.12.2014., str. 1.).

⁵⁹ Za više informacija vidi http://ec.europa.eu/finance/fin-net/index_en.htm

postupcima suđenja. Nadalje, ovom mrežom trenutačno nisu pokrivene sve države članice ni sva područja financijskog sektora svake zemlje.⁶⁰

U cilju povećanja povjerenja potrošača u prekograničnu kupovinu proizvoda, mreža FIN-NET mogla bi se nadograditi kako bi se osiguralo da svi članovi zadovoljavaju obvezujuće zahtjeve kvalitete za „tijela za alternativno rješavanje sporova” u skladu s Direktivom o alternativnom rješavanju sporova (ADR).⁶¹ Kako bi imali koristi od pojačane mreže FIN-NET, više potrošača moralo bi biti informirano o postojanju mreže. Iako se u okviru mreže FIN-NET tijekom 2014. rješavalo više od 3500 prekograničnih predmeta, opća svijest o mreži FIN-NET niska je. Komisija će preispitati treba li jačanje svijesti o mreži FIN-NET biti rani prioritet. Dugoročno, i u slučaju znatnog povećanja prekogranične integracije, možda će biti potrebno osmisliti dodatne mjere za unaprjeđenje sustava alternativnog rješavanja sporova u području maloprodajnih financijskih usluga na temelju iskustva stečenog tijekom provedbe Direktive o alternativnom rješavanju potrošačkih sporova (Direktiva o ADR-u).

Komisija je 2013. donijela Preporuku o kolektivnoj pravnoj zaštiti.⁶² U toj se Preporuci pozivaju države članice da uspostave kolektivne mehanizme pravne zaštite za povrede prava zajamčenih zakonodavstvom Unije, uključujući u području financijskih usluga. Mjere kolektivne pravne zaštite pokazale su se kao učinkovit alat za zaštitu interesa potrošača u području financijskih usluga.⁶³ Komisija će ocijeniti provedbu Preporuke na temelju iskustva provedbe u praksi do srpnja 2017.

Pitanja

18. *Treba li poduzeti mjere za povećanje svijesti potrošača o mreži FIN-NET i njezinoj učinkovitosti u kontekstu provedbe Direktive o alternativnom rješavanju sporova?*
19. *Imaju li potrošači primjereni pristup financijskoj naknadi u slučaju zavaravajuće prodaje maloprodajnih financijskih proizvoda i osiguranja? Ako ne, kako bi se to moglo osigurati?*

Zaštita žrtava u slučaju nesolventnosti pružatelja osiguranja od automobilske odgovornosti

Potrošači koji postanu žrtvama automobilske nesreće u drugoj državi članici suočavaju se s rizikom da neće dobiti naknadu u slučaju da odgovorni osiguravatelj postane nesolventan. U dobrovoljnom sporazumu za osiguranje naknade žrtvama kada nesreću u jednoj državi članici uzrokuje vozilo pokriveno osiguranjem nesolventnog osiguravatelja u drugoj državi članici trenutačno ne sudjeluju sve države članice. U nedavnom slučaju nesolventnosti osiguravatelja koji pruža prekogranično osiguranje od automobilske odgovornosti, jamstveni fond u drugoj državi članici morao je platiti naknadu otprilike 1750 tužitelja.

⁶⁰ Mreža FIN-NET trenutačno ima 57 članova iz 22 države članice i 3 države EGP-a (Norveška, Island i Lihtenštajn).

⁶¹ Direktiva 2013/11/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 21. svibnja 2013. o alternativnom rješavanju potrošačkih sporova i izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 i Direktive 2009/22/EZ (SL L 165, 18.6.2013., str. 63.)

⁶² Preporuka Komisije od 11. lipnja 2013. o zajedničkim načelima za kolektivne preventivne tužbe i tužbe radi naknade štete u državama članicama kod povrede prava zajamčenih zakonodavstvom Unije (SL L 201, 26.7.2013., str. 60.).

⁶³ Vidi, na primjer, kolektivne tužbe pokrenute u vezi s proizvodima životnog osiguranja u Francuskoj i u odnosu na povlaštene dionice i programe financijskih piramida u Španjolskoj.

Pitanja

20. Jesu li potrebne mjere kojima će se osigurati da su žrtve automobilskih nesreća u slučaju nesolventnosti osiguravateljskog društva pokrivena jamstvenim fondovima iz drugih država članica?

Povećanje transparentnosti i usporedivosti dodatnog osiguranja

Kada sam došao preuzeti iznajmljeni automobil pitali su me želim li platiti veliki iznos dodatnog osiguranja povrh osnovne cijene najma automobila i mog postojećeg osiguranja.

Potrošači obično nisu upoznati s troškom ili vrijednošću proizvoda dodatnog osiguranja i mogu biti izloženi visokim cijenama zbog ograničenog tržišnog natjecanja i nedovoljne informiranosti. Jedan od primjera postoji u sektoru iznajmljivanja automobila: tijekom 2014. ukupno 44,7 % od 1758 prijavljenih pritužbi potrošača u vezi s iznajmljivanjem automobila odnosilo se na dodatne naknade (npr. povezane sa štetom i dodatnim uslugama kao što su proizvodi osiguranja koji nisu predstavljeni u trenutku rezervacije vozila).⁶⁴ U pogledu proizvoda osiguranja, uključujući onih koji su dodatni uz neki drugi proizvod, IDD-om će se pojačati zahtjevi za informiranje (ali ne u vezi s cijenama) u cilju izbjegavanja štete za potrošače. Nadalje, 4. srpnja 2015. pet velikih iznajmljivača automobila dogovorilo se da će preispitati odnose s potrošačima i u trenutku rezervacije pružati više informacija o izbornom odricanju od odgovornosti i proizvodima osiguranja.⁶⁵

Pitanja

21. Koje bi se dodatne mjere mogle poduzeti za jačanje transparentnosti o dodatnim proizvodima osiguranja i kako bi se osiguralo da potrošači imaju dovoljno informacija za donošenje odluke o kupnji tih proizvoda? Prema vašem mišljenju, jesu li potrebne posebne mjere u sektoru iznajmljivanja automobila u pogledu dodatnih proizvoda?

3.2 Stvaranje novih prilika na tržištu za pružatelje usluga

Pružatelji usluga suočavaju se s poteškoćama u prekograničnom poslovanju bez poslovnog nastana, odnosno, otvaranja podružnice ili društva kćeri u drugoj državi članici. Zbog toga često ne nude svoje proizvode u drugim državama članicama niti osiguravaju njihovu prenosivost. Ovaj je odjeljak usmjeren na to kako bi Komisija trebala pomoći smanjiti troškove i rizike povezane s prekograničnim pružanjem financijskih usluga, omogućiti poduzećima pružanje prekograničnih usluga i pojačati tržišno natjecanje i izbor potrošača diljem EU-a.

3.2.1 Suočavanje s izazovima i iskorištavanje prilika koje donosi digitalizacija

Digitalizacija poduzećima donosi nove prilike za odnose s potrošačima. Međutim, suočavaju se i s brojnim izazovima. Može se pokazati teškim pružati na daljinu ili preko granica – s

⁶⁴ Iznajmljivanje automobila: Ključni podaci iz baze podataka o predmetima europskih potrošačkih centara (http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/cross-border_enforcement_cooperation/docs/car_rental_version2_en.pdf)

⁶⁵ Europska komisija, web-mjesto „Bolja zaštita potrošača pri iznajmljivanju automobila” (http://ec.europa.eu/justice/newsroom/consumer-marketing/news/150713_en.htm)

pomoću digitalizacije – one usluge koje su se u prošlosti pružale osobnim kontaktom. U ovom se odjeljku istražuju te poteškoće i potreba za djelovanjem EU-a u cilju smanjenja tih poteškoća koji proizlaze iz inicijative Komisije o jedinstvenom digitalnom tržištu. Sudionici u industriji posebno su bili zainteresirani za to područje.⁶⁶

Pomaganje poduzećima da bolje iskoriste digitalizaciju

Brzina digitalizacije znači da neke konkurentne promjene koje su povoljne za potrošače možda neće biti moguće ili bi mogle biti onemogućene zbog zakonodavnih ili drugih rješenja koja nisu izrađena vodeći računa o tome. Komisiju zanima kako se na europskoj razini mogu poticati inovativne usluge prilagođene potrošačima i kako se može spriječiti rascjepkanost među domaćim tržištima.

Pitanja

22. Što se može učiniti na razini EU-a za poticanje trgovačkih društava na stvaranje i pružanje inovativnih digitalnih financijskih usluga diljem Europe, uz primjerenu razinu sigurnosne zaštite i zaštite potrošača?

Omogućavanje elektroničkog potpisa i provjere identiteta

Banka nudi usporedivo visoke kamate i obratili su joj se potrošači iz drugih država članica koji žele položiti svoj novac. Međutim, banka mora u skladu sa zahtjevima za borbu protiv pranja novca identificirati svoje klijente – to je teško učiniti na daljinu pa ona mora njihov identitet provjeriti u podružnici. Potrošači ne žele putovati do njezinih podružnica zbog troška i vremena pa su odlučili da tamo neće položiti svoj novac.

Poduzeća u povratnim informacijama navode da su zbog zahtjeva o poznavanju klijenata (Know Your Customer (KYC)) iz zakonodavstva o suzbijanju pranja novca ograničeni u pogledu mogućnosti stvaranja i održavanja poslovnog odnosa s potrošačima na daljinu. To je prepreka koju je Komisija potvrdila u istraživanju o Direktivi o trgovanju na daljinu financijskim uslugama koje su namijenjene potrošačima (DMFSD).⁶⁷ To može utjecati na mnoge financijske usluge, ali ima posebni učinak na štedne i investicijske proizvode.⁶⁸

Ti zahtjevi o poznavanju klijenata općenito uključuju podnošenje dokumenata iz više izvora za provjeru identiteta klijenta te potvrdu u četiri oka. Točni zahtjevi razlikuju se među

⁶⁶ Vidi, na primjer, izvješće Europske bankarske federacije „Poticanje digitalne transformacije”, (<http://www.ebfdigitalbanking.eu/>)

⁶⁷ Analiza gospodarskog učinka Direktive 2002/65/EU o trgovanju na daljinu financijskim uslugama koje su namijenjene potrošačima u pogledu sklapanja prekograničnih ugovora za financijske usluge između pružatelja usluga i potrošača na unutarnjem tržištu, Završno izvješće (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/final_rep_financial_services_2009.pdf)

⁶⁸ Treba napomenuti da je početkom ove godine donesena četvrta Direktiva o suzbijanju pranja novca u kojoj je predviđen fleksibilniji pristup i pristup utemeljen na rizicima kojim se omogućuje veća fleksibilnost kako bi se uzele u obzir posebnost na nacionalnoj razini i okolnosti pojedinačnih poslovnih odnosa ili transakcija. Vidi Direktivu (EU) 2015/849 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. svibnja 2015. o sprečavanju korištenja financijskog sustava u svrhu pranja novca ili financiranja terorizma, o izmjeni Uredbe (EU) br. 648/2012 Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive 2005/60/EZ Europskog parlamenta i Vijeća i Direktive Komisije 2006/70/EZ (SL L 141, 5.6.2015., str. 73.)

državama članicama i neke od njih dopuštaju provjeru informacija na daljinu (pod uvjetom ispunjenja određenih zahtjeva), primjerice, uporabom kamera i skeniranih isprava, ili potvrdu izvornika isprava koju izvršava treća stranka u institucijama kao što su poštanski uredi. Sve države članice nisu uspostavile takve mogućnosti i zbog toga mehanizmi za uključivanje treće stranke možda neće biti dostupni poduzećima koja svoje usluge pružaju preko granica.

Zahtjevima u nekim državama članicama ograničena je i uporaba potpisa ugovora na daljinu čime se dodatno ograničavaju mogućnosti prekograničnih pružatelja za sklapanje poslovnih odnosa s novim klijentima. Time se znatno ograničava prodaja proizvoda klijentima na daljinu i moglo bi imati nerazmjerni učinak na prekogranično poslovanje. U tom je području obećavajuća Uredba o elektroničkoj identifikaciji (eIDAS)⁶⁹. Njome će se osigurati rješenje za prekograničnu uporabu elektroničke identifikacije i elektroničkih usluga povjerenja – elektronički potpisi, pečati, vremenski žigovi, usluge preporučene dostave i provjera autentičnosti na web-mjestima. Time bi se poduzećima trebala omogućiti lakša identifikacija potrošača na daljinu ili čvrsta identifikacija stranaka u platnim transakcijama u skladu s revidiranom Direktivom o platnim uslugama. U tom je kontekstu financijski sektor naveden kao jedno od područja kojem bi rješenja za elektroničku identifikaciju mogla najviše koristiti.

U tom bi području mogle postojati velike mogućnosti za poboljšanja. Proširenjem mjera za provjere na daljinu koje trenutačno postoje u nekim državama članica i uspješnim prihvaćanjem eIDAS-a moglo bi se pridonijeti uklanjanju glavne prepreke prekograničnom pružanju usluga. Druga bi rješenja mogla uključivati uklanjanje administrativnih ograničenja za ugovaranje na daljinu, razvoj daljnjih ustava za elektroničku identifikaciju ili širenje mjera treće stranke za provjeru identiteta ili omogućavanje potrošačima da provode svoje provjere među pružateljima. Takvim se rješenjima naravno ne smije umanjiti učinkovitost mjera EU-a u borbi protiv pranja novca i financiranja nezakonitih aktivnosti.

Pitanja

23. *Je li potrebno poduzeti daljnje mjere za poboljšanje primjene zakonodavstva za suzbijanje pranja novca na razini EU-a, posebno kako bi se osiguralo da pružatelji usluga mogu identificirati potrošače na daljinu, pritom zadržavajući standarde trenutačnog okvira?*
24. *Je li potrebno poduzeti daljnje mjere za promicanje prihvaćanja i uporabe elektroničkih identifikacijskih isprava (e-ID) i elektroničkih potpisa u području maloprodajnih financijskih usluga, uključujući u pogledu sigurnosnih standarda?*

⁶⁹ Uredba (EU) br. 910/2014 Europskog parlamenta i Vijeća od 23. srpnja 2014. o elektroničkoj identifikaciji i uslugama povjerenja za elektroničke transakcije na unutarnjem tržištu i stavljanju izvan snage Direktive 1999/93/EZ (SL L 257, 28.8.2014., str. 73.)

Poboljšanje pristupa financijskim podacima i njihova upotrebljivost

Zajmodavcu se obraćaju potrošači iz drugih država članica tražeći kredite. Međutim, provjerom njihove kreditne sposobnosti zajmodavac može dobiti samo ograničene informacije budući da potrošači potječu iz drugih država članica. Zajmodavac ne može provjeriti informacije koje su mu oni dostavili i zato odlučuje da im neće odobriti kredit.

Poduzećima je teško pružati financijske proizvode (posebno kredite ili osiguranje) na dugim tržištima bez pristupa podacima o potrošačima jer ne mogu procijeniti rizike kojima bi bili izloženi. Oni ne mogu procijeniti ni rizike za mobilne potrošače čiji su podaci prikupljeni u drugoj državi članici. S razvojem digitalizacije povećava se apetit poduzeća za podacima jer određuju cijene svojih proizvoda na temelju naprednijih postupaka. Istovremeno se u nekim slučajevima podaci o klijentima upotrebljavaju za naoko besplatne ponude pružatelja digitalnih usluga jer ta poduzeća obrađuju i upotrebljavaju te podatke o klijentima u marketinške svrhe ili ih prodaju drugim poduzećima.

U skladu s CCD-om i MCD-om, vjerovnici imaju pravo bez diskriminacije upotrijebiti baze podataka o kreditima u drugim državama članicama kako bi pristupili informacijama o kreditnoj sposobnosti potencijalnih klijenata. Međutim, poduzeća će se svejedno suočiti s problemima kada pokušaju upotrijebiti te podatke jer su tehnike za prikupljanje, raspodjelu i uporabu tih podataka još uvijek vrlo različite diljem EU-a i razlikuju se mišljenja o tome koji su podaci relevantni za procjenu kreditne sposobnosti. U određene registre unose se samo „negativni” podaci ⁷⁰, dok druge baze podataka sadržavaju i „pozitivne” podatke.⁷¹ To znači da bi moglo biti problematično pristupiti tim podacima i upotrijebiti ih i mnogim bi poduzećima moglo biti teško postići isplativost pružanja usluga preko granica. Udruga pružatelja informacija o kreditnoj sposobnosti potrošača (ACCIS) pokrenula je sklapanje sporazuma o prekograničnoj razmjeni podataka o kreditima⁷², ali na taj su način povezani registri kredita samo ograničenog broja država članica. Istovremeno privatni registri kredita često prikupljaju više podataka nego što je potrebno u svrhe procjene kreditne sposobnosti ili podatke koji su od upitne važnosti za procjenu kreditne sposobnosti.

Kako industrija financijskih usluga prihvaća digitalizaciju, osiguravateljska društva i druga poduzeća koja pružaju financijske usluge upotrebljavaju moderni IT i analizu velikih podataka kako bi ponudila sve prilagođenije osiguravateljske proizvode s prilagođenim cijenama rizika što uključuje bliske, podatkovne metode praćenja kao što su telematički uređaji. Povećanom uporabom podataka omogućuje se smanjenje cijena za mnoge potrošače, ali zbog te prakse javlja se zabrinutost u pogledu privatnosti i zaštite podataka koji se trebaju uzeti u obzir.

Potrošači će također željeti iskoristiti sve veću dostupnost podataka kada se oslanjaju na povijest pozitivnih odštetnih zahtjeva ili pozitivne/negativne ocjene. Direktiva o osiguranju od

⁷⁰ Krediti se prijavljuju kada potrošač ne uspije izvršiti obvezu plaćanja.

⁷¹ Upisuje se svaki kredit. Mogu se prijavljivati i podaci o drugim vrstama obveza.

⁷² Više informacija o ACCIS-u dostupno je na poveznici <http://www.accis.eu/>

građanskopravne odgovornosti u pogledu upotrebe motornih vozila⁷³ trenutačno uključuje pravo ugovaratelja osiguranja da u bilo kojem trenutku od osiguravatelja zatraži potvrdu o odštetnim zahtjevima u posljednjih pet godina, ali to u praksi često ne znači nižu premiju kod sklapanja novog ugovora o osiguranju. Razlozi za različite metodologije za izračun popusta uključuju različito trajanje razdoblja koja će biti obuhvaćena takvim potvrdama, manjak povjerenja u neusklađene potvrde osiguravatelja i različiti čimbenici rizika koje uzimaju u obzir kod utvrđivanja premija.

Pitanja

25. *Prema vašem mišljenju, koji su podaci nužni za procjene kreditne sposobnosti?*
26. *Budući da poduzeća sve više upotrebljavaju financijske i nefinancijske podatke (uključujući poduzeća koja tradicionalno ne pružaju financijske usluge), je li potrebno poduzeti dodatne mjere za lakše pružanja usluga ili za osiguranje zaštite potrošača?*
27. *Treba li pojačati zahtjeve u vezi s oblikom, sadržajem ili pristupačnošću evidencije o odštetnim zahtjevima (na primjer u odnosu na obuhvaćeno razdoblje ili sadržaj) kako bi se tim poduzećima omogućilo prekogranično pružanje usluga?*

Olakšavanje pružanja usluga nakon prodaje

Osiguravatelj želi ponuditi osiguranje za predmete u kući na internetu u drugoj državi članici, ali za to bi trebao uložiti u uspostavu službe za korisnike na lokalnom jeziku. Smatra da ne bi imao dovoljno posla da bi troškovi bili opravdani.

Poduzeća nakon prodaje imaju obveze prema svojim klijentima koje bi moglo biti teško ispuniti na daljinu. Za odgovore na upite, procjenu i zadovoljavanje zahtjeva za osiguranje, razmatranje problema potrošača i rješavanje pritužbi potrebna je osobna intervencija zaposlenika poduzeća ili zaposlenika koji rješavaju odštetne zahtjeve u osiguravateljskim društvima. Iako se to može raditi na daljinu, svejedno bi mogla biti potrebna znatna ulaganja poduzeća, posebno ako je potrebno usluge pružati na drugim jezicima. Taj problem posebno utječe na osiguravatelje zbog obveze rješavanja odštetnih zahtjeva za što je od ključne važnosti nazočnost predstavnika poduzeća (kao što je podružnica ili društvo kći) u državi članici u kojoj se nalaze klijenti. Iako postoje načini za prevladavanje tog problema podugovaranjem trećih stranaka, mogućnosti za to nisu uvijek dostupne ili privlačne, posebno zato što je potrebno nadzirati izvođače koji djeluju u ime poduzeća.

Pitanja

28. *Je li potrebno poduzeti daljnje mjere potpore poduzećima za pružanje usluga nakon sklapanja ugovora u drugoj državi članici bez osnivanja podružnice ili društva kćeri?*

⁷³ Direktiva 2009/103/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 16. rujna 2009. u odnosu na osiguranje od građanskopravne odgovornosti u pogledu upotrebe motornih vozila i izvršenje obveze osiguranja od takve odgovornosti (SL L 263, 7.10.2009., str. 11.).

Postupci konvergencije za nesolventnost osobe, vrednovanje imovine i naplatu osiguranja

Zajmodavcu su se obratili potrošači iz drugih država članica zainteresirani za niske fiksne kamate koje nudi za stambene hipotekarne kredite. Međutim, on nema povjerenja u način procjene vrijednosti imovine u drugim državama članicama i u mogućnost naplate osiguranja za slučaj potrebe. On tim potrošačima ne može odobriti kredit.

Vjerovnici bi mogli oklijevati s pružanjem većeg broja prekograničnih kredita jer nemaju dovoljno znanja o primjenjivim sustavima u slučaju nesolventnosti osoba u drugim državama članicama (ako ti sustavi postoje). Iako su u Akcijskom planu za CMU poduzeti koraci za postizanje veće konvergencije u određenim područjima sustava nesolventnosti poduzeća u 28 država članica, kao što je rano restrukturiranje i pojačana učinkovitost u rješavanju prekograničnih stečajnih postupaka, diljem EU-a još uvijek postoje velike razlike u odnosu na sustave nesolventnosti privatnih osoba. Zbog toga nastaju dodatni rizici za poduzeća koja žele sklopiti prekogranični poslovni odnos s klijentima, posebno u odnosu na odobravanje kredita – ako zajmodavci ne mogu ocijeniti i odrediti rezultate stečajnih postupaka i zakona o oduzimanju imovine, neće imati povjerenja u posuđivanje osobama. Zakoni i prakse država članica u slučaju poslovnog neuspjeha i nesolventnosti i o pretjeranom zaduživanju osoba trenutačno su predmet dvaju istraživanja koja bi trebala biti dovršena 2016.

Slično tome, da bi vjerovnici mogli biti sigurni u vrijednost osiguranja u slučaju neplaćanja od ključne je važnosti točno razumjeti vrijednost imovine. Iako je u Direktivi o hipotekarnim potrošačkim kreditima propisano da u svim državama članicama moraju biti uspostavljeni standardi vrednovanja imovine, njome se ne osigurava u potpunosti konvergencija standarda na razini EU-a. Bez potpune konvergencije neki vjerovnici mogli bi još uvijek sumnjati u vrijednost osiguranja kredita koje se nalazi u drugoj državi članici.

Pitanja

29. Je li potrebno poduzeti dodatne mjere za poticanje zajmodavaca na prekogranično pružanje hipotekarnih ili potrošačkih kredita?

3.2.2 Usklađenost s različitim regulatornim zahtjevima u državi članici domaćinu

Razlike između regulatornih režima država članica u velikoj mjeri utječu na troškove i rizik prekograničnog pružanja maloprodajnih financijskih usluga. Iako u EU-u postoji određeni stupanj pravne usklađenosti zbog zakonodavstva na razini EU-a, u područjima kao što je ugovorno pravo postoje pravne razlike i poduzeća moraju ispuniti brojne regulatorne zahtjeve u svakoj državi članici.

Različiti zahtjevi mogu potjecati iz posebnih aspekata financijskih sektora države članice ili pravnih tradicija. Nacionalni regulatorni okviri znatno se razlikuju u pogledu pitanja kao što su ugovori, zaštita podataka, zaštita potrošača, informiranje, suzbijanje pranja novca ili oporezivanje. U pogledu prava primjenjivog na građanske aspekte ugovora, treba razlikovati između ugovora o osiguranju i drugih ugovora. U slučaju osiguranja, primjenjivo pravo u načelu je pravo države u kojoj se nalazi osigurani rizik, a to je najčešće država uobičajenog

boravišta ugovaratelja osiguranja.⁷⁴ Stranke imaju ograničenu mogućnost odabira drugog prava. U slučaju drugih vrsta ugovora sklopljenih s potrošačima, stranke mogu odabrati da će se na prekogranične transakcije primjenjivati ugovorno pravo države članice prodavatelja, čime se u nekim slučajevima mogu smanjiti troškovi usklađivanja poduzeća. Međutim, ako prodavatelj obavlja aktivnosti ili ih usmjerava na državu članicu u kojoj potrošač ima uobičajeno boravište, takvim se izborom ne dovodi u pitanje zaštita koju potrošač ima u skladu s tim pravom.⁷⁵

Zbog tih razlika poduzećima koji žele poslovati s potrošačima u drugoj državi članici mogu nastati znatni troškovi i rizici. Procjenjuje se da prosječni troškovi povezani s ugovornim pravom za poduzeća koja ne posluju u financijskom sektoru iznose otprilike 10 000 EUR za svaku državu članicu.⁷⁶ Financijska poduzeća suočavaju se u svakoj državi članici sa znatnim dodatnim troškovima povrh tog iznosa zbog posebnih zakona i propisa koji se primjenjuju u tome sektoru.⁷⁷ Zahtjevi i troškovi mogu se isto razlikovati ovisno o tome posluje li poduzeće na temelju slobode poslovnog nastana (s fizičkom nazočnošću) ili na temelju slobode pružanja usluga (uključujući na internetu). Poduzeće koje pruža usluge mora zadovoljiti samo dio pravila države članice domaćina, primjerice o postupanju ili zaštiti potrošača.

Prava EU-a za putovnice za prodaju trenutno postoje za niz djelatnosti⁷⁸ i njima se poduzećima koja su ovlaštena pružati svoje usluge u jednoj državi članici omogućuje da to čine u drugoj državi članici uz manje administrativno opterećenje i minimalnu potrebnu papirologiju. Međutim, putovnicama za prodaju ne uklanjaju se troškovi pravnog usklađivanja i one se ne primjenjuju na sve proizvode. U nastavku su navedene druge mogućnosti za postupno smanjivanje troškova i rizika povezanih s različitim pravnim zahtjevima.

Olakšavanje poduzećima da ispune pravne zahtjeve primjenjive u drugim državama članicama

Financijska platforma na internetu suočila se s problemima kada je pokušala ponuditi proizvode za štednju u više država članica. Informacije nisu bile jednostavno dostupne i ona je dobila vrlo malo korisne potpore od nadležnih tijela država članica, unatoč koristima njezinih proizvoda za potrošače. Troškovi usklađivanja i pravni troškovi visoki su zbog čega je njegova ponuda bila manje privlačna.

⁷⁴ Vidi članak 7. Uredbe (EZ) br. 593/2008 Europskog parlamenta i Vijeća od 17. lipnja 2008. o pravu koje se primjenjuje na ugovorne obveze (Rim I) (SL L 177, 4.7.2008., str. 6.).

⁷⁵ Vidi članak 3., članak 4. točku (b) i članak 6. Uredbe Rim I; Komunikacija Komisije Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, str. 11. (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf)

⁷⁶ European Commission Press Release: Common European Sales Law, p. 2 (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common_sales_law/i11_1175_en.pdf)

⁷⁷ Stručna skupina Komisije o europskom ugovornom pravu osiguranja nedavno je napomenula da određeni zahtjevi u pogledu oblika ugovora o osiguranju jasno donose dodatne troškove poduzećima. Vidi Završno izvješće Stručne skupine Komisije o europskom ugovornom pravu osiguranja (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/insurance/final_report_en.pdf), str. 90.

⁷⁸ Obuhvaćena poduzeća uključuju, primjerice, kreditne institucije, osiguravateljska društva, posrednike u osiguranju i posrednike u izdavanju hipotekarnih kredita.

Države članice mogle bi više pomoći poduzećima da se usklade s postojećim pravnim okvirom i olakšati im usklađivanje s primjenjivim zahtjevima kod pružanja usluga u drugim državama članicama. Trenutačno mreža SOLVIT koja postoji u cijelom EU-u⁷⁹ pomaže poduzećima kada se susretnu s problemima s javnim tijelima koja ne primjenjuju pravo EU-a na ispravan način i jedinstvene točke za kontakt pružaju pomoć poduzećima u vezi s njihovim obvezama u pogledu prekograničnog pružanja usluga.⁸⁰ Takve bi se inicijative mogle dodatno proširiti u području financijskih usluga i osiguranja u cilju smanjenja troškova i rizika za poduzeća koja žele trgovati na tržištima drugih država članica.

Vlade država članica ili nacionalna nadležna tijela mogli bi ponuditi dodatnu praktičnu pomoć (npr. u obliku „one-stop-shops”) za prekogranične postupke usklađivanja. Time bi se pridonijelo potpori poduzećima koja se suočavaju s teškoćama kada pokušavaju poslovati preko granica potičući daljnji napredak u integraciji tržišta EU-a i olakšavanjem razvoja i širenja novih tehnologija i inovativnih rješenja za tržišno natjecanje utemeljenih na tržištu.

Pitanja

30. *Je li nužno poduzeti mjere na razini EU-a kako bi se osigurala praktična pomoć vlada država članica ili nacionalnih nadležnih tijela (npr. u obliku “one-stop-shops”) za olakšavanje prekogranične prodaje financijskih usluga, posebno za inovativna poduzeća ili proizvode?*
31. *Kako bi se najbolje olakšalo poduzećima da iskoriste slobodu poslovnog nastana ili slobodu pružanja usluga za inovativne proizvode (kao što je usklađena suradnja između nadzornih tijela države podrijetla i države domaćina)?*

Stvaranje neovisnih i usklađenijih sustava diljem EU-a

Osiguravatelj pruža jednostavnu policu životnog osiguranja po konkurentnoj cijeni na domaćem tržištu i zadovoljava sve pravne i regulatorne zahtjeve. Uočio je da su premije znatno više u drugim državama članicama i u tome vidi poslovnu priliku. Međutim, ne može prodavati proizvod na drugim tržištima jer je proizvod izrađen tako da zadovoljava pravne i regulatorne zahtjeve matične države.

U nekim bi slučajevima zasebni pravni okvir mogao biti najbolji način za povećanje izbora proizvoda uz smanjenje troškova za poduzeća i osiguravanje primjerene zaštite potrošača. Izborni sustav mogao bi biti okvir za jednake značajke proizvoda koji će se upotrebljavati dobrovoljno. Prednost tog sustava bila bi u osiguranju standardizacije među državama članicama i prevladavanju brojnih nacionalnih regulatornih razlika u nekim područjima. Nadalje, on bi mogao biti korisno sredstvo za ponudu usporedivih i lako razumljivih financijskih proizvoda, čime će se povećati povjerenje i vjera potrošača u prekograničnu kupovinu. U Akcijskom planu za CMU najavljuje se namjera Komisije da procijeni mogućnost okvira politika za uspostavu europskog tržišta za jednostavne, učinkovite i konkurentne osobne mirovine.

⁷⁹ Više informacija o mreži SOLVIT dostupno je na njezinom web-mjestu (<http://ec.europa.eu/solvit/>)

⁸⁰ Više informacija o mreži Jedinstvenim točkama za kontakt dostupno je na njihovom web-mjestu (<http://ec.europa.eu/solvit/>) Ta su tijela osnovana u skladu s Direktivom o uslugama.

Tijekom 2015. provedeno je savjetovanje s EIOPA-om o stvaranju standardiziranog paneuropskog proizvoda osobnih mirovina (PEPP). S obzirom na slična obilježja, aktivnosti koje je provela EIOPA mogle bi služiti kao osnova razvoj izbornog sustava za paneuropski proizvod životnog osiguranja. To bi moglo biti korisno i za druge proizvode.

Slični bi se rezultati mogli ostvariti usklađivanjem nacionalnih sustava i prava radi poticanja konvergencije s pomoću smjernica, veće usporedivosti ili standardizirane prakse, te kroz daljnji razvoj postojećih ili novih sustava putovnica za robu, konvergenciju nadzornih standarda (pod vodstvom ESA-ova) kako bi se ograničili problemi s regulatorima države domaćina. Bilo bi korisno dodatno pojasniti pravila o „općem dobru”⁸¹ koja su iznimka od temeljnih načela iz Ugovora u pogledu slobode kretanja. Izvor nadahnuća mogao bi biti UCITS kao trenutačni uspješni primjer sustava koji se primjenjuje u cijelom EU-u.

Pitanja

32. *Za koje bi proizvode maloprodajnih financijskih usluga sustavi standardizacije i izbora mogli biti najdjelotvorniji za prevladavanje razlika u zakonodavstvu država članica?*
33. *Je li na razini EU-a potrebno poduzeti daljnje mjere u vezi s načelom „mjesto rizika” u zakonodavstvu u području osiguranja i pojasniti pravila o „općem dobru” u sektoru osiguranja?*

Odjeljak 4. Daljnji koraci

Pozivaju se zainteresirane stranke da pošalju svoje odgovore na pitanja u ovoj Zelenoj knjizi do 18. ožujka 2016. posredstvom **upitnika na internetu**: [Poveznica].

Ovo savjetovanje provodi se u skladu s uobičajenim pravilima Europske komisije za javna savjetovanja. Odgovori će biti objavljeni osim ako ispitanici u upitniku na internetu ne navedu suprotno. U cilju osiguranja poštenog i transparentnog postupka savjetovanja u obzir će se uzeti samo odgovori zaprimljeni putem našeg upitnika na internetu i ti će odgovori biti uključeni u izvješće u kojem će biti sažeti svi odgovori. Ako imate problema s popunjavanjem upitnika ili vam je potrebna posebna pomoć, obratite se na [adresa elektroničke pošte].

Opća pravila o zaštiti osobnih podataka dostupna su na web-mjestu EUROPA ovdje: http://ec.europa.eu/geninfo/legal_notices_en.htm#personaldata. Posebna izjava o privatnosti za ovo savjetovanje dostupna je ovdje: [Poveznica].

Razmislite o tome postoje li neke prepreke koje se ne spominju u ovom dokumentu te utječu li neke od opisanih prepreka posebno na mala i srednja poduzeća.

Tijekom postupka savjetovanja Europska komisija činit će sljedeće:

- surađivat će se Europskim parlamentom u cilju dobivanja izravnih povratnih informacija od njegovih zastupnika

⁸¹ Država članica može upotrijebiti i pojam općeg dobra u cilju usklađivanja s njezinim zakonima osiguravatelja koji želi poslovati na njezinu državnu području u skladu s pravom poslovnog nastanak ili slobodom pružanja usluga. Međutim, pojam općeg dobra nije propisan u direktivama o osiguranju već u *Interpretativna komunikacija Komisije o slobodu pružanja usluga i općem dobru u sektoru osiguranja* (SL C 43, 16.02.2000.) na temelju zahtjeva koje je propisao Sud.

- pozvat će države članice da organiziraju savjetovanja i događaje s javnošću i zastupnicima u nacionalnim parlamentima u cilju promicanja razgovora o tim pitanjima na nacionalnoj razini i
- organizirat će radionice na transparentan i uravnotežen način u cilju savjetovanja s tehničkim stručnjacima (kao što su akademici i sudionici na tržištu) kako bi oblikovala utemeljeno stajalište o posebnim pitanjima.

Cilj je Komisije u najvećoj mogućoj mjeri iskoristiti praktične koristi jedinstvenog tržišta u području maloprodajnih financijskih usluga za što više europskih potrošača otvaranjem tržišta i njegovom prilagodbom njihovim potrebama kako bi im se omogućio veći i bolji izbor financijskih proizvoda. Svojim ćemo djelovanjem nastojati ukloniti neke prepreke u praksi zbog kojih poduzeća ne mogu ponuditi svoje usluge preko granica. Komisija će i dalje biti usmjerena na svoje opće ciljeve suzbijanja neopravdanog geoblokiranja i drugih oblika diskriminacije na temelju nacionalnosti ili mjesta boravka, jačanja povjerenja potrošača u dostupnost odgovarajuće pravne zaštite i poboljšanje pristupa sveobuhvatnim, usporedivim i razmjernim informacijama o proizvodima maloprodajnih financijskih usluga.

Komisija će početkom 2016. organizirati konferenciju na kojoj će se analizirati dokazi prikupljeni savjetovanjem i raspravljati o prioritetnim područjima spomenutima u ovoj Zelenoj knjizi. Komisija predviđa da će Akcijski plan o maloprodajnim financijskim uslugama biti donesen nakon savjetovanja, otprilike u ljeto 2016.