

III

(Přípravné akty)

EVROPSKÝ HOSPODÁŘSKÝ A SOCIÁLNÍ VÝBOR

516. PLENÁRNÍ ZASEDÁNÍ ESHV VE DNECH 27. A 28. DUBNA 2016

Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru k zelené knize o retailových finančních službách – Kvalitnější produkty, větší výběr a více příležitostí pro spotřebitele a podniky

[COM(2015) 630 final]

(2016/C 264/05)

Zpravodajka: Milena ANGELOVA

Dne 10. prosince 2015 se Evropská komise, v souladu s článkem 304 Smlouvy o fungování Evropské unie, rozhodla konzultovat Evropský hospodářský a sociální výbor ve věci

zelené knihy o retailových finančních službách – Kvalitnější produkty, větší výběr a více příležitostí pro spotřebitele a podniky

[COM(2015) 630 final].

Specializovaná sekce Jednotný trh, výroba a spotřeba, kterou Výbor pověřil přípravou podkladů na toto téma, přijala stanovisko dne 13. dubna 2016.

Na 516. plenárním zasedání, které se konalo ve dnech 27. a 28. dubna 2016 (jednání dne 27. dubna 2016), přijal Evropský hospodářský a sociální výbor následující stanovisko 191 hlasy pro, 5 členů se zdrželo hlasování.

1. Závěry a doporučení

1.1 EHSV vítá záměr, který dala Komise najevo zveřejněním uvedené zelené knihy, a skutečnost, že překročila k činům a má náročný program provádění akčního plánu pro vytváření unie kapitálových trhů ⁽¹⁾.

1.2 EHSV podporuje myšlenku Komise snažit se usnadnit přeshraniční průnik retailových finančních služeb a možnosti spotřebitelů měnit poskytovatele. Taková opatření by měla zajistit konkurenceschopnější strukturu trhu a zvýšit pohodlí spotřebitelů finančních služeb, a to i podporou rovného přístupu k mimosoudním mechanismům ke zjednání nápravy v jednotlivých členských státech ⁽²⁾.

⁽¹⁾ Úř. věst. C 133, 14.4.2016, s. 17.

⁽²⁾ Úř. věst. C 181, 21.6.2012, s. 93 a Úř. věst. C 181, 21.6.2012, s. 99. Situace by nyní měla být lepší, neboť členské státy měly provést směrnici o alternativním řešení sporů Úř. věst. L 165, 18.6.2013, s. 63 a Úř. věst. L 165, 18.6.2013, s. 1.

1.3 EHSV vítá přístup, který Komise v zelené knize uplatňuje a který spočívá ve snaze hledat vhodné politiky pro podněcování obou stran trhu s retailovými finančními službami: nabídky a poptávky.

1.4 EHSV podporuje myšlenku, že kdykoli to je možné, měli by mít spotřebitelé možnost srovnat různé produkty, aby mohli přijímat informovaná rozhodnutí. V tomto ohledu EHSV plně podporuje směrnici o trzích finančních nástrojů (MiFID) II (současně stále připravuje své stanovisko k nedávno navrženým přezkumům⁽³⁾) a nařízení o strukturovaných retailových investičních produktech a pojistných produktech s investiční složkou, které vyžadují větší transparentnost a zveřejňování informací⁽⁴⁾.

1.5 Jedním z cílů zelené knihy je zmenšit roztržitost trhu retailových finančních služeb. V této věci by EHSV chtěl poukázat na to, že neexistují žádné naprosto spolehlivé důkazy o tom, že cenové rozdíly jsou způsobeny jen selháním trhu v rámci EU. Ceny produktů a služeb ovlivňují i vnitrostátní a místní faktory, a kvůli tomu je harmonizace cen mezi členskými státy obtížnější. Například pojistné ze smlouvy na pojištění auta spotřebitele v jednom členském státě a rovnocenné pojistné v jiném členském státě mohou být naprosto odlišná v důsledku koeficientu škodných událostí, jenž vychází z počtu nehod nebo počtu případů podvodů v každé z uvedených zemí. Podobně se mohou v různých členských státech lišit úrokové sazby u spotřebitelských úvěrů v závislosti na úrovni nedobytných pohledávek. Tyto místní faktory jsou v zelené knize správně zmíněny, zasluhují si však další analýzu. EHSV proto pozorně očekává výsledky konzultace a vyzývá Komisi, aby dále hledala další důkazy o nedostatečné hospodářské soutěži a jasnější důvody pro vysvětlení zjištěných cenových rozdílů. Na toto šetření by se měla zaměřit i v posouzení dopadů, které bude provedeno před očekávanými návrhy právních předpisů.

1.6 Současně chce EHSV zdůraznit, že mnoho problémů, na které upozorňovala zelená kniha o maloobchodních finančních službách z roku 2007⁽⁵⁾, zůstává platných i o osm let později v současné zelené knize. EHSV tuto předešlou zelenou knihu celkově podpořil⁽⁶⁾ a ocenil opatření, která byla provedena s cílem nalézt určitá praktická řešení⁽⁷⁾. I přes určité pozitivní výsledky však byl pokrok omezený a problémy týkající se fungování jednotného trhu retailových finančních služeb přetrvávají. Podle názoru EHSV je tudíž zapotřebí výsledky konzultací týkajících se stávající zelené knihy tentokrát přeměnit v ambicióznější program, který dlouhotrvající problémy překoná.

1.7 Zelená kniha se zabývá širokou škálou finančních produktů, u nichž všech není možné současně poskytnout větší výběr a více příležitostí. Je jasné, že pro ně bude zapotřebí stanovit priority a časové rámce. EHSV navrhuje, aby byly výsledky postupu konzultace přednostně uplatněny na jednodušší produkty, u nichž mají místní faktory relativně menší význam. Proces tvorby jednotného trhu pro finanční produkty tak získá dynamiku a důvěru. Příklady těchto produktů by mohly být platební služby, celoevropské penzijní produkty, spořicí účty, pojištění automobilů a životní pojištění. Jeden z prvních kroků by mohl spočívat v uplatnění systému bonus/malus v pojištění automobilů ve všech členských státech, neboť tento systém snižuje význam místních faktorů a zajišťuje užší vazbu pojistného na profily jednotlivců. V daném časovém rámci by měly následovat produkty, jako jsou hypoteční úvěry, spotřebitelské půjčky, pojištění profesní odpovědnosti a správa aktiv.

1.8 Ačkoli zelená kniha klade důraz hlavně na digitální technologie, EHSV spatřuje dva důležité faktory větší přeshraniční poptávky po produktech, k nimž by se mělo přihlédnout:

— finanční vzdělávání je zcela jasně klíčovým aspektem pro uchování důvěry ve finanční systém a zajištění zodpovědné spotřeby finančních produktů. Své stanovisko k této záležitosti již EHSV vyjádřil⁽⁸⁾;

— finanční poradenství musí být na úrovni EU správně regulováno a musí být staven jasný rozdíl mezi poradenstvím a marketingem. Za tímto účelem si rovněž zaslouží pozornost služby poskytované nezávislými makléři.

⁽³⁾ COM(2016) 56 final; COM(2016) 57 final; Úř. věst. L 173, 12.6.2014, s. 1; Úř. věst. L 257, 28.8.2014, s. 1.

⁽⁴⁾ Úř. věst. C 191, 29.6.2012, s. 80.

⁽⁵⁾ COM(2007) 226 final.

⁽⁶⁾ Úř. věst. C 151, 17.6.2008, s. 1.

⁽⁷⁾ Úř. věst. L 257, 28.8.2014, s. 214; Úř. věst. L 60, 28.2.2014, s. 34; Úř. věst. L 337, 23.12.2015, s. 35; Úř. věst. L 26, 2.2.2016, s. 19; Úř. věst. L 173, 12.6.2014, s. 349.

⁽⁸⁾ Úř. věst. C 318, 29.10.2011, s. 24.

1.9 EHSV se domnívá, že je naprosto nezbytné vynaložit veškeré úsilí na to, aby se předešlo novému otevření nedávno přijatých směrnic (např. směrnice o platebních službách 2 a směrnice o hypotečních úvěrech⁽⁹⁾). Je třeba poskytnout určitý čas na účinné uplatňování opatření a zavádění nových regulačních opatření by mělo být uskutečňováno obezřetně, aby finanční trhy nebyly nadměrně regulovány.

2. Cíl zelené knihy. Předchozí práce Komise a EHSV týkající se retailových finančních služeb

2.1 Evropská komise zveřejnila zelenou knihu v souvislosti s akčním plánem pro vytváření unie kapitálových trhů⁽¹⁰⁾ s cílem zkoumat, jak lze evropský trh retailových finančních služeb, zejména pojištění, úvěrů, plateb, běžných a spořicíh účtů a jiných retailových investičních produktů, dále otevírat a přinášet tak lepší výsledky pro spotřebitele a podniky, a přitom udržet odpovídající úroveň ochrany spotřebitele a ochrany investorů na evropské i vnitrostátní úrovni.

2.2 Zelená kniha se intenzivně věnuje reakci na výzvy spojené s digitalizací, jež může přispět ke snížení cen a zlepšení srovnatelnosti produktů, čímž se posílí postavení spotřebitelů při jejich finančním rozhodování. V dlouhodobém horizontu by měla digitalizace umožnit podnikům, aby své produkty učinily dostupnými kdekoli v Unii, čímž se jednotný evropský trh přiblíží svému uskutečnění.

2.3 Další důležitou otázkou, kterou zelená kniha nastoluje, je způsob budování důvěry, neboť tento prvek má zásadní význam pro rozšiřování jednotného trhu retailových finančních služeb. V zájmu dosažení těchto cílů se dokument zabývá otázkou, jak učinit služby a produkty srozumitelnějšími.

2.4 Zelená kniha rovněž zkoumá, jakým způsobem by bylo možné přispět k tomu, aby jednotný trh s finančními službami způsobil v životě lidí v EU konkrétní zlepšení a aby vytvářel nové tržní příležitosti pro dodavatele, a tak podporoval růst evropského hospodářství a napomáhal vytváření pracovních míst.

3. Poznámky k současnému stavu trhů retailových finančních služeb

3.1 EHSV je přesvědčen, že rozdílnost trhů retailových finančních služeb, kterou zelená kniha zdůrazňuje, je způsobena společným vlivem vnitrostátních a místních faktorů na ceny produktů a služeb (právními, regulačními a kulturními specifiky a specifiky veřejných systémů sociální ochrany) a zároveň problémy na straně poptávky i nabídky na trhu, přičemž problémy na straně poptávky a nabídky na trhu bude nutné v budoucnosti řešit.

3.2 Hlavními problémy na straně nabídky jsou:

- neopodstatněné nebo zbytečné rozdíly ve vnitrostátních předpisech v důsledku gold-platingu a vnitrostátních tradic a specifik a další vnitrostátní rozdíly ve faktorech, které ovlivňují náklady na podnikání;
- problémy při přeshraničním ověřování totožnosti zákazníků a zdrojů jejich finančních prostředků;
- problémy při přeshraničním hodnocení majetku zákazníků a vymáhání kolaterálů;
- odlišné právní mechanismy v členských státech, zejména pokud jde o zabavování kolaterálů (tzn. délka řízení o zabavení majetku, nezbytné využití notáře, odlišná pravidla pro katastry nemovitostí).

3.3 Hlavními problémy na straně poptávky jsou:

- spotřebitelé, kteří jsou zvyklí na určitou úroveň ochrany ve své vlastní zemi, se nemohou spolehnout na stejný standard v jiném členském státě;
- nerovné prosazování souladu s požadavky evropských právních předpisů;

⁽⁹⁾ Úř. věst. L 337, 23.12.2015, s. 35; Úř. věst. L 60, 28.2.2014, s. 34.

⁽¹⁰⁾ COM(2015) 468 final.

- nerovný přístup k mechanismům mimosoudního řešení sporů pro spotřebitele finančních služeb v různých členských státech⁽¹¹⁾;
- jazykové bariéry;
- požadavky na dovednosti a kvalifikaci finančních poradců jsou výsadou vnitrostátních regulačních orgánů, nejsou však ve všech členských státech jednotné. Existuje málo kompetentních finančních poradců, kteří by poskytovali objektivní poradenství, zejména ve věci přeshraničních nákupů.

3.4 EHSV rovněž uznává, že rozvoj digitalizace vytváří nové prostředí a značně rozšiřuje prostor pro poskytování nových služeb a pro zvýšenou přeshraniční činnost. Nicméně je třeba dbát na to, aby pokrok v digitální oblasti nebyl využíván k tomu, že by příliš složité, irelevantní nebo obtížné porovnatelné informace o finančních službách uváděly spotřebitele v omyl.

3.5 EHSV zdůrazňuje, že finanční gramotnost lidí se na různých místech stále velmi liší a je poměrně nízká v porovnání s jinými rozvinutými zeměmi, jako jsou Spojené státy americké, Austrálie a Kanada⁽¹²⁾. Finanční poradenství poskytované před prodejem produktů není dobře regulováno a nezaručuje, že si zákazníci vyberou nejvhodnější produkty, a v porovnání s některými zeměmi mimo EU nejsou služby profesionálního finančního poradenství dostatečně rozvinuté.

3.6 Možnosti, které nabízejí nové technologie a zvýšená nabídka (včetně přeshraniční nabídky), vytvářejí příležitosti, přinášejí však i určitá potenciální rizika. Mohou vést k vyšším mírám zadluženosti, hypotečním selháním a většímu počtu případů platební neschopnosti, jestliže spotřebitelé chybí potřebné finanční znalosti. Spotřebitelé, kteří nakupují pojistné a penzijní produkty na internetu, mohou být ohroženi, neboť často neprovádějí dostatečný průzkum a mohou podepisovat smlouvy, aniž by je znali⁽¹³⁾. Vnitrostátní regulační orgány by tudíž měly zajistit, aby společnosti, které prodávají produkty na internetu, dodržovaly v zájmu ochrany spotřebitelů „povinnost poradit“. Existuje více než dostatek argumentů prokazujících důležitost finančního vzdělávání a řádného poradenství.

3.7 Spotřebitelé, kteří nerozumějí pojmu složeného úroku, akumulují větší dluhy a nesou vyšší úrokové sazby a transakční náklady⁽¹⁴⁾, zatímco spotřebitelé s finančními znalostmi lépe plánují, více spoří na důchod⁽¹⁵⁾ a diverzifikují finanční rizika⁽¹⁶⁾. Totéž platí na makroekonomické úrovni, kde lze pozorovat, že finanční gramotnost má silný prospěšný vliv na vnitrostátní úspory a shromažďování bohatství⁽¹⁷⁾. Důrazně se proto doporučuje, aby bylo jasněji vymezeno rozlišení mezi činnostmi spojenými s marketingem produktů a činnostmi spojenými s prodejem produktů, zejména v případech, kdy je poskytováno poradenství. Poradenství by nemělo být nikdy využíváno jako marketingový nástroj a poradci by měli být skutečně nezávislí. Předmluvní informace by měly být poskytovány a prezentovány jasně a srozumitelně. EHSV je pevně přesvědčen, že v zájmu obnovy důvěry v trhy finančních služeb, zvýšení přeshraniční činnosti a zlepšení přenositelnosti finančních produktů jsou zapotřebí cílená opatření v oblasti vzdělávání soukromých investorů a zlepšování finančního poradenství.

⁽¹¹⁾ Viz poznámka pod čarou 2.

⁽¹²⁾ Stupeň finanční gramotnosti se v rámci EU značně různí. V průměru 52 % dospělé populace je finančně gramotných, přičemž nejvyšší počty (nejméně 65 %) jsou zaznamenány v Dánsku, Německu, Nizozemsku a Švédsku. Země jižní Evropy mají daleko horší výsledky: Řecko (45 %), Španělsko (49 %), Itálie (37 %) a Portugalsko (26 %). Podobně nízké jsou ukazatele u zemí, které se k EU připojily v roce 2004 a později: Bulharsko (35 %), Kypr (35 %) a Rumunsko (22 %). Z celosvětového pohledu Evropa v průměru zaostává za Spojenými státy americkými (57 %), Kanadou (68 %) a Austrálií (64 %). Zdroj dat: Klapper, Leora, Annamaria Lusardi, Peter van Oudheusden, *Financial Literacy Around the World (Finanční gramotnost ve světě)*, 2015.

⁽¹³⁾ Evropský orgán pro pojišťovnictví a zaměstnanecké penzijní pojištění (EIOPA) uvádí ve stanovisku k ochraně spotřebitele a prodeji produktů pojištění a penzijního připojištění, že uživatelé neprovádějí před nákupem produktů na internetu dostatečný průzkum – EIOPA-BoS-14/198, 28. ledna 2015, EIOPA Opinion on sales via the Internet of insurance and pension products (stanovisko EIOPA k tématu Prodej produktů pojištění a penzijního připojištění prostřednictvím internetu).

⁽¹⁴⁾ Lusardi, Annamaria a Peter Tufano (2015). *Debt Literacy, Financial Experiences, and Overindebtedness (Dluhová gramotnost, finanční zkušenosti a nadměrná zadluženost)*, Journal of Pension Economics and Finance, ročník 14, zvláštní vydání 4, s. 332–368, říjen 2015.

⁽¹⁵⁾ Behrman Jere R., Olivia S. Mitchell, Cindy K. Soo a David Bravo (2012). *The Effects of Financial Education and Financial Literacy: How Financial Literacy Affects Household Wealth Accumulation (Vlivy finančního vzdělávání a finanční gramotnosti: jak finanční gramotnost ovlivňuje akumulaci bohatství domácností)*, American Economic Review: Papers & Proceedings, č. 102(3), s. 300–304.

⁽¹⁶⁾ Abreu, Margarida a Victor Mendes (2010). *Financial Literacy and Portfolio Diversification (Finanční gramotnost a diverzifikace portfolia)*, Quantitative Finance, č. 10(5), s. 515–528.

⁽¹⁷⁾ Jappelli, Tullio a Mario Padula, *Investment in financial literacy and saving decisions (Investice do finanční gramotnosti a rozhodnutí o spoření)*, CFS Working Paper, č. 2011/07.

4. Odpovědi na otázky položené v zelené knize

4.1 Obecné otázky:

1. U kterých finančních produktů by mohla zlepšená přeshraniční nabídka zvýšit hospodářskou soutěž na vnitrostátních trzích, pokud jde o lepší výběr a příznivější cenu?

4.1.1 Zelená kniha obsahuje otázky týkající se různých bankovních a nebankovních produktů a služeb, existují však značné rozdíly mezi hlavními transakčními produkty (jako jsou běžné účty nebo termínované vklady) a smluvními produkty (jako jsou hypotéky nebo spořicí a investiční produkty). Pokud jde o spořicí a investiční produkty, budou mít po svém vstupu v platnost vliv na trh i některé další právní nástroje EU (například směrnice MiFID nebo iniciativa pro vytváření unie kapitálových trhů).

4.1.2 U všech produktů projednávaných v zelené knize má přeshraniční poskytování potenciál zvýšit hospodářskou soutěž na vnitrostátních trzích. Produkty s největším potenciálem jsou však v této fázi bezpochyby penzijní a investiční produkty. Systém Komise opírající se o srovnávací přehledy hodnotí trh s těmito produkty jako nejhorší z 31 spotřebitelských trhů⁽¹⁸⁾. Nabízené penzijní produkty se vyznačují lokální povahou a vysokými poplatky. Započtou-li se inflace, poplatky za správu a další platby, poskytují tyto produkty často záporný reálný výnos a vykazují horší výsledky než příslušné indexy trhu⁽¹⁹⁾. Z tohoto důvodu EHSV důrazně podporuje myšlenku jednotného trhu s penzijními produkty, konkrétněji pak vývoj celoevropského osobního penzijního produktu⁽²⁰⁾, který povede ke zvýšeným úsporám z rozsahu, nižším cenám a většímu výběru pro spotřebitele.

4.1.3 Pokud jde o pojistné produkty, některé z nich jsou snadno přenositelné, například produkty životního pojištění, které zákazníkovi poskytují ochranu, i pokud se přestěhuje za místní hranice. Jiné produkty však obsahují prvky, které jsou regulovány místně a vyžadují úpravy, jestliže se je subjekty pokoušejí distribuovat v různých zemích. Článek 11 směrnice o distribuci pojištění (přepřelované znění)⁽²¹⁾ stanoví, že členské státy musí zřídit jediné kontaktní místo pověřené poskytováním informací o pravidlech „obecného zájmu“ v příslušném členském státě, a ukládá orgánu EIOPA, aby vložil na své internetové stránky hypertextové odkazy na internetové stránky příslušných orgánů, kde jsou informace o těchto pravidlech „obecného zájmu“ zveřejněny. Kromě toho úplné přeshraniční poskytování stále nebude možné (dokonce ani žádoucí) kvůli skutečným potřebám zákazníků, kterým produkty slouží, a kvůli rozdílům v chování a rizikových faktorech, které mají vliv na podmínky produktů. EHSV vítá řešení, která pomohou zmírnit nedostatečnou přenositelnost produktů, a doporučuje, aby v některých případech bylo možné nalézt alespoň částečná řešení, například možnosti pojistníků platit pouze rozdíl mezi vyšším a nižším krytím v různých členských státech.

2. Jaké překážky brání podnikům v přímém poskytování finančních služeb přes hranice a spotřebitelům v přímém nákupu produktů přes hranice?

4.1.4 Nejvýznamnější překážky na straně nabídky jsou uvedeny v odstavci 3.2. Pro jejich překonání je nutné:

- zjednodušit přeshraniční právní postupy spojené s účinným prosazováním soudních rozhodnutí;
- mít společná pravidla nebo normy pro:
 - ověřování totožnosti zákazníků ve spojení s požadavky podle zásady „poznej svého zákazníka“ a požadavky předpisů proti praní peněz;
 - ověřování totožnosti společností na základě toho, jak podnikají, nebo (alternativně) pro vhodné ověřování totožnosti konečných příjemců;

⁽¹⁸⁾ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/10_edition/docs/cms_10_factsheet_en.pdf.

⁽¹⁹⁾ Evropská federace investorů a uživatelů finančních služeb, *Pension Savings: The Real Return (Penzijní spoření: reálný výnos)*, vydání 2015, výzkumná zpráva týmu Better Finance.

⁽²⁰⁾ Evropský orgán pro pojišťovnictví a zaměstnanecké penzijní pojištění (EIOPA), *Consultation Paper on the creation of a standardised Pan-European Personal Pension product (PEPP) (Konzultační dokument k vytvoření standardizovaného celoevropského osobního penzijního produktu (PEPP))*, 2015.

⁽²¹⁾ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/97 o distribuci pojištění (Úř. věst. L 26, 2.2.2016, s. 19).

- smlouvy o finančních produktech uzavírané prostřednictvím internetu (například fondy, hotovostní nákupy akcií atd.);
- marketing a inzerci finančních produktů a služeb (zvláště v případě agresivních reklamních kampaní);
- distribuční společnosti, které dodávají produkty zákazníkům (například pojistné produkty);
- standardizované minimální požadavky na informace k potvrzení původu peněz;
- transparentnost/srovnatelnost – minimální standardizované informace o produktech a službách (poskytování informací nejen o výdajích, které zákazníkům vzniknou, ale i o přínosech pro zákazníky);
- zohlednit fiskální překážky, zvláště u spořicíh a investičních produktů, neboť mohou mít velký vliv na rentabilitu. Mnoho produktů je vyvíjeno například k využití příležitostí, které vytvářejí fiskální regulační orgány s cílem podpořit specifickým způsobem spoření (tj. obvykle jsou upřednostňovány dlouhodobé úspory, ale prahové hodnoty nebo formy spoření, kterým se takového preferenčního zacházení dostává, se mezi jednotlivými zeměmi velmi liší);
- předpokládá se, že sdělení regulačního orgánu domovského státu regulačnímu orgánu hostitelského státu dostačuje k tomu, aby se předešlo ukládání dodatečných požadavků nebo zátěže a současně byla udržena stanovená úroveň ochrany spotřebitele (např. pojistné produkty). Navíc je třeba přijmout opatření s cílem vyhnout se situacím, kdy dodavatelům při plnění místních předpisů vznikají dodatečné náklady.

4.1.5 Nejvýznamnějšími překážkami na straně poptávky se zabývá odstavec 3.3.

3. *Lze některé z těchto překážek do budoucna překonat digitalizací a inovacemi v odvětví finančních technologií?*

4.1.6 Díky novým technologiím, zejména digitalizaci, je možné poprvé dosáhnout skutečného průlomu v přeshraničním poskytování finančních produktů. Mohou hrát značnou úlohu při poskytování většího množství informací v lepší kvalitě, zvyšování transparentnosti a srovnatelnosti produktů a při ověřování totožnosti zákazníků. Dále by mohly přinést úsporu nákladů tím, že odstraní nezbytnost udržovat fyzicky přítomná kontaktní místa. Nejsou však řešením pro překonání jiných důležitých překážek, jako je nerovná úroveň harmonizace právních režimů a ochrany spotřebitele.

4. *Co lze učinit k zajištění toho, aby digitalizace finančních služeb nezvyšovala finanční vyloučení, zejména digitálně negramotných spotřebitelů?*

4.1.7 Není pochyb o tom, že i v budoucnosti budou existovat lidé, kteří z nějakého důvodu nebudou schopni využívat digitální technologie. Tato skutečnost by neměla odrazovat od snahy o podporu využívání takových technologií při poskytování finančních produktů. Důvodem je zprvce to, že tradiční způsoby poskytování takových produktů budou existovat ještě dlouhou dobu, a zadruhé to, že tito lidé budou mít možnost přístupu k širší škále produktů pomocí dobře regulovaných služeb finančního poradenství.

5. *Jak bychom měli postupovat, pokud příležitosti, které představuje růst a šíření digitálních technologií, povedou ke vzniku nových rizik v oblasti ochrany spotřebitele?*

4.1.8 Široké využívání digitálních technologií nepochybně vytvoří určité problémy v oblasti informační bezpečnosti a ochrany údajů a spotřebitelů. Proto by spolu s jednotlivými předpisy upravujícími nabídku finančních produktů (a poptávku po těchto produktech) prostřednictvím takových technologií mělo být prováděno posuzování rizik, která tyto výzvy přinášejí, a měly by být navrhovány metody jejich minimalizace.

6. Mají zákazníci přístup k bezpečným, jednoduchým a srozumitelným finančním produktům v celé Evropské unii? Pokud ne, co by bylo možno udělat pro umožnění tohoto přístupu?

4.1.9 Neexistuje společně uznávaná definice bezpečných, jednoduchých a srozumitelných finančních produktů. Obecně se však má za to, že tyto produkty by měly vykazovat znaky, jako je cenová transparentnost, vhodnost a srozumitelnost v jazyce uživatele pro účely efektivní komunikace, možnost srovnávání s podobnými produkty, jasnost a jednoduché výsledky. V tak složitém světě, jakým je finanční trh, není snadné těchto znaků dosáhnout.

4.1.10 Produkty s těmito charakteristikami v přesném slova smyslu jsou na trzích dostupné jen zřídka, a v důsledku toho k nim nemají zákazníci snadný přístup. Platí to jak pro země s dobře rozvinutými finančními trhy, tak pro země s trhy méně vyvinutými. Velká různorodost produktů existujících v některých členských státech nemusí spotřebitelům nutně usnadňovat situaci, neboť může vést k nejasnostem, problémům při rozhodování a nakonec k chybným rozhodnutím.

4.1.11 Přístup k takovým produktům lze zajistit stanovením základní třídy finančních produktů⁽²²⁾ na evropské úrovni, splňujících konkrétní normalizované požadavky v závislosti na potřebách, které mají uspokojovat. Tyto produkty by měly být certifikovány a měly by nést konkrétní název, aby je mohli spotřebitelé snadno rozpoznat. Taková třída může zahrnovat běžné produkty, jako různé spořicí účty a životní pojištění na dobu určitou. Díky poměrně vysoké přeshraniční míře průniku SKIPCP na trh existují důvody očekávat, že by bylo možné vytvořit celoevropský důchodový produkt na základě faktorů úspěchu subjektu kolektivního investování do převoditelných cenných papírů a zařadit jej do téže třídy. Existence takové třídy produktů by zvýšila důvěru ve finanční trhy.

7. Představuje pro důvěru spotřebitelů a integraci trhů problém kvalita prosazování právních předpisů EU v oblasti retailových finančních služeb po celé EU?

4.1.12 V mnoha zemích byla zjištěna praxe tzv. gold-platingu⁽²³⁾, různé výklady evropských právních předpisů, prodlení při harmonizaci a rozdíly v provádění evropských právních předpisů ve vnitrostátních právních předpisech, jakož i rozdíly v konkrétním uplatňování, a to v míře, jež vede k nadměrně vysokým správním požadavkům a překážkám. Všechny tyto problémy představují překážky integrace a mají negativní vliv na důvěru spotřebitelů.

4.1.13 Za ochranu spotřebitele nesou odpovědnost evropské orgány dohledu. EHSV by podporoval plnění tohoto úkolu v souladu s těmito zásadami:

- mobilita spotřebitelů mezi jednotlivými poskytovateli by neměla být absolutním cílem: vždy závisí na volbě spotřebitele a tato volba se odvíjí od různých faktorů: kvality a různorodosti nabízených produktů a služeb, potenciální doplňkovosti nabídky, míry spokojenosti apod.;
- praxe spojených prodejů finančních produktů v balíčku by měla být uplatňována obezřetně a zákazníkům by měly být poskytovány jasné a transparentní informace. Jsou-li takové produkty nabízeny, musí být zpětně dohledatelné⁽²⁴⁾.

4.1.14 A konečně by evropské orgány dohledu měly vždy upřednostňovat postupy, které jsou pro spotřebitele lepší. Je třeba prioritně:

- omezit složitost stávajícího regulačního rámce,

⁽²²⁾ Jak je například popsáno v dodatku 1 stanoviska EHSV z vlastní iniciativy k tématu Finanční vzdělávání a zodpovědná spotřeba finančních produktů Úř. věst. C 318, 29.10.2011, s. 24.

⁽²³⁾ Ve svém sdělení „Zlepšování právní úpravy k dosažení lepších výsledků – agenda EU“ (COM(2015) 215 final, s. 7) Komise definuje „gold-plating“ takto: „Členské státy také při uplatňování právních předpisů EU na vnitrostátní úrovni často překračují rámec toho, co právní předpisy EU nezbytně vyžadují (tzv. „pozlaccování“).“ Ve stejném odstavci Komise pokračuje: „Tím sice mohou posílit přínosy, ale také zbytečně zvyšují náklady podniků a veřejných orgánů, přičemž tyto náklady se mylně přičítají právním předpisům EU.“ Sekce INT v současné době připravuje informativní zprávu na téma „Postupy provádění“, která se zabývá právě doplňováním vnitrostátních ustanovení ke směrnicím EU. Evropský parlament rovněž provádí studii na téma „Gold-plating v evropských strukturálních a investičních fondech“.

⁽²⁴⁾ Úř. věst. C 82, 3.3.2016, s. 1.

- zajistit zdroje nutné pro činnost evropských orgánů dohledu,
- podpořit lepší finanční gramotnost spotřebitelů.

8. *Existují jiné důkazy, jež je třeba zohlednit, nebo existují jiné skutečnosti, které je třeba zohlednit ve vztahu k přeshraniční hospodářské soutěži a výběru v oblasti retailových finančních služeb?*

4.1.15 Zelená kniha se správně zabývá aktuálně převažujícími trendy, jmenovitě slabou přeshraniční hospodářskou soutěží v oblasti retailových finančních služeb a omezeným výběrem finančních produktů pro spotřebitele.

4.2 *Pomáhat spotřebitelům nakupovat finanční produkty přes hranice*

4.2.1 *Znát nabídku*

4.2.1.1 Zajistit lepší informace pro spotřebitele a pomoci jim měnit poskytovatele nebo produkt

9. *Jaký by byl nejvhodnější způsob, jak zvýšit povědomí spotřebitelů o různých retailových finančních službách a pojistných produktech dostupných v celé Unii?*

4.2.1.1.1 Zvyšování finanční gramotnosti a dostupnosti finančního poradenství je nepochybně naprosto nezbytné. Spotřebitelé by měli mít nejen přístup k informacím, ale měli by také být schopni těmto informacím rozumět nebo mít přístup ke kvalitním a vhodným službám finančního poradenství.

4.2.1.2 Přestože spotřebitelé stále více využívají k získávání informací digitální služby, značná část spotřebitelů stále dává přednost osobnímu kontaktu, zejména při sjednávání produktů. Na základě stávajícího stavu znalostí, chování a preferencí spotřebitelů by však banky mohly uvažovat o vhodnějších způsobech zvyšování znalostí spotřebitelů v oblasti finančních služeb – například o celoevropských internetových stránkách. Mohlo by se dále diskutovat o zdrojích financování těchto internetových stránek, avšak za tímto účelem by se mohlo propojit úsilí vlád členských států, místních orgánů a třetích stran – agregátorů. Při vytváření takového nástroje by měla být zohledněna skutečnost, že systémy srovnávání pojištění souvisejí především s kontextem kulturního chápání v jednotlivých zemích. Proto bude pro celoevropské služby poskytující možnost srovnání velmi obtížné úspěšně zohledňovat rozmanitost uživatelů/zákazníků v Evropě, zejména co se týče srovnání krytí rizika, které existuje v národním a místním kulturním, právním, daňovém, sociálním kontextu atd.

10. *Co lze ještě udělat v zájmu usnadnění přeshraniční distribuce finančních produktů přes zprostředkovatele?*

4.2.1.2.1 EHSV podporuje snahu o zvýšení účinnosti, pružnosti a transparentnosti trhu a schvaluje zaměření stávající regulační iniciativy na lepší ochranu spotřebitele. Zastává názor, že kvalitu služeb doprovázejících poskytování finančních služeb by bylo možné zlepšit i pomocí lepšího využití výhod digitalizace a využitím potenciálu různých zprostředkovatelů s dobře vyškolenými a kvalifikovanými zaměstnanci a vhodnou metodikou pro poskytování úplných, objektivních a srovnatelných informací pro rozhodování spotřebitelů.

11. *Jsou nezbytná další opatření s cílem podpořit srovnatelnost nebo usnadnit změnu u retailových finančních služeb od poskytovatelů usazených v tomtéž nebo jiném členském státě? Pokud ano, jaká opatření a u kterých segmentů produktů?*

4.2.1.2.2 Poskytované informace by měly být přesné, pro uživatele srozumitelné a relevantní. Mělo by se předcházet zahrnování spotřebitelů velkým množstvím informací i přílišnému zjednodušování skutečnosti za účelem zdůraznění lepších výnosů. Dobrý příklad zde představuje praxe změny poskytovatelů finančních služeb ve Spojeném království, kde přesnost změny mezi odesílající a přijímající bankou zaručuje nezávislá třetí strana, která zajišťuje, že postup změny proběhne jednoduše, transparentně a do sedmi pracovních dnů. Dalším osvědčeným postupem je převoditelnost hypotečních úvěrů v Itálii v roce 2006 ⁽²⁵⁾.

⁽²⁵⁾ To bylo provedeno bez jakýchkoli poplatků pro spotřebitele a stovky a tisíce domácností a malých a středních podniků využívají každý rok této příležitosti k tomu, aby znovu sjednaly své hypoteční úvěry a tím ušetřily tisíce eur. Tento postup byl rovněž inspirací pro přijetí směrnice o hypotečních úvěrech, směrnice 2014/17/EU, 4.2.2014, Úř. věst. L 60, 28.2.2014, s. 34.

4.2.1.3 Řešení komplexních a neúměrně vysokých poplatků u zahraničních transakcí

12. *Co lze dále na úrovni EU učinit k řešení problému nadměrných poplatků za přeshraniční platby (např. úhrady) zahrnující různé měny v EU?*

4.2.1.4 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 924/2009⁽²⁶⁾ již odstranilo rozdíly mezi poplatky za přeshraniční platby v eurech s ohledem na odpovídající platby v eurech na vnitrostátní úrovni. Mohlo by být provedeno posouzení ad hoc s cílem ověřit, zda použití tohoto ustanovení na všechny měny v rámci EU (tedy sladění poplatků za přeshraniční a vnitrostátní platby prováděné v určité měně) má smysl a bude přínosem pro spotřebitele. Pokud jde o informace poskytované uživatelům platebních služeb podle nové směrnice o platebních službách (PSD2)⁽²⁷⁾, poskytovatelé platebních služeb musí informovat klienta – uživatele platebních služeb před tím, než je vázán smlouvou nebo nabídkou, o všech poplatcích, které musí vyplácet poskytovateli platebních služeb, jakož i o skutečném nebo referenčním směnném kurzu, který bude při platební transakci použit v případě přepočtu měny. Jakmile byla transakce provedena, PSD2 obsahuje podobná ustanovení o informacích, které musí poskytovatelé platebních služeb poskytnout plátcům a příjemcům platby. EHSV se domnívá, že není třeba uplatňovat žádná další opatření, protože PSD2 již poskytovatelům platebních služeb ukládá jasné požadavky týkající se transparentnosti. Kromě toho by mohlo být uplatňování nařízení (ES) č. 924/2009 o přeshraničních platbách rozšířeno v EU na jiné měny než euro.

13. *Existují vedle stávajících požadavků na zveřejňování⁽²⁸⁾ nějaká další opatření potřebná k zajištění toho, aby spotřebitelé věděli, jaké poplatky za směnu měny jsou při jejich přeshraničních transakcích účtovány?*

4.2.1.5 EHSV se domnívá, že PSD2 stanoví jasné požadavky týkající se transparentnosti, které umožní, aby byli plátcům a příjemcům plateb náležitě informováni o tom, jaký směnný kurz bude uplatněn před přeshraniční transakcí a po ní. Tato směrnice musí být provedena do vnitrostátního práva do 13. ledna 2018, proto není zapotřebí žádných dalších opatření.

4.2.2 Přístup k finančním službám kdekoli v Evropě

14. *Co lze udělat pro omezení neodůvodněné diskriminace na základě místa pobytu v odvětví retailových finančních služeb (včetně pojištění)?*

Poskytování retailových finančních služeb v zahraničí není snadné a pro dotčené provozovatele by se mohlo ukázat ekonomicky neschůdné. Kulturní rozdíly mezi spotřebiteli z hlediska ochoty podstupovat riziko, chování, zkušeností a finanční gramotnosti by se mohly ukázat jako příliš významné. Banky si jsou vědomy toho, že důvěra je ve finančních vztazích klíčovým aspektem. Z tohoto důvodu mohou upřednostňovat styk se zákazníky, kteří s nimi sdílejí tytéž znalosti a mají očekávání, kterým banky rozumí. V každém případě v tomto ohledu značně pomůže harmonizace pravidel uvedených v odpovědi na otázku 2.

4.2.2.1 Pro pojistitele je důležité bydliště z těchto důvodů:

Místní faktory, jako je klima nebo seizmografie, je třeba zohledňovat například při rozhodování o podmínkách a cenách pojištění domácnosti. Bez určitého kritického množství není možné vhodným způsobem poskytovat služby. Pojistně-matematické modely pracují s vysokým chybovým rozpětím, jestliže počet událostí použitých pro výpočty není dostatečně vysoký. Navíc při hedgingu rizik pomocí zajištění oceňují zajišťovací modely hedging různým způsobem podle místa.

— Tyto prvky činí poskytování pojišťovacích služeb a produktů v zahraničí obtížnější než v zemích, kde existuje dostatečný objem operací, což by nemělo být považováno za diskriminaci na základě místa trvalého bydliště zákazníků.

⁽²⁶⁾ Úř. věst. L 266, 9.10.2009, s. 11.

⁽²⁷⁾ Úř. věst. L 319, 5.12.2007, s. 1.

⁽²⁸⁾ Úř. věst. L 271, 9.10.2002, s. 16; Úř. věst. L 176, 27.6.2013, s. 338; Úř. věst. L 267, 10.10.2009, s. 7; Úř. věst. L 319, 5.12.2007, s. 1; (COM(2013) 547 final – C7-0230/2013 – 2013/0264 (COD)). Viz článek 59 a čl. 60 odst. 3.

- Přeshraniční poskytování určitých pojišťovacích produktů je velmi náročné a téměř nemožné v případech, kdy skutečné potřeby zákazníků zajišťované produkty silně závisí na kulturní rozmanitosti a rozdílech v chování a kdy rizikové faktory úzce souvisejí s vnitrostátními podmínkami.
- Je třeba vzít v úvahu prvek související s psychologickým aspektem služeb. Pojistná služba je poskytována v okamžiku, kdy zákazník skutečně pocítuje problémy. V tomto okamžiku lze očekávat, že bude potřebovat podporu a pochopení. Jestliže si sjednal pojistný produkt prostřednictvím internetu se společností, která sídlí v zahraničí a patrně používá jazyk, který není mateřským jazykem zákazníka, může se zákazník v době, kdy takovou podporu potřebuje, cítit nejistě.
- Zákazníci v některých členských státech dávají v případě škody přednost náhradě, zatímco v jiných členských státech upřednostňují úplnou opravu.

4.2.2.2 Lepší přenositelnost produktů

15. Co lze učinit na úrovni EU pro usnadnění přenositelnosti retailových finančních produktů – například životního pojištění a soukromého zdravotního pojištění?

4.2.2.2.1 Obecně řečeno, pojistné produkty, které zajišťují odměnu nebo prostou výplatu, by byly snadněji přenositelné než produkty, které spočívají v poskytování služby nebo vyřizování nároků.

4.2.2.2.2 Produkty životního pojištění jsou již do určité míry přenositelné v tom smyslu, že zákazník je kryt pojištěním při cestě do zahraničí, vyjma některých případů, kdy cestuje do vysoce rizikových zemí. Místní životní pojištění také zákazníkovi poskytuje krytí bez ohledu na místo, kde se zákazník nachází. Stále však existují případy, kdy pojistník odcestuje do jiné země nikoli jako cestovatel, ale jako osoba s trvalým pobytem v této zemi. V takové situaci by měl mít možnost pokračovat ve svém pojištění na základě úpravy pojistného nebo pojistného krytí dané pojistné smlouvy. To vše by byly případy, kdy pojistné produkty poskytují určenou finanční částku.

4.2.2.2.3 Jiné pojistné produkty nejsou samy o sobě snadno přenositelné, neboť jejich podmínky jsou neoddělitelně spojeny s prvky vázanými na určitou zemi. Například v případě zdravotního pojištění návrh a cena produktu značně závisí na krytí, které poskytuje systém veřejného zdravotnictví v každé konkrétní zemi.

4.2.2.2.4 S tím souvisí i otázka rozsahu: přizpůsobovat produkt konkrétně pro zákazníka podle skutečných podmínek, které by mohl požadovat, pokud by žil v zahraničí, je sice teoreticky možné, ale znamenalo by to zřít se možnosti dosažení úspor z rozsahu. Produkt by byl příliš individuálně přizpůsoben konkrétnímu zákazníkovi a subjekt poskytující tento produkt by byl méně konkurenceschopný než místní poskytovatelé. Nejlepším řešením by zde bylo podpořit spolupráci pojišťoven, které působí v různých evropských zemích.

4.2.2.3 Dalším případem pojistných produktů, které poskytují služby, jsou pojištění domácností a automobilů. Tyto produkty, u nichž plnění zajišťuje opravu škody nebo řeší automobilové nehody, vyžadují, aby pojišťovna měla smlouvy s poskytovateli služeb v celé zemi, přičemž pro komerční životaschopnost tohoto pojištění je nezbytný určitý rozsah. Proveditelným řešením je podpora spolupráce s místními (pojišťovacími) společnostmi, aby tuto službu nabízely i v jiných zemích.

4.2.2.4 Usnadnění přeshraničního přístupu k pojištění odpovědnosti za škody při výkonu povolání a přeshraničního uznávání tohoto pojištění

16. Co lze udělat na úrovni EU pro usnadnění přístupu poskytovatelů služeb k povinnému pojištění odpovědnosti za škody při výkonu povolání a pro jeho přeshraniční uznávání?

4.2.3 Jedním ze způsobů, jak umožnit přeshraniční přístup k povinnému pojištění odpovědnosti za škody při výkonu povolání, by bylo harmonizovat částky a podmínky tohoto pojištění.

4.2.3.1 Poskytnutí důvěry i sebedůvěry k využívání příležitostí jinde v Evropě

4.2.3.2 Usnadnění přeshraničního přístupu k pojištění odpovědnosti za škody při výkonu povolání a přeshraničního uznávání tohoto pojištění

17. Je třeba dalšího opatření na úrovni EU, aby se zlepšila transparentnost a srovnatelnost finančních produktů (zejména digitálními řešeními) za účelem posílení důvěry spotřebitelů?

4.2.3.2.1 EHSV považuje za dobrou možnost, jak zvýšit informovanost, vytvoření nezávislé webové stránky, která by poskytovala informace a umožňovala srovnání konkrétních produktů a služeb poskytovaných různými poskytovateli v jednotlivých členských státech. Důrazně prosazuje myšlenku vytvořit oficiální internetovou stránku zřízenou k tomuto účelu, kterou by mohl podpořit buď administrátor přidělený na legislativní úrovni, jemuž by poskytovatelé byli povinni v určitých časových intervalech sdělovat aktuální informace, nebo síť zřízená spotřebitelskými organizacemi v členských státech. Jednotlivé internetové stránky by rovněž mohly být propojeny v decentralizovaném, vnitřně provázaném systému.

Pokud jsou pro účely srovnávání využívána digitální řešení, měly by platformy poskytovat jasné informace pro srovnání rovnocenných produktů a rizik, s nimiž by se spotřebitelé při jejich využívání mohli setkat. Jestliže existuje více rozdílů, než může platforma porovnat (platformy se obvykle zaměřují hlavně na cenu), měly by být neporovnávané znaky jasné specifikovány. Měly by být uvedeny i všechny významné podmínky týkající se rozlišení produktů. Spotřebitelé by měli být jasně upozorněni na možná rizika související s využíváním srovnávacích platform (například tím, že agregují své osobní údaje).

4.2.3.2.2 Srovnání by se mělo týkat důležitých parametrů a nemělo by být zavádějící. Využití osobních údajů by mělo být omezeno na minimum naprosto nezbytné k tomu, aby srovnání nabídlo určitý přínos pro spotřebitele, přičemž informace by měly být poskytovány jasným a snadno srozumitelným způsobem.

4.2.3.3 Zlepšit mechanismy nápravy v oblasti retailových finančních služeb

18. Je třeba přijmout nějaká opatření ke zvýšení povědomí spotřebitelů o síti FIN-NET a její efektivitě v rámci provádění směrnice o alternativním řešení sporů?

4.2.3.3.1 Mimosoudní řešení sporů je značně pružnější postup než soudní řízení: levnější, rychlejší a s menším počtem formalit. Tento postup je zvláště užitečný v mezinárodním kontextu a s přihlédnutím k žádoucímu nárůstu přeshraniční nabídky finančních služeb (a poptávky po nich) by měla síť FIN-NET hrát významnější úlohu. Povědomí spotřebitelů o tom, co síť FIN-NET může nabídnout, je bohužel v této fázi poměrně nízké a je třeba přijmout opatření ke zlepšení tohoto stavu. Navíc ne všechny členské státy EU (pouze 22 z 28) jsou členy sítě FIN-NET⁽²⁹⁾. Jestliže tento stav přetrvá, zjevně nebude možné využívat síť FIN-NET jako infrastrukturu, která by usnadňovala budování jednotného trhu finančních služeb. Měly by být tedy pečlivě zváženy možnosti regulačního požadavku v této oblasti.

19. Mají spotřebitelé odpovídající přístup k finanční náhradě v případě nevhodného prodeje retailových finančních produktů a pojištění? Pokud ne, co by bylo možno udělat pro umožnění tohoto přístupu?

4.2.3.3.2 Ve většině případů takový přístup neexistuje. Pojem nevhodného prodeje dosud do značné míry stále není dobře chápán a kvůli tomu, že není jasně formulován a regulační orgány postrádají zkušenosti, není tento pojem v praxi používán⁽³⁰⁾. Na mnoha místech jsou testy, které mají určit vhodnost finančních produktů pro spotřebitele, jen formální a nevedou k výběru produktů pro spotřebitele nejvhodnějších.

⁽²⁹⁾ FIN-NET má v současnosti 56 členů ze 22 členských států a nové organizace dále žádají o členství, což je proces, který se pravděpodobně urychlí po přijetí směrnice o alternativním řešení sporů, Large Business and International Directive on Information Document Requests Enforcement Process, 28. února 2014.

⁽³⁰⁾ Pojem nevhodného prodeje je podrobně vysvětlen v odstavci 3.7. Tento problém bude částečně vyřešen uplatňováním směrnice o trzích finančních nástrojů a testem stability, který tato směrnice stanoví pro určité druhy produktů. Viz poznámka pod čarou č. 3.

4.2.3.3.3 Přístup k finanční náhradě je možné zaručit, bude-li zavedena jednotná, přesná a praktická definice „nehodného prodeje“ a pro ukládání sankcí za takové prodeje bude prosazována celoevropská regulační praxe⁽³¹⁾.

4.2.3.4 Ochrana obětí, pokud jsou pojišťovny motorových vozidel v platební neschopnosti

20. Je třeba přijmout opatření k zajištění toho, aby oběti nehod motorových vozidel spadaly pod krytí záručním fondem z jiných členských států v případě, že se pojišťovna dostane do platební neschopnosti?

4.2.3.5 Ve Španělsku existuje příklad osvědčeného postupu. Španělský subjekt „Consortio de Compensación de Seguros“ vystupuje jako pojistitel v případě, že žádná pojišťovna nepřijímá určité riziko, nebo že pojišťovna neexistuje, například při platební neschopnosti, a to vždy na základě podřízenosti. Záruka tohoto subjektu se týká jen španělských subjektů. Aby bylo zajištěno krytí obětí automobilových nehod na stejné úrovni, bude muset EK požadovat podobný systém záruk ve všech členských státech. Bylo by možné předpokládat rozšíření podobného nástroje na evropském základě do zemí, kde nyní neexistuje.

4.2.3.6 Zvýšit transparentnost a srovnatelnost doplňkového pojištění

21. Jaká další opatření by měla být přijata pro větší transparentnost ohledně doplňkových pojistných produktů a pro zajištění toho, aby spotřebitelé mohli činit informovaná rozhodnutí při nákupu těchto produktů? Pokud jde o odvětví pronájmu automobilů, je třeba specifických opatření ohledně doplňkových produktů?

4.2.3.6.1 Nová směrnice o distribuci pojištění⁽³²⁾ posílila požadavky na transparentnost informací týkající se distributorů pojištění, včetně zprostředkovatelů doplňkového pojištění (ačkoli s určitými omezeními – prahovou hodnotou). Kromě toho se pět hlavních půjčoven automobilů v roce 2015 zavázalo zlepšit své internetové stránky s cílem lépe informovat spotřebitele, pokud jde o dobrovolná vzdání se práv a pojistné produkty. To jsou dobré kroky kupředu. Členské státy budou muset směrnicí o distribuci pojištění provést do 23. února 2018 a je příliš brzy říci, jaká další opatření jsou zapotřebí. Současně by zřejmě bylo dobré, aby Komise monitorovala, zda byly splněny závazky půjčoven automobilů, které se netýkají jen pojistných produktů, a aby zvážila další opatření s cílem zvýšit transparentnost a předejít újmě spotřebitelů.

4.2.3.6.2 V případě odvětví pronájmu automobilů je důležité přihlédnout k tomu, že požadavky doplňkových pojistných produktů se často různí podle profilu rizik půjčovny (obvykle vázaného na limit kreditní karty) nebo podle škodného poměru u pojištění automobilů či jiných tržních aspektů v určitém členském státě. V každém případě jsou však předmluvní informace a snaha dosáhnout srovnatelnosti různých nabídek pro spotřebitele důležité, a bylo by proto žádoucí počkat, až budou požadavky uvedené směrnice plně uplatňovány, aby bylo možné analyzovat, zda jsou zapotřebí další opatření.

4.3 Vytváření nových tržních příležitostí pro dodavatele

4.3.1 Zvládnutí výzev a příležitostí digitalizace

4.3.1.1 Pomoci podnikům lépe využívat digitalizaci

22. Co lze na úrovni EU učinit na podporu podniků při vytváření a poskytování inovativních digitálních finančních služeb po celé Evropě při zachování přiměřené úrovně bezpečnosti a ochrany spotřebitele?

4.3.1.1.1 EHSV vítá podporu inovativních digitálních finančních služeb po celé Evropě. Připouští však, že banky jsou největšími poskytovateli finančních služeb a je nutné podporovat i banky, aby se aktivně chopily příležitostí, které digitální revoluce nabízí. Proto musí banky podléhat stejným pravidlům jako jejich konkurenti, kteří poskytují podobné služby, což vyžaduje přezkum hlavních vrstev bankovní regulace ve značném počtu oblastí, aby byly zajištěny rovné podmínky, pokud jde o:

⁽³¹⁾ Úř. věst. C 271, 19.9.2013, s. 61 a Úř. věst. C 18, 19.1.2011, s. 24.

⁽³²⁾ Úř. věst. L 26, 2.2.2016, s. 19.

- obezřetnostní požadavky,
- poskytování platebních služeb,
- použitelnost požadavků na postupy podle zásady „poznej svého zákazníka“ a postupy proti praní peněz,
- doporučení týkající se bezpečnosti během plateb,
- nejmodernější elektronické zabezpečení.

4.3.1.2 Umožnit elektronický podpis a elektronické ověřování totožnosti

23. *Jsou třeba další opatření s cílem zlepšit uplatňování právních předpisů EU v oblasti boje proti praní peněz, a zejména zajistit, aby poskytovatelé služeb mohli identifikovat zákazníky na dálku, při současném zachování standardů stávajícího rámce?*

4.3.1.2.1 Stále existují rozdíly mezi předpisy pro elektronické ověřování totožnosti a požadavky podle zásady „poznej svého zákazníka“ a požadavky předpisů proti praní peněz: Stávající předpisy pro trvalé akceptování zákazníků vyžadují, aby bylo provedeno ověření totožnosti a osobní hodnocení. Tyto požadavky omezují rozvoj plně digitálních finančních služeb, vytvářejí významné překážky pro přijímání nových zákazníků a zvyšují náklady.

4.3.1.2.2 Je zapotřebí dalších opatření, aby byla překonána neexistence celoevropského mechanismu pro elektronické ověřování totožnosti a podpisy kvůli rozdílům ve vnitrostátních postupech. Ačkoli předpisy stanoví společné normy pro digitální podpisy v členských státech, způsob, jakým je místní provozovatelé uplatňují na vnitrostátní úrovni, brzdí přeshraniční uznávání digitálních podpisů. Místní digitální provozovatelé nejsou propojeni, což omezuje jejich schopnost nabízet evropským spotřebitelům plně digitalizované finanční služby.

24. *Jsou nezbytná další opatření na podporu zavádění a používání elektronické identifikace a elektronických podpisů v oblasti retailových finančních služeb, a to i pokud jde o bezpečnostní standardy?*

4.3.1.2.3 Ano, jsou nezbytná opatření v těchto oblastech:

- podpora zřizování nezávislých certifikačních agentur k ověřování totožnosti digitálních zákazníků a k vedení vyšetřování ve věci osobního rozpoznávání zákazníků;
- vyjasnění rozporných aspektů předpisů týkajících se digitálního ověřování totožnosti a postupů proti praní peněz a postupů podle zásady „poznej svého zákazníka“;
- navázání spolupráce mezi finančními podniky a evropskými a vnitrostátními regulačními orgány v oblasti vývoje společných norem pro digitální identifikaci podpisů, které musí veřejné orgány a finanční podniky také uplatňovat;
- posouzení možnosti přijetí jednotného evropského digitálního ověřování totožnosti a podpisů, které by se nakonec stalo i základem pro ověřování totožnosti spotřebitelů ve finančních institucích.

4.3.1.3 Zlepšování přístupnosti a využitelnosti finančních údajů

25. *Jaký druh údajů je podle Vašeho názoru nutný pro posouzení úvěruschopnosti?*

4.3.1.3.1 Ačkoli panuje obecná shoda ve věci aspektů finanční situace zákazníka, které by měly být využity pro posouzení úvěruschopnosti, používají věřitelé pro posouzení a správu každého jednotlivého případu svá vlastní odborná hodnocení a interní metody. Z tohoto důvodu je třeba vyhnout se iniciativám, které ukládají bankám nebo jiným úvěrovým institucím povinnost sdílet zpracované informace, které získají o úvěruschopnosti svých zákazníků. Současně by bylo možné sdílet surová (nezpracovaná) data – s povolením dotčeného zákazníka a v souladu s normami EU v oblasti ochrany osobních údajů. Zlepšila by se tak srovnatelnost posouzení úvěruschopnosti.

26. *Vyžaduje si zvýšené používání osobních finančních a nefinančních údajů ze strany podniků (včetně tradičně nefinančních podniků) další opatření s cílem usnadnit poskytování služeb nebo zajistit ochranu spotřebitele?*

4.3.1.3.2 Finanční instituce se snaží podrobněji poznat chování spotřebitelů, aby mohly úspěšněji diverzifikovat a personalizovat své produkty a služby. Neexistují však žádná jasná pravidla toho, jak by měly být shromážděné údaje využívány, a to i pokud spotřebitelé poskytli svůj souhlas. EHSV se domnívá, že je vhodné poskytnout větší jasnost ohledně použitelnosti pravidel v této oblasti s cílem zajistit ochranu spotřebitele a současně umožnit spotřebitelům, aby získali prospěch z finančních inovací.

27. *Měly by být posíleny požadavky týkající se formy, obsahu nebo dostupnosti historie pojistných plnění (např. ve spojení s pojistným obdobím nebo obsahem) k zabezpečení toho, aby podniky mohly poskytovat služby přes hranice?*

4.3.1.3.3 Historie pojištění mohou obsahovat citlivé osobní údaje zákazníků. Pojišťovna v domovském státě nemůže tyto informace předávat žádnému jinému zúčastněnému subjektu kromě daného zákazníka. Je na zákazníkovi, aby tuto historii předložil nové pojišťovně. Neznamená to vytváření překážky přeshraničním službám, neboť zákazník si může svou historii vzít do země, které dává přednost. Současně by Komise měla s pomocí orgánu EIOPA zkoumat způsoby, jak podpořit normalizaci výměny historií pojistných nároků mezi pojišťovnami a akceptování systémů bonus/malus.

4.3.1.4 Usnadnění poskytování poprodejních služeb

28. *Jsou nutná další opatření na podporu podniků při poskytování služeb v jiném členském státě bez dceřiného podniku nebo pobočky?*

4.3.1.4.1 Služby poskytované po uzavření smlouvy v jiném členském státě by se neměly lišit od služeb v zemi, kde jsou dotčené produkty k dispozici. To znamená, že dotčený produkt a související služby po uzavření smlouvy by měly být pro účely přeshraničního poskytování finančních produktů považovány za jeden celek. Uplatnění této zásady musí být zaručeno, jinak budou spotřebitelé v nerovném postavení. Je důležité, aby příslušné regulační orgány sledovaly uplatňování této zásady.

4.3.1.4.2 Platformy, které napomáhají společnostem (podnikům) v přeshraniční nabídce jejich produktů, by měly obsahovat i oddíl pro služby po uzavření smlouvy. Praktický způsob, jak tyto služby po uzavření smlouvy nabízet, je povzbuzovat společnosti k vytváření skupin a spolupráci za účelem dosažení dostatečného rozsahu činnosti.

4.3.1.5 Přechod k harmonizaci postupů pro úpadková řízení fyzických osob, oceňování nemovitostí a vymáhání kolaterálu

29. *Jsou nutná další opatření k povzbuzení věřitelů, aby poskytovali hypoteční úvěry nebo jiné úvěry přes hranice?*

4.3.1.5.1 Hlavní problém v této oblasti se týká vymáhání dluhů v případě, že dlužníci nedodrží své závazky z úvěrové smlouvy. S ohledem na tuto skutečnost věřitelé v současnosti nepovažují přeshraniční poskytování hypotečních úvěrů za lákavé, jsou tedy nutná další opatření pro stimulaci vnitřního trhu EU v této oblasti.

4.3.1.5.2 Hypoteční a jiné úvěry patří k těm finančním produktům, u nichž se uvádění na trh v zahraničí setkává s četnými překážkami, které se obtížně překonávají. Je pravděpodobné, že z celé škály finančních služeb bude právě u těchto produktů překonání překážek trvat nejdéle. V důsledku toho je v této fázi lepší soustředit úsilí na jiné retailové finanční služby, u nichž existuje méně překážek, a aktivní práci v této oblasti získat praktické zkušenosti a zajistit dynamiku procesu.

4.3.2 *Dodržování odlišných regulačních požadavků v hostitelských členských státech*

4.3.2.1 Usnadnit podnikům dodržování požadavků právních předpisů platných v jiných členských státech

30. Jsou třeba opatření na úrovni EU s cílem zpřístupnit praktickou pomoc od vlád nebo příslušných orgánů členských států (například prostřednictvím „jednotných kontaktních míst“) za účelem usnadnění přeshraničního prodeje finančních služeb, zejména u inovativních podniků nebo produktů?

4.3.2.1.1 Uplatňování evropských právních předpisů v mnoha oblastech (například v oblasti nabídky investičních produktů) je v různých členských státech nejednotné a rozporné. V důsledku toho je třeba hledat pomoc u vnitrostátních orgánů, aby se odstranila praxe tzv. gold-platingu.

Další dobrou iniciativou je síť SOLVIT, která poskytuje podnikům podporu na úrovni EU, pokud se setkají s problémy u veřejných orgánů, které neuplatňují právo EU náležitým způsobem, a „jednotná kontaktní místa“, která poskytují pomoc podnikům ohledně jejich povinností při poskytování služeb přes hranice⁽³³⁾.

4.3.2.1.2 Při využití zkušeností sítě SOLVIT je smysluplné snažit se dosáhnout řešení zaměřeného konkrétně na finanční produkty, na lepší spolupráci a koordinaci mezi vnitrostátními regulačními orgány, včetně pomoci regulačních orgánů inovativním podnikům, aby lépe porozuměly svým povinnostem.

31. Jaké kroky by podnikům nejvíce pomohly snadno využívat svobody usazování nebo volného poskytování služeb u inovativních produktů (například efektivnější spolupráce mezi orgány dohledu domovského a hostitelského státu)?

4.3.2.2 Plné uplatňování svobody usazování

Pro pojistitele je často nutná přítomnost v daném místě, aby měli lepší znalosti o místním riziku a spotřebitelích, kteří mají být pojištěni. Svoboda usazování na daném místě má tudíž zásadní význam pro pojistitele, jako jsou vzájemné pojišťovny. Skutečnost, že na celoevropské úrovni nejsou uznávány formy podniků sociální ekonomiky včetně vzájemných pojišťoven, zamezuje usazování těchto podniků v členských státech, které je neuznávají, což brání přeshraničnímu rozvoji i rozvoji trhů a hospodářské soutěže. EHSV vyzývá Komisi, Radu Evropské unie, Evropský parlament a členské státy, aby prosazovaly uznání vzájemného modelu v Evropské unii.

4.3.2.3 Vytvářet autonomní nebo těsněji harmonizované celoevropské režimy

32. U kterých produktů retailových finančních služeb by mohly být standardizace nebo volitelné režimy nejefektivnější při překonávání rozdílů v právních předpisech členských států?

4.3.2.3.1 Z hlediska přeshraniční distribuce je třeba se soustředit na tyto otázky:

- ověřování totožnosti zákazníka prostřednictvím elektronických certifikátů. EHSV je přesvědčen, že při poskytování finančních služeb na dálku je zapotřebí evidovat uznané vydavatele elektronických certifikátů na úrovni EU (například u Evropského orgánu pro cenné papíry a trhy);
- možnost poskytovatelů finančních služeb znát úvěrové historie zákazníků. Vedení úvěrového registru na úrovni EU je zásadní pro přeshraniční nabídku finančních služeb, zvláště služeb spojených s poskytováním úvěru;
- postupy zabavování kolaterálu, je-li poskytnut jako zástava při poskytnutí úvěru. Zdroje a úsilí by měly být směřovány k vytvoření jednotného legislativního rámce EU pro vymáhání kolaterálů v přeshraničním poskytování finančních služeb;
- pokud jde o pojistné produkty, lze snadněji standardizovat ty, které pojišťují odpovědnost. Zákazník obdrží určitou finanční částku bez ohledu na místo svého bydliště. Společnost jen musí být schopna posoudit riziko. Dobrým příkladem by bylo životní pojištění. U těch pojistných produktů, které poskytují službu (například opravu škod) však není standardizace a přenositelnost možná. Platí to zejména u produktů, jako jsou produkty zdravotního pojištění.

⁽³³⁾ http://ec.europa.eu/internal_market/eu-go/index_cs.htm.

33. Je třeba dalších opatření na úrovni EU v souvislosti se zásadou „umístění rizika“ v právních předpisech pro pojištění a vyjasněním pravidel pro „obecný zájem“ v odvětví pojišťovnictví?

4.3.2.3.2 Při umístění rizika jde zpravidla o místo obvyklého pobytu pojištěné osoby, s určitými výjimkami u nemovitostí, kde jde o místo, kde se nachází budova. Tato zásada je obvykle celosvětově standardizována a má pro zúčastněné strany právní a daňové důsledky. EHSV je přesvědčen, že zásada umístění rizika v pojišťovnictví plní svůj účel. Má však za to, že pravidla pro „obecný zájem“ je třeba revidovat, neboť členskými státy jsou poskytovány možnosti přijmout právní předpisy, které mohou brzdit přeshraniční distribuci pojistných produktů.

V Bruselu dne 27. dubna 2016

předseda
Evropského hospodářského a sociálního výboru
Georges DASSIS
