

III

(Vorbereidende handelingen)

EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ

516e ZITTING VAN HET EESC VAN 27 EN 28 APRIL 2016

Advies van het Europees Economisch en Sociaal Comité over het Groenboek over financiële retaildiensten — Betere producten, meer keuze en meer mogelijkheden voor consumenten en bedrijven

(COM(2015) 630 final)

(2016/C 264/05)

Rapporteur: Milena ANGELOVA

De Europese Commissie heeft op 10 december 2015 besloten het Europees Economisch en Sociaal Comité overeenkomstig artikel 304 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie te raadplegen over het

„Groenboek over financiële retaildiensten — Betere producten, meer keuze en meer mogelijkheden voor consumenten en bedrijven”

(COM(2015) 630 final).

De afdeling Interne Markt, Productie en Consumptie, die met de voorbereidende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 13 april 2016 goedgekeurd.

Het Europees Economisch en Sociaal Comité heeft tijdens zijn op 27 en 28 april 2016 gehouden 516e zitting (vergadering van 27 april 2016) het volgende advies uitgebracht, dat met 191 stemmen vóór, bij 5 onthoudingen, is goedgekeurd.

1. Conclusies en aanbevelingen

1.1 Het EESC onderschrijft het doel dat de Commissie met dit groenboek wil bereiken en constateert met tevredenheid dat de Commissie op schema ligt en een ambitieus programma heeft voor de uitvoering van het Actieplan voor de opbouw van een kapitaalmarktunie ⁽¹⁾.

1.2 Het EESC vindt het een goed idee dat de Commissie het grensoverschrijdend aanbieden van financiële retaildiensten gemakkelijker wil maken en de consument meer mogelijkheden wil bieden om over te stappen naar een andere dienstverlener. Dergelijke maatregelen moeten zorgen voor een meer competitieve marktstructuur en meer gebruiksgemak voor de afnemers van financiële diensten. Ook het bevorderen van gelijke toegang, in alle lidstaten, tot mechanismen om buiten de rechtbank verhaal te halen kan hieraan bijdragen ⁽²⁾.

⁽¹⁾ PB C 133 van 14.4.2016, blz. 17.

⁽²⁾ PB C 181 van 21.6.2012, blz. 93 en PB C 181 van 21.6.2012, blz. 99. De situatie moet ook verbeteren zodra de Richtlijn betreffende alternatieve geschillenbeslechting in alle lidstaten is omgezet (PB L 165 van 18.6.2013, blz. 63 en PB L 165 van 18.6.2013, blz. 1).

1.3 Het EESC juicht het toe dat de Commissie in haar groenboek passend beleid nastreeft waarmee zowel de aanbod- als de vraagzijde op de financiële retailmarkt wordt gestimuleerd.

1.4 Het EESC steunt de gedachte dat consumenten de mogelijkheid moeten krijgen om indien mogelijk verschillende producten te vergelijken, zodat zij een weloverwogen keuze kunnen maken. Wat dit betreft staat het EESC volledig achter de richtlijn betreffende markten voor financiële instrumenten (MiFID) II — waarover het momenteel een advies opstelt, althans over de recentelijk voorgestelde wijzigingen ⁽³⁾ — en achter de verordening inzake verpakte retailbeleggingsproducten en verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten, die een betere transparantie en openbaarmaking van informatie vereisen ⁽⁴⁾.

1.5 Een van de doelstellingen van het groenboek is het terugdringen van de versnippering op de markt voor financiële retaildiensten. Met het oog hierop wil het EESC erop wijzen dat er geen waterdicht bewijs bestaat dat de prijsverschillen uitsluitend het gevolg zijn van marktfalen in de EU. Nationale en lokale factoren hebben ook invloed op de prijzen van producten en diensten, waardoor de harmonisatie van de prijzen tussen lidstaten bemoeilijkt wordt. De premie voor een autoverzekering in de ene lidstaat kan bijvoorbeeld heel anders zijn dan de premie voor een soortgelijke verzekering in de andere lidstaat vanwege de schadequote, die is gebaseerd op het aantal verkeersongevallen en fraudegevallen in het desbetreffende land. Zo kunnen de lidstaten er ook verschillende rentetarieven voor consumentenkredieten op na houden, afhankelijk van het percentage oninbare vorderingen. In het groenboek wordt terecht verwezen naar dergelijke lokale factoren, maar dit moet verder worden onderzocht. Het EESC ziet daarom met belangstelling uit naar de resultaten van de raadpleging en verzoekt de Commissie om verder te zoeken naar bewijs van onvoldoende concurrentie en naar een duidelijker verklaring voor de waargenomen prijsverschillen. De Commissie moet dit onderzoek ook uitvoeren in het kader van de effectbeoordeling die aan de verwachte wetsvoorstellen vooraf moet gaan.

1.6 Het EESC wil tegelijkertijd benadrukken dat veel van de problemen die in het van 2007 over financiële diensten voor consumenten ⁽⁵⁾ werden genoemd groenboek acht jaar later nog steeds niet zijn opgelost en ook in dit groenboek weer aan de orde worden gesteld. Het EESC keurde dat eerdere groenboek in grote lijnen goed ⁽⁶⁾ en prees de maatregelen die werden genomen om praktische oplossingen te vinden ⁽⁷⁾. Afgezien van enkele positieve resultaten is echter beperkte vooruitgang geboekt en blijven de problemen in verband met het functioneren van een interne markt voor financiële retaildiensten bestaan. Het EESC is daarom van mening dat de resultaten van de raadplegingen over dit groenboek deze keer moeten worden omgezet in een ambitieuzer programma dat tot een oplossing voor de reeds lang bestaande problematiek leidt.

1.7 In het groenboek wordt een breed scala van financiële producten genoemd, maar het is onmogelijk om voor alle producten tegelijk een ruimere keuze en meer mogelijkheden tot stand te brengen. Het is dan ook zo klaar als een klontje dat verschillende prioriteiten en tijdschema's nodig zijn. Het EESC stelt voor om de resultaten van het raadplegingsproces in eerste instantie te gebruiken voor eenvoudiger producten waarbij lokale factoren in verhouding minder belangrijk zijn. Op deze manier zal de totstandbrenging van een eengemaakte markt voor financiële producten vaart krijgen en vertrouwen winnen. Voorbeelden van dergelijke producten zijn betalingsdiensten, pan-Europese pensioenproducten (PEPP), spaarrekeningen en auto- en levensverzekeringen. Een van de eerste stappen zou de toepassing in alle lidstaten van het bonus-malussysteem voor autoverzekeringen kunnen zijn. Met dit systeem wordt het belang van lokale factoren beperkt en wordt de verzekeringspremie gelinkt aan het persoonlijk profiel van de automobilist. Daarna kan aan producten als hypotheek, consumentenkredieten, beroepsverzekeringen en vermogensbeheer worden gedacht.

1.8 Hoewel in het groenboek de nadruk vooral wordt gelegd op digitale technologie, is het EESC van mening dat er met het oog op een grotere grensoverschrijdende vraag naar producten nog twee belangrijke punten zijn waarmee ook rekening moet worden gehouden:

- financiële educatie is duidelijk een essentiële factor om het vertrouwen in het financiële systeem overeind te houden en te zorgen voor een verantwoord gebruik van financiële producten. Het EESC heeft zich hierover al eerder uitgesproken ⁽⁸⁾;
- financieel advies moet goed worden gereguleerd op EU-niveau en er moet een duidelijk onderscheid zijn tussen advies en reclame. In dit verband moet ook aandacht worden besteed aan de diensten die door onafhankelijke tussenhandelaren worden aangeboden.

⁽³⁾ COM(2016) 56 final; COM(2016) 57 final (PB L 173 van 12.6.2014, blz. 1, PB L 257 van 28.8.2014, blz. 1).

⁽⁴⁾ PB C 191 van 29.6.2012, blz. 80.

⁽⁵⁾ COM(2007) 226 final.

⁽⁶⁾ PB C 151 van 17.6.2008, blz. 1.

⁽⁷⁾ PB L 257 van 28.8.2014, blz. 214. PB L 60 van 28.2.2014, blz. 34. PB L 337 van 23.12.2015, blz. 35. PB L 26 van 2.2.2016, blz. 19. PB L 173 van 12.6.2014, blz. 349.

⁽⁸⁾ PB C 318 van 29.10.2011, blz. 24.

1.9 Het EESC vindt dat er alles aan moet worden gedaan om te voorkomen dat richtlijnen die net zijn aangenomen (zoals de PSD 2 en de MCD⁽⁹⁾) opnieuw ter discussie worden gesteld. Het duurt vaak even voordat maatregelen hun vruchten afwerpen en enige terughoudendheid ten aanzien van de invoering van nieuwe regelgeving is op zijn plaats om overregulering van de financiële markten te voorkomen.

2. Doel van het groenboek. Eerdere door de Commissie en het EESC verrichte werkzaamheden op het gebied van financiële retaildiensten

2.1 De Europese Commissie heeft dit groenboek gepubliceerd naar aanleiding van het Actieplan voor de opbouw van een kapitaalmarktunie⁽¹⁰⁾, om na te gaan hoe de Europese markt voor financiële retaildiensten — namelijk verzekeringen, leningen, betalingen, lopende rekeningen en spaarrekeningen en andere retailbeleggingsproducten — verder kan worden opengesteld om betere resultaten voor consumenten en bedrijven tot stand te brengen en tegelijkertijd een toereikend niveau van consumenten- en beleggersbescherming te handhaven op zowel Europees als nationaal niveau.

2.2 In het groenboek gaat het in belangrijke mate om het bieden van een antwoord op de uitdagingen van de digitalisering, hetgeen kan bijdragen tot het verlagen van de prijzen en het verbeteren van de vergelijkbaarheid van producten, waardoor consumenten beter beslagen ten ijs komen wanneer zij een financiële keuze moeten maken. Op lange termijn moeten bedrijven in staat zijn om hun producten met behulp van digitale middelen overal in de Unie aan te bieden, zodat een eengemaakte Europese markt dichterbij komt.

2.3 Een andere belangrijke kwestie die in het groenboek aan de orde wordt gesteld is het opbouwen van vertrouwen, omdat dit cruciaal is voor de uitbreiding van de eengemaakte markt voor financiële retaildiensten. Om deze doelstellingen te bereiken moeten diensten en producten begrijpelijker worden gemaakt.

2.4 In het groenboek wordt ook nagegaan hoe de eengemaakte markt voor financiële diensten concrete verbeteringen kan brengen in het leven van de mensen in de EU en hoe nieuwe marktkansen voor leveranciers kunnen worden gecreëerd om daarmee de groei van de Europese economie en de werkgelegenheid te stimuleren.

3. Opmerkingen over de huidige stand van zaken op de markten voor financiële retaildiensten

3.1 Het EESC is van mening dat de versnippering van de markten voor financiële retaildiensten, zoals onderstreept in het groenboek, wordt veroorzaakt door de gecombineerde invloed van nationale en lokale factoren op de prijzen van producten en diensten (specifieke kenmerken van wet- en regelgeving, culturele kenmerken, kenmerken van de openbare stelsels voor sociale bescherming) en door uitdagingen aan zowel de vraag- als de aanbodzijde van de markt, die in de toekomst moeten worden aangepakt.

3.2 De belangrijkste uitdagingen aan de aanbodzijde zijn:

- ongerechtvaardigde en onnodige verschillen in nationale regelgeving, als gevolg van „gold plating” en nationale tradities en kenmerken en andere nationale verschillen in factoren die de kosten van zakendoen beïnvloeden;
- problemen bij de grensoverschrijdende identificatie van klanten en de herkomst van hun middelen;
- problemen bij de grensoverschrijdende beoordeling van het vermogen van klanten en de afdwinging van zekerheden;
- verschillende juridische mechanismen in de lidstaten, vooral met betrekking tot de beslaglegging op onderpanden (d.w. z. de duur van procedures voor de gedwongen verkoop, het al dan niet noodzakelijke beroep op een notaris, verschillende kadastrale regelingen).

3.3 De belangrijkste uitdagingen aan de vraagzijde zijn:

- consumenten die gewend zijn aan een bepaalde mate van bescherming in hun eigen land, kunnen geen beroep doen op dezelfde mate van bescherming in een andere lidstaat;
- ongelijke handhaving van de naleving van Europese wetgevingseisen;

⁽⁹⁾ PB L 337 van 23.12.2015, blz. 35; PB L 60 van 28.2.2014, blz. 34.

⁽¹⁰⁾ COM(2015) 468 final.

- ongelijke toegang tot buitengerechtigde verhaalmechanismen voor afnemers van financiële diensten in de verschillende lidstaten⁽¹¹⁾;
- taalbarrières;
- vereisten ten aanzien van de vaardigheden en kwalificaties van financieel adviseurs vallen onder de bevoegdheid van de nationale regelgevende autoriteiten, maar zijn niet gelijk in alle lidstaten. Er zijn weinig bevoegde financieel adviseurs die objectief advies geven over met name grensoverschrijdende aankopen.

3.4 Het EESC ziet ook in dat er door de ontwikkeling van de digitalisering een nieuwe situatie ontstaat en de mogelijkheden voor het aanbieden van nieuwe diensten en betere grensoverschrijdende activiteiten aanzienlijk worden uitgebreid. Er moet echter voor worden gewaakt dat digitale vooruitgang wordt gebruikt om de consument te misleiden door informatie te verstrekken over financiële diensten die te ingewikkeld, irrelevant of moeilijk te vergelijken is.

3.5 Tegelijkertijd wijst het erop dat de financiële geletterdheid van mensen nog steeds sterk verschilt per plaats en dat deze relatief laag is in vergelijking met andere ontwikkelde landen zoals de Verenigde Staten, Australië en Canada⁽¹²⁾. Financieel advies vóór de verkoop is niet goed gereguleerd en biedt niet de garantie dat klanten de meest geschikte producten zullen kiezen. Professionele diensten voor financieel advies zijn bovendien onvoldoende ontwikkeld in vergelijking met een aantal niet-EU-landen.

3.6 De mogelijkheden die door nieuwe technologieën en een groter aanbod — ook over de grenzen heen — worden geboden zorgen voor kansen, maar gaan ook gepaard met een aantal potentiële risico's. Ze zouden kunnen leiden tot een hoge schuldenlast, wanbetalingen op hypotheek en meer gevallen van insolventie als consumenten niet over de noodzakelijke financiële kennis beschikken. Consumenten die online verzekerings- en pensioenproducten kopen, zouden risico kunnen lopen omdat zij vaak niet genoeg onderzoek doen en wellicht een contract tekenen zonder er erg in te hebben⁽¹³⁾. De nationale regelgevende instanties zouden er daarom voor moeten zorgen dat bedrijven die online producten verkopen hun „adviesplicht” nakomen, zodat consumenten worden beschermd. Er zijn meer dan genoeg argumenten waarmee het belang van financiële educatie en deugdelijk advies kan worden aangetoond.

3.7 Consumenten die het concept van samengestelde interest niet begrijpen, maken hogere schulden en betalen hogere rentetarieven en transactiekosten⁽¹⁴⁾, terwijl consumenten die over financiële kennis beschikken beter plannen, meer sparen voor hun pensioen⁽¹⁵⁾ en financiële risico's spreiden⁽¹⁶⁾. Dit geldt ook op macro-economisch niveau, waar financiële geletterdheid een sterk positief effect heeft op nationale spaartegoeden en vermogensopbouw⁽¹⁷⁾. Met het oog hierop wordt sterk aanbevolen een duidelijker onderscheid te maken tussen activiteiten in verband met de marketing van producten en activiteiten in verband met de verkoop van producten, met name in gevallen waarin advies wordt verstrekt. Advies mag in geen geval als marketingmiddel worden gebruikt en adviseurs moeten echt onafhankelijk zijn. De precontractuele informatie moet op een heldere en begrijpelijke manier worden aangeboden en gepresenteerd. Het EESC is er stellig van overtuigd dat gerichte maatregelen nodig zijn om particuliere beleggers kennis bij te brengen en financieel advies te verbeteren, teneinde het vertrouwen in de markten voor financiële diensten te herstellen, grensoverschrijdende activiteiten te doen toenemen en de overdraagbaarheid van financiële producten te verbeteren.

⁽¹¹⁾ Zie voetnoot 2.

⁽¹²⁾ De mate van financiële geletterdheid loopt in de EU aanzienlijk uiteen. Over het algemeen is 52 % van de volwassen bevolking financieel geletterd. De hoogste percentages (ten minste 65 %) zijn te vinden in Denemarken, Duitsland, Nederland en Zweden. Zuid-Europese landen scoren veel lager: Griekenland (45 %), Spanje (49 %), Italië (37 %) en Portugal (26 %). De indicatoren van landen die in 2004 of later zijn toegetreden tot de EU zijn vergelijkbaar laag: Bulgarije (35 %), Cyprus (35 %) en Roemenië (22 %). Mondiaal gezien blijft Europa achter bij de Verenigde Staten (57 %), Canada (68 %) en Australië (64 %). Bron: Klapper, Leora, Annamaria Lusardi, Peter van Oudheusden, *Financial Literacy Around the World*, 2015.

⁽¹³⁾ De Europese Autoriteit voor verzekerings- en bedrijfspensioenen (Eiopa) stelt in een advies over consumentenbescherming en de verkoop van verzekeringen en pensioenen dat gebruikers niet genoeg onderzoek doen voordat zij online producten kopen — Eiopa-BoS-14/198 van 28 januari 2015, Eiopa Opinion on sales via the Internet of insurance and pension products.

⁽¹⁴⁾ Lusardi, Annamaria en Peter Tufano (2015). Debt Literacy, Financial Experiences and Overindebtedness, *Journal of Pension Economics and Finance*, Vol. 14, Special Issue 4, blz. 332-368, oktober 2015.

⁽¹⁵⁾ Behrman Jere R., Olivia S. Mitchell, Cindy K. Soo en David Bravo (2012). The Effects of Financial Education and Financial Literacy: How Financial Literacy Affects Household Wealth Accumulation, *American Economic Review: Papers & Proceedings*, Vol. 102(3), blz. 300-304.

⁽¹⁶⁾ Abreu, Margarida en Victor Mendes (2010). Financial Literacy and Portfolio Diversification, *Quantitative Finance*, Vol. 10(5), blz. 515-528.

⁽¹⁷⁾ Jappelli, Tullio en Mario Padula, Investment in financial literacy and saving decisions, CFS Working Paper, nr. 2011/07.

4. Antwoorden op de in het groenboek gestelde vragen

4.1 Algemene vragen:

1. Voor welke financiële producten zou een verbeterd grensoverschrijdend aanbod de concurrentie op de nationale markten vergroten in termen van meer keuze en een betere prijs?

4.1.1 In het groenboek zijn vragen opgenomen over verschillende bancaire en niet-bancaire producten en diensten, maar er bestaan aanzienlijke verschillen tussen de voornaamste transactieproducten (zoals lopende rekeningen en termijndeposito's) en contractuele producten (zoals hypotheek en spaar- en beleggingsproducten). Wat spaar- en beleggingsproducten betreft, zullen andere EU-rechtsinstrumenten (zoals de MiFID of het initiatief voor de opbouw van een kapitaalmarktunie) de markt beïnvloeden wanneer zij in werking treden.

4.1.2 Een grensoverschrijdend aanbod kan voor alle in het groenboek besproken producten de concurrentie op de nationale markten vergroten. Pensioen- en beleggingsproducten bieden in dit stadium echter zonder twijfel het grootste potentieel. Het op scorecards gebaseerde systeem van de Commissie merkt de markt voor deze producten aan als de slechtste van 31 consumentenmarkten⁽¹⁸⁾. De aangeboden pensioenproducten worden gekenmerkt door lokalisme en hoge premies. Als de inflatie, beheerprovisies en aanvullende betalingen in aanmerking worden genomen, hebben deze producten vaak een negatief reëel rendement en vallen de resultaten slechter uit dan de resultaten van de desbetreffende beursindexen⁽¹⁹⁾. Daarom is het EESC sterk voorstander van een eengemaakte markt voor pensioenproducten en, meer specifiek, voor het ontwikkelen van een pan-Europees persoonlijk pensioenproduct⁽²⁰⁾ dat zou leiden tot meer schaalvoordelen, lagere prijzen en een groter aanbod voor consumenten.

4.1.3 Sommige verzekeringsproducten zijn gemakkelijk overdraagbaar, zoals levensverzekeringen, waarbij de klant ook beschermd is wanneer hij zich buiten de lokale grenzen begeeft. Andere verzekeringen hebben echter aspecten die lokaal gereguleerd zijn en moeten worden aangepast wanneer entiteiten deze willen aanbieden in verschillende landen. In artikel 11 van de Richtlijn betreffende verzekeringsdistributie (herschikking)⁽²¹⁾ staat dat elke lidstaat een centraal contactpunt moet instellen dat verantwoordelijk is voor het verstrekken van informatie over de regels van „algemeen belang” in die lidstaat en krijgt Eiopa de opdracht om op haar website de hyperlinks naar de websites van de bevoegde autoriteiten op te nemen waar informatie over deze regels van „algemeen belang” wordt bekendgemaakt. Bovendien is een volledige grensoverschrijdende dienstverlening nog steeds niet mogelijk — of wenselijk — vanwege de daadwerkelijke behoeften van de klant waarin de producten voorzien en vanwege verschillen in gedrag en risicofactoren die van invloed zijn op de productvoorwaarden. Het EESC juicht oplossingen toe die het gebrek aan overdraagbaarheid van producten helpen beperken en pleit ervoor dat in sommige gevallen ten minste gedeeltelijke oplossingen worden gevonden, zoals de mogelijkheid voor polishouders om alleen het verschil tussen de hogere en de lagere dekking in verschillende lidstaten te betalen.

2. Welke belemmeringen weerhouden bedrijven ervan financiële diensten direct grensoverschrijdend aan te bieden en weerhouden consumenten ervan producten direct grensoverschrijdend te kopen?

4.1.4 De belangrijkste barrières aan de aanbodzijde worden in par. 3.2 genoemd. Om deze te overwinnen moeten de volgende stappen worden ondernomen:

- vereenvoudiging van grensoverschrijdende wettelijke procedures in verband met de doeltreffende handhaving van rechterlijke beslissingen;
- invoering van gemeenschappelijke regels/normen voor:
 - de identificatie van klanten, in verband met de ken-uw-klant- en antiwitwasvereisten;
 - de identificatie van bedrijven, op basis van de manier waarop zij zakendoen of, als alternatief, de passende identificatie van eindbegunstigden;

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

⁽¹⁹⁾ European Federation of Investors and Financial Services Users, Pension Savings: The Real Return, Editie 2015, A Research Report by Better Finance.

⁽²⁰⁾ Europese Autoriteit voor verzekeringen en bedrijfspensioenen (Eiopa), Consultation Paper on the creation of a standardised PanEuropean Personal Pension product (PEPP), 2015.

⁽²¹⁾ Richtlijn (EU) 2016/97 van het Europees Parlement en de Raad van 20 januari 2016 betreffende verzekeringsdistributie (herschikking) (PB L 26 van 2.2.2016, blz. 19).

- onlinecontracten voor financiële producten (bijvoorbeeld fondsen, de aankoop van aandelen in contanten enz.);
 - marketing en reclame voor financiële producten en diensten (vooral in het geval van agressieve reclamecampagnes);
 - distributiebedrijven die producten aan klanten leveren (bijvoorbeeld verzekeringsproducten);
 - gestandaardiseerde minimale informatievereisten ter bevestiging van de herkomst van de middelen;
 - transparantie/vergelijkbaarheid — minimale standaardinformatie over producten en diensten (verstrekking van informatie over zowel de kosten voor consumenten als de voordelen die zij zullen genieten);
- aandacht voor fiscale belemmeringen, met name bij spaar- en beleggingsproducten, omdat deze een grote invloed kunnen hebben op de rentabiliteit. Veel producten worden bijvoorbeeld ontwikkeld om te profiteren van de mogelijkheden waarin fiscale regelgevers voorzien om het sparen op een bepaalde manier aan te moedigen (d.w.z. in het algemeen wordt de voorkeur gegeven aan langlopende spaarvormen, maar de drempels of de producten waarvoor deze gunstige behandeling geldt verschillen sterk van land tot land);
- een mededeling van de regelgever van de lidstaat van herkomst aan de regelgever in de lidstaat van ontvangst, die voldoende moet zijn om te voorkomen dat extra eisen of lasten worden opgelegd, terwijl tegelijkertijd het vastgestelde niveau van consumentenbescherming wordt gehandhaafd (bijv. bij verzekeringsproducten). Bovendien moet actie worden ondernomen om situaties te voorkomen waarin dienstverleners extra kosten moeten maken om aan de lokale regelgeving te voldoen.

4.1.5 De belangrijkste barrières aan de vraagzijde komen in par. 3.3 aan bod.

3. *Kunnen deze belemmeringen in de toekomst worden ondervangen door digitalisering en innovatie in de fintechsector?*

4.1.6 Dankzij nieuwe, met name digitale, technologieën is het voor het eerst mogelijk om voor een echte doorbraak te zorgen op het gebied van het grensoverschrijdende aanbod van financiële producten. Ze kunnen een belangrijke rol spelen bij de verstrekking van meer en betere informatie, bij het vergroten van de producttransparantie en -vergelijkbaarheid en bij het identificeren van klanten. Ze kunnen ook kostenbesparingen opleveren door de noodzaak van fysiek aanwezige contactpunten weg te nemen. Ze zijn echter geen alternatief waarmee andere belangrijke belemmeringen, zoals het ongelijke niveau van harmonisatie van de wettelijke regelingen en de consumentenbescherming, uit de weg worden geruimd.

4. *Wat kan er worden gedaan om te voorkomen dat digitalisering van financiële diensten leidt tot een verhoogde financiële uitsluiting, in het bijzonder van digitale analfabeten?*

4.1.7 Het lijkt geen twijfel dat er altijd mensen zullen zijn die om de een of andere reden geen gebruik kunnen maken van digitale technologie. Dat neemt niet weg dat het gebruik van dergelijke technologie bij het aanbod van financiële producten moet worden aangemoedigd. Ten eerste, omdat de traditionele manieren waarop dergelijke producten worden aangeboden nog lang zullen blijven bestaan en, ten tweede, omdat deze mensen toegang kunnen krijgen tot een breder aanbod aan producten op basis van goed gereguleerde diensten voor financieel advies.

5. *Welke aanpak moeten wij hanteren als de kansen die de groei en verspreiding van digitale technologieën bieden, aanleiding geven tot nieuwe risico's betreffende consumentenbescherming?*

4.1.8 Het wijdverbreide gebruik van digitale technologie zal ongetwijfeld bepaalde uitdagingen met zich brengen voor informatiebeveiliging en gegevens- en consumentenbescherming. Daarom moeten, naast de diverse regels die van toepassing zijn op het aanbod van — en de vraag naar — financiële producten met behulp van dergelijke technologie, ook de risico's die hieraan zijn verbonden en de manieren waarop deze risico's worden beperkt worden beoordeeld.

6. *Hebben klanten toegang tot veilige, eenvoudige en begrijpelijke financiële producten in heel de Europese Unie? Zo niet, wat kan er worden gedaan om deze toegang mogelijk te maken?*

4.1.9 Er bestaat geen algemeen aanvaarde definitie van veilige, eenvoudige en begrijpelijke financiële producten. De algemene opvatting is echter dat dergelijke producten zich moeten kenmerken door onder meer prijstransparantie, geschiktheid en begrijpelijkheid in de taal van de gebruiker voor doeltreffende communicatie, mogelijkheden voor vergelijking met soortgelijke producten, duidelijkheid en duidelijke resultaten. Deze kenmerken zijn niet eenvoudig haalbaar in een wereld die zo complex is als de financiële markt.

4.1.10 Producten met deze kenmerken in strikte zin zijn zelden beschikbaar op de markt, waardoor consumenten geen gemakkelijke toegang tot deze producten hebben. Dit geldt zowel voor landen met goed ontwikkelde financiële markten als voor landen met minder ontwikkelde financiële markten. Het brede scala aan producten dat in sommige lidstaten bestaat, maakt het niet per se gemakkelijker voor consumenten, aangezien dat kan leiden tot verwarring, moeilijkheden bij het nemen van een beslissing en uiteindelijk tot het nemen van de verkeerde beslissing.

4.1.11 Er kan worden gezorgd voor toegang tot dergelijke producten door een basisklasse van financiële producten te creëren op Europees niveau⁽²²⁾, die voldoet aan specifieke gestandaardiseerde vereisten, afhankelijk van de behoeften waarin deze producten moeten voorzien. Deze producten moeten worden gecertificeerd en een specifieke naam krijgen, zodat consumenten ze gemakkelijk kunnen herkennen. In een dergelijke klasse kunnen gangbare producten, zoals verschillende spaarrekeningen en levensverzekeringen met een vaste termijn, worden opgenomen. Op grond van de relatief hoge grensoverschrijdende marketingprijs van icbe's mag worden aangenomen dat PEPP kunnen worden gecreëerd op basis van de succesfactoren van icbe's en in dezelfde klasse kunnen worden opgenomen. Het bestaan van een dergelijke productklasse zou het vertrouwen in de financiële markten doen toenemen.

7. *Vormt de kwaliteit van de handhaving van de EU-wetgeving inzake financiële retaildiensten in de EU een probleem voor het consumentenvertrouwen en de marktintegratie?*

4.1.12 In veel landen is er sprake van „goldplating”⁽²³⁾, uiteenlopende interpretaties van de Europese wetgeving, vertragingen bij de harmonisatie en verschillen in de omzetting van de Europese wetgeving in nationale wetgeving, evenals verschillen in de concrete toepassing, op een manier die leidt tot bijzonder hoge administratieve eisen en belemmeringen. Deze praktijken vormen allemaal obstakels voor de integratie en hebben een negatieve invloed op het consumentenvertrouwen.

4.1.13 De Europese toezichthoudende autoriteiten (ESA's) zijn verantwoordelijk voor de consumentenbescherming. Het EESC moedigt hun werkzaamheden aan, mits inachtneming van de volgende uitgangspunten:

- consumentenmobiliteit tussen verschillende aanbieders mag geen absolute doelstelling zijn: mobiliteit is altijd afhankelijk van de keuze van de consument en die keuze wordt bepaald door verschillende factoren: kwaliteit en diversiteit van de aangeboden producten en diensten, mogelijke complementariteit van het aanbod, mate van tevredenheid enz.;
- bij koppelverkoop van pakketten financiële producten is voorzichtigheid geboden en moet duidelijke en transparante informatie worden verstrekt aan consumenten. Als dergelijke producten worden aangeboden, moeten deze traceerbaar zijn⁽²⁴⁾.

4.1.14 Tot slot moeten de ESA's altijd de voorkeur geven aan praktijken die beter zijn voor consumenten. Er moet voorrang worden gegeven aan:

- terugdringen van de complexiteit van het huidige regelgevingskader;

⁽²²⁾ Zoals bijvoorbeeld beschreven in bijlage 1 bij het initiatiefadvies van het EESC over „Financiële educatie en verantwoord gebruik van financiële producten” (PB C 318 van 29.10.2011, blz. 24).

⁽²³⁾ In haar mededeling „Betere regelgeving voor betere resultaten — een EU-agenda” (COM(2015) 215 final, blz. 8) definieert de Commissie „goldplating” als volgt: „De lidstaten gaan ook vaak verder dan wat strikt noodzakelijk is op grond van EU-wetgeving bij de uitvoering op nationaal niveau („goldplating”).” De Commissie voegt hier in dezelfde alinea aan toe: „Dit kan leiden tot meer voordelen, maar ook tot onnodige kosten voor ondernemingen en overheden, die ten onrechte worden toegeschreven aan EU-wetgeving.” De afdeling INT werk momenteel aan een informatief rapport over „Omzettingspraktijken”, dat betrekking heeft op de toevoeging van nationale bepalingen aan EU-richtlijnen. Het Europees Parlement voert ook een studie uit naar „Goldplating in de Europese structuur- en investeringsfondsen”.

⁽²⁴⁾ PB C 82 van 3.3.2016, blz. 1.

- waarborgen van de beschikbaarheid van de middelen die nodig zijn voor de werkzaamheden van de ESA's;
- aanmoedigen van een betere financiële geletterdheid onder consumenten.

8. *Moet er rekening worden gehouden met andere bewijzen of andere ontwikkelingen wat betreft de grensoverschrijdende concurrentie en de keuze van financiële retaildiensten?*

4.1.15 In het groenboek wordt op de juiste manier aandacht besteed aan de momenteel belangrijkste trends, namelijk een zwakke grensoverschrijdende concurrentie op het gebied van financiële retaildiensten en een beperkte keuze van financiële producten voor consumenten.

4.2 *De consument helpen grensoverschrijdende aankopen te doen*

4.2.1 *Weten wat er beschikbaar is*

4.2.1.1 *Betere informatie voor de consument en hulp bij het overstappen*

9. *Wat is het geschikteste kanaal om het bewustzijn van de consument te verhogen ten aanzien van de verschillende financiële retaildiensten en verzekeringsproducten die in de Unie worden aangeboden?*

4.2.1.1.1 Het verbeteren van de financiële geletterdheid en de toegankelijkheid van financieel advies zijn zonder twijfel essentieel. Consumenten moeten niet alleen beschikken over toegankelijke informatie, maar deze informatie ook kunnen begrijpen of toegang hebben tot hoogwaardige en geschikte diensten voor financieel advies.

4.2.1.1.2 Ondanks de groeiende trend onder consumenten om gebruik te maken van digitale diensten om informatie te verkrijgen, geven velen van hen nog steeds de voorkeur aan persoonlijk contact, met name bij het onderhandelen over producten. Gelet op de huidige kennis van consumenten en hun gedrag en voorkeuren zouden banken echter kunnen nadenken over geschiktere kanalen om de kennis van consumenten over financiële diensten te vergroten, bijvoorbeeld een pan-Europese consumentenwebsite. Er moet nog verder worden gediscussieerd over de financiering van zo'n website, maar nationale overheden, lokale autoriteiten en groepen derden zouden gezamenlijk daaraan kunnen bijdragen. Bij het ontwerpen van een dergelijk instrument moet echter rekening worden gehouden met het feit dat verzekeringen sterk nationaal en cultureel bepaald zijn. Het zal daarom erg moeilijk zijn om bij een pan-Europese vergelijking van verzekeringen alle verschillen tussen de gebruikers/cliënten in Europa in aanmerking te nemen; dat geldt vooral voor het te dekken risico, dat binnen een nationale en lokale culturele, wettelijke, fiscale en sociale context moet worden gezien.

10. *Wat kan er nog worden gedaan om de grensoverschrijdende distributie van financiële producten via tussenpersonen te vergemakkelijken?*

4.2.1.1.1 Het EESC steunt de inspanningen om de markt doeltreffender, flexibeler en transparanter te maken en staat volledig achter de nadruk die in het onderhavige regelgevende initiatief wordt gelegd op een betere bescherming van consumenten. Het is van mening dat de kwaliteit van de diensten die samen met financiële diensten worden aangeboden, ook zou kunnen worden verbeterd door beter gebruik te maken van de mogelijkheden die de digitalisering biedt, door meerdere tussenpersonen te benutten en met goed opgeleid en gekwalificeerd personeel en adequate methoden voor de verschaffing van volledige, objectieve en vergelijkbare informatie waarop consumenten hun keuzes kunnen baseren.

11. *Zijn er verdere maatregelen nodig om de vergelijkbaarheid te bevorderen en/of het overstappen naar financiële retaildiensten van aanbieders die zich in dezelfde of een andere lidstaat bevinden, te vergemakkelijken? Zo ja, welke maatregelen en voor welke productsegmenten?*

4.2.1.1.2 De verstrekte informatie moet nauwkeurig, begrijpelijk en relevant zijn voor gebruikers. Consumenten mogen niet met informatie worden overspoeld, of een te eenvoudig beeld van de werkelijkheid krijgen om betere rendementen voor te spiegelen. Een goed voorbeeld in dit verband is de praktijk voor het overstappen op een andere aanbieder van financiële diensten in het Verenigd Koninkrijk, waar een zorgvuldige overstap van de ene naar de andere bank wordt verzekerd door een onafhankelijke derde partij, die ervoor zorgt dat het overstapproces binnen zeven werkdagen op eenvoudige en transparante wijze verloopt. Een ander goed praktijkvoorbeeld is de in 2006 in Italië ingevoerde overdraagbaarheid van hypothecaire leningen⁽²⁵⁾.

⁽²⁵⁾ Die gaat niet gepaard met extra kosten voor de consument en elk jaar maken honderdduizenden huishoudens en kleine en middelgrote ondernemingen van deze mogelijkheid gebruik om opnieuw te onderhandelen over hun hypothecaire leningen, waardoor zij duizenden euro besparen. Deze praktijk vormde ook een uitgangspunt voor de richtlijn hypothecair krediet, Richtlijn 2014/17/EU van het Europees Parlement en de Raad van 4 februari 2014 inzake kredietovereenkomsten voor consumenten met betrekking tot voor bewoning bestemde onroerende goederen en tot wijziging van de Richtlijnen 2008/48/EG en 2013/36/EU en Verordening (EU) nr. 1093/2010 (PB L 60 van 28.2.2014, blz. 34).

4.2.1.3 Aanpakken van ingewikkelde en exorbitant hoge vergoedingen voor buitenlandse transacties

12. *Wat kan er op EU-niveau nog meer worden gedaan om het probleem van de buitensporige vergoedingen voor grensoverschrijdende betalingen (zoals overmakingen) in verschillende valuta's in de EU aan te pakken?*

4.2.1.4 Met Verordening (EG) nr. 924/2009 van het Europees Parlement en de Raad⁽²⁶⁾ is al een eind gemaakt aan de verschillen in kosten tussen grensoverschrijdende betalingen in euro en gelijksoortige nationale betalingen in euro. Er zou ad hoc kunnen worden nagegaan of het zinvol en ten voordele van de consument zou zijn om dit te laten gelden voor alle valuta in de EU (d.w.z. gelijktrekking van de kosten van grensoverschrijdende en binnenlandse betalingen in een bepaalde valuta). Wat de informatieverstrekking aan betaaldienstgebruikers betreft, moeten betaaldienstverleners overeenkomstig de nieuwe RBD2⁽²⁷⁾ de klant — de betaaldienstgebruiker — voordat deze gebonden is aan een overeenkomst of offerte, informeren over alle aan de betaaldienstverlener te betalen kosten en over de voor de betalingstransactie geldende werkelijke wisselkoers of referentiewisselkoers in geval van valutawissel. De RBD2 voorziet in soortgelijke bepalingen voor de informatie die betaaldienstverleners na uitvoering van de transactie aan de betaler en de begunstigde moeten verstrekken. Het EESC acht verdere maatregelen niet nodig, aangezien de RBD2 al heldere transparantievereisten voor betaaldienstverleners omvat. Afgezien daarvan kan het toepassingsgebied van Verordening (EG) nr. 924/2009 betreffende grensoverschrijdende betalingen worden uitgebreid tot andere valuta's dan de euro in de EU.

13. *Zijn er in aanvulling op de bestaande vereisten van openbaarmaking⁽²⁸⁾ verdere maatregelen nodig om ervoor te zorgen dat de consument weet welke kosten voor het omrekenen van valuta in rekening worden gebracht bij grensoverschrijdende transacties?*

4.2.1.5 Het EESC vindt dat in de RBD2 heldere transparantievereisten zijn vastgelegd op grond waarvan betalers en begunstigten voor en na grensoverschrijdende transacties naar behoren moeten worden geïnformeerd over de toegepaste wisselkoers. Omdat deze richtlijn op 13 januari 2018 in nationaal recht moet zijn omgezet, zijn geen verdere maatregelen nodig.

4.2.2 Toegang tot financiële diensten vanaf elke plaats in Europa

14. *Wat kan er worden gedaan om ongerechtvaardigde discriminatie op grond van woonplaats in de financiële retailsector, met inbegrip van verzekeringen, te beperken?*

Het verlenen van financiële retaildiensten in het buitenland is niet gemakkelijk en kan economisch gezien niet haalbaar zijn voor de betrokken aanbieders. Culturele verschillen tussen consumenten met betrekking tot de bereidheid risico's te nemen, gedrag, ervaring en financiële geletterdheid kunnen te groot zijn. Banken weten dat vertrouwen essentieel is voor financiële relaties. Daarom kan het zijn dat zij de voorkeur geven aan klanten die beschikken over dezelfde kennis en verwachtingen hebben die zij begrijpen. Hoe dan ook zal harmonisatie van de in het antwoord op vraag 2 genoemde regels in dit opzicht aanzienlijk helpen.

4.2.2.1 Voor verzekeraars is de woonplaats om de volgende redenen van groot belang:

Er moet rekening worden gehouden met lokale factoren, zoals klimaat en aardbevingsrisico, bij bijvoorbeeld het vaststellen van de voorwaarden en de prijs van een woonhuisverzekering. Verder is zonder een bepaalde kritische massa gunstige dienstverlening onmogelijk. Modellen van actuarissen hebben een grote foutenmarge wanneer het aantal gebeurtenissen dat wordt gebruikt voor berekeningen te laag is. Bovendien leveren herverzekeringsmodellen afhankelijk van de locatie uiteenlopende prijzen op voor de afdekking van risico's via herverzekering.

— Deze aspecten maken het aanbieden van verzekeringsdiensten en -producten in het buitenland lastiger dan in landen waarin het aantal verrichtingen hoog genoeg is. Dit mag niet worden als beschouwd discriminatie op basis van de woonplaats van de consument.

⁽²⁶⁾ PB L 266 van 9.10.2009, blz. 11.

⁽²⁷⁾ PB L 319 van 5.12.2007, blz. 1.

⁽²⁸⁾ PB L 271 van 9.10.2002, blz. 16. PB L 176 van 27.6.2013, blz. 338. PB L 267 van 10.10.2009, blz. 7. PB L 319 van 5.12.2007, blz. 1; (COM(2013) 547 final — C7-0230/2013-2013/0264 (COD)). Zie artikel 59 en artikel 60, lid 3.

- Het grensoverschrijdend aanbieden van bepaalde verzekeringsproducten is een grote uitdaging en bijna niet mogelijk in gevallen waarin de daadwerkelijke behoeften van de klant, waarin de producten voorzien, sterk afhankelijk zijn van culturele diversiteit en van verschillen in gedrag en risicofactoren die puur nationaal bepaald zijn.
- Ook moet rekening worden gehouden met het psychologische aspect van de dienstverlening. Verzekeringsdiensten worden verleend als de klant daadwerkelijk in de problemen zit. Op een dergelijk moment mag worden verwacht dat hij steun en begrip nodig heeft. Als hij zijn verzekering via het internet heeft afgesloten bij een in het buitenland gevestigde onderneming en misschien in een taal die niet zijn moedertaal is, kan hij zich onzeker voelen op het moment dat hij om deze steun vraagt.
- Tot slot geven consumenten in sommige lidstaten de voorkeur aan schadevergoedingen en in andere aan volledig schadeherstel.

4.2.2.2 Verhogen van de overdraagbaarheid van producten

15. *Wat kan er op EU-niveau worden gedaan om de overdraagbaarheid van financiële retailproducten, zoals levensverzekeringen en particuliere ziektekostenverzekeringen, te vergemakkelijken?*

4.2.2.2.1 In het algemeen zijn verzekeringsproducten die een vergoeding of eenvoudige uitbetaling bieden gemakkelijker overdraagbaar dan die welke een dienst of de afhandeling van claims omvatten.

4.2.2.2.2 Levensverzekeringen zijn reeds tot op zekere hoogte overdraagbaar in die zin dat de klant ook tijdens buitenlandse reizen is gedekt behalve wanneer hij hoogerisicolanden bezoekt. Lokale levensverzekeringen bieden ook dekking ongeacht de verblijfplaats. Het geval waarin een polishouder naar een ander land verhuist, niet om te reizen, maar om zich daar permanent te vestigen, is echter nog onopgelost. In een dergelijke situatie zou hij zijn verzekering moeten kunnen behouden door de premie of de dekking van de polis aan te passen. Dit zijn allemaal gevallen waarin de verzekeringsproducten een bepaald geldbedrag uitbetalen.

4.2.2.2.3 Andere verzekeringsproducten zijn niet per se gemakkelijk overdraagbaar, omdat de voorwaarden ervan wezenlijk verband houden met de kenmerken van een land. In het geval van een ziektekostenverzekering bijvoorbeeld zijn de opzet en de prijs van het product voor een groot deel afhankelijk van de dekking die het openbare gezondheidstelsel in een bepaald land biedt.

4.2.2.2.4 In dit verband is ook de schaal belangrijk: het speciaal aanpassen van het product voor de klant aan de concrete voorwaarden die hij wellicht eist wanneer hij in het buitenland woont, is in theorie mogelijk, maar zou betekenen dat van de mogelijkheid om schaalvoordelen te behalen moet worden afgezien. Het product zou dan te veel op het geval zijn afgestemd en de entiteit die het product levert, zou minder concurrerend zijn dan lokale aanbieders. De beste mogelijkheid zou hier zijn om de samenwerking tussen verzekeraars in verschillende Europese landen te bevorderen.

4.2.2.3 Andere voorbeelden van verzekeringsproducten die diensten omvatten, zijn woonhuis- en autoverzekeringen. Producten die zorgen voor schadeherstel of de afhandeling van auto-ongelukken, vereisen dat de verzekeraar overeenkomsten afsluit met dienstverleners in het gehele land, waarbij een bepaalde omvang nodig is om commercieel rendabel te zijn. Een haalbare optie is echter de samenwerking met lokale (verzekerings)ondernemingen te bevorderen, zodat dit soort diensten ook in andere landen kunnen worden verleend.

4.2.2.4 Vergemakkelijken van toegang tot en erkenning van grensoverschrijdende beroepsaansprakelijkheidsverzekering

16. *Wat kan er op EU-niveau worden gedaan om de toegang voor dienstverleners tot de verplichte beroepsaansprakelijkheidsverzekering en de grensoverschrijdende erkenning ervan te vergemakkelijken?*

4.2.3 Eén manier waarop de toegang tot een verplichte beroepsaansprakelijkheidsverzekering op grensoverschrijdende basis mogelijk kan worden gemaakt is door de bedragen en voorwaarden van verplichte beroepsaansprakelijkheidsverzekeringen te harmoniseren.

4.2.3.1 Mensen het vertrouwen bieden om van mogelijkheden elders in Europa te profiteren

4.2.3.2 Vergemakkelijken van toegang tot en erkenning van grensoverschrijdende beroepsaansprakelijkheidsverzekering

17. *Zijn er verdere maatregelen op EU-niveau nodig om de transparantie en vergelijkbaarheid van financiële producten (met name door middel van digitale oplossingen) te verbeteren om het consumentenvertrouwen te versterken?*

4.2.3.2.1 Onafhankelijke websites die informatie bieden en een vergelijking mogelijk maken van de specifieke producten en diensten die door verschillende aanbieders in diverse lidstaten worden aangeboden, zijn volgens het EESC een goede optie om het bewustzijn te verhogen. Het is sterk voorstander van een speciaal hiervoor gebouwde officiële website die door een beheerder op wetgevend niveau wordt ondersteund en waarbij aanbieders verplicht zijn om de informatie op bepaalde tijdstippen te actualiseren of door een netwerk dat wordt opgericht door consumentenorganisaties in de lidstaten. Er zouden ook verschillende websites met elkaar kunnen worden verbonden, in een gedecentraliseerd, onderling verbonden systeem.

Wanneer digitale oplossingen worden gebruikt voor vergelijking moeten de platforms duidelijke informatie verstrekken om de gelijkwaardige producten en de risico's, waarmee consumenten kunnen worden geconfronteerd wanneer zij deze producten gebruiken, te vergelijken. Wanneer er meer verschillen bestaan dan het platform kan vergelijken (de nadruk van platforms ligt meestal op de prijs), moeten de kenmerken die niet zijn vergeleken duidelijk worden genoemd. Ook moeten alle belangrijke voorwaarden met betrekking tot de productdifferentiatie worden vermeld. Consumenten moeten duidelijk gewaarschuwd worden voor eventuele risico's wanneer zij vergelijkingsplatforms gebruiken (bijvoorbeeld omdat deze platforms hun persoonsgegevens verzamelen).

4.2.3.2.2 De belangrijke parameters moeten worden vergeleken; deze vergelijking mag niet misleidend zijn. Het gebruik van persoonsgegevens moet tot het absoluut noodzakelijke minimum worden beperkt om consumenten voordelen te bieden, en informatie moet op een wijze worden verstrekt die duidelijk en gemakkelijk te begrijpen is.

4.2.3.3 Verbeteren van verhaalmogelijkheden voor financiële retaildiensten

18. *Moeten maatregelen worden genomen om de bekendheid van FIN-NET bij de consument en de effectiviteit ervan in het kader van de uitvoering van de richtlijn betreffende alternatieve beslechting van consumentengeschillen te verhogen?*

4.2.3.3.1 Buitengerechtelijke geschillenbeslechting is een veel flexibelere procedure dan een gerechtelijke procedure: goedkoper, sneller en met veel minder formaliteiten. Een dergelijke procedure is met name internationaal nuttig en FIN-NET moet, gezien de gewenste toename van het grensoverschrijdende aanbod van en de grensoverschrijdende vraag naar financiële diensten een grotere rol krijgen. Helaas is het bewustzijn onder consumenten van wat FIN-NET te bieden heeft in dit stadium relatief laag; er moeten maatregelen worden genomen om dit te verbeteren. Bovendien zijn niet alle EU-lidstaten lid van FIN-NET (slechts 22 van de 28)⁽²⁹⁾. Als dit zo blijft zal het natuurlijk niet mogelijk zijn om FIN-NET te gebruiken als een infrastructuur voor een vlottere totstandbrenging van een eengemaakte markt voor financiële diensten. In dit verband zouden de mogelijkheden van wettelijke voorschriften ten aanzien hiervan zorgvuldig moeten worden overwogen.

19. *Hebben consumenten voldoende toegang tot financiële compensatie in het geval van misleidende verkopen van financiële retailproducten en verzekeringen? Zo niet, wat kan er worden gedaan om dit te veranderen?*

4.2.3.3.2 In de meeste gevallen bestaat een dergelijke toegang niet. Het concept van misleidende verkopen wordt nog steeds grotendeels niet begrepen en wordt niet in de praktijk toegepast vanwege de onduidelijke formulering en het gebrek aan ervaring van de regelgevende instanties⁽³⁰⁾. Op veel plaatsen zijn de tests voor het bepalen van de financiële producten die geschikt zijn voor klanten formeel en leiden deze niet tot de keuze voor het meest geschikte product.

⁽²⁹⁾ FIN-NET telt momenteel 56 leden uit 22 lidstaten, terwijl nieuwe organisaties zich voortdurend voor lidmaatschap aanmelden. Dit proces kan nog versneld worden als de ADR-richtlijn wordt goedgekeurd — Richtlijn grote internationale bedrijven inzake handhavingproces verzoeken om informatie, 28 februari 2014.

⁽³⁰⁾ Het begrip misleidende verkopen wordt in 3.7 gedetailleerd uiteengezet. Dit probleem wordt deels opgelost als de MiFID-richtlijn wordt toegepast, evenals de stabiliteitstest van deze richtlijn voor bepaalde types producten. Zie voetnoot 3.

4.2.3.3.3 Het is mogelijk om te zorgen voor toegang tot financiële vergoeding wanneer een enkele, nauwkeurige en praktische definitie van „misleidende verkopen” wordt ingevoerd en een pan-Europese regelgevingspraktijk wordt toegepast om bij dergelijke verkopen sancties op te leggen ⁽³¹⁾.

4.2.3.4 Beschermen van slachtoffers bij faillissement van motorverzekeraars

20. *Zijn er maatregelen nodig om ervoor te zorgen dat slachtoffers van auto-ongevallen gedekt zijn door garantiefondsen uit andere lidstaten in geval dat de verzekeraar failliet gaat?*

4.2.3.5 In Spanje bestaat een goede praktijk. De Spaanse entiteit „Consortio de Compensación de Seguros” treedt, altijd op subsidiaire wijze, op als verzekeraar op het moment dat er geen verzekeraar is die het risico aanvaardt of bij gebrek aan een verzekeraar — bijvoorbeeld in het geval van insolventie. De garantie van deze entiteit is alleen van toepassing op Spaanse entiteiten. Om ervoor te zorgen dat slachtoffers van auto-ongelukken in dezelfde mate gedekt zijn, zal de Commissie een vergelijkbaar garantiestelsel in alle lidstaten moeten eisen. Er zou kunnen worden overwogen om een vergelijkbaar instrument op Europese basis uit te breiden naar landen waar dit niet bestaat.

4.2.3.6 Verhogen van transparantie en vergelijkbaarheid van aanvullende verzekering

21. *Welke andere maatregelen kunnen genomen worden om de transparantie over aanvullende verzekeringsproducten te verbeteren en ervoor te zorgen dat consumenten goed geïnformeerde beslissingen kunnen nemen om deze producten te kopen? Zijn volgens u specifieke maatregelen nodig in de autoverhuursector ten aanzien van aanvullende producten?*

4.2.3.6.1 Met de nieuwe richtlijn betreffende verzekeringsdistributie ⁽³²⁾ zijn de vereisten aangescherpt voor transparantie van de informatie voor verzekeringsdistributeurs, met inbegrip van — zij het met bepaalde beperkingen (drempel) — nevenverzekeringstussenpersonen. Bovendien hebben vijf belangrijke autoverhuurders zich er in 2015 toe verbonden hun websites te verbeteren om consumenten beter te informeren over mogelijke vrijstellingen en verzekeringsproducten. Dit zijn stappen in de goede richting. De lidstaten hebben tot 23 februari 2018 de tijd om de richtlijn betreffende verzekeringsdistributie om te zetten en het is dus te vroeg om te bepalen of aanvullende maatregelen nodig zijn. Tegelijkertijd lijkt het wenselijk dat de Commissie controleert of de autoverhuurders hun toezeggingen naleven, die niet alleen betrekking hebben op verzekeringsproducten, en dat zij verdere maatregelen overweegt om de transparantie te verbeteren en benadeling van consumenten te voorkomen.

4.2.3.6.2 In het geval van autoverhuursectoren is het van belang om er rekening mee te houden dat de vereisten van de aanvullende verzekeringsproducten vaak worden gedifferentieerd op grond van het risicoprofiel van de huurder (vaak in verband met een creditcardlimiet) of de motorschadequote of andere marktkenmerken van de lidstaat. Maar de precontractuele informatie en de inspanningen om verschillende producten vergelijkbaar te maken zijn in ieder geval belangrijk voor consumenten en het zou daarom raadzaam zijn om te wachten totdat de vereisten van deze richtlijn volledig zijn omgezet alvorens te beoordelen of aanvullende maatregelen nodig zijn.

4.3 *Nieuwe marktkansen voor leveranciers creëren*

4.3.1 *Inspelen op de uitdagingen en kansen van digitalisering*

4.3.1.1 *Bedrijven helpen beter gebruik te maken van digitalisering*

22. *Wat kan er op EU-niveau worden gedaan om bedrijven te ondersteunen bij het creëren en verlenen van innovatieve digitale financiële diensten in heel Europa, met passende niveaus van beveiliging en consumentenbescherming?*

4.3.1.1.1 Het EESC is ingenomen met de bevordering van innovatieve digitale financiële diensten in Europa. Het geeft echter toe dat banken de grootste aanbieders van financiële diensten zijn en dat zij ook moeten worden aangemoedigd om gebruik te maken van de kansen die de digitale revolutie biedt. Met het oog hierop moeten zij worden onderworpen aan dezelfde regels als hun concurrenten die vergelijkbare diensten verlenen, waardoor een herziening nodig is van de belangrijkste lagen van de regelgeving inzake het bankwezen op een aanzienlijk aantal terreinen, zodat wordt gezorgd voor gelijke concurrentievoorwaarden wat betreft:

⁽³¹⁾ PB C 271 van 19.9.2013, blz. 61 en PB C 18 van 19.1.2011, blz. 24.

⁽³²⁾ PB L 26 van 2.2.2016, blz. 19.

- prudentiële vereisten;
- het verrichten van betalingsdiensten;
- de toepassing van de ken-uw-klantvereisten en antiwitwasprocedures;
- aanbevelingen met betrekking tot de beveiliging tijdens betalingen;
- de nieuwste elektronische beveiliging.

4.3.1.2 Mogelijk maken van elektronische handtekeningen en identiteitscontroles

23. *Zijn er verdere maatregelen nodig om de toepassing van de antiwitwaswetgeving op EU-niveau te verbeteren, met name om te zorgen dat dienstverleners klanten op afstand kunnen identificeren, en tegelijkertijd de normen van het huidige kader te handhaven?*

4.3.1.2.1 Er bestaan nog steeds verschillen tussen regels voor de elektronische identificatie en de ken-uw-klant- en antiwitwasvereisten. Bestaande regels vereisen een persoonlijke identificatie en eisen dat persoonlijke evaluaties worden uitgevoerd voordat klanten op permanente basis worden geaccepteerd. Dergelijke vereisten beperken de ontwikkeling van volledig digitale financiële diensten en werpen aanzienlijke belemmeringen op voor het accepteren van nieuwe klanten en verhogen de kosten.

4.3.1.2.2 Er zijn aanvullende maatregelen nodig om het gebrek aan een Europabreed mechanisme voor elektronische identificatie en handtekeningen te verhelpen, dat te wijten is aan verschillen in nationale praktijken: hoewel in de regelgeving gemeenschappelijke normen voor digitale handtekeningen in de lidstaten zijn vastgesteld, belemmert de manier waarop deze op nationaal niveau worden toegepast door lokale actoren de grensoverschrijdende erkenning van digitale handtekeningen. Lokale digitale operatoren zijn niet onderling verbonden en dit beperkt hun vermogen om Europese consumenten volledig digitale financiële diensten aan te bieden.

24. *Zijn er, ook wat beveiligingsnormen betreft, verdere maatregelen nodig om de opname en het gebruik van e-identificatie en e-handtekeningen bij financiële retaildiensten te bevorderen?*

4.3.1.2.3 Ja, verdere maatregelen zijn nodig met betrekking tot:

- het ondersteunen van de oprichting van onafhankelijke certificeringsautoriteiten om de identiteit van digitale klanten te controleren en onderzoeken uit te voeren voor de persoonlijke herkenning van klanten;
- het verduidelijken van de tegenstrijdige aspecten van de regelgeving inzake de digitale identificatie en de antiwitwas- en ken-uw-klantprocedures;
- het oprichten van samenwerkingsverbanden tussen financiële ondernemingen en de Europese en nationale regelgevers op het gebied van de ontwikkeling van gemeenschappelijke normen voor de digitale identificatie van handtekeningen, die ook door openbare autoriteiten en financiële ondernemingen moeten worden toegepast;
- het overwegen van de mogelijkheid om een eengemaakte Europese identificatie en handtekening aan te nemen, die uiteindelijk als basis zal dienen voor de identificatie van klanten in financiële instellingen.

4.3.1.3 Verbetering van toegang tot en gebruiksvriendelijkheid van financiële gegevens

25. *Welke gegevens zijn volgens u nodig voor de beoordeling van de kredietwaardigheid?*

4.3.1.3.1 Hoewel er algemene overeenstemming bestaat over de aspecten van de financiële situatie van een klant die moeten worden gebruikt om de kredietwaardigheid te beoordelen, gebruiken kredietverstrekkers hun eigen beoordelingen en interne methoden om elk geval te beoordelen en te beheren. Daarom moeten initiatieven die banken of andere kredietinstellingen dwingen verwerkte informatie te delen over de kredietwaardigheid van hun klant, worden vermeden. Tegelijkertijd zouden ruwe (niet-verwerkte) gegevens kunnen worden gedeeld, met toestemming van de desbetreffende klant en overeenkomstig de EU-normen voor gegevensbescherming. Dit zou de vergelijkbaarheid van beoordelingen van de kredietwaardigheid ten goede komen.

26. *Verst het toegenomen gebruik van persoonlijke financiële en niet-financiële gegevens door bedrijven (waaronder van oudsher niet-financiële ondernemingen) verdere maatregelen om de dienstverlening te vergemakkelijken of de consumentenbescherming te waarborgen?*

4.3.1.3.2 Financiële instellingen spannen zich in om vertrouwer te worden met het gedrag van consumenten, zodat zij hun producten en diensten op succesvollere wijze kunnen diversifiëren en personaliseren. Er zijn echter geen duidelijke regels voor de manier waarop de verzamelde gegevens moeten worden gebruikt, zelfs wanneer de consument toestemming heeft gegeven. Het EESC is voorstander van meer duidelijkheid ten aanzien van de toepasselijkheid van de regels op dit gebied om ervoor te zorgen dat consumenten worden beschermd en tegelijkertijd kunnen profiteren van financiële innovaties.

27. *Moeten de eisen betreffende de vorm, inhoud of toegankelijkheid van de verklaring over het schadeverloop worden versterkt (bijvoorbeeld met betrekking tot de betrokken periode of inhoud) om ervoor te zorgen dat bedrijven in staat zijn grensoverschrijdende diensten te verlenen?*

4.3.1.3.3 Een verzekeringsverleden kan gevoelige persoonsgegevens van klanten bevatten. De woonhuisverzekeraar kan deze informatie niet aan een andere belanghebbende overdragen, maar alleen aan de daadwerkelijke klant. Het is aan de klant om dit verleden aan een nieuwe verzekeraar te overleggen. Dit kan niet worden gezien als het opwerpen van een belemmering voor grensoverschrijdende diensten, aangezien de klant zijn verleden kan meenemen naar een land naar keuze. De Commissie moet tegelijkertijd met de hulp van Eiopa manieren verkennen om de standaardisering van de uitwisseling van het schadeverloop tussen verzekeraars en de acceptatie van het bonus-malussysteem te bevorderen.

4.3.1.4 Vergemakkelijken van het verlenen van klantenservice

28. *Zijn er verdere maatregelen nodig om bedrijven te ondersteunen bij het leveren van postcontractuele diensten in een andere lidstaat zonder een dochteronderneming of filiaal?*

4.3.1.4.1 Postcontractuele diensten in een andere lidstaat mogen niet verschillen van die in het land waar de producten in kwestie verkrijgbaar zijn. Dit betekent dat het product in kwestie en de bijbehorende postcontractuele diensten als een enkele entiteit moeten worden beschouwd bij het grensoverschrijdend aanbieden van financiële producten. De toepassing van dit beginsel moet worden gegarandeerd, omdat consumenten anders niet gelijk worden behandeld. Het is belangrijk dat de relevante regelgevende autoriteiten de toepassing van dit beginsel controleren.

4.3.1.4.2 Platforms die ondernemingen ondersteunen bij het grensoverschrijdend aanbieden van hun producten moeten ook afdelingen hebben voor postcontractuele diensten. Een praktische manier om dergelijke postcontractuele diensten aan te bieden is door bedrijven aan te moedigen groepen te vormen en samen te werken om te zorgen voor een toereikende schaalgrootte.

4.3.1.5 Convergeren van procedures voor persoonlijke insolventie, taxatie van onroerende goederen en afdwingen van zekerheden

29. *Zijn er verdere maatregelen nodig om kredietverleners te stimuleren om hypotheekleningen of leningen grensoverschrijdend aan te bieden?*

4.3.1.5.1 Het voornaamste probleem op dit gebied heeft betrekking op de gedwongen vordering van schulden wanneer de kredietnemer niet aan zijn verplichtingen uit hoofde van de kredietovereenkomst voldoet. In het licht hiervan is de grensoverschrijdende hypotheekverstrekking voor kredietverleners momenteel niet aantrekkelijk, zodat aanvullende maatregelen nodig zijn om de interne markt van de EU op dit gebied te stimuleren.

4.3.1.5.2 Hypotheken en leningen behoren tot de financiële producten die lastig grensoverschrijdend kunnen worden aangeboden vanwege talrijke belemmeringen die moeilijk kunnen worden weggenomen. Het is waarschijnlijk dat het wegnemen van belemmeringen bij deze financiële producten het langst zal duren. Daarom is het in dit stadium beter om de eerste inspanningen te richten op andere financiële retaildiensten, waar minder belemmeringen bestaan, en om praktische ervaring op te doen en te zorgen voor momentum door hier actief aan te werken.

4.3.2 *Naleving van de uiteenlopende wettelijke voorschriften in de lidstaten van ontvangst*

4.3.2.1 Het voor bedrijven makkelijker maken om te voldoen aan wettelijke vereisten die in andere lidstaten gelden

30. *Zijn er maatregelen op EU-niveau nodig om praktische hulp van de overheden of de nationale bevoegde instanties van de lidstaten beschikbaar te maken (bijv. door middel van „één-loketten”) om de grensoverschrijdende verkoop van financiële diensten te vergemakkelijken, met name voor innovatieve bedrijven of producten?*

4.3.2.1.1 De toepassing van de Europese wetgeving is op veel gebieden — zoals, maar niet uitsluitend op het gebied van het aanbod van beleggingsproducten — inconsistent en tegenstrijdig in de verschillende lidstaten. Daarom moeten de nationale autoriteiten om hulp worden gevraagd om een einde te maken aan „goldplating”.

Een ander goed initiatief is het SOLVIT-netwerk, dat ondernemingen ondersteuning op EU-niveau biedt wanneer zij problemen ondervinden met overheden die de EU-wetgeving incorrect toepassen. Daarnaast helpen „centrale contactpunten” bedrijven met hun verplichtingen bij grensoverschrijdende dienstverlening⁽³³⁾.

4.3.2.1.2 Gebruik makend van de ervaring met SOLVIT is het zinvol om te werken aan een specifieke oplossing voor financiële producten, betere samenwerking en coördinatie tussen nationale regelgevende autoriteiten, met inbegrip van hulp van regelgevende instanties aan innovatieve bedrijven om hun verplichtingen te begrijpen.

31. *Welke stappen zouden met name nuttig zijn om het voor bedrijven gemakkelijk te maken om te profiteren van de vrijheid van vestiging of het vrij verrichten van diensten voor innovatieve producten (zoals gestroomlijnde samenwerking tussen de toezichthouders in het land van herkomst en die in het land van ontvangst)?*

4.3.2.2 Volledige benutting van de vrijheid van vestiging

Voor verzekeraars is lokale aanwezigheid vaak noodzakelijk om beter inzicht te krijgen in de plaatselijke risico's en de verzekeringsbehoeften van de consumenten. Het is daarom van essentieel belang dat verzekeraars, waaronder onderlinge verzekeringsmaatschappijen, zich vrij kunnen vestigen. Het feit dat er geen Europese erkenning is voor sociale ondernemingsvormen als onderlinge verzekeringsmaatschappijen zorgt ervoor dat deze bedrijven zich niet gemakkelijk kunnen vestigen in lidstaten waar zij niet worden erkend, waardoor zij geen grensoverschrijdende activiteiten kunnen ontplooiën en ook de markten en mededinging niet tot ontwikkeling komen. Het EESC dringt er bij de Europese Commissie, de Raad van de Europese Unie, het Europees Parlement en de lidstaten op aan om vaart te zetten achter de erkenning van het „fondsmodel” in de Europese Unie.

4.3.2.3 Het creëren van autonome of beter geharmoniseerde EU-brede regelingen

32. *Voor welke financiële retaildiensten kunnen standaardisatie of toestemmingsregelingen het effectiefst zijn voor het wegwerken van verschillen in de wetgeving van de lidstaten?*

4.3.2.3.1 Wat grensoverschrijdende distributie betreft, moet op het volgende worden gelet:

- identificatie van de consument via elektronische certificaten. Het EESC is van mening dat op EU-niveau registers moeten worden bijgehouden met erkende emittenten van elektronische certificaten (bijvoorbeeld door de Europese autoriteit voor effecten en markten) wanneer financiële diensten op afstand worden verleend;
- de mogelijkheid dat financiële dienstverleners op de hoogte zijn van het kredietverleden van consumenten. Daarom is het bijhouden van een kredietregister op EU-niveau cruciaal voor het grensoverschrijdende aanbod van financiële diensten, en met name van diensten die verband houden met het verlenen van kredieten;
- de procedures voor inbeslagneming van het onderpand voor de verstrekte lening. Middelen en inspanningen moeten worden gericht op de totstandbrenging van een uniform EU-wetgevingskader voor het afdwingen van zekerheden bij de grensoverschrijdende verlening van financiële diensten.
- Wat verzekeringsproducten betreft, kunnen die producten die een schadeloosstelling bieden gemakkelijker worden gestandaardiseerd. De klant ontvangt een geldbedrag, ongeacht zijn woonplaats. De onderneming moet alleen in staat zijn het risico te beoordelen. Een levensverzekering is een goed voorbeeld hiervan. Bij verzekeringsproducten die een dienst verlenen (zoals schadeherstel) zijn standaardisering en overdraagbaarheid echter niet mogelijk. Dit geldt met name voor zorgverzekeringsproducten.

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

33. Zijn er verdere maatregelen op EU-niveau nodig ten aanzien van het beginsel van de „locatie van het risico” in de verzekeringswetgeving en om de regels betreffende het „algemeen belang” in de verzekeringssector te verduidelijken?

4.3.2.3.2 De locatie van het risico is normaal gesproken de gewone verblijfplaats van de verzekerde persoon, met enkele uitzonderingen in het geval van vastgoed, waar het de locatie van het gebouw betreft. Dit beginsel wordt doorgaans wereldwijd gestandaardiseerd en heeft juridische en belastingtechnische gevolgen voor de betrokken partijen. Het EESC is van mening dat het beginsel van de locatie van het risico geschikt is voor het doel. Het begrijpt echter dat de regels betreffende het „algemeen belang” moeten worden herzien, omdat deze de lidstaten de mogelijkheid bieden om wetgeving goed te keuren die de grensoverschrijdende distributie van verzekeringsproducten waarschijnlijk zal belemmeren.

Brussel, 27 april 2016.

De voorzitter
van het Europees Economisch en Sociaal Comité
Georges DASSIS
