



EVROPSKA
KOMISIJA

Bruselj, 10.12.2015
COM(2015) 630 final

ZELENA KNJIGA

o maloprodajnih finančnih storitvah

Boljši produkti, večja izbira ter večje priložnosti za potrošnike in podjetja

Zelena knjiga o maloprodajnih finančnih storitvah

Boljši produkti, večja izbira ter večje priložnosti za potrošnike in podjetja

Oddelek 1 Vzpostavitev pravega evropskega trga za maloprodajne finančne storitve

Enotni trg Evropske unije in njegove štiri svoboščine¹ zagotavljajo velike priložnosti za državljane EU. Na področjih, kjer je enotni trg dobro razvit, na primer na področju letalskega prevoza, 500 milijonom potrošnikom koristi velika konkurenca, ki vsem omogoča večjo izbiro, boljše storitve in nižje cene. Ena od prednostnih nalog Komisije, ki jo vodi predsednik Juncker, je vzpostavitev bolj povezanega in pravičnejšega enotnega trga.

Maloprodajne finančne storitve vključujejo številne storitve, ki so bistvenega pomena za državljane, npr. za to, kje hranimo svoj denar, kako varčujemo za stara leta, kako plačamo hišo ali druge nakupe ter kako zavarujemo sebe ali svojo lastnino za primer zdravstvenih težav ali nesreč. Z razvojem učinkovitih vseevropskih trgov za te storitve se bo izboljšala izbira za potrošnike, omogočilo uspešnim ponudnikom, da zagotavljajo svoje storitve po celi EU, in zagotovila podpora novim udeležencem in inovacijam. Trenutno pa pravzaprav ni vseevropskih trgov za maloprodajne finančne storitve. Zgolj manjši delež nakupov na področju maloprodajnih finančnih storitev se izvaja čezmejno. Na domačih trgih je mnogo dobrih produktov, vendar potrošniki iz ene države članice EU težko kupijo produkte iz druge države članice. To ne omejuje samo izbire. Dokazi kažejo, da se cene po EU zelo razlikujejo, na primer avtomobilsko zavarovanje za isto stranko je lahko v nekaterih državah članicah dvakrat dražje kot v drugih.

Digitalizacija, tj. razvoj novih poslovnih modelov in storitev na podlagi tehnologije, omogoča potencialnim potrošnikom preprost dostop do informacij. Zato je fizična lokacija strank v poslu postala manj pomembna. Digitalizacija lahko pomaga znižati cene in izboljšati primerljivost produktov, kar krepi ozaveščenost potrošnikov pri sprejemanju finančnih odločitev. Na dolgi rok bi digitalizacija morala omogočiti podjetjem, da zagotovijo svoje produkte povsod v Uniji, s čimer bi se zagotovil prispevek k uresničevanju enotnega evropskega trga.

Krepitev zaupanja bo ključna pri širitvi enotnega trga na tem področju, in sicer zaupanja podjetij, da lahko poslujejo čezmejno, in potrošnikov, da bodo pri čezmejni uporabi storitve njihovi interesi zaščiteni. Da bi dosegli te cilje, morajo biti storitve in produkti razumljivi, kar pomeni, da morajo biti informacije o njihovem delovanju, ceni in primerljivosti z drugimi produkti na voljo v obliki, ki jo potrošniki razumejo.

V tej zeleni knjigi je na podlagi prejšnjih ukrepov EU na tem področju proučeno, kaj se lahko stori, da bi enotni trg na področju finančnih storitev konkretno izboljšal življenje ljudi v EU. Okrepljeni trg za maloprodajne finančne storitve bi tudi ustvaril nove tržne priložnosti za ponudnike ter tako podprl rast evropskega gospodarstva in ustvaril nova delovna mesta.

¹ Pogodba o delovanju Evropske unije (PDEU) zagotavlja prosti pretok blaga, kapitala, storitev in ljudi v EU.

1.1 Cilj

Ta zelena knjiga je priložnost za predložitev pripomb o tem, kako se lahko še bolj poveča odprtost evropskega trga za maloprodajne finančne storitve, in sicer za zavarovanja, kredite, plačila, tekoče in varčevalne račune ter druge naložbene produkte za male vlagatelje, in s tem zagotovijo boljši rezultati za potrošnike in podjetja, hkrati pa ohrani ustrezna raven varstva potrošnikov in vlagateljev. Njen namen je opredeliti posebne ovire, s katerimi se srečujejo potrošniki in podjetja pri celoviti uporabi enotnega trga, in načine odpravljanja teh ovir, vključno s tem, kako naj se čim bolj izkoristi nova tehnologija ob uporabi ustreznih zaščitnih ukrepov. Cilj je:

- podjetjem s sedežem v eni državi članici EU olajšati ponujanje maloprodajnih finančnih storitev v drugih državah članicah EU;
- potrošnikom olajšati kupovanje maloprodajnih finančnih storitev, ki so na voljo v drugih državah članicah EU, in
- državljanom olajšati prenos svojih produktov finančnih storitev, če se zaradi študija, dela ali upokojitve preselijo iz ene države članice v drugo, oziroma zagotavljanje tako imenovane „prenosljivosti“.

Namen te zelene knjige je spodbuditi razpravo na ravni EU in nacionalni ravni. Evropski parlament, Svet, druge institucije EU, nacionalne parlamente in vse zainteresirane spodbuja, da prispevajo predloge o morebitnih kratkoročnih in dolgoročnih ukrepih politike, ki bodo morda potrebni za vzpostavitev dobro delujočega in konkurenčnega evropskega trga na tem področju. Zato so v njej proučeni:

- (1) trenutno stanje enotnega trga za maloprodajne finančne storitve in nedavni trend digitalizacije (oddelek 2) ter
- (2) potreba po ukrepanju na ravni EU ali nacionalni ravni, da se odpravijo ovire, ki potrošnikom in podjetjem trenutno preprečujejo čezmejno uporabo takih storitev (oddelek 3).

1.2 Prejšnji ukrepi EU na področju maloprodajnih finančnih storitev

Zaupanje potrošnikov v finančni sektor in maloprodajne finančne storitve se je zmanjšalo zaradi finančne krize in izgube ugleda finančne industrije. Da bi povrnila zaupanje potrošnikov in pomagala razširiti enotni trg, je EU nedavno sprejela številne zakonodajne ukrepe na področju maloprodajnih finančnih storitev. Nekatere od teh pobud se še vedno izvajajo na nacionalni ravni. Nadalje se o njih razpravlja v tej zeleni knjigi, vključujejo pa:

- ozaveščanje potrošnikov, da lahko na podlagi zahtev za večjo preglednost in boljših nasvetov na nekaterih področjih sprejmejo informirano odločitev pred prodajo določenih finančnih produktov, kot so na primer plačilni računi, potrošniški in hipotekarni kredit, naložbeni produkti in zavarovanje;
- spodbujanje razvoja konkurenčnih trgov na področju plačilnih računov, tako da se na ravni EU zagotovi pravica dostopa do osnovnih plačilnih računov, prepove diskriminacija na podlagi dejanskega prebivališča v zvezi s plačilnimi računi in zagotovi dostop do storitev zamenjave plačilnega računa na nacionalni ravni;

- izboljšanje predpisov za varstvo potrošnikov v zvezi z naložbami, hipotekarnimi krediti in zavarovanji, da se okrepi zaupanje potrošnikov pri nakupovanju na domačih trgih in čezmejnem nakupovanju;
- olajševanje čezmejne distribucije zavarovanj in hipotekarnih kreditov za izboljšanje konkurenčnosti.

Za maloprodajne finančne storitve se uporablja širok nabor zahtev in predpisov na ravni EU in nacionalni ravni, da se zagotovi varstvo potrošnikov in spodbudi notranji trg EU za te storitve. Te zajemajo medsektorske zahteve, na primer zahteve glede nedovoljenih pogojev v potrošniških pogodbah in nepoštenih poslovnih praks pri poslovanju med podjetji in potrošniki², in sektorsko zakonodajo o številnih finančnih produktih in plačilnih storitvah. Komisija pozorno spremlja, kako države članice izvajajo in izvršujejo obstoječo zakonodajo, in še naprej spodbuja sodelovanje med nacionalnimi pristojnimi organi, da bi zagotovila njegovo učinkovitost po celi EU³. V zvezi s tem je pomembno tudi delo evropskih nadzornih organov (ESA)⁴. Poleg tega Komisija redno pregleduje regulativni okvir za sektor maloprodajnih finančnih storitev, da bi vzpostavila bolj povezane, konkurenčnejše in pravičnejše trge za finančne storitve⁵.

1.3 Skladnost te zelene knjige s splošnimi prednostnimi nalogami Komisije

To posvetovanje dopolnjuje druge ključne vidike dela Komisije:

- *Enotni digitalni trg*. Cilj strategije za enotni digitalni trg⁶ je med drugim potrošnikom in podjetjem zagotoviti boljši dostop do spletnega blaga in storitev po vsej Evropi z obravnavanjem vprašanja neupravičenega geografskega blokiranja (omejitve, ki jih določijo ponudniki v zvezi z nakupi). Obravnava tudi vprašanje „enakih konkurenčnih pogojev“ med različnimi ponudniki storitev in načrtuje celovito oceno spletnih platform, pri čemer se osredotoča zlasti na obdelavo podatkov. Cilj strategije za enotni digitalni trg je tudi izboljšati tehnološko interoperabilnost s podpiranjem standardizacije. Vse to je pomembno za digitalizacijo finančnega sektorja, ni pa omejeno samo na to področje.

² Glej na primer direktivo o nedovoljenih pogojih v pogodbah, Direktiva Sveta 93/13/EGS z dne 5. aprila 1993 o nedovoljenih pogojih v potrošniških pogodbah (UL L 95, 21.4.1993, str. 29); direktivo o nepoštenih poslovnih praksah, Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (UL L 149, 11.6.2005, str. 22).

³ Pomembna orodja zajemajo mrežo za sodelovanje na področju varstva potrošnikov, ki je bila vzpostavljena v okviru uredbe o sodelovanju na področju varstva potrošnikov – Uredba (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. oktobra 2004 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov (UL L 364, 9.12.2004, str. 1).

⁴ Trije evropski nadzorni organi so Evropski organ za vrednostne papirje in trge (ESMA), Evropski bančni organ (EBA) in Evropski organ za zavarovanja in poklicne pokojnine (EIOPA).

⁵ Na primer akcijski načrt Komisije za finančne storitve (1999); Sporočilo Komisije – Preiskava sektorja v skladu s členom 17 Uredbe št. 1/2003 v zvezi z bančnim poslovanjem s prebivalstvom (COM(2007) 33 final); Zelena knjiga o maloprodajnih finančnih storitvah na enotnem trgu (COM(2007) 226 final); in Zelena knjiga „Na poti k integriranemu evropskemu trgu za kartična, spletna in mobilna plačila“ (COM(2011) 941 final).

⁶ Sporočilo Komisije: Strategija za enotni digitalni trg za Evropo (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TEXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&qid=1448807672964&from=EN>).

- *Unija kapitalskih trgov.* Cilj unije kapitalskih trgov⁷ je, da se z vzpostavitvijo okrepljenega enotnega kapitalskega trga podjetjem zagotovijo večja izbira finančnih sredstev v različnih fazah njihovega razvoja ter več možnosti in boljši donosi za varčevalce in male vlagatelje.
- *Strategija za enotni trg.* Strategijo za enotni trg⁸ sestavljajo ciljno usmerjeni ukrepi na treh ključnih področjih, in sicer pri ustvarjanju priložnosti za potrošnike, strokovnjake in podjetja, spodbujanju modernizacije in inovacij ter zagotavljanju praktičnega izvajanja, ki koristi potrošnikom in podjetjem v vsakodnevnem življenju. Njen cilj je olajšati čezmejno zagotavljanje storitev in obravnavati ključne ovire na področju poslovnih storitev in gradbeništva. Komisija bo pregledala razvoj trga in po potrebi ukrepala v zvezi z zahtevami glede zavarovanja za ponudnike poslovnih in gradbenih storitev.

Ta zelena knjiga upošteva in dopolnjuje druge bolj specifične pobude Komisije, kot so poziv k predložitvi dokazov o regulativnem okviru EU za finančne storitve⁹, trenutna prizadevanja za odpravo ovir v zavarovalniškem sektorju v zvezi s pogodbenim pravom¹⁰, ocena potenciala direktive o trženju finančnih storitev potrošnikom na daljavo¹¹ in trenutna preiskava sektorja elektronskega trgovanja¹².

Oddelek 2 Trenutno stanje trgov za maloprodajne finančne storitve

2.1 Razdrobljeni trgi in nezadostna konkurenca

Med državami članicami EU obstajajo velike razlike v ceni in izbiri. Nekateri trgi kažejo, da produkte zamenjajo le redki potrošniki, kar bi lahko vplivalo na manjša prizadevanja podjetij za konkurenčnost. Poleg tega trgi nekaterih držav članic kažejo visoko koncentracijo ponudnikov storitev. Trgi EU za maloprodajne finančne storitve kažejo tudi majhno čezmejno dejavnost. Na to v določeni meri vplivajo kulturne in nacionalne preference ter izbira strank. Vsi potrošniki ne želijo kupiti svojih produktov finančnih storitev čez mejo. Vendar bi bilo koristno, da se prouči, kaj se še lahko stori za zmanjšanje razdrobljenosti.

Rast spletnega nakupovanja zagotavlja precejšen potencial, ki podjetjem omogoča, da na daljavo zagotovijo storitve strankam v drugih državah članicah. Obstaja tudi velik potencialni trg med potrošniki, ki so mobilni znotraj Unije, saj 13,6 milijona državljanov EU prebiva v državi članici EU, ki ni njihova matična država članica, še veliko več pa jih bo to morda

⁷ Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij – Akcijski načrt o oblikovanju unije kapitalskih trgov, COM(2015) 468 final, 30. september 2015.

⁸ Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij – Izpopolnitev enotnega trga: več priložnosti za prebivalstvo in gospodarstvo, COM(2015) 550 final, 28. oktober 2015.

⁹ „Call for Evidence: EU Regulatory Framework for Financial Services“ (Poziv k predložitvi dokazov: regulativni okvir EU za finančne storitve), Evropska komisija (http://ec.europa.eu/finance/consultations/2015/financial-regulatory-framework-review/docs/consultation-document_en.pdf).

¹⁰ Za več informacij glej http://ec.europa.eu/justice/contract/insurance/index_en.htm.

¹¹ Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 2002/65/ES z dne 23. septembra 2002 o trženju finančnih storitev potrošnikom na daljavo in o spremembi Direktive Sveta 90/619/EGS ter direktiv 97/7/ES in 98/27/ES (UL L 271, 9.10.2002, str. 16).

¹² Za več informacij glej http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html.

storilo enkrat v življenju¹³. Poleg tega 35 % evropskih državljanov živi na območjih, ki mejijo na druge države članice¹⁴, in mnogi že opravijo del svojih nakupov na „lokalnih“ čezmejnih območjih¹⁵. To bi se moralo omogočiti tudi za maloprodajne finančne storitve, vendar temu pogosto ni tako. Da bi vsa podjetja imela dostop do trgov, bi se morale zmanjšati nepotrebne in neupravičene ovire za nove udeležence na trgu, zlasti za podjetja, ki bi lahko zagotovila svoje produkte čez mejo znotraj EU.

Ali prebivate v Belgiji?

☒ **Da**

☐ **Ne**

Če nimate stalnega prebivališča v Belgiji, ne morete odpreti računa pri ABC Direct.

Omejena čezmejna dejavnost

Trenutna raven neposrednih čezmejnih transakcij na področju maloprodajnih finančnih storitev je omejena, saj potrošniki večinoma kupujejo navedene produkte na domačih trgih, podjetja pa v veliki večini zagotavljajo storitve na trgih, kjer imajo fizični sedež¹⁶. Nedavne študije kažejo, da je delež potrošnikov, ki so že kupili bančne produkte v drugi državi članici, in sicer kreditne kartice, tekoče račune in hipoteke, manjši od 3 %¹⁷. Samo 5 % potrošniških kreditov je bilo pridobljenih čezmejno¹⁸. Čezmejni krediti v euroobmočju znašajo manj kot 1 % vseh kreditov prebivalstvu na območju¹⁹. Pri zavarovanjih je čezmejno zagotavljanje storitev znašalo samo 3 % vseh bruto obračunanih premij v letih 2011 in 2012²⁰.

Razlike v ceni in izbiri

Dokaz o razdrobljenosti trga so različne cene za enake ali podobne produkte, ki so na voljo na različnih domačih trgih, celo za produkte istega ponudnika. Na primer pri ustanavljanju podružnic na drugih trgih podjetja običajno prilagodijo cene lokalnim pogojem in na te trge na splošno ne izvažajo bolj konkurenčnih cen. Na razdrobljenost trga kaže tudi omejena

¹³ „EU citizenship – statistics on cross-border activities“ (Državljanstvo EU – Statistični podatki o čezmejnih dejavnostih), Eurostat, april 2013, (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/EU_citizenship_-_statistics_on_cross-border_activities) (dostop marca 2015).

¹⁴ „Territories with specific geographical features“ (Ozemlja s posebnimi geografskimi značilnostmi), delovni dokument, regionalna politika Evropske unije, št. 02/2009, str. 4–5.

¹⁵ „EU contract law as a tool for facilitating cross-border transactions: a point of view from consumers“ (Pogodbeno pravo EU kot orodje za olajševanje čezmejnih transakcij: stališča potrošnikov), Evropski parlament, 2010 (<http://www.europarl.europa.eu/webnp/cms/pid/1483>), str. 9.

¹⁶ Posebna raziskava Eurobarometer 373 „Retail Financial Services“ (Maloprodajne finančne storitve), od str. 28 naprej (http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/policy/eb_special_373-report_en.pdf).

¹⁷ Posebna raziskava Eurobarometer 373 „Retail Financial Services“ (Maloprodajne finančne storitve), str. 32.

¹⁸ „Study on the functioning of the consumer credit market in Europe“ (Študija o delovanju trga potrošniških kreditov v Evropi), julij 2013

(http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/consumer_credit_market_study_en.pdf), str. x–xi.

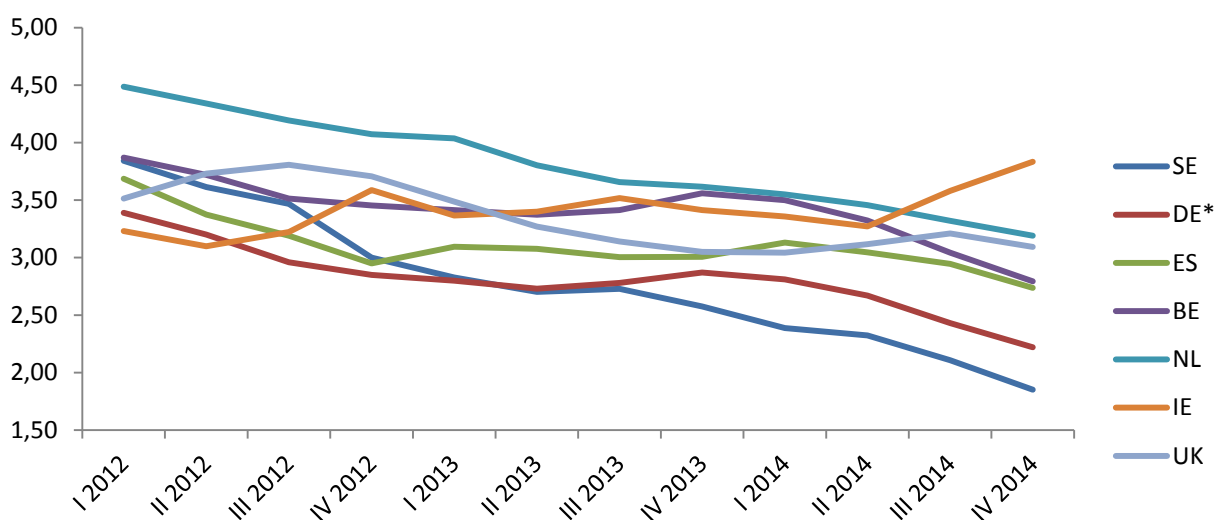
¹⁹ Vir: skladišče statističnih podatkov Evropske centralne banke.

²⁰ Schoenmaker, D., in Sass, J., „Cross-border insurance in Europe“ (Čezmejno zavarovanje v Evropi), Dokument Duisenberg School of Finance št. 45, november 2014, str. 12.

izbira, ki je na voljo potrošnikom v nekaterih državah članicah, saj imajo na nekaterih trgih na primer dostop le do hipotek s fiksno obrestno mero, na drugih pa samo do hipotek s spremenljivo obrestno mero²¹.

V bančnem sektorju informacije, ki jih je zbrala skupina za uporabnike finančnih storitev, kažejo, da so razlike med državami članicami pri številnih produktih velike in da jih ni mogoče pojasniti z objektivnimi razlikami v smislu kupne moči in nacionalnih ravni cen²². Letne provizije za kreditno kartico znašajo od 9,10 EUR v Romuniji do skoraj 114 EUR na Slovaškem. Kreditna plačila, ki se ne izvajajo prek spleta, so v nekaterih državah članicah brezplačna, v Franciji pa lahko v povprečju stanejo 3,58 EUR. Obstajajo tudi precejšnje razlike med obrestnimi merami, ki jih prebivalci plačajo za hipotekarne kredite v različnih državah (glej graf 1)²³. Pri potrošniških kreditih je mogoče opaziti večjo variabilnost kot pri hipotekarnih kreditih.

Graf 1: Podatki zveze European Mortgage Federation (Evropska hipotekarna zveza) o obrestnih merah za nove stanovanjske hipotekarne kredite po četrtletju (2012–2014)



*Opozoriti je treba, da se tehtano povprečje za celotni trg najverjetneje nagiba h kratkoročnim kreditom. To je posledica razpoložljivega sistema tehtanja: obseg kreditov vključuje podaljšanja, vendar je pri podaljšanju obdobje, za katero se uporablja obr

V zavarovalniškem sektorju lahko isti imetnik police s podobnim profilom tveganja plača dvakrat več za podobno polico glede na njegovo dejansko prebivališče. Informacije, ki jih je zbrala skupina za uporabnike finančnih storitev, kažejo, da mesečne premije za primerljivo življenjsko zavarovanje za 25 let, ki ni naložbeni produkt, znašajo od 10 EUR na mesec na Slovaškem in 12,40 EUR na mesec v Španiji do 65 GBP na mesec v Združenem kraljestvu.

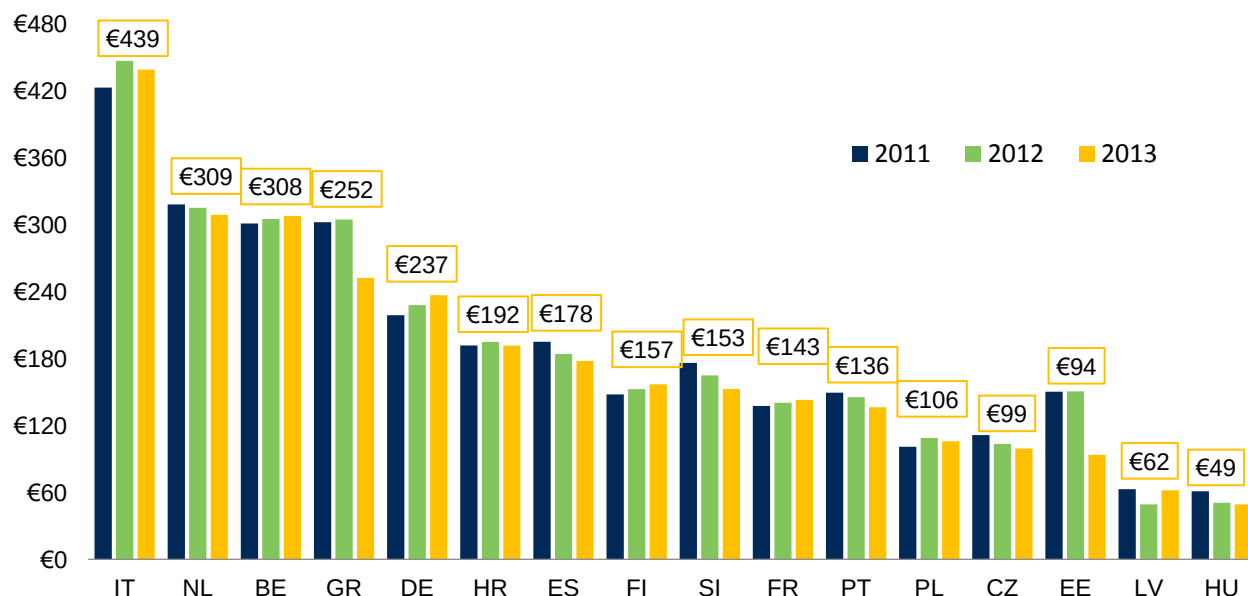
²¹ European Mortgage Federation (Evropska hipotekarna zveza) Hypostat 2015, str. 15.

²² „Retail Financial Market Integration“ (Integracija trgov maloprodajnih finančnih storitev), skupina za uporabnike finančnih storitev (http://ec.europa.eu/finance/financeservices-retail/fsug/papers/index_en.htm).

²³ Vir: European Mortgage Federation (Evropska hipotekarna zveza).

Na primer pri avtomobilskem zavarovanju se cene razlikujejo celo za isti model avtomobila (graf 2)²⁴.

Graf 2: Povprečne premije obveznega zavarovanja odgovornosti do tretjih oseb po državah



Razlike v cenah se lahko pripišejo dejavnikom, kot so različni pogoji v domačih gospodarstvih, neenake ravni kupne moči, finančne ali institucionalne strukture (npr. davčna ureditev, predpisi ali nadzor) ali različni stroški financiranja, vrednostne ponudbe (včasih povezane z vezano prodajo produktov ali združevanjem produktov v pakete) in cenovne strukture na lokalnih trgih. Pri zavarovanjih (zlasti avtomobilskih zavarovanjih) se lahko stroški in tveganja zagotavljanja kritja zelo razlikujejo med različnimi državami članicami, s čimer se lahko upravičijo nekatere razlike v cenah. Vendar ni očitne objektivne utemeljitve za velike razlike v ceni produktov, ki so v manjšem obsegu vezani na geografsko lokacijo ali lokalne značilnosti tveganja, na primer življenjskih zavarovanj (tudi če pričakovana življenjska doba morda ni enaka v vsaki državi članici). Ti dejavniki niso vedno zadostno pojasnilo za stopnjo razdrobljenosti cen po EU.

Nezadostna konkurenca in zelo majhen obseg zamenjave produktov s strani potrošnikov

Večina trgov bančnega poslovanja s prebivalstvom in maloprodajnih zavarovalniških trgov v državah članicah je izrazito skoncentriranih in kaže znake nepopolne konkurenčnosti, kar omejuje izbiro potrošnikov ter vrednost in kakovost produktov, ki jih prejmejo. Ob koncu leta 2013 je na primer tržni delež petih največjih ponudnikov v bančnem sektorju znašal od

²⁴ Poročilo Evropske zveze za zavarovanje in ponovno zavarovanje (Insurance Europe) o evropskih trgih avtomobilskih zavarovanj, stran 40 (graf 48), november 2015 (www.insuranceeurope.eu). Ta graf je bil spremenjen, in sicer so bile odstranjene države, ki niso članice EU. Glej tudi študijo podjetja za svetovanje Europe Economics o maloprodajnih zavarovalniških trgih (26. november 2009), str. 301 in 315 (http://ec.europa.eu/finance/insurance/docs/motor/20100302rim_en.pdf).

skoraj 95 % v Grčiji do več kot 30 % v Nemčiji in Luksemburgu²⁵. Večina zavarovalnic in njihovih industrijskih združenj je v odgovor na javno posvetovanje o pregledu uredbe o skupinskih izjemah na področju zavarovalništva trdila, da so zavarovalniški trgi konkurenčni²⁶. Kljub temu pa je mogoče opaziti visoko koncentracijo pri življenjskih in neživljenjskih zavarovanjih, na primer razmerja koncentracije v sektorju življenjskih zavarovanj, izmerjena glede na tržni delež petih največjih zavarovalnic, ki nudijo življenjsko zavarovanje, v letu 2013, znašajo od 100 % v Estoniji in na Malti do manj kot 40 % v Nemčiji in na Hrvaškem²⁷. Teh velikih razlik ni mogoče upravičiti z različnimi velikostmi teh trgov.

Zamenjava različnih ponudnikov produktov je v EU na nizki ravni²⁸. Po podatkih Eurobarometra v letu 2012 več kot 85 % anketirancev, ki so imeli osebni kredit ali kreditno kartico, ni zamenjalo ali poskušalo zamenjati ponudnika²⁹. Poleg tega se je na ravni držav članic izkazalo, da trgi za denarne prihranke ne delujejo dobro, saj so potrošniki vezani na istega ponudnika in produkt, čeprav so na voljo podobni produkti z boljšimi donosi³⁰. Pravzaprav po podatkih pregleda stanja potrošniških trgov maloprodajne finančne storitve spadajo med področja, na katerih so potrošniki najbolj nezadovoljni s storitvami, ki jih prejmejo³¹. Kombinacija visokih ravni nezadovoljstva, različnih cen in nizkih ravni zamenjave ponudnikov bi lahko pomenila, da konkurenca na teh trgih ne deluje dovolj dobro za potrošnike ali da ovire pri nakupu in predčasem odplačilu produktov vplivajo na pasivnost potrošnikov ter jim preprečujejo iskanje najboljših ponudb.

Potrošniki lahko z zamenjavo ponudnikov spodbujajo konkurenco med podjetji in vstop novih akterjev na zrele trge. Če ne bi bilo ovir, ki preprečujejo čezmejne transakcije, bi lahko zamenjave ponudnikov tudi spodbudile podjetja, da zagotovijo storitve iz drugih držav članic. Dva od trgov, na katerih je lahko zamenjava ponudnikov najtežja, in sicer na trgu za plačilne račune in hipoteke, v zadnjih letih urejajo pobude na ravni EU, ki se še vedno prenašajo na nacionalni ravni, pri čemer direktiva o hipotekarnih kreditih³² odpravlja ovire v zvezi s

²⁵ Glej poročilo o bančnih strukturah „Banking Structures Report“, Evropska centralna banka, oktober 2014, str. 15 (<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/bankingstructuresreport201410.en.pdf>).

²⁶ „Summary Report of the Replies to the Public Consultation on the Review of the Insurance Block Exemption Regulation (IBER)“ (Zbirno poročilo o odgovorih na javno posvetovanje o pregledu uredbe o skupinskih izjemah na področju zavarovalništva) (http://ec.europa.eu/competition/consultations/2014_iber_review/summary_report_en.pdf).

²⁷ Glej statistične podatke o zavarovanju in pozavarovanju v državah EU/EGP (preglednica 10) (<https://eiopa.europa.eu/financial-stability-crisis-prevention/financial-stability>).

²⁸ „Monitoring consumer markets in the European Union 2013“ (Spremljanje potrošniških trgov v Evropski uniji 2013), str. 43–44

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

²⁹ Raziskava Eurobarometer 373: „Retail Financial Services“ (Maloprodajne finančne storitve), str. 85.

³⁰ „Cash Savings Market Study Report“ (Poročilo o tržni študiji v zvezi z denarnimi prihranki), FCA (<http://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>); „Barriers to entry in the Dutch retail banking sector“ (Ovire za vstop v nizozemski sektor bančnega poslovanja s prebivalstvom), Autoriteit Consument & Market, str. 69.

³¹ Glej najnovejši pregled stanja potrošniških trgov na naslovu http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/index_en.htm.

³² Direktiva 2014/17/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 4. februarja 2014 o potrošniških kreditnih pogodbah za stanovanjske nepremičnine in spremembi direktiv 2008/48/ES in 2013/36/EU ter Uredbe (EU) št. 1093/2010 (UL L 60, 28.2.2014, str. 34). Člen 25 obravnava vprašanja v zvezi s predčasnim odplačilom.

predčasnim odplačilom produktov, direktiva o plačilnih računih³³ pa vzpostavlja namenske nacionalne storitve zamenjave za plačilne račune. Obstaja pa še več načinov za spodbujanje zamenjave ponudnikov na ravni EU, saj se na primer v nekaterih državah članicah proučuje popolna prenosljivost številke bančnih računov.

Izbiri potrošnikov lahko ovirata tudi vezana prodaja produktov in združevanje produktov v pakete. Vezano prodajo produktov ali združevanje maloprodajnih finančnih produktov v pakete poleg pravil konkurence trenutno urejajo sektorska pravila, ki so opredeljena v direktivi o hipotekarnih kreditih (ki bo zagotovila, da bodo kreditjemalci lahko sklenili zavarovanje z drugim ponudnikom)³⁴, direktivi o plačilnih računih in prihajajoči direktivi o distribuciji zavarovalnih produktov³⁵. Revidirana direktiva o trgih finančnih instrumentov (MiFID II)³⁶ vključuje tudi pooblastilo za ESMA (v sodelovanju z EBA in EIOPA), da pripravi smernice za navzkrižno prodajo. Stranke bi morale biti obveščene, da imajo možnost, da kupijo vsak produkt v paketu ločeno (npr. zavarovanje od drugega ponudnika), in biti jasno seznanjene s stroški. Komisija bo še naprej spremljala, ali imajo potrošniki to možnost in če so na tem področju potrebni nadaljnji ukrepi.

2.2 Spreminjanje sektorja maloprodajnih finančnih storitev zaradi digitalizacije

Digitalizacija in inovacije so v zadnjih letih izjemno hitro spremenile obliko maloprodajnih finančnih storitev in jo bodo najverjetneje spreminjale tudi v prihodnje. Finančna podjetja vedno pogosteje nudijo produkte prek spleta ali aplikacij in danes velika večina potrošnikov redno uporablja spletno bančništvo za upravljanje svojih računov in izvajanje transakcij³⁷. Načeloma bi ti tehnološki napredki lahko olajšali proces izvajanja nekaterih čezmejnih transakcij, razširili dostop do učinkovitejših informacij in nasvetov za potrošnike, izboljšali primerljivost produktov in okrepili pogostost zamenjave ponudnikov³⁸.

Novi akterji in nove tehnike na digitalnem trgu

Sektor maloprodajnih finančnih storitev se zelo spreminja, saj nanj vpliva digitalizacija. Pojavljajo se novi poslovni modeli: ponudniki in tehnološka podjetja, ki ponujajo storitve izključno na spletu, vstopajo na trg in zagotavljajo storitve (znotraj držav članic in včasih čez

³³ Direktiva 2014/92/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. julija 2014 o primerljivosti nadomestil, povezanih s plačilnimi računi, zamenjavi plačilnih računov in dostopu do osnovnih plačilnih računov (UL L 257, 28.8.2014, str. 214).

³⁴ Direktiva o hipotekarnih kreditih, člen 12(4): „Države članice lahko dajalcem kredita dovolijo, da od potrošnika zahtevajo sklenitev ustrezne zavarovalne police, povezane s kreditno pogodbo. V takšnih primerih države članice zagotovijo, da dajalec kredita sprejme zavarovalno polico ponudnika, ki ni njegov izbrani ponudnik, kadar ima takšna polica enako jamstveno raven kot tista, ki jo predlaga dajalec kredita.“

³⁵ Objava je načrtovana v letu 2016, glej tudi <http://www.consilium.europa.eu/sl/press-press-releases/2015/07/22-insurance-mediation/>.

³⁶ Direktiva 2014/65/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 15. maja 2014 o trgih finančnih instrumentovter spremembi Direktive 2002/92/ES in Direktive 2011/61/EU (UL L 173, 12.6.2014, str. 349).

³⁷ „Online banking penetration in selected European markets in 2014“ (Prodor spletnega bančništva na izbrane evropske trge v letu 2014), Statista, spletno mesto (<http://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/>).

³⁸ „Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks“ (Spletno bančništvo 2015: globalni trendi in njihovi učinki na banke), KPMG, str. 21–22. Podjetje KPMG je ugotovilo, da okrepljena vključenost v finančne produkte, ki izhajajo iz spletnega bančništva, spodbuja aktivnejši pregled morebitnih možnosti potrošnika.

mejo), vključno s prenosi elektronskega denarja, posredovanjem pri spletnih plačilih, združevanjem finančnih podatkov, medsebojnim financiranjem in primerjavo cen. Na trg vstopajo tudi novi akterji, ki niso tradicionalni ponudniki finančnih storitev in katerih glavni poslovni model niso vedno finančne storitve. Podjetja, ki poslujejo na področju družbenih medijev, na primer zdaj prodajajo finančne produkte. Te nove tehnologije so lahko ob uporabi ustreznih varnostnih standardov koristne za potrošnike.

Uveljavljena podjetja in nova podjetja za finančno tehnologijo proučujejo načine komuniciranja s svojimi strankami ter povezovanja distribucijskih verig za produkte in za zagotavljanje storitev, ki so hitrejši, bolj odzivni in bolj prilagojeni posamezniku. Digitalne tehnologije, vključno z javnimi in skupnimi glavnimi knjigami, v katerih ni mogoče spreminjati zabeleženih transakcij (na primer tehnologija verige blokov („blockchain“), ki jo uporablja Bitcoin), uveljavljenim akterjem na trgu zagotavljajo priložnost za preoblikovanje notranjih procesov z izboljšano standardizacijo, avtomatizacijo in ekonomijo obsega. Uveljavljeni akterji se tudi partnersko povezujejo s podjetji za finančno tehnologijo ali jih spodbujajo ter sodelujejo z glavnimi ponudniki digitalnih storitev, da bi oblikovali ta trend in ostali v koraku z njim. Poleg tega podjetja vse bolj uporabljajo masovne podatke, ki jih črpajo iz različnih mest, vključno z družbenimi mediji, da bi zbrala informacije o potencialnih ciljnih strankah. To jim omogoča boljše razumevanje strank, vendar se pri tem pojavljajo tudi vprašanja o ustrezni uporabi teh podatkov.

Te spremembe bodo še zlasti vplivale na obstoječe ponudnike, na primer uveljavljene banke, saj se te zanašajo na pomembne in drage podružnice ter na vlogo plačilnih računov kot tradicionalnih poti do potrošnikov, ki jih bo na preizkušnjo postavilo pojavljanje podjetij za finančno tehnologijo in digitalnih denarnic. Novi udeleženci so se osredotočili tudi na donosne pomožne dejavnosti, kot je menjava tuje valute³⁹. Banke in zavarovalnice veliko vlagajo v digitalizacijo prodaje in storitev za stranke, saj upajo, da bodo s tem prihranile stroške in se tesneje povezale z obstoječimi strankami⁴⁰. Novi udeleženci (ki še nimajo koristi od stabilnega kroga strank) bi lahko spodbudili čezmejne rešitve in odvzeli nove trge uveljavljenim ponudnikom.

Razvoj spletnih distribucijskih verig je še posebej zanimiv na ravni EU. Če se ponudnikom in potrošnikom omogoči, da izvajajo in podpirajo prodajo na daljavo na preprostejši način in z nižjimi stroški, lahko digitalizacija zagotovi dostop do velikega kroga strank na enotnem trgu, ki lahko izkoristijo najboljše razpoložljive ponudbe. Digitalizacija bi načeloma morala spodbujati čezmejno dejavnost, ne da bi podjetja morala ustanoviti sedež v drugi državi članici.

Inovativne tehnologije sicer zagotavljajo priložnosti za izboljšanje storitev za stranke in zmanjšanje cen, vendar lahko pomenijo tudi regulativne izzive, zlasti v zvezi s kibernetsko varnostjo in varstvom podatkov. Kibernetske grožnje predstavljajo veliko nevarnost za

³⁹ „*Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*“ (Spletno bančništvo 2015: globalni trendi in njihovi učinki na banke), KPMG, str. 27.

⁴⁰ „*Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*“ (Spletno bančništvo 2015: globalni trendi in njihovi učinki na banke), KPMG, str. 21.

potrošnike in podjetja; to vprašanje bo s širitvijo digitalizacije verjetno postalo še pomembnejše in zahteva ustrezen odziv. Trenutni regulativni in nadzorni okviri novih akterjev morda ne urejajo v takem obsegu kot uveljavljene ponudnike, vključno z vidika varstva potrošnikov. Tehnološki razvoj in širitev novih distribucijskih verig lahko otežita zagotavljanje ustreznih predpogodbenih informacij strankam, na primer z zagotavljanjem obveznega razkritja informacij prek mobilnih naprav z majhnimi zasloni. Ustrezen odziv na te izzive (vključno z zagotavljanjem ustrezne varnosti in varstva potrošnikov) in priložnosti bo treba skrbno proučiti.

Novi finančni in plačilni produkti

Komisija podpira rast inovativnih, potrošniku prijaznih tehnologij in želi zagotoviti, da so na voljo širokemu naboru potrošnikov po Evropi in čez mejo, kadar je to mogoče. Digitalizacija finančnih storitev je spodbudila nastanek novih produktov, na primer kreditov SMS ali medsebojnega posojanja, nekaterih od njih pa prinašajo izzive v zvezi urejanjem področja in varstvom potrošnikov.

Zlasti na področju plačil prinaša nove priložnosti razvoj mobilnih, spletnih in takojšnjih plačil na domačih trgih. Mobilna plačila se v Evropi hitro razvijajo in zagotavljajo raznolike rešitve za plačila na daljavo ali brezstična plačila, ki jih trenutno nudijo subjekti na trgu, vključno z bankami, kartičnimi shemami, mobilnimi operaterji in internetnimi akterji. Te storitve zajemajo medsebojna plačila, mobilne denarnice ter bančne in kartične aplikacije, uporabljajo pa različne tehnologije (za plačila na prodajnem mestu sta najbolj razviti komunikacija s sosednjim poljem in hitroodzivna koda). Za potrošnika to pomeni, da lahko svoje nakupe plača prek telefona, si izmenja podatke o ceni obroka ali pošlje sredstva prijateljem prek aplikacije. Kljub temu pa se te rešitve pogosto lahko uporabljajo samo na ravni domačega trga in običajno niso interoperabilne, podjetja ali skupine podjetij pa tekmujejo v uveljavljanju svojih standardov. Njihova omejena geografska pokritost in zelo majhen obseg interoperabilnosti omejujeta sprejemanje teh rešitev pri trgovcih, kar zmanjšuje njihovo učinkovito čezmejno uporabo.

Plačila v realnem času (ali takojšnja plačila) trenutno obstajajo v nekaterih državah, v drugih pa so pritegnila precejšnje zanimanje, saj lahko njihova hitrost spodbudi inovacije in nastanek novih plačilnih aplikacij. Ta plačila so naslednji logični korak na enotnem trgu plačil male vrednosti po prehodu v enotno območje plačil v eurih (SEPA)⁴¹: ponudniki plačilnih storitev v EU so začeli razvijati shemo SEPA za takojšnja kreditna plačila. Evropski odbor za plačila male vrednosti in Evropski svet za plačila⁴² pripravljata vseevropski standard za takojšnja plačila in medsebojna mobilna plačila, na podlagi katerega bi se lahko vzpostavili interoperabilni sistemi. Komisija podpira zadevno delo obeh organov.

⁴¹ Več informacij o območju SEPA je na voljo na naslovu http://ec.europa.eu/finance/payments/sepa/index_en.htm.

⁴² Za več informacij glej <http://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/governance/eu/html/index.en.html> in <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/>.

Oddelek 3 Boljši produkti, večja izbira ter večje priložnosti za potrošnike in podjetja

Vse prednosti, ki jih lahko prinese enotni evropski trg za maloprodajne finančne storitve, še niso bile izkoriščene. Eden od najneposrednejših načinov za okrepitev konkurence in spodbujanje blaginje potrošnikov bi bilo zmanjšanje ovir za čezmejno trgovino na področju teh storitev, kjer je to mogoče. Te ovire izhajajo iz dveh glavnih skupin temeljnih vzrokov, ki vplivajo na ponudnike in potrošnike, skupaj pa zmanjšujeta izbiro in konkurenco ter ohranjata razdrobljenost evropskega trga:

- potrošniki ne vedo za ponudbe v drugih državah članicah ali jim ne zaupajo dovolj, če pa jih poznajo ali jim zaupajo, je njihov dostop do teh ponudb otežen (oddelek 3.1), in
- ponudniki ne zagotavljajo produktov potrošnikom v drugih državah članicah, saj razdrobljeni trgi celo v času digitalizacije ustvarjajo previsoke operativne stroške in stroške zagotavljanja skladnosti (oddelek 3.2).

Komisijo še zlasti zanima, ali lahko uporaba inovativne digitalne tehnologije pomaga pri odpravi katere koli od teh ovir. Pomanjkanje zaupanja med potrošniki in pravne varnosti za trgovce v zvezi s čezmejnimi transakcijami je morda tudi posledica nedoslednega izvrševanja zakonodaje EU v EU. Mreža za sodelovanje na področju varstva potrošnikov zajema nekatere ključne dele zakonodaje o varstvu potrošnikov na področju finančnih storitev. Če se pojavi težava v zvezi z izvrševanjem zakonodaje EU, se lahko reši s pomočjo takih mrež.

Splošna vprašanja

1. *Za katere finančne produkte bi lahko izboljšana čezmejna ponudba okrepila konkurenco na nacionalnih trgih v smislu boljše izbire in cene?*
2. *Katere ovire preprečujejo podjetjem, da bi finančne storitve zagotovila neposredno čez mejo, in potrošnikom, da bi produkte kupovali neposredno čez mejo?*
3. *Ali se katera koli od teh ovir lahko v prihodnje odpravi z digitalizacijo in inovacijami v sektorju finančne tehnologije?*
4. *Kaj se lahko stori, da se zagotovi, da digitalizacija finančnih storitev ne bo povzročila večje finančne izključenosti, zlasti oseb, ki so digitalno nepismene?*
5. *Kakšen bi moral biti naš pristop, če bodo priložnosti v okviru rasti in širitve digitalnih tehnologij povzročile nova tveganja v zvezi z varstvom potrošnikov?*
6. *Ali imajo stranke dostop do varnih, preprostih in razumljivih finančnih produktov po vsej Evropski uniji? Kaj se lahko v nasprotnem primeru stori, da bi se omogočil tak dostop?*
7. *Ali kakovost izvrševanja zakonodaje EU o maloprodajnih finančnih storitvah po EU negativno vpliva na zaupanje potrošnikov in povezovanje trgov?*
8. *Ali je treba upoštevati še druge dokaze ali razvoj trga v zvezi s čezmejno konkurenco in izbiro na področju maloprodajnih finančnih storitev?*

3.1 Pomoč potrošnikom pri čezmejnem nakupu finančnih produktov

Potrošniki morajo večkrat v svojem življenju sprejeti pomembne finančne odločitve z dolgoročnimi posledicami. Naj gre za nakup življenjskega zavarovanja, uporabo hipoteke za nakup doma, selitev v tujino ali varčevanje denarja za prihodnost, potrošniki bi morali i) biti seznanjeni s ponudbo drugod po EU, ii) imeti možnost nakupa produktov po konkurenčnih

cenah, ki ustrezajo njihovim potrebam, in iii) zaupati, da so njihovi produkti varni in primerni ter da bodo delovali v skladu z njihovim namenom.

3.1.1 Poznavanje ponudbe⁴³

Iščem najboljšo ponudbo v svoji državi članici. Ne vem, ali v drugih državah članicah obstajajo produkti, ki so morda cenejši ali boljši.

Potrošniki pogosto nimajo dostopa do informacij o čezmejnih ponudbah finančnih produktov, zato težko kupujejo zunaj svoje matične države. Le redki ponudniki maloprodajnih finančnih storitev se osredotočajo na potrošnike v državah članicah, kjer nimajo fizičnega sedeža. Poleg tega se potrošniki srečujejo s številnimi ovirami, vključno z jezikom, če želijo izvedeti več o produktih v drugih državah članicah.

Boljše informacije za stranke in pomoč pri zamenjavi ponudnika

En način krepitve ozaveščenosti potrošnikov in spodbujanja k zamenjavi produkta z ustrežnejšim bi bil zagotavljanje dostopa do kanalov, s pomočjo katerih bi se lahko seznanili s produkti, ki so na voljo v drugih državah članicah, in razumeli njihove značilnosti. Takšni kanali bi lahko na primer vključevali finančne posrednike, neodvisna primerjalna spletna mesta ali neodvisne spletne storitve finančnega svetovanja.

Neodvisna primerjalna spletna mesta lahko pomagajo zagotoviti, da so stranke seznanjene z obstojem produktov, njihova glavna prednost pa je podpora, ki jo nudijo potrošnikom pri zamenjavi ponudnika, saj jim omogočajo, da ocenijo, kateri produkti najbolj ustrezajo njihovim potrebam, in med njimi izbirajo. Organ EIOPA je ugotovil, da primerjalna spletna mesta spodbujajo konkurenco med zavarovalnicami in zavarovalnimi posredniki ter pomagajo krepiti preglednost in primerljivost informacij, ki so na voljo potrošnikom⁴⁴. Ta koncept bi se lahko uporabil tudi za druge segmente produktov in države članice, ki trenutno nimajo teh storitev, vendar je treba pri vseh ukrepih upoštevati, da mnoga primerjalna spletna mesta včasih slabo opisujejo merila in vidike ocenjevanja za produkte, ki se primerjajo, in se pogosto preveč osredotočajo na ceno⁴⁵. Primerjalna spletna mesta so zelo običajen pojav v zavarovalniškem sektorju in direktiva o plačilnih računih je uvedla obveznost vzpostavitve vsaj enega primerjalnega spletnega mesta (z določenimi merili kakovosti) na nacionalni ravni, ki bo predstavil ponudbe bančnega poslovanja, vključno s provizijami, različnih finančnih institucij.

Druge metode za zvišanje stopnje zamenjave ponudnikov bi lahko vključevale ukrepe za zagotavljanje, da potrošnikom pri predčasnem odplačilu svojih produktov ne bo treba plačati obremenjujočih kazni, kot je opredeljeno v direktivi o hipotekarnih kreditih in direktivi o

⁴³ Primeri v tem dokumentu temeljijo na številnih dejanskih primerih, o katerih je bila obveščena Komisija.

⁴⁴ „Report on Good Practices on Comparison Websites“ (Poročilo o najboljši praksi za primerjalna spletna mesta), EIOPA (januar 2014).

⁴⁵ „Comparison Tools and Third-Party Verification Schemes“ (Primerjalna orodja in sistemi preverjanja tretjih oseb), Evropska komisija, spletno mesto

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

potrošniških kreditnih pogodbah⁴⁶, ali prizadevanja za odpravo pasivnosti potrošnikov, tako da se zmanjšajo ovire in težave v zvezi z zamenjavo produktov⁴⁷. Uporaba ciljno usmerjenega razkritja informacij v ključnih trenutkih, ko ima lahko potrošnik koristi od zamenjave produktov, bi lahko tudi zagotovila, da so potrošniki bolj aktivni pri svojih finančnih odločitvah in manj vezani na produkte, ki so jih kupili⁴⁸.

Vprašanja

9. *Kateri kanal bi bil najprimernejši za krepitev ozaveščenosti potrošnikov o različnih produktih maloprodajnih finančnih storitev in zavarovalnih produktih, ki so na voljo v Uniji?*
10. *Kaj se še lahko stori, da se olajša čezmejna distribucija finančnih produktov prek posrednikov?*
11. *Ali so potrebni nadaljnji ukrepi, da se spodbudi primerljivost in/ali olajša zamenjava maloprodajnih finančnih storitev od ponudnikov iz iste ali druge države članice? Če so, kateri so ti ukrepi in za katere segmente produktov naj se sprejmejo?*

Obravnava zapletenih in nedopustno visokih provizij za tuje transakcije

Živim v euroobmočju. Moja banka mi zaračuna visoke provizije vsakič, ko nakažem denar v državo članico, ki ni v euroobmočju. Ko sem svojo kreditno kartico uporabil v tujini, sem prejel visok račun, saj je banka uporabila obračunski tečaj, ki je bil slabši od tržnega tečaja, jaz pa nisem bil vnaprej ustrezno obveščen o deviznem tečaju, ki se bo uporabil.

Kar zadeva stroške transakcij, Uredba (ES) št. 924/2009 o čezmejnih plačilih⁴⁹ odpravlja razlike v stroških za čezmejna in domača plačila v evrih, od tega pa imajo velike koristi potrošniki, ko opravijo plačilo v evrih. Vendar morajo državljani, ki želijo nakazati denar v druge države EU v valuti, ki ni evro, pogosto plačati zelo visoke provizije v primerjavi s tistimi, ki jih plačajo za domača nakazila. Te provizije zajemajo stroške transakcije in provizije za menjavo valute ter lahko predstavljajo velik delež vrednosti transakcije. Stroški transakcije za čezmejna plačila in nakazila v valuti, ki ni evro, so za običajne potrošnike navadno zelo visoki v vseh državah članicah in strankam niso vedno jasno razkriti. Na voljo je vedno več spletnih mest za medsebojno menjavo valute, ki potrošnikom zagotavlja bistveno boljše devizne tečaje, ki so začela dejansko vplivati na trge. Čeprav morajo podjetja zagotoviti preglednost v zvezi s provizijami in tečaji za menjavo valute, provizij in tečajev posebej ne ureja noben evropski predpis.

V primeru kartičnih plačil potrošniki ne vedo vedno, kakšen obračunski tečaj bo uporabljen za transakcijo, izvedeno v tujini, na primer za dvig gotovine ali nakupe s plačilno kartico v

⁴⁶ Direktiva 2008/48/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. aprila 2008 o potrošniških kreditnih pogodbah in razveljavitvi Direktive Sveta 87/102/EGS (UL L 133, 22.5.2008, str. 66).

⁴⁷ Za podjetja trenutno velja zakonodaja EU o nepoštenih pogodbenih pogojih in nepoštenih poslovnih praksah (glej opombo 3), ki omejuje nekatere pogodbene in nepogodbene ovire pri zamenjavi ponudnika s strani potrošnika.

⁴⁸ Glej na primer „Cash Savings Market Study Report“ (Poročilo o tržni študiji v zvezi z denarnimi prihranki), FCA, ki predlaga uporabo opozoril SMS ob bližajočem se zaključku obdobja z ugodnejšo obrestno mero (<https://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>).

⁴⁹ Uredba (ES) št. 924/2009 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. septembra 2009 o čezmejnih plačilih v Skupnosti in razveljavitvi Uredbe (ES) št. 2560/2001 (UL L 266, 9.10.2009, str. 11).

državah članicah z drugo valuto. Pretvorbo valute običajno zagotovi banka, ki je izdala kartico. V zadnjih letih trgovci vse pogosteje ponujajo možnost uporabe deviznega tečaja svoje banke (tako imenovana dinamična pretvorba valut), ki potrošnikom zagotavlja vsaj nekaj preglednosti in je morda cenovno ugodnejša. Tečaji trgovcev pa niso sistematično boljši za potrošnike in pogosto jih je v posameznih primerih težko primerjati s tečaji, ki jih ponuja potrošnikova banka, saj točni tečaji, ki jih zagotavljajo banke, niso na voljo potrošnikom v času transakcije. To pomeni, da potrošniki doslej niso mogli izkoristiti konkurence na podlagi priložnosti v zvezi z dinamično pretvorbo valut.

Zaradi obstoja različnih valut v EU in nadaljnjega povezovanja trgov maloprodajnih finančnih storitev bo s širjenjem elektronskega trgovanja na enotnem digitalnem trgu to vprašanje verjetno postajalo vedno pomembnejše in ga bo treba podrobneje proučiti.

Vprašanja

12. *Kaj se še lahko stori na ravni EU, da bi se obravnavalo vprašanje previsokih provizij, ki se zaračunavajo za čezmejna plačila (npr. kreditna plačila) v zvezi z različnimi valutami v EU?*
13. *Ali so poleg obstoječih zahtev o razkritju informacij⁵⁰ potrebni še kakršni koli nadaljnji ukrepi, da se zagotovi seznanjenost potrošnikov s provizijami, ki se zaračunajo za pretvorbo valute, ko opravijo čezmejno transakcijo?*

3.1.2 Dostop do finančnih storitev povsod v Evropi

Po upokojitvi sva se preselila v Francijo in želiva obdržati svoj račun v Združenem kraljestvu, da bi prejemale mesečno pokojnino. Vendar pa najina banka ne želi obnoviti debetne kartice, saj nimava stalnega prebivališča v Združenem kraljestvu. Banka ne bo zaprla računa samo, če imava položen večji znesek.

Ogledala sva si tudi znano primerjalno spletno mesto o najboljših obrestnih merah, ki so na voljo za najine prihranke, in opazila naslednje: „Preden vložite vlogo, zagotovite, da ste prebrali in razumeli pogoje v zvezi z računom. Prav tako morate biti stari več kot 18 let in imeti stalno prebivališče v Združenem kraljestvu.“

Ker ponudniki finančnih storitev trenutno ne zagotavljajo svojih produktov čez mejo, razen če imajo sedež na ciljnim trgu, lahko potrošniki v EU redko dostopajo do kakršnih koli finančnih storitev v drugih državah članicah (razen pri nekaterih omejenih naložbenih produktih)⁵¹. Čeprav bo direktiva o plačilnih računih spodbudila notranji trg s prepovedjo diskriminacije potrošnikov, ki vlagajo vlogo za plačilni račun ali ga uporabljajo, na podlagi prebivališča, v večini primerov potrošniki še vedno ugotovijo, da niso upravičeni do storitev,

⁵⁰ Zakonodajna resolucija Evropskega parlamenta z dne 8. oktobra 2015 o predlogu direktive Evropskega parlamenta in Sveta o plačilnih storitvah na notranjem trgu, o spremembah direktiv 2002/65/ES, 2013/36/EU in 2009/110/ES ter o razveljavitvi Direktive 2007/64/ES (COM(2013)0547 – C7-0230/2013 – 2013/0264(COD)). Glej člen 59 in člen 60(3).

⁵¹ „Protecting consumer interests in the retail financial services area“ (Varovanje interesov potrošnikov na področju maloprodajnih finančnih storitev), BEUC, 2011, str. 3 (<http://www.beuc.org/publications/2011-09879-01-e.pdf>).

če ne prebivajo v državi ponudnika⁵². Na področju zavarovanja so razpoložljive možnosti odvisne od dejanskega prebivališča potrošnikov in ne od njihovih posameznih profilov tveganja, saj zavarovalnice pripravijo police glede na skupino tveganja, kot jo določa lokalno povpraševanje. Spletni ponudniki lahko uporabijo tehnike „geografskega blokiranja“, da onemogočijo dostop do spletnih mest, preusmerijo uporabnika na druga spletna mesta ali preprečijo izvedbo transakcije tako, da zahtevajo posebne oblike podatkov, ki so omejene na določene države (npr. poštno številko ali podatke o plačilu). Te prakse preprečujejo potrošnikom, da bi vložili vlogo za svoj izbrani produkt.

Potrošniki se pri nakupovanju v EU ne smejo obravnavati drugače na podlagi njihovega državljanstva ali dejanskega prebivališča, razen če to utemeljujejo objektivna merila. Ukrepi za preprečevanje geografskega blokiranja in drugih oblik diskriminacije na podlagi geografske lokacije so bili objavljeni v strategiji za enotni digitalni trg maja 2015 in strategiji za enotni trg novembra 2015⁵³. Komisija bo do sredine leta 2016 predstavila zakonodajne predloge za odpravo neupravičenega geografskega blokiranja in na splošno za preprečevanje diskriminacije potrošnikov na podlagi prebivališča ali državljanstva.

Vprašanje

14. Kaj se lahko stori, da se omeji neupravičena diskriminacija na podlagi prebivališča v sektorju maloprodajnih finančnih storitev, vključno z zavarovanji?

Večanje prenosljivosti produktov

Zaradi nove zaposlitve se želim preseliti v drugo državo članico. V svoji matični državi članici imam že dolgo sklenjeno zasebno zdravstveno zavarovanje, vendar ga ne morem vzeti s seboj, zato bi moral skleniti novo zasebno zdravstveno zavarovanje. Ugotovil sem, da bi bile premije v moji novi državi članici precej višje, saj zavarovanje temelji na mojih najnovejših podatkih o zdravju, ne pa na moji zdravstveni anamnezi.

Državljeni, ki se selijo iz ene države članice v drugo, morda ne bodo mogli več uporabljati finančnih produktov, ki so jih pridobili v svoji matični državi članici, in so lahko izključeni iz finančnega sektorja v novi državi članici prebivališča. Ta položaj je lahko neprijeten zlasti za potrošnike, ki se ne znajo dobro pogajati s ponudniki storitev v novi državi članici prebivališča, ali državljane, ki se morajo zanašati na pogost dostop do finančnih produktov, ki so jih pridobili v življenju, kot je na primer zasebno zdravstveno zavarovanje.

Zdi se, da se za zasebna zdravstvena zavarovanja uporabljajo pogodbeni pogoji, ki omejujejo upravičenost do koristi na državo članico, v kateri ima imetnik police običajno prebivališče ob sklenitvi zavarovalne pogodbe. Običajno prebivališče je po naravi nekaj, kar se lahko sčasoma spremeni. Zato se imetniki police ob selitvi v drugo državo članico morda ne bodo mogli zanesti na svoje obstoječe police, zahtevati povračila stroškov za bolnišnično oskrbo ali koristiti svoje zasebne pokojnine v tujini. To vpliva zlasti na starejše, ki morajo pogosto plačati višje premije za zdravstveno zavarovanje ali dolgotrajno oskrbo.

⁵² Glej na primer primer iz oddelka 2.1.

⁵³ Posvetovanje o geografskem blokiranju bo odprto do 28. decembra 2015 (glej <https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/geoblocksurvey2015/>).

Potrošniki se srečujejo s posebnimi vprašanji, ko se poskušajo zanašati na prihranke za starost, ki temeljijo na zavarovanju. Poleg precejšnjih težav, s katerimi se lahko srečujejo imetniki polic pri usklajevanju podvojenih in nasprotujočih si davčnih ureditev, mnoge police življenjskega zavarovanja omejujejo zavarovanje tako, da je veljavno samo v državi članici, v kateri ima imetnik police običajno prebivališče⁵⁴. Takšne omejitve zmanjšujejo izbiro potrošnikov in čezmejno konkurenco ter predstavljajo resno oviro za potrošnike, ki se selijo v druge države članice. Te ovire najbolj vplivajo na državljane EU, ki se želijo upokojiti v drugi državi članici.

Vprašanje

15. Kaj se lahko stori na ravni EU za olajšanje prenosljivosti maloprodajnih finančnih produktov, na primer življenjskega in zasebnega zdravstvenega zavarovanja?

Olajševanje dostopa do zavarovanja poklicne odgovornosti in njegovega čezmejnega priznavanja

V sektorjih, v katerih je zavarovanje poklicne odgovornosti obvezno⁵⁵, imajo ponudniki storitev pri zagotavljanju storitev pogosto težave pri pridobivanju produktov, ki zajemajo ozemlje več kot ene države članice. V okviru strategije za enotni trg je bilo napovedano, da bo Komisija pregledala razvoj trga glede razpoložljivosti in vzajemnega priznavanja obveznega zavarovanja poklicne odgovornosti ter po potrebi sprejela ukrepe v zvezi z zahtevami glede zavarovanja za ponudnike poslovnih in gradbenih storitev.

Vprašanje

16. Kaj se lahko stori na ravni EU, da bi se ponudnikom storitev olajšala dostop do obveznega zavarovanja poklicne odgovornosti in njegovo čezmejno priznavanje?

3.1.3 Zaupanje v izkoriščanje priložnosti drugod po Evropi

Našel sem izjemno ponudbo za kredit v drugi državi članici z obrestno mero, ki je veliko nižja od obrestne mere pri mojih lokalnih ponudnikih. Želel sem kupiti produkt, vendar me je skrbelo, kakšne bi bile posledice, če bi šlo kaj narobe. Zato sem se namesto tega odločil, da bom kupil dražji produkt na lokalnem trgu.

Potrošniki morajo vedeti, da bodo ustrezno zaščiteni pred nakupom maloprodajnega finančnega produkta in po njem, ne glede na to, kje v Uniji ga kupijo⁵⁶.

⁵⁴ Na področju zasebnih pokojnin se to vprašanje obravnava v okviru dela Komisije v zvezi z unijo kapitalskih trgov.

⁵⁵ Člen 23 direktive o storitvah na notranjem trgu omogoča državam članicam, da od ponudnikov storitev zahtevajo, da sklenejo zavarovanje poklicne odgovornosti ali zagotovijo neko drugo obliko finančnega jamstva (Direktiva 2006/123/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o storitvah na notranjem trgu (UL L 376, 27.12.2006, str. 36)).

⁵⁶ Raziskava Eurobarometer 373: „Retail Financial Services“ (Maloprodajne finančne storitve), str. 42, ki kot skrbi pri nakupu v drugi državi članici navaja „pomanjkanje jasnih informacij“ (29 %), „nepoznavanje pravic v primeru težav“ (28 %) in „nižja raven varstva potrošnikov v drugih državah članicah EU“.

Spodbujanje primerljivosti in razumevanja pri potrošnikih na podlagi izboljšane razkritja informacij

Potrošnikom je treba zagotoviti informacije, ki so zlahka razumljive. Informacije bi morale biti jasne in se osredotočati na elemente, ki potrošniku omogočajo popolno razumevanje produkta, pri tem pa bi bilo treba upoštevati tudi vedenje potrošnikov. Poznavanje področja financ lahko pomaga, vendar morajo potrošniki pri nakupu produkta vedeti, kakšne provizije se bodo zanj zaračunale, kdo jih bo zaračunal in kakšne koristi bodo imeli od produkta. Imeti morajo možnost primerjave stroškov in koristi, da se lahko učinkovito odločijo. Potrošniške organizacije imajo med drugim pomembno vlogo pri izmenjavi in razširjanju nepristranskih ocen finančnih produktov.

Kakršni koli ukrepi na tem področju bi lahko temeljili na prizadevanjih v zadnjih letih, da se zagotovi učinkovito, pregledno in primerljivo razkritje informacij. V zadnjih nekaj letih je to področje obravnavalo več ukrepov EU, na primer direktiva o hipotekarnih kreditih, direktiva o potrošniških kreditnih pogodbah, direktiva o plačilnih računih, direktiva o kolektivnih naložbenih podjetjih za vlaganja v prenosljive vrednostne papirje (KNPVP)⁵⁷, direktiva o trgih finančnih instrumentov II ter uredba o paketnih naložbenih produktih za male vlagatelje in zavarovalnih naložbenih produktih⁵⁸, na področju neživiljenjskih zavarovalnih produktov pa direktiva o distribuciji zavarovalnih produktov. Za trženje finančnih storitev potrošnikom na daljavo (npr. prek spleta) je direktiva o trženju finančnih storitev potrošnikom na daljavo določila zahteve o obveščanju. V okviru akcijskega načrta za unijo kapitalskih trgov bo Komisija pozvala evropske nadzorne organe, naj obravnavajo preglednost dolgoročnih maloprodajnih in pokojninskih produktov, vključno z njihovo dejansko neto donosnostjo in provizijami. Poleg tega digitalizacija in nastanek novih produktov in novih digitalnih kanalov zagotavljata priložnost za nadaljnjo proučitev načinov, kako lahko komunikacija podjetij s strankami, vključno z razkritjem informacij, ki ga določajo zakonodaja EU in nacionalni predpisi, deluje v najboljšem interesu potrošnikov ter jih podpira pri razumevanju produktov, ki jih kupijo, in zaupanju vanje.

Vprašanje

17. Ali je treba sprejeti nadaljnje ukrepe na ravni EU, da se izboljšata preglednost in primerljivost finančnih produktov (zlasti z digitalnimi rešitvami) ter s tem okrepi zaupanje potrošnikov?

Izboljšanje pravnih sredstev na področju maloprodajnih finančnih storitev

Potrošniki pogosto težko najdejo ustrezna pravna sredstva za čezmejne situacije, kar jih lahko odvrne od nakupa finančnih produktov v drugi državi članici.

⁵⁷ Direktiva 2009/65/ES, kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo 2014/91/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. julija 2014 o spremembi Direktive 2009/65/ES o usklajevanju zakonov in drugih predpisov o kolektivnih naložbenih podjetjih za vlaganja v prenosljive vrednostne papirje (KNPVP), kar zadeva funkcije depozitarja, plačne politike in sankcije (UL L 257, 28.8.2014, str. 186).

⁵⁸ Uredba (EU) št. 1286/2014 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 26. novembra 2014 o dokumentih s ključnimi informacijami o paketnih naložbenih produktih za male vlagatelje in zavarovalnih naložbenih produktih (PRIIP) (UL L 352, 9.12.2014).

Da bi pomagala potrošnikom v takih primerih, je Komisija leta 2001 ustanovila mrežo za reševanje finančnih sporov (FIN-NET), da bi olajšala reševanje čezmejnih sporov na področju finančnih storitev⁵⁹. Ta prostovoljna in neuradna mreža združuje varuhe človekovih pravic, arbitre, sodnike in druge sheme iz celotne EU. Člani mreže FIN-NET imajo številne različne pristojnosti in pristope, od obveznega sodelovanja in obveznega zagotavljanja skladnosti z odločitvami s strani pogodbenih strank do prostovoljnega sodelovanja v sodnih postopkih. Ta mreža pa trenutno ne zajema vseh držav članic ali področij finančnega sektorja v posameznih državah⁶⁰.

Za okrepitev zaupanja potrošnikov v čezmejne nakupe produktov bi se lahko mreža FIN-NET nadgradila, da se zagotovi, da vsi člani izpolnjujejo zavezujoče zahteve glede kakovosti za „organe alternativnega reševanja sporov“ v skladu z direktivo o alternativnem reševanju potrošniških sporov⁶¹. Več potrošnikov bi bilo treba seznaniti z obstojem mreže FIN-NET, da bi lahko izkoristili okrepljeno mrežo. Čeprav je mreža FIN-NET v letu 2014 obravnavala več kot 3 500 čezmejnih primerov, je splošna ozaveščenost o njej majhna. Komisija bo proučila, ali bi morala biti krepitev ozaveščenosti o mreži FIN-NET ena od prvih prednostnih nalog. Na dolgi rok in v primeru velikega povečanja čezmejnega povezovanja bo morda treba razmisliti o dodatnih ukrepih za nadaljnje izboljšanje sistema alternativnega reševanja sporov na področju maloprodajnih finančnih storitev na podlagi izkušenj, pridobljenih z izvajanjem direktive o alternativnem reševanju potrošniških sporov.

Komisija je leta 2013 sprejela priporočilo o kolektivnih pravnih sredstvih⁶². To priporočilo poziva države članice, naj vzpostavijo kolektivna pravna sredstva za kršitve pravic iz prava Unije, vključno s področjem finančnih storitev. Ukrepi v zvezi s kolektivnimi pravnimi sredstvi so se izkazali za učinkovito orodje pri varovanju interesov potrošnikov na področju finančnih storitev⁶³. Komisija bo do julija 2017 ocenila izvajanje priporočila na podlagi praktičnih izkušenj.

Vprašani

18. Ali bi se morali sprejeti kakršni koli ukrepi, da se okrepi ozaveščenost potrošnikov o mreži FIN-NET in njeni učinkovitosti v okviru izvajanja direktive o alternativnem reševanju potrošniških sporov?
19. Ali imajo potrošniki ustrezen dostop do finančnega nadomestila v primeru zavajajoče prodaje maloprodajnih finančnih produktov ali zavarovanja? Če ga nimajo, kaj se lahko stori, da se omogoči tak dostop?

⁵⁹ Za več informacij glej http://ec.europa.eu/finance/fin-net/index_en.htm.

⁶⁰ FIN-NET ima trenutno 57 članov iz 22 držav članic in 3 držav EGP (Norveška, Islandija in Lihtenštajn).

⁶¹ Direktiva 2013/11/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 21. maja 2013 o alternativnem reševanju potrošniških sporov ter spremembi Uredbe (ES) št. 2006/2004 in Direktive 2009/22/ES (UL L 165, 18.6.2013, str. 63).

⁶² Priporočilo Komisije z dne 11. junija 2013 o skupnih načelih za mehanizme kolektivnih opustitvenih in odškodninskih tožb v državah članicah v zvezi s kršitvami pravic iz prava Unije (UL L 201, 26.7.2013, str. 60).

⁶³ Glej na primer ukrepe v zvezi s kolektivnimi pravnimi sredstvi, ki so bili uvedeni za življenjska zavarovanja v Franciji ter prednostne delnice in sheme finančnih piramid v Španiji.

Varstvo žrtev v primeru plačilne nesposobnosti avtomobilskih zavarovalnic

Potrošniki, ki postanejo žrtve avtomobilske nesreče v drugi državi članici, tvegajo, da ne bodo prejeli nadomestila, če odgovorna zavarovalnica postane plačilno nesposobna. Trenutno ne sodelujejo vse države članice v prostovoljnem sporazumu, ki zagotavlja nadomestilo za žrtve v primerih, ko nesrečo v eni državi članici povzroči vozilo, ki je zavarovano pri plačilno nesposobni zavarovalnici s sedežem v drugi državi članici. V nedavnem primeru je moral zaradi plačilne nesposobnosti zavarovalnice, ki je zagotavljala čezmejno avtomobilsko zavarovanje, škodni sklad v drugi državi članici izplačati nadomestila približno 1 750 tožnikom.

Vprašanje

20. Ali je treba sprejeti ukrepe za zagotovitev, da škodni skladi iz drugih držav članic zagotovijo zavarovalno kritje za žrtve avtomobilskih nesreč, če zavarovalnica postane plačilno nesposobna?

Večanje preglednosti in primerljivosti dopolnilnih zavarovanj

Ko sem šel po najeto vozilo, so me vprašali, ali želim poleg osnovne cene najema in mojega trenutnega zavarovanja plačati precejšnji znesek za dodatno zavarovanje.

Potrošniki pogosto niso seznanjeni s stroški ali vrednostjo dopolnilnih zavarovalnih produktov ter morajo zaradi pomanjkanja konkurence in razkritja informacij včasih plačati visoke cene. To je na primer očitno v sektorju najema vozil, saj je bilo leta 2014 44,7 % od 1 758 vloženih pritožb potrošnikov glede najema vozila povezanih z dodatnimi stroški (npr. stroški, povezanimi z odškodninami in dodatnimi storitvami, kot so zavarovalni produkti, s katerimi potrošniki niso bili seznanjeni ob rezervaciji)⁶⁴. Direktiva o distribuciji zavarovalnih produktov bo okrepila zahteve o obveščanju (vendar ne glede oblikovanja cen) za zavarovalne produkte, vključno s tistimi, ki dopolnjujejo drug produkt, da se prepreči škoda za potrošnika. Poleg tega se je 4. julija 2015 pet največjih podjetij za najem vozil strinjalo, da bodo pregledala načine obravnave potrošnikov in zagotovila boljše informacije o izbirnih opustitvah zavarovanja in zavarovalnih produktih ob rezervaciji⁶⁵.

Vprašanje

21. Kateri nadaljnji ukrepi se lahko sprejmejo za okrepitev preglednosti o dopolnilnih zavarovalnih produktih in za zagotavljanje, da potrošniki sprejmejo odločitev o nakupu teh produktov na podlagi ustreznih informacij? Ali je treba za sektor najema vozil sprejeti posebne ukrepe v zvezi z dodatnimi produkti?

3.2 Ustvarjanje novih tržnih priložnosti za ponudnike

Ponudniki storitev se pri čezmejnem poslovanju srečujejo s težavami, če ne ustanovijo sedeža v drugi državi članici, tako da v njej na primer odprejo podružnico ali hčerinsko družbo. Zato

⁶⁴ „Car rentals: Key data from the European Consumer Centres case handling database“ (Najem vozil: ključni podatki iz zbirke podatkov evropskih potrošniških centrov o obravnavi primerov) (http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/cross-border_enforcement_cooperation/docs/car_rental_version2_en.pdf).

⁶⁵ „Better protection for consumers when renting cars“ (Boljše varstvo potrošnikov pri najemu vozil), Evropska komisija, spletno mesto (http://ec.europa.eu/justice/newsroom/consumer-marketing/news/150713_en.htm).

pogosto ne nudijo svojih produktov v drugi državi članici in ne zagotavljajo njihove prenosljivosti. Ta oddelek se osredotoča na to, kako bi lahko Komisija pomagala zmanjšati stroške in tveganja, povezana s čezmejnimi zagotavljanjem finančnih storitev, da bi podjetjem omogočila zagotavljanje takih storitev ter okrepila konkurenčnost in izbiro za potrošnike v EU.

3.2.1 Obravnavanje izzivov in priložnosti v okviru digitalizacije

Digitalizacija podjetjem zagotavlja nove priložnosti za sodelovanje s strankami. Srečujejo pa se tudi z mnogimi izzivi. Zagotavljanje storitev, ki so se v preteklosti zagotavljale osebno, na daljavo ali čezmejno, in sicer na podlagi digitalizacije, se lahko izkaže za težavno. Ta oddelek obravnava te težave in potrebo po ukrepih EU za njihovo zmanjšanje, in sicer poleg dela, ki izhaja iz pobude Komisije za enotni digitalni trg. To področje je zanimivo zlasti za udeležence v industriji⁶⁶.

Zagotavljanje pomoči podjetjem, da bolje izkoristijo digitalizacijo

Hitrost digitalizacije pomeni, da nekatere nove, konkurenčne in potrošniku prijazne rešitve morda ne bodo izvedljive ali pa jih bodo omejevale zakonodajne ali druge ureditve, ki jih ob pripravi niso upoštevale. Komisijo zanima, kako bi se lahko spodbudile inovativne, potrošniku prijazne storitve na evropski ravni in kako se lahko prepreči razdrobljenost na domačih trgih.

Vprašanje

22. Kaj se lahko stori na ravni EU, da bi se podjetja podprla pri oblikovanju in zagotavljanju inovativnih digitalnih finančnih storitev po Evropi z ustrezno ravno varnosti in varstva potrošnikov?

Omogočanje elektronskega podpisa in preverjanja identitete

Banka v primerjavi z drugimi ponudniki zagotavlja razmeroma visoke obrestne mere, zato so se nanjo obrnili potrošniki iz drugih držav članic, ki želijo položiti svoj denar. Vendar mora banka v skladu z zahtevami o preprečevanju pranja denarja identificirati svoje stranke, kar je težko narediti na daljavo, zato mora njihovo identiteto preveriti pri podružnici. Potrošniki ne želijo potovati v njene podružnice zaradi stroškov in izgube časa, zato se odločijo, da svojih sredstev ne bodo položili na račun pri tej banki.

Iz povratnih informacij podjetij je razvidno, da zahteve zakonodaje o preprečevanju pranja denarja v zvezi s poznavanjem stranke omejujejo njihovo možnost vzpostavitve in ohranjanja poslovnega odnosa s strankami na daljavo. To je ovira, ki jo je potrdila tudi študija Komisije o direktivi o trženju finančnih storitev potrošnikom na daljavo⁶⁷. Vpliva lahko na mnoge finančne storitve, zlasti pa na varčevalne in naložbene produkte⁶⁸.

⁶⁶ Glej na primer poročilo Združenja evropskih bank, „Driving the Digital Transformation“ (Spodbujanje digitalne preobrazbe), (<http://www.ebfdigitalbanking.eu/>).

⁶⁷ „Analysis of the Economic Impact of Directive 2002/65/EC concerning the distance marketing of consumer financial services on the conclusion of cross-border contracts for financial services between suppliers and

Te zahteve o poznavanju stranke bodo na splošno vključevale predložitev dokumentov iz več virov, s katerimi se preverja identiteta stranke, in osebno preverjanje. Točne zahteve se razlikujejo med državami članicami, pri čemer nekatere omogočajo preverjanje informacij na daljavo (v skladu z določenimi zahtevami), na primer z uporabo spletnih kamer ali skeniranih dokumentov, ali preverjanje izvirnikov, ki ga opravi tretja oseba, prek institucij, kot so poštni uradi. Sistemov take narave nimajo vzpostavljene vse države članice, zato podjetja, ki zagotavljajo produkte čez mejo, morda nimajo dostopa do ureditev za sodelovanje s tretjimi osebami.

Zahteve v nekaterih državah članicah omejujejo tudi uporabo podpisa pogodbe na daljavo, kar dodatno omejuje zmožnost ponudnikov čezmejnih finančnih storitev, da bi vzpostavili poslovni odnos z novimi strankami. To močno omejuje prodajo produktov strankam na daljavo in bi lahko imelo nesorazmeren učinek na čezmejno poslovanje. Uredba o elektronski identifikaciji in storitvah zaupanja za elektronske transakcije⁶⁹ obeta izboljšanje na tem področju, saj bo zagotovila rešitev za čezmejno uporabo elektronske identifikacije in storitve zaupanja za elektronske transakcije, in sicer elektronske podpise, žige, časovne žige, priporočene dostave in avtentikacijo spletnih mest. Podjetjem bi morala omogočiti, da bodo lažje identificirali stranke na daljavo ali dobro avtentificirali stranke v plačilni transakciji v skladu z revidirano direktivo o plačilnih storitvah. V tem okviru je bil finančni sektor opredeljen kot eno od področij, ki lahko največ pridobijo z rešitvami v zvezi z elektronsko identifikacijo.

To je področje s precejšnjim potencialom za izboljšave. Razširitev ukrepov za preverjanje na daljavo, ki je trenutno na voljo v nekaterih državah članicah, in uspešno izvajanje uredbe o elektronski identifikaciji in storitvah zaupanja za elektronske transakcije bi lahko pomagala odpraviti veliko oviro za čezmejno zagotavljanje storitev. Druge rešitve bi lahko zajemale odpravo upravnih omejitev za sklepanje pogodb na daljavo, razvoj nadaljnjih sistemov elektronske identifikacije, razširitev ukrepov tretjih oseb za preverjanje identitete ali omogočanje, da potrošniki svojo preverjeno identiteto uporabijo pri več ponudnikih. Take rešitve seveda ne smejo zmanjšati učinkovitosti ukrepov EU v zvezi s pranjem denarja ali financiranjem nezakonitih dejavnosti.

Vprašanja

consumers within the Internal Market“ (Analiza ekonomskega učinka Direktive 2002/65/ES o trženju finančnih storitev potrošnikom na daljavo na sklepanje čezmejnih pogodb za finančne storitve med ponudniki in potrošniki na notranjem trgu), končno poročilo (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/final_rep_financial_services_2009.pdf).

⁶⁸ Treba je opozoriti, da je bila na začetku tega leta sprejeta četrta direktiva o preprečevanju pranja denarja. Ta zagotavlja pristop na podlagi tveganja, ki omogoča večjo prožnost za upoštevanje nacionalnih specifičnosti in okoliščin posameznih poslovnih odnosov ali transakcij. Glej Direktivo (EU) 2015/849 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. maja 2015 o preprečevanju uporabe finančnega sistema za pranje denarja ali financiranje terorizma, spremembi Uredbe (EU) št. 648/2012 Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive 2005/60/ES Evropskega parlamenta in Sveta in Direktive Komisije 2006/70/ES (UL L 141, 5.6.2015, str. 73).

⁶⁹ Uredba (EU) št. 910/2014 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. julija 2014 o elektronski identifikaciji in storitvah zaupanja za elektronske transakcije na notranjem trgu in o razveljavitvi Direktive 1999/93/ES (UL L 257, 28.8.2014, str. 73).

23. Ali so potrebni nadaljnji ukrepi, da se na ravni EU izboljša uporaba zakonodaje o preprečevanju pranja denarja, zlasti da se zagotovi, da lahko ponudniki storitev identificirajo stranke na daljavo, hkrati pa še naprej delujejo v skladu s standardi trenutnega okvira?

24. Ali so potrebni nadaljnji ukrepi za spodbujanje uvedbe in uporabe elektronske identifikacije in elektronskih podpisov na področju maloprodajnih finančnih storitev, tudi glede varnostnih standardov?

Izboljševanje dostopa do finančnih podatkov in njihove uporabnosti

Potrošniki, ki želijo najeti kredit, vzpostavijo stik s kreditodajalcem iz druge države članice. Vendar, ko kreditodajalec poskuša oceniti njihovo kreditno sposobnost, ugotovi, da so o njih na voljo omejene informacije, saj so iz drugih držav članic. Kreditodajalec ne more dokazati resničnosti informacij, ki jih zagotovijo, zato se odloči, da jim kredita ne bo odobril.

Brez dostopa do podatkov o potrošnikih podjetja težko zagotovijo finančne produkte (zlasti kredit ali zavarovanje) na drugih trgih, saj ne morejo oceniti morebitnih tveganj. Prav tako ne morejo oceniti tveganj za mobilne potrošnike, podatki o katerih so bili zbrani v drugi državi članici. S širjenjem digitalizacije želijo podjetja pridobiti vedno več podatkov, saj uporabljajo bolj izpopolnjene postopke za oblikovanje cen svojih produktov. Hkrati pa so v nekaterih primerih podatki strank postali cena za navidezno brezplačne ponudbe ponudnikov digitalnih storitev, saj ta podjetja obdelajo te podatke strank in jih uporabijo za trženje ali pa jih prodajo drugim podjetjem.

V skladu z direktivo o potrošniških kreditnih pogodbah in direktivo o hipotekarnih kreditih imajo upniki pravico preveriti zbirke podatkov o kreditih v drugih državah članicah na nediskriminatorni osnovi, da bi ocenili kreditno sposobnost potencialnih strank. Vendar se podjetja še vedno srečujejo s težavami, ko poskušajo uporabiti te podatke, saj se tehnike za zbiranje, distribucijo in uporabo teh podatkov v EU še vedno zelo razlikujejo, mnenja o tem, kateri podatki so pomembni za oceno kreditne sposobnosti, pa so različna. Določeni kreditni registri na primer vsebujejo samo „negativne“ podatke⁷⁰, druge zbirke podatkov pa vsebujejo tudi „pozitivne“ podatke⁷¹. To pomeni, da sta lahko dostop do teh podatkov in njihova uporaba težavna in da mnoga podjetja težko zagotovijo ekonomične čezmejne storitve. Združenje ponudnikov informacij o potrošniških kreditih ACCIS (Association of Consumer Credit Information Suppliers)⁷² je začelo sklepati zasebne sporazume o čezmejni izmenjavi podatkov o kreditih, vendar trenutno povezuje kreditne registre omejenega števila držav članic. Hkrati pa zasebni kreditni registri pogosto zberejo več podatkov, kot je potrebnih za oceno kreditne sposobnosti, ali pa zberejo podatke, katerih uporabnost v zvezi z oceno kreditne sposobnosti je vprašljiva.

S tem, ko industrija finančnih storitev sprejema digitalizacijo, zavarovalnice in druga podjetja za finančne storitve uporabljajo moderno informacijsko tehnologijo in analizo masovnih

⁷⁰ Krediti bodo zabeleženi samo, če potrošnik ni izpolnil svojih plačilnih obveznosti.

⁷¹ Vpiše se vsak kredit. Zabeležijo se lahko tudi podatki o drugih vrstah obveznosti.

⁷² Več informacij o združenju ACCIS je na voljo na naslovu <http://www.accis.eu/>.

podatkov, da lahko ponujajo zavarovalne produkte z individualnim ocenjevanjem tveganja, ki so vedno bolj prilagojeni posamezniku in ki vključujejo natančne, podatkovno zahtevne metode spremljanja, kot so na primer telematske naprave. Vedno večja uporaba podatkov zagotavlja velike priložnosti za znižanje cen za mnoge potrošnike, vendar se v zvezi s temi praksami pojavljajo tudi vprašanja o zasebnosti in varstvu podatkov, ki jih je treba upoštevati.

Tudi potrošniki bodo želeli izkoristiti vedno večjo razpoložljivost podatkov pri preverjanju podatkov o ugodnih rešitvah preteklih zahtevkov ali ocene sistema bonus-malus. Direktiva o zavarovanju avtomobilske odgovornosti⁷³ trenutno določa, da imajo imetniki police pravico, da lahko od zavarovalnice kadar koli zahtevajo izjavo o svojih zahtevkih v zadnjih petih letih, v praksi pa to pogosto ne pomeni nižje premije pri sklepanju nove zavarovalne pogodbe. Razlogi za to so med drugim različne metodologije izračuna popustov, vključno z različno dolgimi obdobji, ki jih zajemajo take izjave, pomanjkanje zaupanja v neusklažene izjave, ki jih zagotovijo zavarovalnice, in različni dejavniki tveganja, ki jih upoštevajo pri določanju premij.

Vprašanja

25. *Kateri podatki so po vašem mnenju potrebni za oceno kreditne sposobnosti?*
26. *Ali so zaradi dejstva, da podjetja (vključno s tradicionalno nefinančnimi podjetji) vedno bolj uporabljajo osebne finančne in nefinančne podatke, potrebni nadaljnji ukrepi, da se olajša zagotavljanje storitev ali zagotovi varstvo potrošnikov?*
27. *Ali bi bilo treba okrepiti zahteve glede oblike, vsebine ali dostopnosti podatkov o preteklih zavarovalnih zahtevkih (na primer v zvezi z zajetim obdobjem ali vsebino), da se podjetjem omogoči čezmejno zagotavljanje storitev?*

Olajševanje zagotavljanja poprodajnih storitev

Zavarovalnica želi ponuditi zavarovanje stanovanjskih premočnin prek spleta v drugi državi članici, vendar bi pri tem morala izvesti naložbo v storitveni center za stranke v lokalnem jeziku. Meni, da obseg posla ne bo upravičil nastalih stroškov.

Po prodaji produkta imajo podjetja obveznosti do strank, ki jih včasih težko izpolnijo na daljavo. Za odgovarjanje na vprašanja, ocenjevanje in poravnavanje zavarovalnih zahtevkov, razpravljanje o pomislekih stranke ter obravnavanje pritožb je na splošno potrebno ročno posredovanje zaposlenih v podjetju ali likvidatorjev škode v zavarovalnicah. Čeprav se to lahko stori na daljavo, lahko od podjetja še vedno zahteva precejšnjo naložbo, zlasti ko mora zagotoviti storitve v drugih jezikih. To vprašanje zadeva zlasti zavarovalnice zaradi obveznosti obravnavanja zahtevkov, saj se zdi, da je za to ključna prisotnost predstavnika podjetja (na primer podružnice ali hčerinske družbe) v državi članici strank. Čeprav se to lahko reši s sklepanjem pogodb s tretjimi osebami ali zunanjim izvajanjem, te možnosti niso vedno na voljo ali pa so neprivlačne, zlasti zaradi potrebe po nadzoru kakršnih koli izvajalcev, ki delujejo v imenu podjetja.

⁷³ Direktiva 2009/103/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. septembra 2009 o zavarovanju civilne odgovornosti pri uporabi motornih vozil in o izvajanju obveznosti zavarovanja takšne odgovornosti (UL L 263, 7.10.2009, str. 11).

Vprašanje

28. Ali so potrebni nadaljnji ukrepi za zagotavljanje podpore podjetjem pri zagotavljanju popogodbenih storitev v drugi državi članici, v kateri nimajo podružnice ali hčerinske družbe?

Usklajevanje postopkov za insolventnost fizičnih oseb, vrednotenje premoženja in izvrševanje zavarovanja s premoženjem

Na kreditodajalca so se obrnili potrošniki iz drugih držav članic, saj so jih zanimale nizke fiksne obrestne mere, ki jih ponuja za stanovanjske hipoteke. Vendar ima pomisleke glede tega, kako se v drugih državah članicah ocenjuje vrednost nepremičnine in ali bi lahko po potrebi uveljavil jamstvo. Zato tem potrošnikom ne more zagotoviti kreditov.

Upniki se lahko obotavljajo pri zagotavljanju večjega števila čezmejnih kreditov, saj niso dovolj seznanjeni z veljavnimi ureditvami glede insolventnosti fizičnih oseb v drugih državah članicah (v katerih obstajajo take ureditve). Akcijski načrt za unijo kapitalskih trgov sicer uvaja nekatere ukrepe za večjo konvergenco na določenih področjih v zvezi z ureditvami glede insolventnosti podjetij v vseh 28 državah članicah, na primer za zgodnje postopke prestrukturiranja in boljšo učinkovitost pri upravljanju čezmejnih postopkov za insolventnost podjetij, vendar se ureditve glede insolventnosti fizičnih oseb po EU še vedno precej razlikujejo. To pomeni dodatna tveganja za podjetja, ki želijo vzpostaviti čezmejni poslovni odnos s strankami, zlasti v zvezi z zagotavljanjem kredita. Če kreditodajalci ne morejo oceniti in količinsko opredeliti izida postopkov v primeru insolventnosti in zakonodaje o zasegu nepremičnin, ne bodo brez pomislekov zagotovili kredita za posameznike. Zakonodaja in praksa v državah članicah glede poslovnega neuspeha ter insolventnosti in prezadolženosti posameznikov se trenutno obravnavata v dveh študijah, ki bosta končani leta 2016.

Za upnike je ključno tudi ustrezno razumevanje vrednosti nepremičnine, da lahko zagotovo vedo, kakšna je vrednost zavarovanja s premoženjem v primeru neplačila. Čeprav direktiva o hipotekarnih kreditih zahteva, da so v vseh državah članicah vzpostavljeni zanesljivi standardi za vrednotenje premoženja, ne more v celoti zagotoviti konvergence standardov na ravni EU. Zaradi pomanjkanja popolne konvergence lahko nekateri upniki še vedno dvomijo v vrednost zavarovanja s premoženjem v drugih državah članicah.

Vprašanje

29. Ali so potrebni nadaljnji ukrepi, da se kreditodajalci spodbudijo k čezmejnemu zagotavljanju hipotek ali kreditov?

3.2.2 Skladnost z različnimi regulativnimi zahtevami v državah članicah gostiteljicah

Razlike v regulativnih ureditvah držav članic zelo vplivajo na stroške in tveganja pri čezmejnem zagotavljanju maloprodajnih finančnih storitev. Čeprav je zakonodaja v EU do neke mere pravno usklajena zaradi zakonodaje na ravni Unije, obstajajo na nekaterih področjih tudi pravne razlike, na primer v pogodbenem pravu, in podjetja morajo izpolnjevati številne regulativne zahteve v vsaki državi članici.

Na različne zahteve vplivajo specifični vidiki finančnih sektorjev ali pravna tradicija v državah članicah. Nacionalni regulativni okviri se precej razlikujejo glede nekaterih vprašanj, vključno s pogodbami, varstvom podatkov, varstvom potrošnikov, razkritjem, preprečevanjem pranja denarja ali obdavčitvijo. Na področju prava, ki velja za civilne vidike pogodb, je treba razlikovati med zavarovalnimi pogodbami in drugimi pogodbami. Za zavarovanja načeloma velja pravo države, kjer je tveganje zavarovano, to pa je pogosto država, v kateri ima imetnik police običajno prebivališče⁷⁴. Zmožnost pogodbenih strank, da bi izbrale drugo pravo, je močno omejena. Za druge pogodbe, sklenjene s potrošniki, lahko pogodbene stranke za čezmejne transakcije izberejo pogodbeno pravo države članice prodajalca, kar lahko v nekaterih primerih zmanjša stroške zagotavljanja skladnosti za podjetja. Če pa prodajalec izvaja dejavnosti v državi članici, v kateri ima potrošnik običajno prebivališče, ali jih usmerja vanjo, taka izbira ne posega v varstvo, ki ga to pravo zagotavlja potrošniku⁷⁵.

Te razlike lahko povzročijo precejšnje stroške in tveganja za podjetja, ki želijo poslovati s potrošniki iz druge države članice. Povprečni stroški, povezani s pogodbenim pravom, za nefinančna podjetja so ocenjeni na približno 10 000 EUR za vsako državo članico⁷⁶. Finančna podjetja se v vsaki državi članici poleg s tem zneskom srečujejo še s precejšnjimi dodatnimi stroški zaradi posebnih zakonov in predpisov, ki veljajo za ta sektor⁷⁷. Zahteve in stroški se lahko razlikujejo tudi glede na to, ali podjetje posluje na podlagi svobode ustanavljanja (s fizičnim sedežem) ali prostega zagotavljanja storitev (vključno s spletnim). Podjetje, ki zagotavlja storitve, mora običajno zagotoviti skladnost le z delom pravil države članice gostiteljice, na primer pravil o vodenju poslov ali varstvu potrošnikov.

Pravice za čezmejno opravljanje plačilnih storitev z enotnim dovoljenjem v EU so trenutno na voljo za več dejavnosti⁷⁸ in podjetjem z dovoljenjem v eni državi članici omogočajo zagotavljanje storitev v drugi državi članici z manjšim upravnim bremenom in čim manjšim obsegom papirne dokumentacije. Vendar čezmejno opravljanje plačilnih storitev z enotnim dovoljenjem ne odpravlja stroškov zagotavljanja pravne skladnosti in pravice za čezmejno opravljanje plačilnih storitev z enotnim dovoljenjem ne veljajo za vse produkte. Morebitne druge metode za postopno zmanjševanje stroškov in tveganj, povezanih z različnimi pravnimi zahtevami, so opisane v nadaljevanju.

⁷⁴ Glej člen 7 Uredbe (ES) št. 593/2008 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 17. junija 2008 o pravu, ki se uporablja za pogodbeno obligacijska razmerja (Rim I), UL L 177, 4.7.2008, str. 6.

⁷⁵ Glej člen 3, člen 4(b) in člen 6 uredbe Rim I; Sporočilo Komisije: Strategija za enotni digitalni trg za Evropo, str. 11 (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&qid=1448807672964&from=EN>).

⁷⁶ Evropska komisija – Sporočilo za medije: skupno evropsko prodajno pravo, str. 2 (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common_sales_law/i11_1175_sl.pdf).

⁷⁷ Strokovna skupina Komisije za evropsko zavarovalno pogodbeno pravo je nedavno ugotovila, da nekatere nacionalne zahteve glede oblike zavarovalnih pogodb nedvomno pomenijo strošek za podjetja. Glej končno poročilo strokovne skupine Komisije za evropsko zavarovalno pogodbeno pravo (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/insurance/final_report_en.pdf), str. 90.

⁷⁸ Zajemajo podjetja, kot so na primer kreditne institucije, zavarovalnice, zavarovalni posredniki in posredniki za hipotekarne kredite.

Olajševanje zagotavljanja skladnosti s pravnimi zahtevami, ki veljajo v drugih državah članicah, za podjetja

Spletna finančna platforma se je soočala s težavami, ko si je prizadevala zagotoviti varčevalne produkte v več državah članicah. Dostop do informacij je bil otežen in organi držav članic so ji zagotovili le malo podpore kljub prednostim, ki jih lahko njeni produkti zagotovijo potrošnikom. Stroški zagotavljanja skladnosti in pravni stroški so visoki, zato se je privlačnost njene ponudbe zmanjšala.

Države članice bi lahko storile več, da bi podjetjem pomagale pri delu v okviru trenutnega pravnega okvira in olajšale skladnost z veljavnimi zahtevami pri zagotavljanju storitve v drugih državah članicah. Trenutno vseevropska mreža SOLVIT⁷⁹ pomaga podjetjem, ko se srečajo s težavami zaradi javnih organov, ki zakonodaje EU ne uporabljajo pravilno, enotne kontaktne točke pa pomagajo podjetjem pri izpolnjevanju obveznosti pri čezmejnem zagotavljanju storitev⁸⁰. Podobne pobude bi se morda lahko dodatno razširile na področje finančnih storitev in zavarovanja, da se zmanjšajo stroški in tveganja za podjetja, ki želijo trgovati na trgih drugih držav članic.

Vlade držav članic ali nacionalni pristojni organi bi lahko zagotovili nadaljnjo praktično pomoč (npr. prek enotnih kontaktnih točk) za čezmejne postopke ugotavljanja skladnosti. S tem bi se lahko podprla podjetja, ki se srečujejo s težavami pri čezmejnem zagotavljanju storitev, s čimer bi se spodbudil prihodnji napredek na področju povezovanja trgov EU ter olajšala razvoj in razširitev novih tehnologij in inovativnih, tržno usmerjenih rešitev na vprašanja glede konkurence.

Vprašanja

30. *Ali so potrebni ukrepi na ravni EU, da vlade držav članic ali nacionalni pristojni organi zagotovijo praktično pomoč (npr. prek enotnih kontaktnih točk), da bi se olajšala čezmejna prodaja finančnih storitev, zlasti za inovativna podjetja ali produkte?*
31. *S katerimi ukrepi bi se podjetjem olajšalo izkoriščanje prednosti, ki jih zagotavljata svoboda ustanavljanja ali prosto zagotavljanje storitev za inovativne produkte (kot je na primer poenostavljeno sodelovanje med nadzorniki v matičnih državah članicah in državah članicah gostiteljicah)?*

Oblikovanje avtonomnih ali bolje usklajenih ureditev na ravni EU

Zavarovalnica zagotavlja preprosto polico življenjskega zavarovanja po konkurenčni ceni na domačem trgu in izpolnjuje vse pravne in regulativne zahteve. Ugotovila je, da so premije v drugih državah članicah veliko višje, in to obravnava kot poslovno priložnost. Vendar ne more prodajati svojega produkta na drugih trgih, ker je produkt zasnovan tako, da izpolnjuje pravne in regulativne zahteve njene matične države.

⁷⁹ Več informacij o mreži SOLVIT je na voljo na njenem spletnem mestu (<http://ec.europa.eu/solvit/index%5Fsl.htm>).

⁸⁰ Več informacij o enotnih kontaktnih točkah je na voljo na njihovem spletnem mestu (http://ec.europa.eu/internal_market/eu-go/index_sl.htm). Ti subjekti so bili vzpostavljeni v skladu z direktivo o storitvah.

V nekaterih primerih je ločeni pravni okvir morda najboljši način, da se poveča izbira produktov in hkrati zmanjšajo stroški za podjetja ter da se zagotovi ustrezno varstvo potrošnikov. Ureditev z možnostjo vključitve bi lahko zagotovila okvir za enake značilnosti produktov, ki bi se uporabljal na prostovoljni osnovi. Njegova prednost bi bila v zagotavljanju standardizacije med državami članicami in odpravljanju mnogih nacionalnih regulativnih razlik na nekaterih področjih. Poleg tega bi bil lahko koristno sredstvo za zagotavljanje primerljivih in lahko razumljivih finančnih produktov, s čimer bi se okrepila zaupanje potrošnikov in zaupanje v čezmejno nakupovanje. Akcijski načrt za unijo kapitalskih trgov navaja, da namerava Komisija oceniti argumente za okvir politike za vzpostavitev evropskega trga za enostavna, učinkovita in konkurenčna osebna pokojninska zavarovanja.

Organ EIOPA se je v letu 2015 posvetoval o oblikovanju vseevropskega standardiziranega produkta osebnega pokojninskega zavarovanja. Zaradi podobnih značilnosti bi bilo lahko delo organa EIOPA podlaga za razvoj ureditve z možnostjo vključitve za vseevropsko življenjsko zavarovanje. To bi se lahko izkazalo za koristno tudi pri drugih produktih.

Podobni cilji bi se lahko dosegli tudi z boljšim usklajevanjem nacionalnih ureditev in pravic, da se spodbudijo konvergenca na podlagi smernic, izboljšane primerljivosti ali standardiziranih praks in morda prek nadaljnjega razvoja trenutnih ali novih ureditev čezmejnega opravljanja plačilnih storitev z enotnim dovoljenjem ter konvergenca na področju nadzornih standardov (pod vodstvom evropskih nadzornih organov), da se omejijo težave z regulativnimi organi države članice gostiteljice. Koncept pravil o „splošnih koristih“⁸¹ pri zavarovanjih, ki so izjema od temeljnih načel Pogodbe v zvezi s prostim pretokom, bi bil lahko jasnejši. Zgledoval bi se lahko po KNPVP, ki je trenutno uspešen primer ureditve na ravni EU.

Vprašanja

32. Pri katerih produktih maloprodajnih finančnih storitev bi bila lahko standardizacija ali ureditev z možnostjo vključitve najučinkovitejša za odpravo razlik med zakonodajami držav članic?

33. Ali so potrebni nadaljnji ukrepi na ravni EU v zvezi z načelom „lokacije tveganja“ v zakonodaji o zavarovanju in za pojasnitev pravil glede „splošnih koristi“ v zavarovalniškem sektorju?

Oddelek 4 Nadaljnji ukrepi

Zainteresirane strani so pozvane, da pošljejo odgovore na vprašanja v tej zeleni knjigi do 18. marca 2016 prek **spletnega vprašalnika**: [povezava].

To posvetovanje je v skladu z običajnimi pravili Evropske komisije za javna posvetovanja. Odgovori bodo objavljeni, razen če anketiranci navedejo nasprotno v spletnem vprašalniku.

⁸¹ Država članica lahko uporabi koncept splošnih koristi, da zagotovi spoštovanje svoje zakonodaje s strani zavarovalnice, ki želi nadalje poslovati na njenem ozemlju v skladu s pravico do svobodnega ustanavljanja ali prostega zagotavljanja storitev. Vendar direktive o zavarovanju ne opredeljujejo koncepta splošnih koristi, je pa opisan v dokumentu *Interpretative communication of the Commission concerning the freedom to provide services and the general good of the insurance sector* (Obrazložitevno sporočilo Komisije o svobodi zagotavljanja storitev in o splošnih koristih v zavarovalniškem sektorju) (UL C 43, 16.2.2000) na podlagi zahtev, ki jih je določilo Sodišče.

Da se zagotovi pravičen in pregleden postopek posvetovanja, se bodo upoštevali samo odgovori, prejeti na podlagi spletnega vprašalnika, ki se bodo nato vključili v poročilo s povzetki odgovorov. Če boste pri izpolnjevanju tega vprašalnika imeli težave ali potrebovali posebno pomoč, pošljite sporočilo na: [elektronski naslov].

Splošna pravila o varstvu osebnih podatkov so na voljo na spletišču EUROPA: http://ec.europa.eu/geninfo/legal_notices_sl.htm. Posebna izjava o varstvu podatkov za to posvetovanje je na voljo na povezavi: [povezava].

Razmislite tudi o tem, ali obstajajo kakršne koli ovire, ki niso navedene v tem dokumentu, in če katere koli opisane ovire posebej vplivajo na mala in srednja podjetja.

Med postopkom posvetovanja Evropska komisija:

- sodeluje z Evropskim parlamentom, da od njegovih članov prejeme neposredne povratne informacije;
- poziva države članice, da organizirajo posvetovanja in dogodke z javnostjo ter nacionalnimi parlamenti za spodbujanje razprave o teh vprašanjih na nacionalni ravni, in
- na pregleden in uravnotežen način organizira delavnice za posvetovanje z osebami s posebnim strokovnim znanjem (npr. akademiki in udeleženci na trgu), da oblikuje mnenje o posebnih vprašanjih na podlagi ustreznih informacij.

Cilj Komisije je čim bolj okrepiti praktične prednosti enotnega trga na področju maloprodajnih finančnih storitev za čim več evropskih potrošnikov z odpiranjem trga in zagotavljanjem njegovega boljšega delovanja za potrošnike, zato da bo izbira finančnih produktov večja in boljša. Namen njenih ukrepov je tudi odpraviti nekatere praktične ovire, ki podjetjem preprečujejo čezmejno zagotavljanje storitev. Komisija bo še naprej osredotočena na svoje širše cilje, kot so odpravljanje neupravičenega geografskega blokiranja in drugih oblik diskriminacije na podlagi državljanstva ali stalnega prebivališča, spodbujanje zaupanja potrošnikov v razpoložljivost ustreznih pravnih sredstev in izboljševanje dostopa do razumljivih, primerljivih in sorazmernih informacij o produktih maloprodajnih finančnih storitev.

Komisija bo v začetku leta 2016 organizirala konferenco, da bo proučila dokaze, ki se bodo zbrali s posvetovanjem, in razpravljala o prednostnih področjih, omenjenih v tej zeleni knjigi. Komisija spomladi leta 2016 načrtuje objavo akcijskega načrta za maloprodajne finančne storitve kot nadaljnji ukrep po posvetovanju.