



V Bruseli 10. 12. 2015
COM(2015) 630 final

ZELENÁ KNIHA

o retailových finančných službách

Lepšie produkty, väčší výber a viac príležitostí pre spotrebiteľov a podniky

Zelená kniha o retailových finančných službách

Lepšie produkty, väčší výber a viac príležitostí pre spotrebiteľov a podniky

Oddiel 1 Vytvorenie skutočného európskeho trhu s retailovými finančnými službami

Jednotný trh Európskej únie a jeho štyri slobody¹ ponúkajú občanom EÚ veľké možnosti. V oblastiach, kde je jednotný trh dobre rozvinutý, ako napríklad v leteckej doprave, využíva 500 miliónov spotrebiteľov výhody vyplývajúce z rozsiahlej hospodárskej súťaže, vďaka ktorej máme všetci väčší výber, lepšie služby a nižšie ceny. Jednou z priorít Komisie pod vedením predsedu Junckera je dosiahnutie hlbšieho a spravodlivejšieho jednotného trhu.

Oblasť retailových financií poskytuje množstvo služieb, ktoré sú pre občanov nevyhnutné: napríklad kde držíme svoje peniaze, ako si šetríme na dôchodok, ako platíme za dom alebo iné nákupy, ako poistujeme seba alebo svoj majetok pre prípad zdravotných problémov alebo nehôd. Rozvojom účinných celoeurópskych trhov s týmito službami sa zlepší výber pre spotrebiteľov, úspešní poskytovatelia budú môcť ponúkať služby v celej EÚ a podporí sa vstup nových subjektov na trh a inovácie. V súčasnosti však celoeurópske trhy s retailovými finančnými službami reálne neexistujú. Cezhranične sa realizuje len malá časť nákupov retailových finančných služieb. Na domácich trhoch existuje veľa dobrých produktov, pre spotrebiteľov v jednom členskom štáte EÚ je však ťažké nakupovať produkty poskytované v inom členskom štáte. Týmto sa však neobmedzuje len možnosť výberu. Z dôkazov vyplýva, že ceny v EÚ sa výrazne líšia: napríklad poistenie motorových vozidiel pre toho istého zákazníka môže byť v niektorých členských štátoch dvakrát drahšie než v iných.

Vďaka digitalizácii – rozvoju nových obchodných modelov a služieb prostredníctvom technológií – sa informácie ľahko sprístupňujú potenciálnym spotrebiteľom. V dôsledku toho sa fyzická poloha strán transakcie stáva menej dôležitou. Digitalizácia môže pomôcť znížiť ceny a zlepšiť porovnateľnosť produktov, čím sa posilní postavenie spotrebiteľov pri ich finančných rozhodnutiach. Z dlhodobého hľadiska by mohli firmy vďaka digitalizácii sprístupňovať svoje produkty kdekoľvek v Únii, čím by sa ešte viac zrealizovala myšlienka jednotného európskeho trhu.

V záujme rozvoja jednotného trhu v tejto oblasti bude rozhodujúce vybudovať vieru a dôveru: vieru medzi spoločnosťami, že môžu podnikáť aj za hranicami, a dôveru medzi spotrebiteľmi, že ak sa rozhodnú využiť službu v zahraničí, ich záujmy budú chránené. Ak sa majú tieto ciele dosiahnuť, služby a produkty musia byť zrozumiteľné. Inými slovami povedané, informácie o ich fungovaní, ich cene a ich porovnanie s inými produktmi by mali byť dostupné v takej podobe, akej spotrebiteľia rozumejú.

V nadväznosti na predchádzajúce opatrenia EÚ v tejto oblasti sa v tejto zelenej knihe skúma, čo možno urobiť, aby jednotný trh v oblasti finančných služieb priniesol do životov ľudí v EÚ konkrétne zlepšenia. Lepší trh v oblasti retailových finančných služieb by tiež vytvoril nové

¹ Zmluva o fungovaní Európskej únie (ZFEÚ) zaručuje v rámci EÚ voľný pohyb tovaru, kapitálu, služieb a osôb.

trhové príležitosti pre dodávateľov, čím by sa podporili rast európskeho hospodárstva a vytváranie pracovných miest.

1.1 Cieľ

Táto zelená kniha poskytuje príležitosť vyjadriť sa k tomu, ako by sa dal európsky trh s retailovými finančnými službami – konkrétne s poistením, úvermi, platbami, bežnými a sporiacimi účtami a inými retailovými investíciami – ďalej otvoriť, aby to prinieslo lepšie výsledky pre spotrebiteľov a firmy a aby sa zároveň zachovala primeraná úroveň ochrany spotrebiteľov a investorov. Snažíme sa v nej identifikovať konkrétne prekážky, ktorým spotrebiteľia a firmy čelia, ak chcú naplno využívať jednotný trh, a spôsoby, akými by sa dali tieto prekážky prekonať, vrátane čo najlepšieho využívania nových technológií s primeranými ochrannými opatreniami. Cieľom je uľahčiť:

- spoločnostiam so sídlom v jednom členskom štáte EÚ ponúkajúce retailových finančných služieb v iných členských štátoch EÚ;
- spotrebiteľom možnosť nakupovať retailové finančné služby ponúkané v iných členských štátoch EÚ a
- občanom možnosť vziať si so sebou svoje finančné produkty, keď sa presťahujú z jedného členského štátu do druhého, či už za prácou, štúdiom alebo v období dôchodku, teda zabezpečiť tzv. prenosnosť.

Zámerom zelenej knihy je podnietiť diskusiu na úrovni EÚ a na vnútroštátnej úrovni. Predstavuje výzvu pre Európsky parlament, Radu, ostatné inštitúcie EÚ, národné parlamenty a všetky zainteresované strany, aby predložili návrhy na možné krátkodobé a dlhodobějšíe politické opatrenia, ktoré by mohli byť potrebné na dosiahnutie dobre fungujúceho a konkurencieschopného európskeho trhu v tejto oblasti. Preto sa v nej skúma:

1. súčasný stav jednotného trhu v oblasti retailových finančných služieb a nedávny trend digitalizácie (oddiel 2) a
2. potreba opatrení na európskej alebo vnútroštátnej úrovni na prekonanie prekážok, ktoré v súčasnosti bránia spotrebiteľom v tom, aby nakupovali aj za hranicami svojich štátov, a firmám v tom, aby ponúkali svoje služby a produkty aj v zahraničí (oddiel 3).

1.2 Predchádzajúce opatrenia EÚ v oblasti retailových finančných služieb

Dôvera spotrebiteľov vo finančný sektor a v retailové finančné služby sa znížila v dôsledku finančnej krízy a straty reputácie, ktorú utrpel finančný sektor. S cieľom obnoviť dôveru spotrebiteľov a pomôcť rozšíriť jednotný trh EÚ nedávno prijala niekoľko legislatívnych opatrení v oblasti retailových finančných služieb. Niektoré z týchto iniciatív sa ešte vykonávajú na vnútroštátnej úrovni. Podrobnejšie sa o nich diskutuje v tejto zelenej knihe a ich súčasťou sú:

- posilnenie postavenia spotrebiteľov pri prijímaní informovaných rozhodnutí, a to prostredníctvom zvýšených požiadaviek na transparentnosť a lepšieho poradenstva v niektorých oblastiach ešte pred predajom určitých finančných produktov, ako sú platobné účty, spotrebné a hypotekárne úvery, investičné produkty a poistenie,
- podpora rozvoja konkurencieschopných trhov s platobnými účtami tým, že sa zabezpečí celoeurópske právo na prístup k základným platobným účtom, zakáže sa

- diskriminácia na základe miesta pobytu v prípade platobných účtov a zabezpečí sa prístup k službám prenosu platobných účtov medzi bankami na vnútroštátnej úrovni,
- zlepšenie pravidiel ochrany spotrebiteľa v prípade investícií, hypotekárnych úverov a poistenia, aby spotrebiteľia mali dôveru v nakupovanie na domácich trhoch aj v zahraničí,
 - uľahčenie cezhraničného poskytovania poistenia a hypotekárnych úverov s cieľom zlepšiť hospodársku súťaž.

Retailové finančné služby takisto podliehajú širokej škále požiadaviek a nariadení na úrovni EÚ i na vnútroštátnej úrovni, ktorých zámerom je chrániť spotrebiteľov a podporovať vnútorný trh EÚ s týmito službami. Patria sem napríklad mnohosektorové požiadavky, ako sú tie, ktoré sa týkajú nekalých podmienok v spotrebiteľských zmluvách a nekalých obchodných praktík podnikateľov voči spotrebiteľom², a právne predpisy špecifické pre jednotlivé odvetvia, ktoré sa vzťahujú na mnoho finančných produktov a platobných služieb. Komisia pozorne sleduje vykonávanie a presadzovanie existujúcich právnych predpisov v členských štátoch a naďalej podporuje spoluprácu medzi príslušnými vnútroštátnymi orgánmi s cieľom zabezpečiť jej účinnosť v celej EÚ³. V tomto kontexte je dôležitá aj práca európskych orgánov dohľadu (ESA)⁴. Komisia popri tom pravidelne skúma regulačný rámec pre odvetvie retailových finančných služieb s cieľom vytvoriť integrovanejšie, konkurencieschopnejšie a spravodlivejšie trhy s finančnými službami⁵.

1.3 Ako táto zelená kniha korešponduje s celkovými prioritami Komisie

Týmto konzultačným dokumentom sa dopĺňajú ďalšie kľúčové práce Komisie:

- *Jednotný digitálny trh*. Zámerom stratégie jednotného digitálneho trhu⁶ je okrem iného zabezpečiť lepší prístup spotrebiteľov a podnikov k tovarom a službám online v celej Európe, a to prostredníctvom riešenia problému neodôvodneného geografického blokovania (obmedzení nákupu uložených dodávateľom). Takisto sa v nej rieši problematika rovnakých podmienok pre rôznych poskytovateľov služieb a plánuje sa komplexné posúdenie online platforiem s osobitným dôrazom na spracovanie údajov.

² Pozri napríklad smernicu Rady 93/13/EHS z 5. apríla 1993 o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách (Ú. v. ES L 95, 21.4.1993, s. 29); smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22).

³ Medzi osobitné nástroje patrí Sieť spolupráce v oblasti ochrany spotrebiteľa zriadená v rámci nariadenia o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa – nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa (Ú. v. EÚ L 364, 9.12.2004, s. 1).

⁴ Troma spomínanými európskymi orgánmi dohľadu (ESA) sú Európsky orgán pre cenné papiere a trhy (ESMA), Európsky orgán pre bankovníctvo (EBA) a Európsky orgán pre poisťovníctvo a dôchodkové poistenie zamestnancov (EIOPA).

⁵ Napríklad Akčný plán Komisie pre finančné služby (1999); oznámenie Komisie: Vyšetrovanie v odvetví retailového bankovníctva podľa článku 17 nariadenia 1/2003 (Záverečná správa) [KOM(2007) 33 v konečnom znení]; Zelená kniha o retailových finančných službách na jednotnom trhu [KOM(2007) 0226 v konečnom znení] a zelená kniha „Smerom k integrovanému európskemu trhu s kartovými, internetovými a mobilnými platbami“ [KOM(2011) 0941 v konečnom znení].

⁶ Oznámenie Komisie: Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf)

Cieľom stratégie jednotného digitálneho trhu je tiež zlepšiť technologickú interoperabilitu prostredníctvom podpory štandardizácie. Všetky tieto oblasti sú dôležité pre digitalizáciu finančného sektora, hoci sa netýkajú len jeho.

- *Únia kapitálových trhov.* Vybudovaním silnejšieho jednotného trhu s kapitálom, ktorý je cieľom únie kapitálových trhov⁷, sa podnikom ponúkne viac možností financovania v rôznych štádiách ich rozvoja a pre sporiteľov a retailových investorov sa vytvorí viac príležitostí a zvýši sa návratnosť ich investícií.
- *Stratégia jednotného trhu.* Stratégia jednotného trhu⁸ pozostáva z cielených činností v troch hlavných oblastiach: vytváranie príležitostí pre spotrebiteľov, odborníkov a podniky; podpora modernizácie a inovácie a zabezpečenie praktickej realizácie, ktorá bude prínosom pre spotrebiteľov a podniky v ich každodennom živote. Jej cieľom je uľahčiť cezhraničné poskytovanie služieb a riešiť kľúčové prekážky týkajúce sa podnikateľských služieb a stavebníctva. Komisia preskúma vývoj na trhu a v prípade potreby prijme opatrenia v súvislosti s požiadavkami na poistenie poskytovateľov podnikateľských a stavebných služieb.

V tejto zelenej knihe sa zohľadňujú a dopĺňajú aj ďalšie konkrétnejšie iniciatívy Komisie, ako napríklad výzva na predloženie dôkazov o preskúmaní regulačného rámca EÚ pre finančné služby⁹, pokračujúca práca na odstraňovaní prekážok v sektore poisťovníctva v súvislosti so zmluvným právom¹⁰, posúdenie potenciálu smernice o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku¹¹ a aktuálne prebiehajúci odvetvový prieskum elektronického obchodu¹².

Oddiel 2 Súčasný stav trhov s retailovými finančnými službami

2.1 Roztrieštené trhy a nedostatočná hospodárska súťaž

V cene a možnostiach výberu medzi členskými štátmi EÚ existujú veľké rozdiely. Na niektorých trhoch si spotrebiteľia len v obmedzenej miere prenášajú produkty medzi poskytovateľmi, čím sa znižujú stimuly pre konkurenčné správanie firiem. Na trhoch niektorých členských štátov sa ďalej prejavuje vysoká koncentrácia poskytovateľov služieb. Na trhoch EÚ s retailovými finančnými službami dochádza len k obmedzeným cezhraničným činnostiam. To do istej miery odzrkadľuje kultúrne a vnútroštátne preferencie a výber spotrebiteľov. Nie všetci spotrebiteľia chcú nakupovať produkty finančných služieb

⁷ Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov – Akčný plán na vybudovanie únie kapitálových trhov, COM(2015) 468 final, 30.9.2015.

⁸ Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov – Zlepšovanie jednotného trhu: viac príležitostí pre ľudí a podniky, COM(2015) 550 final, 30.9.2015.

⁹ Európska komisia, výzva na predloženie dôkazov: regulačný rámec EÚ pre finančné služby (http://ec.europa.eu/finance/consultations/2015/financial-regulatory-framework-review/docs/consultation-document_en.pdf).

¹⁰ Ďalšie informácie sa nachádzajú na adrese http://ec.europa.eu/justice/contract/insurance/index_en.htm.

¹¹ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/65/ES z 23. septembra 2002 o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku a o zmene a doplnení smernice Rady 90/619/EHS a smerníc 97/7/ES a 98/27/ES (Ú. v. ES L 271, 9.10.2002, s. 16).

¹² Ďalšie informácie sa nachádzajú na adrese http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html.

cezhranične. Napriek tomu však má zmysel zvážiť, či je v záujme zníženia roztrieštenosti trhu možné urobiť viac.

Nárast online nákupov prináša výrazný potenciál umožňujúci firmám poskytovať služby zákazníkom v iných členských štátoch na diaľku. Vzniká zároveň veľký potenciálny trh medzi spotrebiteľmi, ktorí sa pohybujú v rámci Únie: 13,6 milióna občanov EÚ žije v členskom štáte EÚ, ktorý nie je ich domácom, a mnohí ďalší občania žijú v inom členskom štáte aspoň v nejakom období života¹³. 35 % európskych občanov navyše žije v regiónoch hraničiacich s inými členskými štátmi¹⁴, pričom mnohí občania už čiastočne nakupujú vo svojej „miestnej“ cezhraničnej oblasti¹⁵. Túto možnosť by mali mať aj v retailových finančných službách, často to však tak nie je. Ak majú byť trhy dostupné pre všetky firmy, je nutné obmedziť zbytočné a neodôvodnené prekážky brániace vstupu na trh nových subjektov, najmä firiem, ktoré by boli schopné poskytovať svoje produkty aj za hranicami v rámci EÚ.

Bývate v Belgicku?

* **Áno** **Nie**

Ak sa miesto vášho pobytu nenachádza v Belgicku, nie je možné otvoriť si účet v službe ABC Direct.

Obmedzená cezhraničná činnosť

Súčasná úroveň priamych cezhraničných transakcií v oblasti retailových finančných služieb je obmedzená, pričom spotrebiteľia si tieto produkty nakupujú väčšinou na svojom domacom trhu a spoločnosti pôsobia prevažne na trhoch, na ktorých sú fyzicky prítomné¹⁶. Z nedávnych štúdií vyplýva, že podiel spotrebiteľov, ktorí si už kúpili bankové produkty z iného členského štátu, bol v prípade kreditných kariet, bežných účtov a hypoték necelé 3 %¹⁷. V prípade spotrebných úverov došlo k ich obstaraniu za hranicami iba v 5 % prípadov¹⁸. Cezhraničné úvery v rámci eurozóny predstavujú necelé 1 % celkových úverov domácností v tejto oblasti¹⁹. V poisťovníctve tvorilo cezhraničné poskytovanie služieb v roku 2011 a 2012 iba približne 3 % celkového hrubého predpísaného poistného²⁰.

¹³ Eurostat, občianstvo EU – štatistika o cezhraničných činnostiach, apríl 2013 (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/EU_citizenship_-_statistics_on_cross-border_activities), (prístup v marci 2015).

¹⁴ Územia so špecifickými zemepisnými prvkami, pracovný dokument, *European Union Regional Policy*, č. 02/2009, s. 4 – 5.

¹⁵ Európsky parlament, zmluvné právo EÚ ako nástroj na uľahčenie cezhraničných transakcií: z pohľadu spotrebiteľov, 2010 (<http://www.europarl.europa.eu/webnp/cms/pid/1483>), s. 9.

¹⁶ Osobitný prieskum Eurobarometer 373 – retailové finančné služby, s. 28 a ďalej (http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/policy/eb_special_373-report_en.pdf).

¹⁷ Osobitný prieskum Eurobarometer 373 – retailové finančné služby, s. 32.

¹⁸ Štúdia o fungovaní trhu so spotrebnými úvermi v Európe, júl 2013 (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/consumer_credit_market_study_en.pdf), s. x – xi.

¹⁹ Zdroj: *Statistical Data Warehouse* Európskej centrálnej banky (ECB).

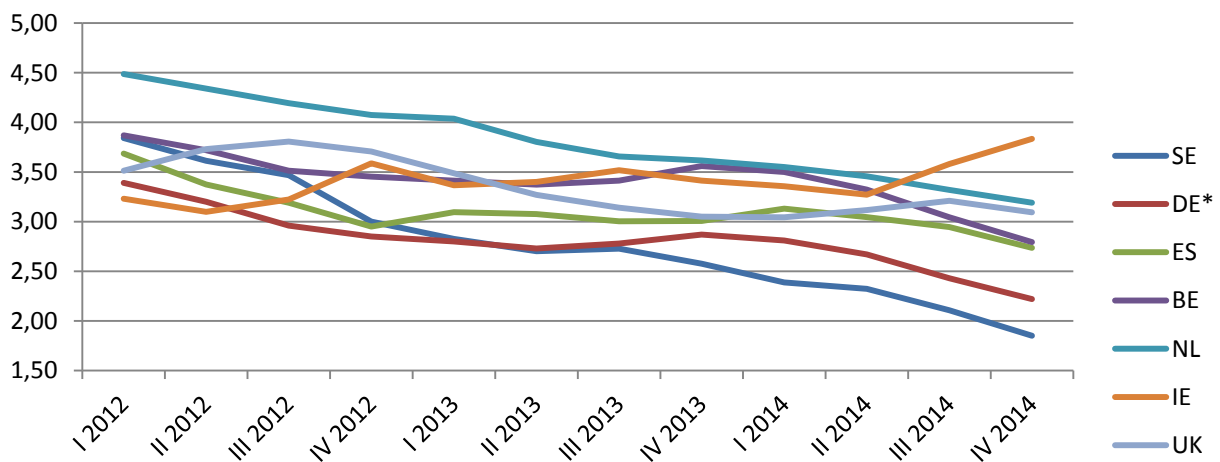
²⁰ DSF Policy Paper č. 45 *Cross-border insurance in Europe* Dirk Schoenmaker a Jan Sass, november 2014, s.12.

Rozdiely v cenách a výbere

Existujú dôkazy o roztrieštenosti trhu a rozdielnych cenách za rovnaké alebo podobné produkty dostupné na rôznych domácich trhoch, aj keď ich poskytuje rovnaký poskytovateľ. Pri zakladaní pobočiek na iných trhoch majú napríklad firmy sklon upravovať svoje ceny podľa miestnych podmienok a zvyčajne sa na iných trhoch neuchyľujú ku konkurenčnejšej tvorbe cien. Roztrieštenosť trhu sa prejavuje aj tým, že v niektorých členských štátoch majú spotrebiteľia obmedzené možnosti výberu. Na niektorých trhoch si napríklad spotrebiteľia môžu vybrať len hypotéky s pevnou úrokovou mierou a inde zase majú prístup len k pohyblivým úrokovým mieram²¹.

Informácie zhromaždené skupinou používateľov finančných služieb (*Financial Services User Group* – FSUG) z bankového sektora naznačujú, že rozdiely medzi jednotlivými členskými štátmi – pričom ich nemožno vysvetliť objektívnymi rozdielmi v kúpnej sile a vnútroštátnymi cenovými úrovňami – sú pri mnohých produktoch výrazné²². Ročné poplatky účtované za kreditnú kartu sa pohybujú od 9,10 EUR v Rumunsku po takmer 114 EUR na Slovensku. Offline úhrady sú v niektorých členských štátoch bezplatné, ale napríklad vo Francúzsku sa za ne platí priemerne 3,58 EUR. Takisto sa výrazne líšia úrokové miery, ktoré platia domácnosti za hypotekárne úvery v rôznych krajinách (pozri graf č. 1)²³. Väčšie rozdiely pritom možno pozorovať v oblasti spotrebiteľských úverov (než pri hypotekárnych úveroch).

Graf č. 1: Údaje Európskej hypotekárnej federácie o úrokových mierach pre nové hypotekárne úvery na bývanie podľa štvrťrokov (2012 – 2014).



* Upozorňujeme, že vo váženom priemere za celý trh sú pravdepodobne skreslené údaje o krátkodobých úveroch. Je to z dôvodu dostupnosti systému váženia: daný objem úverov zahŕňa prolongácie, no prolongácie majú obvykle kratšie úrokové obdobia.

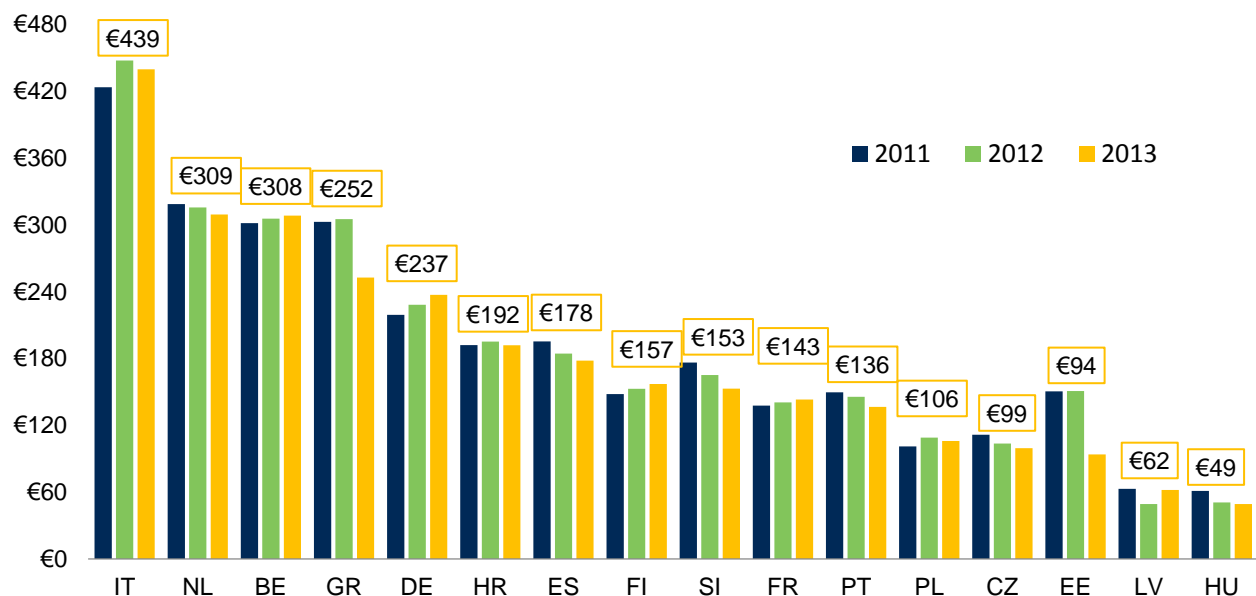
²¹ Európska hypotekárna federácia, Hypostat 2015, s. 15.

²² Skupina používateľov finančných služieb, Integrácia trhu s retailovými finančnými službami (http://ec.europa.eu/finance/finservices-retail/fsug/papers/index_en.htm).

²³ Zdroj: Európska hypotekárna federácia.

V sektore poisťovníctva môže dôjsť k situácii, že ten istý poistník s podobným rizikovým profilom zaplatí v závislosti od svojho miesta pobytu dvakrát toľko za podobnú poistnú zmluvu. Z informácií zhromaždených skupinou FSUG vyplýva, že mesačné poistné za porovnateľný neinvestičný 25-ročný termínovaný produkt životného poistenia dosahuje výšku 10 EUR mesačne na Slovensku, 12,40 EUR mesačne v Španielsku a až 65 GBP mesačne v Spojenom kráľovstve. V prípade poistenia automobilov sa napríklad ceny líšia aj pre ten istý model automobilu (graf č. 2)²⁴.

Graf č. 2: Priemerné poistné pri povinnom poistení zodpovednosti voči tretím osobám podľa krajiny.



Rozdiely v cenách možno pripísať takým faktorom, ako sú rozdielne podmienky v domácich hospodárstvach, rozdielne úrovne kúpnej sily, finančné alebo inštitucionálne štruktúry (napr. zdaňovanie, regulácia alebo dohľad) alebo odlišné finančné náklady, hodnoty ponuky (niekedy súvisiace s viazaním produktov alebo tvorbou balíkov) a cenové štruktúry na miestnych trhoch. V prípade poistenia (najmä poistenia motorových vozidiel) sa môžu odchýlky v nákladoch a rizikách za poskytnutie krytia medzi členskými štátmi výrazne líšiť, čím by sa dali odôvodniť niektoré rozdiely v cenách. Neexistuje však žiadne jednoznačne objektívne odôvodnenie rozsahu cenových rozdielov pri produktoch, ktoré sú menej viazané na geografickú lokalitu alebo miestne rizikové faktory, napríklad životné poistenie (aj keď stredná dĺžka života môže byť v jednotlivých členských štátoch odlišná). Týmito faktormi sa nedá vždy dostatočne vysvetliť stupeň cenovej roztrieštenosti v EÚ.

²⁴ Správa *Insurance Europe* o európskych trhoch s automobilovým poistením, strana 40 (graf 48), november 2015 (www.insuranceeurope.eu). Treba poznamenať, že tento graf bol upravený tak, že z neho boli odstránené krajiny mimo EÚ. Pozri aj štúdiu o retailovom poisťovacom trhu, ktorú vypracovali v *Europe Economics* (26.11.2009), s. 301 a 315 (http://ec.europa.eu/finance/insurance/docs/motor/20100302rim_en.pdf).

Nedostatočná hospodárska súťaž a minimálny počet spotrebiteľov, ktorí si presúvajú produkt medzi inštitúciami

Trhy retailového bankovníctva a poisťovníctva sú vo väčšine členských štátov veľmi koncentrované a vykazujú znaky toho, že nie sú úplne konkurencieschopné, čím sa obmedzuje výber pre spotrebiteľov a hodnota a kvalita produktov, ktoré dostávajú. Ku koncu roka 2013 napríklad trhovú podiel piatich najväčších poskytovateľov v bankovom sektore dosahoval takmer 95 % v Grécku v porovnaní s vyše 30 % v Nemecku a Luxembursku²⁵. V reakcii na verejnú konzultáciu o preskúmaní nariadenia o skupinovej výnimke v poisťovníctve väčšina poisťovateľov aj ich odvetvové združenia tvrdili, že poisťné trhy sú konkurencieschopné²⁶. Veľkú koncentráciu možno napriek tomu pozorovať v oblasti životného aj neživotného poistenia. Pomery koncentrácie napríklad v odvetví životného poistenia merané trhovým podielom piatich najväčších životných poisťovní v roku 2013 sa pohybujú od 100 % v Estónsku a na Malte po necelých 40 % v Nemecku a Chorvátsku²⁷. Zdá sa, že tieto veľké rozdiely nie sú opodstatnené rozdielnou veľkosťou týchto trhov.

Presun produktov medzi rôznymi poskytovateľmi je na úrovni EÚ nízky²⁸. Z údajov Eurobarometra z roku 2012 vyplýva, že viac než 85 % respondentov s osobným úverom alebo kreditnou kartou si svoj produkt nepresúvalo ani nesnažilo presunúť²⁹. Okrem toho sa ukazuje, že na úrovni členských štátov trhy s peňažnými úsporami nefungujú dobre a spotrebiteľia zostávajú akoby „uzamknutí“ u toho istého poskytovateľa a s tým istým produktom, aj keď sú dostupné podobné produkty s lepšou návratnosťou³⁰. Skutočnosť je dokonca taká, že podľa spotrebiteľských hodnotiacich tabuliek patria retailové finančné služby k oblastiam, v ktorých spotrebiteľia vyjadrujú najmenšiu spokojnosť so službami, ktoré dostávajú³¹. Táto kombinácia vysokej úrovne nespokojnosti, rôznych cien a nízkej úrovne prenosu produktov by mohla naznačovať, že na týchto trhoch hospodárska súťaž nefunguje dostatočne dobre v prospech spotrebiteľov alebo že existujú prekážky vstupu na trh alebo odchodu z neho (ktoré sa týkajú aj produktov), ktoré vedú k zotrvačnosti spotrebiteľov a bránia im vyhľadať si tie najlepšie možnosti.

²⁵ Pozri správu o bankových štruktúrach, ECB, október 2014, s. 15

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

²⁶ Súhrnná správa o reakciách na verejnú konzultáciu o preskúmaní nariadenia o skupinovej výnimke v poisťovníctve (IBER)

(http://ec.europa.eu/competition/consultations/2014_iber_review/summary_report_en.pdf).

²⁷ Pozri štatistické ukazovatele EÚ/EHP o poistení/zaistení (tabuľka 10). (<https://eiopa.europa.eu/financial-stability-crisis-prevention/financial-stability>).

²⁸ *Monitoring consumer markets in the European Union 2013*, s. 43 – 44.

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

²⁹ Prieskum Eurobarometer 373 – retailové finančné služby, s. 85.

³⁰ FCA, správa o štúdiu o trhu s hotovostnými úsporami (<http://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>); Autoriteit Consument & Market, prekážky vstupu v holandskom retailovom bankovom sektore, s. 69.

³¹ Pozri najnovšiu hodnotiacu tabuľku o spotrebiteľských trhoch na adrese http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/index_en.htm.

Ak by spotrebiteľia prejavovali záujem o presun produktov medzi poskytovateľmi, podporilo by to konkurencieschopnosť medzi firmami a poskytlo stimuly pre vstup nových subjektov na zrelé trhy. Ak by neexistovali prekážky brániace cezhraničným transakciám, záujem o presun produktov by tiež nabádal firmy, aby poskytovali služby z iných členských štátov. Dva z trhov, na ktorých je presun produktov medzi poskytovateľmi najťažší – teda pri platobných účtoch a hypotékach –, sú v posledných rokoch predmetom iniciatív na úrovni EÚ, ktoré sa doteraz transponujú na vnútroštátnej úrovni. Prostredníctvom smernice o hypotekárnych úveroch³² sa odstraňujú prekážky brániace výmene produktu za iný a prostredníctvom smernice o platobných účtoch³³ sa vytvárajú osobitné vnútroštátne služby presunu platobných účtov medzi bankami. Stále však existujú ďalšie možnosti, ako podporiť presun produktov medzi poskytovateľmi na úrovni EÚ – napríklad v niektorých členských štátoch sa skúma možnosť úplnej prenosnosti čísel bankových účtov.

Výberu spotrebiteľa môžu tiež brániť viazané produkty a produkty v balíkoch. Okrem pravidiel hospodárskej súťaže podlieha viazanie retailových finančných produktov a ich predaj v rámci balíkov špecifickým sektorovým pravidlám stanoveným v smernici o hypotekárnych úveroch (čím sa zabezpečí, že dlžníci si budú môcť vybrať poistenie u iného poskytovateľa)³⁴, v smernici o platobných účtoch a v pripravovanej smernici o rozdelení poistenia³⁵. Revidovaná smernica o trhoch s finančnými nástrojmi (MiFID II)³⁶ zahŕňa tiež posilnenie postavenia Európskeho orgánu pre cenné papiere a trhy (ESMA) [v spolupráci s Európskym orgánom pre bankovníctvo (EBA) a Európskym orgánom pre poisťovníctvo a dôchodkové poistenie zamestnancov (EIOPA)] s cieľom vypracovať usmernenia pre krížový predaj. Zákazníci by mali byť informovaní, či majú možnosť kúpiť si jednotlivé produkty z balíka oddelene (napr. poistenie od iného poskytovateľa) a mali by mať k dispozícii jasné informácie o nákladoch. Komisia bude naďalej sledovať, či sa tak deje a či nie sú v tejto oblasti potrebné ďalšie opatrenia.

2.2 Meniace sa prostredie retailového finančného sektora v súvislosti s digitalizáciou

Digitalizácia a inovácie v posledných rokoch rýchlo menia podobu retailových finančných služieb a v tejto súvislosti sa očakávajú aj mnohé ďalšie zmeny. Finančné firmy čoraz častejšie ponúkajú produkty online alebo prostredníctvom aplikácií a prevažná väčšina spotrebiteľov dnes pravidelne využíva online bankovníctvo na zaplatenie svojich účtov

³² Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/17/EÚ zo 4. februára 2014 o zmluvách o úvere pre spotrebiteľov týkajúcich sa nehnuteľností určených na bývanie a o zmene smerníc 2008/48/ES a 2013/36/EÚ a nariadenia (EÚ) č. 1093/2010 (Ú. v. EÚ L 60, 28.2.2014, s. 34). Článok 25 sa zaoberá problematikou predčasného splatenia.

³³ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/92/EÚ z 23. júla 2014 o porovnateľnosti poplatkov za platobné účty, o presune platobných účtov a o prístupe k platobným účtom so základnými funkciami (Ú. v. EÚ L 257, 28.8.2014, s. 214).

³⁴ Smernica o hypotekárnych úveroch, článok 12 ods. 4: „Členské štáty môžu veriteľom povoliť, aby od spotrebiteľa požadovali, aby mal pre zmluvu o úvere uzavreté náležité poistenie. V takýchto prípadoch členské štáty zabezpečia, aby veriteľ akceptoval poistenie od odlišného poskytovateľa, ako je ním uprednostňovaný poskytovateľ, pokiaľ toto poistenie zaručuje úroveň záruk rovnocennú poisteniu, ktoré navrhol veriteľ.“

³⁵ Publikácia sa očakáva začiatkom roka 2016, pozri aj <http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2015/07/22-insurance-mediation/>.

³⁶ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/65/EÚ z 15. mája 2014 o trhoch s finančnými nástrojmi, ktorou sa mení smernica 2002/92/ES a smernica 2011/61/EÚ (Ú. v. EÚ L 173, 12.6.2014, s. 349).

a vykonávanie transakcií³⁷. Tento technologický pokrok v zásade dáva príležitosť na jednoduchý rozvoj určitých cezhraničných transakcií, sprístupnenie účinnejších informácií a rád spotrebiteľom, zlepšenie porovnateľnosti produktov a zvýšenie miery presúvania produktov medzi poskytovateľmi³⁸.

Nové subjekty a nové techniky na digitálnom trhu

V dôsledku digitalizácie dochádza v sektore retailových finančných služieb k výrazným zmenám. Vznikajú nové obchodné modely: na trh vstupujú poskytovatelia výhradne online produktov a technologické spoločnosti, ktoré ponúkajú služby (v členských štátoch a niekedy aj za hranicami) vrátane elektronických prevodov peňazí, sprostredkovania pri online platbách, zoskupovania finančných údajov, partnerského financovania a cenového porovnávania. Na trh vstupujú aj nové subjekty, ktoré nie sú tradičnými poskytovateľmi finančných služieb a ktorých hlavným obchodným modelom nie sú vždy finančné služby. Finančné produkty teraz napríklad predávajú aj spoločnosti vlastniace sociálne médiá. Tieto nové technológie môžu byť pre spotrebiteľov prospešné, pokiaľ sa zachovajú primerané bezpečnostné normy.

Etablované firmy aj nové spoločnosti z oblasti finančných technológií (FinTech) skúmajú spôsoby interakcie so svojimi zákazníkmi, integrácie svojich distribučných ciest pre produkty a poskytovanie služieb, ktoré sú rýchlejšie, pohotovejšie a prispôsobenejšie. V prípade etablovaných subjektov ponúkajú digitálne technológie vrátane distribuovaných kníh (napríklad metóda blockchain používaná spoločnosťou Bitcoin) možnosť zmeniť vnútorné procesy a zaviesť lepšiu štandardizáciu, automatizáciu a dosiahnuť úspory z rozsahu. Etablované subjekty tiež vytvárajú partnerstvá alebo podporujú rozvoj spoločností z oblasti finančných technológií a spolupracujú s hlavnými digitálnymi poskytovateľmi, aby sa prispôbili tomuto trendu a udržali si popredné postavenie. Firmy tiež v čoraz väčšej miere využívajú tzv. „big data“, keď získavajú informácie o svojich možných cieľových zákazníkoch napríklad aj zo sociálnych médií. Umožňuje im to lepšie chápať zákazníkov, vyvoláva to však tiež otázky týkajúce sa vhodného využívania týchto údajov.

Tieto zmeny budú mať osobitný vplyv na existujúcich poskytovateľov, ako sú napríklad už etablované banky, keďže sa opierajú o podstatné – a nákladné – pobočky a úlohu platobných účtov ako tradičnej cesty k spotrebiteľom. To sa však nástupom spoločností z oblasti finančných technológií a digitálnych peňaženiek zmení. Nové subjekty sa sústreďujú aj na ziskové pomocné činnosti, napríklad výmenné kurzy³⁹. Banky a poisťovacie spoločnosti výrazne investujú do digitalizácie svojich predajných a zákazníckych služieb v nádeji, že dosiahnu úspory nákladov a nadviažu užší vzťah s existujúcimi zákazníkmi⁴⁰. Nové subjekty

³⁷ Statista, rozšírenie online bankingu na vybratých európskych trhoch v roku 2014, na adrese (<http://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/>).

³⁸ KPMG, *Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*, s. 21 – 22. KPMG uvádza, že zvýšená miera účasti na finančných produktoch, ktorá vyplýva z online bankingu, nabáda k aktívnejšiemu skúmaniu potenciálnych možností spotrebiteľov.

³⁹ KPMG, *Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*, s. 27.

⁴⁰ KPMG, *Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*, s. 21.

(ktoré zatiaľ nemajú stabilnú zákaznícku základňu) majú potenciál vypracúvať cezhraničné riešenia a získavať nové trhy od existujúcich subjektov.

Mimoriadny záujem na úrovni EÚ je o rozvoj online distribučných ciest. Digitalizácia umožňuje poskytovateľom a spotrebiteľom jednoduchšie a pri nižších nákladoch uzatvárať obchody na diaľku a podporovať ich, čím poskytuje prístup k veľkej základni spotrebiteľov na jednotnom trhu, ktorí môžu využívať najlepšie dostupné ponuky. Cezhraničná činnosť by sa v zásade vďaka digitalizácii mohla rozvíjať bez toho, aby sa firmy museli zriaďovať v iných členských štátoch.

Inovačné technológie ponúkajú príležitosti na zlepšenie zákazníckych služieb a zníženie cien, zároveň však so sebou prinášajú regulačné problémy, najmä vo vzťahu ku kybernetickej bezpečnosti a ochrane údajov. Kybernetické hrozby sú pre spotrebiteľov a podniky zásadným problémom; dôležitosť tejto problematiky pravdepodobne len porastie v nadväznosti na to, ako bude digitalizácia napredovať, pričom na ňu bude nutné adekvátne reagovať. Môže sa stať, že nové subjekty nebudú v rámci aktuálnych regulačných rámcov a rámcov dohľadu podliehať rovnakej regulácii ako existujúce firmy, a to ani z hľadiska ochrany spotrebiteľa. Technologický vývoj a rozširovanie nových distribučných ciest môžu sťažiť poskytovanie vhodných informácií zákazníkom ešte pred uzatvorením zmluvy – napríklad povinným zverejňovaním informácií prostredníctvom mobilným zariadením s malými obrazovkami. Preto treba dôsledne zvážiť vhodnú reakciu na tieto výzvy (vrátane primeranej bezpečnosti a ochrany spotrebiteľa) a príležitosti.

Nové finančné a platobné produkty

Komisia podporuje rast inovačných technológií zameraných na spotrebiteľov a chce zabezpečiť, aby boli dostupné čo najširšiemu okruhu spotrebiteľov v celej Európe a podľa možnosti aj v zahraničí. Digitalizácia finančných služieb vedie k vzniku nových produktov, ako sú napríklad pôžičky cez SMS alebo partnerské poskytovanie úverov, pričom niektoré z nich vyvolávajú regulačné otázky a problémy v oblasti ochrany spotrebiteľa.

Najmä v oblasti platieb sa vynárajú nové príležitosti v dôsledku rozvoja mobilných, internetových a okamžitých platieb na domácich trhoch. V Európe sa rýchlo rozvíjajú mobilné platby, pričom trhové subjekty vrátane bánk, poskytovateľov kariet, mobilných operátorov a internetových subjektov ponúkajú celú škálu riešení platieb na diaľku a bezkontaktných platieb. Súčasťou týchto služieb sú partnerské platby, mobilné peňaženky, bankové a kartové aplikácie a využívajú sa v nich rôzne technológie (najrozvinutejšími spomedzi nich pre platby na mieste sú technológia Near-Field Communication – NFC a kódy Quick-Response – QR). Pre spotrebiteľov to znamená, že môžu platiť za svoje nákupy cez telefón, že si môžu rozdeliť cenu za jedlo alebo poslať priateľom peniaze cez niektorú z aplikácií. Tieto riešenia sa však často uplatňujú len na domacom trhu a všeobecne nie sú interoperabilné, keďže firmy alebo skupiny firiem súťažia o to, aby presadili vlastné štandardy. Ich obmedzené geografické pokrytie a minimálna interoperabilita obmedzuje ich akceptáciu zo strany obchodníkov, čím sa ďalej znižuje ich účinné cezhraničné používanie.

Platby v reálnom čase (alebo okamžité platby) existujú v súčasnosti len v niektorých krajinách. Záujem o ne však vzniká aj v iných krajinách, keďže ich rýchlosť má potenciál

podnecovať inovácie a viesť k vzniku nových platobných aplikácií. Po prechode na jednotnú oblasť platieb v eurách (SEPA)⁴¹ sú len ďalším logickým krokom v rámci jednotného trhu pre retailové platby: poskytovatelia platobných služieb v EÚ začali vyvíjať systém okamžitých úhrad SEPA. Rada pre retailové platby v eurách (ERPB) a Európska platobná rada (EPC)⁴² spolupracujú na vypracovaní celoeurópskeho štandardu pre okamžité platby a partnerské mobilné platby s potenciálom vytvoriť interoperabilné systémy. Komisia oba tieto orgány podporuje v ich práci.

Oddiel 3 Lepšie produkty, väčší výber a viac príležitostí pre spotrebiteľov a podniky

Zatiaľ sa nevyužili všetky prínosy, ktoré prináša jednotný európsky trh s retailovými finančnými službami. Medzi najpriamejšie spôsoby zlepšenia hospodárskej súťaže a podpory blaha spotrebiteľov patrí odstránenie prekážok cezhraničného obchodu v oblasti týchto služieb (ak je to možné). Tieto prekážky majú pôvod v dvoch hlavných skupinách príčin ovplyvňujúcich dodávateľov aj spotrebiteľov. Tie spoločne pôsobia tak, že znižujú výber a hospodársku súťaž a zachovávajú roztrieštenosť európskeho trhu:

- spotrebiteľia nevedia o ponukách v iných členských štátoch alebo im dostatočne neveria, a ak by aj informácie mali a verili im, majú problém sa k nim dostať (oddiel 3.1), a
- dodávateľia neponúkajú produkty spotrebiteľom v iných členských štátoch, pretože aj v čase digitalizácie majú roztrieštené trhy za následok nadmerné prevádzkové náklady a náklady na dodržiavanie právnych predpisov (oddiel 3.2).

Komisia sa zaujíma najmä o to, či by sa vďaka využívaniu inováčnej digitálnej technológie dali niektoré z týchto prekážok vyriešiť. Nedostatočná dôvera spotrebiteľov a nedostatočná právna istota pre predajcov pri cezhraničných transakciách môžu tiež vyplývať z nejednotného presadzovania európskych právnych predpisov v rámci EÚ. Siet' spolupráce v oblasti ochrany spotrebiteľa sa venuje niektorým hlavným právnym predpisom týkajúcim sa ochrany spotrebiteľa v oblasti finančných služieb. Pokiaľ by sa presadzovanie právnych predpisov EÚ stalo problémom, dalo by sa ďalej riešiť prostredníctvom takýchto sietí.

Všeobecné otázky

1. *Pre ktoré finančné produkty by mohla lepšia cezhraničná ponuka zvýšiť hospodársku súťaž na domácich trhoch v zmysle väčšieho výberu a lepších cien?*
2. *Aké prekážky bránia firmám v tom, aby priamo poskytovali finančné služby v zahraničí, a spotrebiteľom v tom, aby si produkty nakupovali priamo v zahraničí?*
3. *Možno tieto prekážky v budúcnosti prekonať prostredníctvom digitalizácie a inovácií v sektore finančných technológií?*
4. *Čo možno urobiť pre to, aby sa zabezpečilo, že digitalizácia finančných služieb*

⁴¹ Ďalšie informácie o SEPA možno nájsť na adrese http://ec.europa.eu/finance/payments/sepa/index_en.htm.

⁴² Ďalšie informácie možno nájsť na adrese

<http://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/governance/eu/html/index.en.html>

a <http://www.europeanpaymentscouncil.eu/>.

nepovedie k väčšiemu finančnému vylúčeniu, najmä čo sa týka osôb s nižšou digitálnou gramotnosťou?

5. *Aký prístup by sme mali zaujať v prípade, že nové príležitosti, ktoré prídu s rastom a rozširovaním digitálnych technológií, vyvolajú aj nové riziká v oblasti ochrany spotrebiteľa?*
6. *Majú zákazníci prístup k bezpečným, jednoduchým a zrozumiteľným finančným produktom v celej Európskej únii? Ak to tak nie je, čo možno urobiť pre zabezpečenie takéhoto prístupu?*
7. *Predstavuje kvalita presadzovania európskych právnych predpisov týkajúcich sa retailových finančných služieb v rámci EÚ problém pre dôveru spotrebiteľov a integráciu trhov?*
8. *Existujú ďalšie skutočnosti, ktoré treba zvážiť, alebo došlo k ďalšiemu vývoju, ktorý treba vziať do úvahy v súvislosti s cezhraničnou hospodárskou súťažou a výberom v oblasti finančných služieb?*

3.1 Ako pomôcť spotrebiteľom nakupovať finančné produkty v zahraničí

V mnohých životných okamihoch spotrebiteľia musia prijímať veľké finančné rozhodnutia s dlhodobými dôsledkami. Či už si obstarávajú životné poistenie, využívajú hypotekárny úver na nákup domova, sťahujú sa do zahraničia alebo si sporia peniaze do budúcnosti, mali by mať možnosť: i) vedieť, čo je dostupné inde v EÚ; ii) získať konkurenčne ocenené produkty vyhovujúce ich potrebám a iii) dôverovať, že sú ich produkty bezpečné, vhodné a že budú fungovať v súlade s tým, na čo sú určené.

3.1.1 Ako vedieť, čo je k dispozícii⁴³

Hľadám najlepšiu dostupnú ponuku vo svojom členskom štáte. Nevieam, že v iných členských štátoch existujú produkty, ktoré by mohli byť lacnejšie alebo lepšie.

Spotrebiteľia často nemajú prístup k informáciám o cezhraničných ponukách finančných produktov, a preto je pre nich ťažké nakupovať mimo svojej domácej krajiny. Len málo poskytovateľov retailových finančných služieb sa zameriava na spotrebiteľov v členských štátoch, v ktorých nie sú fyzicky prítomní. Spotrebiteľia sa navyše pri snahe získať informácie o produktoch v iných členských štátoch stretávajú s mnohými prekážkami vrátane jazykových.

Lepšie informácie pre spotrebiteľov a ako im pomôcť pri prenose produktov

Jedným zo spôsobov, ako zvýšiť informovanosť spotrebiteľov a podnietiť ich, aby prešli na vhodnejšie produkty, je zaistiť, aby mali prístup k prostriedkom, ktoré im umožnia dozvedieť sa viac o produktoch dostupných v iných členských štátoch a pochopiť ich vlastnosti. K týmto prostriedkom by napríklad mohli patriť finanční sprostredkovatelia, nezávislé webové stránky poskytujúce porovnanie produktov alebo nezávislé internetové služby finančného poradenstva.

⁴³ Príklady použité v tomto dokumente boli inšpirované viacerými skutočnými prípadmi z každodenného života, o ktorých sa Komisia dozvedela.

Nezávislé porovnávacie webové stránky napríklad môžu pomôcť pri tom, že zákazníci budú vedieť o existencii produktov. Ich hlavným prínosom je však to, že poskytujú spotrebiteľom podporu pri presune produktov, keďže im umožňujú posúdiť najvhodnejšie produkty vyhovujúce ich potrebám a rozhodnúť sa medzi nimi. Orgán EIOPA zistil, že porovnávacie webové stránky stimulujú hospodársku súťaž medzi poisťovateľmi a sprostredkovateľmi poistenia a pomáhajú zvyšovať transparentnosť a porovnateľnosť informácií, ktoré majú spotrebiteľia k dispozícii⁴⁴. Táto myšlienka by sa mohla vzťahovať aj na iné produktové segmenty, ako aj iné členské štáty, ktoré takéto možnosti zatiaľ nemajú. Treba však vziať do úvahy, že mnohé porovnávacie webové stránky ponúkajú niekedy len slabý prehľad porovnávaných aspektov a kritérií a často sa nadmieru sústreďia na cenu⁴⁵. Porovnávacie webové stránky sú veľmi bežné v sektore poisťovníctva, pričom v smernici o platobných účtoch sa stanovila povinnosť vytvoriť na vnútroštátnej úrovni minimálne jednu porovnávaciu webovú stránku (so stanovenými kritériami kvality), ktorá predstaví ponuku bankových služieb v oblasti účtov vrátane poplatkov účtovaných inými finančnými inštitúciami.

Spomedzi ďalších metód zlepšujúcich miery presunu produktov možno spomenúť opatrenia zamerané na to, aby spotrebiteľia mohli zrušiť svoje produkty bez toho, aby za to museli zaplatiť veľké pokuty, ako sa napríklad uvádza v smernici o hypotekárnych úveroch a smernici o spotrebiteľských úveroch⁴⁶, alebo snahy o prekonanie zotrvačnosti spotrebiteľov prostredníctvom obmedzenia prekážok a ťažkostí súvisiacich s presunom produktov⁴⁷. Aj ciele zverejňovanie informácií v kľúčových okamihoch, keď môže byť pre spotrebiteľa vhodné zameniť produkt za iný, môže viesť k tomu, že sa spotrebiteľia budú viac angažovať vo svojich finančných rozhodnutiach a nebudú až natoľko vážňami produktov, ktoré si obstarali⁴⁸.

Otázky

9. *Akým prostriedkom by sa dala najlepšie zvyšovať informovanosť spotrebiteľov o rôznych retailových finančných službách a poisťných produktoch dostupných v celej Únii?*
10. *Čo by sa dalo ešte urobiť pre uľahčenie cezhraničnej distribúcie finančných produktov prostredníctvom sprostredkovateľov?*
11. *Sú potrebné ďalšie kroky na podporenie porovnateľnosti a/alebo uľahčenie prenosu produktov v prospech retailových finančných služieb od poskytovateľov so sídlom buď v tom istom, alebo inom členskom štáte? Ak áno, aké opatrenia to sú a ktorých produktových segmentov sa týkajú?*

⁴⁴ Správa EIOPA o osvedčených postupoch v oblasti porovnávacích webových stránok (január 2014).

⁴⁵ Európska komisia, „Porovnávacie nástroje a overovacie programy tretích strán“, na adrese (http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm).

⁴⁶ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2008/48/ES z 23. apríla 2008 o zmluvách o spotrebiteľskom úvere a o zrušení smernice Rady 87/102/EHS (Ú. v. EÚ L 133, 22.5.2008, s. 66).

⁴⁷ Firmy v súčasnosti podliehajú právnym predpisom EÚ o nekalých zmluvných podmienkach a nekalých obchodných praktikách (pozri poznámku pod čiarou č. 3), ktoré obmedzujú určité zmluvné a mimozmluvné prekážky prechodu spotrebiteľov ku konkurencii.

⁴⁸ Pozri napríklad správu FCA o štúdiu o trhu s hotovostnými úsporami, v ktorej sa navrhuje využitie upozornení prostredníctvom SMS na blížiaci sa ukončenie výhodného obdobia

(<https://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf>).

Riešenie zložitých a neúnosne vysokých poplatkov za zahraničné transakcie

Žijem v eurozóne. Moja banka mi účtuje vysoké poplatky pri každom prevode peňazí do členského štátu, ktorý nie je v eurozóne. Keď som v zahraničí používal kreditnú kartu, došiel mi vysoký účet, keďže výmenný kurz použitý bankou bol horší ako trhový kurz, pričom som nebol vopred riadne informovaný o výmennom kurze, ktorý sa použije.

Pokiaľ ide o transakčné poplatky, nariadením č. 924/2009 o cezhraničných platbách⁴⁹ sa odstraňujú rozdiely v poplatkoch za cezhraničné a vnútroštátne platby v eurách, čo prináša veľké výhody spotrebiteľom pri platbách v eurách. Ak však občania chcú previesť peniaze do iných krajín EÚ v iných menách ako euro, často sa stretávajú s veľmi vysokými poplatkami v porovnaní s tými, ktoré platia za vnútroštátne prevody. Tieto poplatky zahŕňajú transakčné poplatky a poplatky za výmenu cudzej meny a môžu predstavovať významnú časť z hodnoty transakcie. Transakčné poplatky pre bežných spotrebiteľov za cezhraničné platby a prevody v menách iných ako euro sú zvyčajne veľmi vysoké vo všetkých členských štátoch a zákazníci o nich nemajú vždy presné informácie. Čoraz častejšie sú teraz dostupné webové stránky ponúkajúce partnerskú zmenáreň s oveľa výhodnejšími kurzami pre spotrebiteľov, pričom začínajú mať skutočný vplyv na trhy. Hoci firmy musia uvádzať transparentné informácie o poplatkoch a sadzbách účtovaných za výmenu meny, tieto poplatky a sadzby nepodliehajú konkrétne žiadnym európskym pravidlám.

Pri platbách kartou spotrebiteľa často nevedia o výmennom kurze, ktorý sa použije na transakciu v zahraničí, napríklad za výber hotovosti alebo nákup platobnou kartou v členských štátoch s inou menou. Prepočet meny sa zvyčajne uskutočňuje kurzom ponúkaným bankou, ktorá vydala kartu. V posledných rokoch obchodníci čoraz častejšie ponúkajú možnosť využiť výmenný kurz ich banky (tzv. dynamický prepočet meny), čo je aspoň v istej miere prehľadné pre spotrebiteľov a mohlo by priniesť lepší pomer ceny k hodnote. Výmenné kurzy obchodníkov však nie sú pre spotrebiteľov automaticky lepšie a často je ich ťažké individuálne porovnať s výmennými kurzami, ktoré ponúka banka spotrebiteľa. Tie totiž nie sú spotrebiteľom v čase transakcie dostupné v presnej výške. To znamená, že spotrebiteľa zatiaľ nedokážu využívať výhody plynúce z hospodárskej súťaže, ktoré vznikajú vďaka možnostiam dynamického prepočtu meny.

Vzhľadom na existenciu rôznych mien v rámci EÚ, ako aj na pokračujúcu integráciu trhov s retailovými finančnými službami pravdepodobne narastie význam tejto problematiky, keďže na jednotnom digitálnom trhu sa rozširuje elektronický obchod, čo si bude vyžadovať ďalšie preskúmanie.

Otázky

12. Aké ďalšie kroky možno podniknúť na úrovni EÚ s cieľom riešiť problém privysokých

⁴⁹ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 924/2009 zo 16. septembra 2009 o cezhraničných platbách v Spoločenstve, ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 2560/2001 (Ú. v. EÚ L 266, 9.10.2009, s. 11).

poplatkov za cezhraničné platby (napr. úhrady) v rôznych menách EÚ?

13. Treba prijať aj nejaké ďalšie opatrenia (popri existujúcich požiadavkách na sprístupnenie informácií⁵⁰) zabezpečujúce, že spotrebitelia budú vedieť, aké poplatky za prepočet meny sa im účtujú pri vykonávaní cezhraničných transakcií?

3.1.2 Prístup k finančným službám z ktoréhokoľvek miesta v Európe

Na dôchodok sme sa presťahovali do Francúzska a chceme si ponechať svoj bankový účet v Spojenom kráľovstve, kam nám posielajú náš mesačný dôchodok. Naša banka nám však odmieta obnoviť debetnú kartu, pretože v Spojenom kráľovstve nemáme trvalú adresu. Súhlasí s tým, že náš účet bude viesť ďalej len v prípade, že tam ponecháme veľký vklad.

Pozreli sme sa aj na známu porovnávaciu webovú stránku, na ktorej sa uvádzajú najlepšie úrokové miery z úspor, a našli sme takéto informácie: „Pred podaním žiadosti si nezabudnite prečítať zmluvné podmienky k účtu a uistite sa, že im rozumiete. Medzi podmienky patrí aj to, že musíte mať aspoň 18 rokov a musíte trvalo žiť v Spojenom kráľovstve.“

Keďže poskytovatelia finančných služieb v súčasnosti neponúkajú svoje produkty za hranicami, pokiaľ nie sú zriadení na cieľovom trhu, spotrebitelia EÚ majú len zriedka prístup k finančným službám z iných členských štátov (s výnimkou niektorých obmedzených investičných produktov)⁵¹. Aj keď sa vďaka smernici o platobných účtoch rozvíja vnútorný trh, keďže sa ňou zakazuje diskriminácia spotrebiteľov žiadajúcich o zriadenie platobných účtov alebo o prístup k nim na základe miesta pobytu, spotrebitelia vo väčšine prípadov zisťujú, že nemajú nárok na získanie služieb, ak nemajú pobyt v krajine poskytovateľa⁵². V prípade poistenia určuje dostupné možnosti miesto pobytu spotrebiteľa, a nie jeho individuálny rizikový profil. Poisťovatelia totiž vypracúvajú svoje poisťné zmluvy na základe rizikovej skupiny určovanej miestnym dopytom. Online dodávatelia môžu využívať techniky tzv. „geografického blokovania“ a blokovať prístup k webovým stránkam, presmerúvať na iné webové stránky alebo neumožniť uzatvorenie transakcie tým, že budú vyžadovať špecifický formát údajov, ktorý je viazaný na konkrétne krajiny (napr. PSČ alebo informácie o platbe). Tieto postupy bránia spotrebiteľom žiadať o nimi vybrané produkty.

So spotrebiteľmi by sa pri nakupovaní v EÚ nemalo zaobchádzať inak v závislosti od ich štátnej príslušnosti alebo miesta pobytu, pokiaľ na to nie sú objektívne dôvody. Opatrenia proti geografickému blokovaniu a iným formám diskriminácie na základe geografickej polohy boli ohlásené v máji 2015 v rámci stratégie pre jednotný digitálny trh a v novembri 2015 v rámci stratégie jednotného trhu⁵³. Komisia do polovice roka 2016 predloží legislatívne

⁵⁰ Legislatívne uznesenie Európskeho parlamentu z 8. októbra 2015 k návrhu smernice Európskeho parlamentu a Rady o platobných službách na vnútornom trhu, ktorým sa menia smernice 2002/65/ES, 2013/36/EÚ a 2009/110/ES a zrušuje smernica 2007/64/ES [COM(2013) 0547 – C7-0230/2013 – 2013/0264(COD)]. Pozri článok 59 a článok 60 ods. 3.

⁵¹ BEUC, Ochrana záujmov spotrebiteľov v oblasti retailových finančných služieb, 2011, s. 3 (<http://www.beuc.org/publications/2011-09879-01-e.pdf>).

⁵² Pozri príklad uvedený v oddiele 2.1.

⁵³ Konzultácia ku geografickému blokovaniu bude prebiehať do 28. decembra 2015 (pozri <https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/geoblocksurvey2015/>).

návrhy na skoncovanie s neoprávneným geografickým blokovaním a so všeobecnejším cieľom predchádzať diskriminácii spotrebiteľov na základe miesta bydliska či štátnej príslušnosti.

Otázky

14. Čo možno urobiť na obmedzenie neodôvodnenej diskriminácie na základe miesta bydliska v sektore retailových finančných služieb vrátane poisťovníctva?

Zvýšenie prenosnosti produktov

Chcem sa presťahovať do iného členského štátu a začať tam pracovať. Vo svojom domovskom členskom štáte mám už dlho súkromné zdravotné poistenie, ktoré si však nemôžem preniesť do svojho nového domova, a musím si teda uzavrieť nové súkromné zdravotné poistenie. Zistil som, že moje poistné by v novom členskom štáte bolo oveľa vyššie, keďže poistenie vychádza z najnovších zdravotných informácií a nie z predchádzajúcej histórie.

Môže sa stať, že občania sťahujúci sa z jedného členského štátu do iného nebudú môcť ďalej využívať finančné produkty obstarané v domovskom členskom štáte, a v novom členskom štáte pobytu tak môžu byť vylúčení z finančného sektora. Táto situácia môže byť zvlášť náročná pre spotrebiteľov, ktorí majú menej prostriedkov na rokovanie s poskytovateľmi služieb v novom členskom štáte pobytu alebo pre občanov, ktorí potrebujú častý prístup k finančným produktom, ktoré si kumulovali počas života, ako napríklad k súkromnému zdravotnému poisteniu.

V prípade súkromného zdravotného poistenia sa zdá, že sa používajú zmluvné podmienky, ktoré obmedzujú nárok na dávky na členský štát, v ktorom má poistník obvyklý pobyt v čase uzavretia poistnej zmluvy. Obvyklý pobyt je svojou povahou niečo, čo sa môže časom zmeniť. V dôsledku toho sa môže stať, že sa poistník nebude môcť spoľahnúť na svoje existujúce zmluvy, keď sa presťahuje do iného členského štátu, nebude môcť žiadať o úhradu nákladov na nemocničnú liečbu alebo využívať svoj súkromný dôchodok v zahraničí. Zvlášť sa to dotýka starších ľudí, ktorí často platia vyššie zdravotné poistné alebo poistné za dlhodobú zdravotnú starostlivosť.

S osobitnými problémami sa spotrebiteľia stretávajú v prípade, keď sa pokúšajú využiť svoje starobné sporenie s poistením. Popri značných ťažkostiach, ktorým čelia poistníci pri zosúladovaní duplicitných a rozporných daňových opatrení, sa aj v mnohých životných poistkách poistenie obmedzuje tak, že platí len v členskom štáte, v ktorom má poistník obvyklý pobyt⁵⁴. Obmedzuje sa tým možnosť výberu spotrebiteľa a cezhraničná hospodárska súťaž, pričom to tiež predstavuje vážnu prekážku pre spotrebiteľov, ktorí sa sťahujú do iných členských štátov. Tieto prekážky ovplyvňujú najviac občanov EÚ, ktorí sa počas dôchodkového veku chcú usadiť v inom členskom štáte.

⁵⁴ Pri súkromných dôchodkoch sa táto problematika rieši v rámci práce Komisie na iniciatíve „únia kapitálových trhov“.

Otázky

15. Čo možno urobiť na úrovni EÚ, aby sa uľahčila prenosnosť retailových finančných produktov, napríklad životného poistenia a súkromného zdravotného poistenia?

Uľahčenie prístupu k cezhraničnému poisteniu zodpovednosti za škodu pri výkone povolania a zlepšenie jeho uznávania

V odvetviach, kde je poistenie zodpovednosti za škodu pri výkone povolania povinné⁵⁵, majú poskytovatelia služieb často problém pri obstarávaní produktov, ktoré by sa vzťahovali na územie viac než jedného členského štátu. V stratégii jednotného trhu bolo oznámené, že Komisia preskúma vývoj na trhu v súvislosti s dostupnosťou a vzájomným uznávaním povinného poistenia zodpovednosti za škodu spôsobenú pri výkone povolania a v prípade potreby podnikne kroky týkajúce sa poisťných požiadaviek pre poskytovateľov podnikateľských a stavebných služieb.

Otázky

16. Čo možno urobiť na úrovni EÚ, aby sa poskytovateľom služieb uľahčil prístup k povinnému poisteniu zodpovednosti pri výkone povolania a jeho cezhraničné uznávanie?

3.1.3 Ako vybudovať dôveru, aby bolo možné využívať možnosti dostupné inde v Európe

V inom členskom štáte som našiel skvelú ponuku na úver pri oveľa nižšej úrokovej sadzbe, než akú mi ponúkajú banky doma. Veľmi ma to lákalo, zároveň ma však znepokojovali dôsledky toho, ak by nastali s produktom nejaké problémy. Namiesto toho som sa teda rozhodol kúpiť si drahší produkt na miestnom trhu.

Spotrebiteľia musia vedieť, že bez ohľadu na to, kde v Únii budú retailový finančný produkt nakupovať, budú primerane chránení pred jeho kúpou aj po nej⁵⁶.

Podpora porovnateľnosti a porozumenia zo strany spotrebiteľov prostredníctvom lepšieho zverejňovania informácií

Spotrebiteľia potrebujú informácie, ktoré sú ľahko zrozumiteľné. Informácie by mali byť jasné a mali by sa sústreďovať na prvky, ktoré umožňujú spotrebiteľovi úplne pochopiť produkt. Pritom by sa malo zohľadňovať správanie spotrebiteľov. Pomôcť môže aj vzdelávanie o finančných záležitostiach. Keď však spotrebiteľia nakupujú produkt, musia vedieť, koľko zaň zaplatia, komu zaň platia a aké prínosy im z neho plynú. Musia mať možnosť porovnať si náklady a prínosy, aby sa efektívne rozhodli. Pri výmene a šírení

⁵⁵ Článok 23 smernice o službách umožňuje členským štátom požadovať, aby poskytovatelia služieb uzatvorili poistenie zodpovednosti za škodu spôsobenú pri výkone povolania alebo aby poskytovali nejakú inú formu finančnej záruky (smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/123/ES z 12. decembra 2006 o službách na vnútornom trhu, Ú. v. EÚ L 376, 27.12.2006, s. 36).

⁵⁶ Prieskum Eurobarometer 373 „Retailové finančné služby“, s. 42, v ktorom 29 % respondentov uvádza, že „nemá jasné informácie“, 28 % respondentov uvádza, že „nepozná svoje práva, ak dôjde k problémom“ a mnohí ďalší uvádzajú, že „v iných členských štátoch EÚ existuje menšia miera ochrany spotrebiteľa“, pokiaľ ide o nákupy z iného členského štátu.

neustranných recenzií o finančných produktoch majú dôležitú úlohu napríklad aj spotrebiteľské organizácie.

Akékoľvek kroky v tejto oblasti by mohli nadviazať na úsilie vynaložené v posledných rokoch zamerané na zaistenie toho, aby bolo zverejňovanie informácií účinné, transparentné a porovnateľné. V posledných rokoch sa touto problematikou zaoberali viaceré opatrenia EÚ, napríklad smernica o hypotekárnych úveroch, smernica o spotrebiteľských úveroch, smernica o platobných účtoch, smernica o podnikoch kolektívneho investovania do prevoditeľných cenných papierov (PKIPCP)⁵⁷, smernica MiFID II, nariadenie o štrukturalizovaných retailových investičných produktoch a investičných produktoch založených na poistení⁵⁸ a v prípade produktov neživotného poistenia smernica o rozdelení poistenia. Pre poskytovanie spotrebiteľských finančných služieb na diaľku (napr. online) sú v smernici o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku ustanovené požiadavky na informácie. Podľa akčného plánu pre úniu kapitálových trhov požiada Komisia európske orgány dohľadu, aby pracovali na transparentnosti dlhodobých retailových a dôchodkových produktov vrátane ich skutočných čistých výsledkov a poplatkov. Digitalizácia a vznik nových produktov a nových digitálnych ciest navyše ponúka príležitosť lepšie preskúmať, ako by mohla komunikácia firiem so zákazníkmi vrátane zverejňovania informácií, ktoré je povinné podľa práva EÚ a vnútroštátnych predpisov, fungovať čo najlepšie v záujme spotrebiteľov a ako pomôcť spotrebiteľom, aby lepšie chápali produkty, ktoré si kupujú, a aby im viac dôverovali.

Otázky

17. Sú potrebné ďalšie opatrenia na úrovni EÚ na zlepšenie transparentnosti a porovnateľnosti finančných produktov (najmä prostredníctvom digitálnych riešení) s cieľom posilniť dôveru spotrebiteľov?

Zlepšenie možností prostriedkov nápravy v oblasti retailových finančných služieb

Pre spotrebiteľov je často zložitá nájsť vhodné prostriedky nápravy v cezhraničných situáciách, čo ich môže odradiť od nakupovania finančných produktov v iných členských štátoch.

S cieľom pomôcť spotrebiteľom v takýchto situáciách Komisia v roku 2001 založila sieť mimosúdneho urovnávania sporov (FIN-NET), ktorej cieľom je uľahčiť riešenie cezhraničných sporov v oblasti finančných služieb⁵⁹. Táto dobrovoľná a neformálna sieť združuje ombudsmanov, arbitrátorov, rozhodcov a iné systémy z celej EÚ. Členovia siete FIN-NET majú rôzne právomoci a prístupy, počnúc povinnou účasťou a povinným dodržiavaním rozhodnutí stranami až po dobrovoľnú účasť na rozhodcovských konaniach.

⁵⁷ Smernica 2009/65/ES, naposledy zmenená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2014/91/EÚ z 23. júla 2014, ktorou sa mení smernica 2009/65/ES o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa podnikov kolektívneho investovania do prevoditeľných cenných papierov (PKIPCP), pokiaľ ide o funkcie depozitára, politiky odmeňovania a sankcie (Ú. v. EÚ L 257, 28.8.2014, s. 186).

⁵⁸ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1286/2014 z 26. novembra 2014 o dokumentoch s kľúčovými informáciami pre štrukturalizované retailové investičné produkty a investičné produkty založené na poistení (PRIIP) (Ú. v. EÚ L 352, 9.12.2014, s. 1).

⁵⁹ Ďalšie informácie sa nachádzajú na adrese http://ec.europa.eu/finance/fin-net/index_en.htm.

Táto sieť však v súčasnosti nefunguje vo všetkých členských štátoch ani vo všetkých oblastiach finančného sektora jednotlivých krajín⁶⁰.

V záujme zvýšenia dôvery spotrebiteľov pri nákupe produktov v zahraničí by sa mohla sieť FIN-NET zlepšiť tak, aby sa zabezpečilo, že všetci jej členovia budú spĺňať záväzné požiadavky týkajúce sa kvality pre subjekty alternatívneho riešenia sporov v rámci smernice o alternatívnom riešení sporov (ARS)⁶¹. Ak má byť posilnená sieť FIN-NET skutočným prínosom, o jej existencii by sa malo dozvedieť viac spotrebiteľov. Aj keď sieť FIN-NET v roku 2014 urovnala viac ako 3 500 cezhraničných prípadov, všeobecné povedomie o nej je nízke. Komisia preskúma, či by sa zvyšovanie povedomia o sieti FIN-NET malo stať jednou z hlavných priorít. Z dlhodobého hľadiska a v prípade, že sa cezhraničná integrácia výrazne rozšíri, bude možno potrebné rozmyšľať o ďalších opatreniach na zlepšenie systému alternatívneho riešenia sporov v oblasti retailových finančných služieb na základe skúseností získaných pri vykonávaní smernice o ARS.

V roku 2013 Komisia prijala odporúčanie o kolektívnom uplatňovaní nárokov na nápravu⁶². V tomto odporúčaní žiada členské štáty, aby zaviedli mechanizmy kolektívneho uplatňovania nárokov na nápravu v prípade porušenia práv vyplývajúcich z práva Únie, a to aj v oblasti finančných služieb. Kolektívne uplatňovanie nárokov na nápravu sa ukázalo ako účinný nástroj na obranu záujmov spotrebiteľov v oblasti finančných služieb⁶³. Komisia posúdi vykonávanie tohto odporúčania na základe praktických skúseností do júla 2017.

Otázky

18. *Mali by sa prijať nejaké opatrenia na zvýšenie informovanosti spotrebiteľov o sieti FIN-NET a jej účinnosti v súvislosti s vykonávaním smernice o alternatívnom riešení sporov?*
19. *Majú spotrebiteľia primeraný prístup k finančnému odškodneniu v prípade zavádzajúceho predaja retailových finančných produktov a poistenia? Ak nie, čo by sa mohlo v tomto smere urobiť?*

Ochrana obetí v prípade platobnej neschopnosti poisťovateľov motorových vozidiel

Spotrebiteľia, ktorí sa stanú obeťou automobilovej nehody v inom členskom štáte, sú vystavení riziku, že nedostanú odškodnenie, ak by bol zodpovedný poisťovateľ platobne neschopný. Nie všetky členské štáty sa v súčasnosti podieľajú na dobrovoľnej dohode zaručujúcej odškodnenie obetí v prípade, keď nehodu v jednom členskom štáte spôsobí vozidlo kryté poistením od insolventného poisťovateľa v inom členskom štáte. Pri čerstvej platobnej neschopnosti poisťovateľa poskytujúceho cezhraničné poistenie motorových

⁶⁰ Sieť FIN-NET má v súčasnosti 57 členov z 22 členských štátov a troch krajín EHP (Nórsko, Island a Lichtenštajnsko).

⁶¹ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2013/11/EÚ z 21. mája 2013 o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov, ktorou sa mení nariadenie (ES) č. 2006/2004 a smernica 2009/22/ES (Ú. v. EÚ L 165, 18.6.2013, s. 63).

⁶² Odporúčanie Komisie z 11. júna 2013 o spoločných zásadách pre mechanizmy kolektívneho uplatňovania nárokov na prikázanie zdržania sa určitého konania a na náhradu škody v členských štátoch v súvislosti s porušením práv vyplývajúcich z práva Únie (Ú. v. EÚ L 201, 26.7.2013, s. 60).

⁶³ Pozri napríklad opatrenia na kolektívne uplatňovanie nárokov, ktoré boli v súvislosti s produktmi životného poistenia spustené vo Francúzsku a v súvislosti s prioritnými podielmi a finančnými pyramídovými schémami v Španielsku.

vozidiel musí záručný fond v inom členskom štáte poskytnúť odškodnenie pre približne 1 750 oprávnených osôb.

Otázky

20. *Sú potrebné opatrenia na zabezpečenie toho, aby boli obeť dopravných nehôd kryté záručnými fondmi z iných členských štátov v prípade, že sa poisťovňa dostane do platobnej neschopnosti?*

Zvýšenie transparentnosti a porovnateľnosti doplnkového poistenia

Keď som si šiel do požičovne vyzdvihnúť auto, pýtali sa ma, či chcem zaplatiť značnú sumu za dodatočné poistenie nad rámec základnej ceny prenájmu a môjho súčasného poistenia.

Spotrebiteľia často nie sú informovaní o cene alebo hodnote doplnkových poistných produktov a pre nedostatočnú hospodársku súťaž a nezverejňovanie informácií sa môžu stretnúť s vysokými cenami. Ako jeden z príkladov možno uviesť situáciu v sektore prenájmu automobilov: v roku 2014 sa 44,7 % z nahlásených 1 758 sťažností spotrebiteľov v súvislosti s prenájomom automobilov týkalo dodatočných poplatkov (napríklad súvisiacich so škodami a mimoriadnymi službami, ako napríklad poistnými produktmi, ktoré v etape rezervácie neboli nikde uvedené)⁶⁴. V prípade poistných produktov vrátane tých, ktoré sú doplnkom k inému produktu, sa v smernici o rozdelení poistenia posilnia požiadavky na informácie (nie však o cenotvorbe), aby sa zabránilo poškodzovaniu spotrebiteľov. Okrem toho 4. júla 2015 päť veľkých autopožičovní súhlasilo s preskúmaním toho, ako sa správajú k spotrebiteľom, a s poskytovaním lepších informácií vo fáze rezervácie automobilu o nepovinných výnimkách zo zodpovednosti a poistných produktoch⁶⁵.

Otázky

21. *Aké ďalšie opatrenia by sa mohli prijať na zvýšenie transparentnosti, pokiaľ ide o doplnkové poistné produkty, a na zaistenie toho, aby mohli spotrebiteľia pri nákupe týchto produktov prijímať informované rozhodnutia? Pokiaľ ide o sektor prenájmania automobilov, sú potrebné konkrétne opatrenia v súvislosti s doplnkovými produktmi?*

3.2 Vytvorenie nových trhových príležitostí pre dodávateľov

Poskytovatelia služieb sa stretávajú s problémami, keď sa snažia poskytovať svoje služby v zahraničí bez toho, aby tam boli usadení, t. j. bez otvorenia pobočky alebo dcérskej spoločnosti v inom členskom štáte. V dôsledku toho často neponúkajú svoje produkty v iných členských štátoch ani sa nesnažia zabezpečiť ich prenosnosť. Tento oddiel sa zameriava na to, ako by mohla Komisia pomôcť znížiť náklady a riziká týkajúce sa cezhraničného poskytovania finančných služieb, čím by sa umožnilo firmám poskytovať služby aj v zahraničí, zvýšila by sa hospodárska súťaž a spotrebiteľia by mali v celej EÚ väčší výber.

⁶⁴ Požičiavanie automobilov: Kľúčové údaje z databázy likvidácie prípadov Európskeho spotrebiteľského centra (http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/cross-border_enforcement_cooperation/docs/car_rental_version2_en.pdf).

⁶⁵ Európska komisia, „Lepšia ochrana spotrebiteľov pri prenájaní automobilov“, na adrese (http://ec.europa.eu/justice/newsroom/consumer-marketing/news/150713_en.htm).

3.2.1 Ako sa postaviť k výzvam a príležitostiam, ktoré prináša digitalizácia

S príchodom digitalizácie sa firmám otvárajú nové príležitosti interakcie so zákazníkmi. Zároveň to však vyvoláva mnohé problémy. V prípade služieb, ktoré sa v minulosti poskytovali osobne, sa môže ich poskytovanie na diaľku alebo v zahraničí – prostredníctvom digitalizácie – ukázať ako problematické. V tomto oddiele sa skúmajú tieto ťažkosti a potreba opatrení na úrovni EÚ, ktoré sú potrebné na ich odstránenie, ako aj práca vyplývajúca z iniciatívy Komisie v oblasti jednotného digitálneho trhu. O túto oblasť javia mimoriadny záujem aj subjekty pôsobiace v tomto odvetví⁶⁶.

Ako pomôcť firmám lepšie využívať digitalizáciu

Rýchlosť digitalizácie znamená, že niektoré konkurenčné prvky alebo vývoj v prospech spotrebiteľov nemusí byť možný alebo môže byť brzdený legislatívnymi alebo inými opatreniami, pri ktorých vypracúvaní sa táto možnosť nebrala do úvahy. Komisia sa zaujíma o to, ako by sa dali na európskej úrovni podporiť inovačné služby v prospech spotrebiteľov a ako by sa dalo predchádzať roztrieštenosti medzi domácimi trhmi.

Otázky

22. Aké kroky možno podniknúť na úrovni EÚ na podporu firiem pri vytváraní a poskytovaní inovačných digitálnych finančných služieb v celej Európe s primeranou úrovňou bezpečnosti a ochrany spotrebiteľa?

Umožnenie elektronického podpisu a overovania totožnosti

Banka ponúka relatívne vysoké úrokové miery a oslovili ju aj spotrebiteľia z iných členských štátov, ktorí si v nej chcú uložiť svoje peniaze. Podľa požiadaviek týkajúcich sa boja proti praniu špinavých peňazí však banka musí zisťovať totožnosť zákazníkov, a to je na diaľku ťažké. Preto musí overovať ich totožnosť v pobočke. Spotrebiteľia však nechcú cestovať do príslušných pobočiek, pretože ich to stojí čas a peniaze, a rozhodnú sa teda, že si v nej svoje finančné prostriedky neuložia.

Spätná väzba od firiem naznačila, že plnenie požiadaviek „poznaj svojho klienta“, ktoré vyplývajú z právnych predpisov proti praniu špinavých peňazí, obmedzuje ich možnosť nadväzovať a udržiavať obchodné vzťahy so zákazníkmi na diaľku. Táto prekážka sa potvrdila aj v štúdiu Komisie o smernici o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku⁶⁷. Môže to mať vplyv na mnohé finančné služby, ale osobitne to ovplyvňuje úspory a investičné produkty⁶⁸.

⁶⁶ Pozri napríklad správu Európskej bankovej federácie *Driving the Digital Transformation* (<http://www.ebfdigitalbanking.eu/>).

⁶⁷ Analýza hospodárskeho vplyvu smernice 2002/65/ES týkajúca sa poskytovania finančných služieb spotrebiteľom na diaľku pri uzavretí cezhraničných zmlúv na finančné služby medzi dodávateľmi a spotrebiteľmi v rámci vnútorného trhu, záverečná správa (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/final_rep_financial_services_2009.pdf).

⁶⁸ Treba poznamenať, že v tomto roku už bola prijatá štvrtá smernica o boji proti praniu špinavých peňazí. Ustanovuje sa v nej prístup založený na rizikách, ktorý umožňuje väčšiu flexibilitu s cieľom zohľadniť vnútroštátne špecifiká a okolnosti individuálnych obchodných vzťahov alebo transakcií. Pozri smernicu

Medzi požiadavky „poznaj svojho klienta“ všeobecne patrí predkladanie dokumentov z rôznych zdrojov, ktorými sa overuje totožnosť zákazníka, ako aj jej osobné potvrdenie. Presné požiadavky sa medzi členskými štátmi líšia, pričom niektoré umožňujú overovanie informácií na diaľku (za predpokladu splnenia určitých požiadaviek), napríklad prostredníctvom webových kamier a naskenovaných dokumentov alebo overovania pôvodných dokumentov treťou stranou prostredníctvom inštitúcií, ako sú napríklad poštové úrady. Nie všetky členské štáty zaviedli takéto možnosti, čo môže viesť k tomu, že opatrenia týkajúce sa spolupráce s tretími stranami nemusia byť dostupné pre firmy poskytujúce produkty v zahraničí.

Požiadavky v niektorých členských štátoch zároveň obmedzujú využívanie podpísania zmluvy na diaľku, čo ešte viac potláča schopnosť cezhraničných poskytovateľov nadväzovať obchodné vzťahy s novými zákazníkmi. Tým sa výrazne obmedzuje predaj produktov spotrebiteľom na diaľku a môže to mať nepríjemný vplyv na cezhraničné podnikanie. Prísľubom v tejto oblasti je nariadenie o elektronickej identifikácii a dôveryhodných službách⁶⁹, ktoré poskytne riešenie cezhraničného používania elektronickej identifikácie a elektronických dôveryhodných služieb – elektronických podpisov, pečatí, časových pečiatok, registrovaných doručovacích služieb a autentifikácie webových stránok. Vďaka tomu by mali firmy jednoduchšie identifikovať zákazníkov na diaľku alebo dôveryhodne overiť strany platobných transakcií v rámci revidovanej smernice o platobných službách. V tejto súvislosti bol finančný sektor označený za jednu z oblastí, kde môžu elektronické riešenia identifikácie priniesť najväčší úžitok.

Práve v tejto oblasti existuje veľký potenciál zlepšenia. Rozšírenie opatrení na overovanie na diaľku, ktoré sú v súčasnosti dostupné v niektorých členských štátoch, a úspešné zavádzanie elektronickej identifikácie a dôveryhodných služieb môžu pomôcť odstrániť hlavnú prekážku cezhraničného poskytovania služieb. Medzi ďalšie riešenia by mohli patriť odstránenie administratívnych obmedzení uzatvárania zmlúv na diaľku, rozvoj ďalších systémov elektronickej totožnosti, rozšírenie opatrení na overovanie totožnosti tretími stranami, ako aj umožnenie spotrebiteľom, aby mohli prenášať svoje overenie medzi poskytovateľmi. Takéto riešenia však prirodzene nespúbia oslabiť účinnosť opatrení EÚ proti praniu špinavých peňazí a financovaniu nezákonných činností.

Otázky

- 23. Sú potrebné ďalšie opatrenia na zlepšenie uplatňovania právnych predpisov EÚ v oblasti boja proti praniu špinavých peňazí v záujme toho, aby mohli poskytovatelia služieb identifikovať zákazníkov na diaľku a pritom zachovať normy súčasného rámca?*
- 24. Sú potrebné ďalšie kroky na podporu zavádzania a používania elektronickej*

Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/849 z 20. mája 2015 o predchádzaní využívaniu finančného systému na účely prania špinavých peňazí alebo financovania terorizmu, ktorou sa mení nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 648/2012 a zrušuje smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/60/ES a smernica Komisie 2006/70/ES (Ú. v. EÚ L 141, 5.6.2015, s. 73).

⁶⁹ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 910/2014 z 23. júla 2014 o elektronickej identifikácii a dôveryhodných službách pre elektronické transakcie na vnútornom trhu a o zrušení smernice 1999/93/ES (Ú. v. EÚ L 257, 28.8.2014, s. 73).

identifikácie a elektronických podpisov v retailových finančných službách, a to aj pokiaľ ide o bezpečnostné normy?

Zlepšenie prístupu k finančným údajom a ich použiteľnosti

Na veriteľa sa obracajú spotrebiteľia z iných členských štátov, ktorí potrebujú úver. Keď sa však snaží posúdiť ich úverovú bonitu, zistí, že o nich existuje len málo dostupných informácií, keďže sú z iných členských štátov. Veriteľ nemôže overiť informácie, ktoré mu spotrebiteľia poskytnú, a preto sa rozhodne, že im úver neposkytne.

Bez prístupu k údajom o spotrebiteľoch je pre firmy ťažké poskytnúť im finančné produkty (najmä úvery alebo poistenie) na iných trhoch, keďže nedokážu posúdiť riziká, ktorým by sa vystavili. Takisto nedokážu posúdiť riziká mobilných spotrebiteľov, ktorých údaje boli zhromaždené v inom členskom štáte. S nárastom digitalizácie sa zvyšuje aj snaha firmami získavať údaje, keďže používajú zložitejšie procesy na stanovovanie cien svojich produktov. Zároveň sa však niekedy údaje o zákazníkoch stávajú cenou za zdanlivo bezplatnú ponuku od poskytovateľov digitálnych služieb. Tieto firmy totiž samy spracúvajú a používajú tieto údaje o zákazníkoch na marketingové účely alebo ich predávajú ďalším spoločnostiam.

Podľa smernice o spotrebiteľských úveroch alebo smernice o hypotekárnych úveroch majú veritelia právo nazrieť do úverových databáz v iných členských štátoch (nediskriminačným spôsobom), aby mohli posúdiť úverovú bonitu potenciálnych zákazníkov. Pri snahe o použitie týchto údajov však firmy stále narážajú na problémy, pretože techniky ich zberu, distribúcie a používania sú v EÚ stále veľmi rozdielne a takisto sa líšia názory na to, ktoré údaje sú podstatné pre posúdenie úverovej bonity. V niektorých úverových registroch sa napríklad zhromažďujú len tzv. negatívne údaje⁷⁰, zatiaľ čo iné databázy obsahujú aj tzv. pozitívne údaje⁷¹. To znamená, že prístup k týmto údajom a ich používanie môžu byť problematické a pre mnohé firmy sa poskytovanie služieb v zahraničí ukáže ako nerentabilné. Združenie poskytovateľov informácií o spotrebiteľských úveroch (*Association of Consumer Credit Information Suppliers – ACCIS*)⁷² iniciovalo súkromné dohody o cezhraničnej výmene úverových údajov, v súčasnosti sú však prepojené len úverové registre obmedzeného počtu členských štátov. V súkromných úverových registroch sa však zároveň často zhromažďuje viac údajov, než je potrebné na účely posúdenia úverovej bonity, alebo sa zhromažďujú údaje, ktorých význam pre jej posúdenie je otáznym.

Do sektora finančných služieb postupne preniká digitalizácia a poisťovacie spoločnosti a iné firmy poskytujúce finančné služby využívajú moderné IT a analýzu tzv. veľkých údajov („big data“), aby ponúkali čoraz individualizovanejšie poisťovacie produkty s osobnou cenotvorbou na základe rizika, čo znamená využívanie podrobných monitorovacích metód intenzívne využívajúcich údaje, ako napríklad telematických zariadení. Zvýšené využívanie údajov ponúka obrovské príležitosti na znižovanie cien pre mnohých spotrebiteľov, tieto praktiky však vyvolávajú aj obavy týkajúce sa ochrany súkromia a údajov, ktoré treba brať do úvahy.

⁷⁰ Úvery sa hlásia len vtedy, keď si spotrebiteľ nesplnil svoje splátkové povinnosti.

⁷¹ Každý jeden úver sa eviduje. Nahlasovať sa môžu aj údaje o iných typoch záväzkov.

⁷² Ďalšie informácie o ACCIS možno nájsť na adrese <http://www.accis.eu/>.

Aj spotrebitelia budú chcieť využívať zvýšenú dostupnosť údajov, keď sa budú chcieť oprieť o svoju pozitívnu históriu nárokov alebo svoje hodnotenie v rámci systému bonus/malus. Smernica o poistení motorových vozidiel⁷³ v súčasnosti obsahuje právo poistencov kedykoľvek požiadať poisťovateľa o vyhlásenie o svojich poistných nárokoch za posledných päť rokov, v praxi sa to však často nepremieta do nižšieho poistného pri uzatváraní nových poistných zmlúv. Spomedzi dôvodov možno uviesť rôzne metodiky výpočtu zliav vrátane rôznych dĺžok období, na ktoré sa vzťahujú takéto vyhlásenia, nedostatok dôvery v neharmonizované vyhlásenia poskytované poisťovateľmi a rozličné rizikové faktory, ktoré sa zohľadňujú pri určovaní poistného.

Otázky

25. *Aký druh údajov je podľa vás potrebný na posúdenie úverovej bonity?*
26. *Vyžaduje si zvýšené používanie osobných finančných a nefinančných údajov zo strany firiem (vrátane tradične nefinančných firiem) ďalšie opatrenia na uľahčenie poskytovania služieb alebo zaistenie ochrany spotrebiteľa?*
27. *Mali by sa posilniť požiadavky týkajúce sa formy, obsahu alebo dostupnosti histórie poistných nárokov (napríklad v súvislosti s poistným obdobím alebo obsahom), aby sa zabezpečilo, že firmy môžu poskytovať služby aj v zahraničí?*

Uľahčenie poskytovania popredajných služieb

Poisťovateľ chce ponúknuť online poistenie domáceho obsahu v inom členskom štáte, ak by tak však urobil, musel by investovať do centra služieb pre zákazníkov v miestnom jazyku. Nemyslí si však, že objem podnikania by bol dostatočný na to, aby boli tieto výdavky odôvodnené.

Po uskutočnení predaja majú firmy povinnosti voči svojim zákazníkom, ktorých plnenie na diaľku môže byť náročné. Odpovedanie na otázky, posudzovanie a plnenie poistných nárokov, diskutovanie o obavách zákazníkov a riešenie sťažností si všeobecne vyžadujú manuálny zásah zo strany zamestnancov firmy alebo likvidátorov poistných udalostí v poisťovniach. Aj keď sa to dá uskutočniť na diaľku, od firmy si to môže vyžadovať veľké investície, najmä ak ide o požiadavky na poskytovanie služieb v iných jazykoch. Tento problém sa poisťovateľov osobitne dotýka vzhľadom na skutočnosť, že majú povinnosť riešiť poistné nároky, keď sa ako rozhodujúca zdá byť prítomnosť zástupcu podniku (napríklad pobočky alebo dcérskej spoločnosti) v rovnakom členskom štáte, v akom sa nachádzajú zákazníci. Hoci existujú prostriedky na prekonanie tejto prekážky prostredníctvom zmluvy s treťou stranou alebo outsourcingu, tieto možnosti nie sú vždy dostupné alebo atraktívne, najmä ak sa vezme do úvahy potreba dohliadať na zmluvné strany konajúce v mene firmy.

Otázky

28. *Sú potrebné ďalšie opatrenia na podporu podnikov pri poskytovaní služieb po podpise zmluvy v inom členskom štáte, ak v ňom nemajú dcérsku spoločnosť alebo pobočku?*

⁷³ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2009/103/ES zo 16. septembra 2009 o poistení zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorových vozidiel a o kontrole plnenia povinnosti poistenia tejto zodpovednosti (Ú. v. EÚ L 263, 7.10.2009, s.11).

Zbližovanie postupov pri osobnej platobnej neschopnosti, oceňovaní majetku a vymáhaní kolaterálu

Veriteľia oslovili spotrebiteľia z iných členských štátov, ktorí sa zaujímajú o nízke pevné úrokové miery, ktoré ponúka na hypotekárne úvery na bývanie. Veriteľ je však skeptický, čo sa týka stanovovania ceny nehnuteľnosti v iných členských štátoch a vymáhania záruky (ak by to bolo potrebné). Týmto spotrebiteľom nemôže úver poskytnúť.

Veritelia môžu váhať pri ponuke cezhraničných úverov, pretože nemajú dostatočné vedomosti o platných režimoch osobnej platobnej neschopnosti v iných členských štátoch (ak takéto režimy vôbec existujú). Hoci sa v akčnom pláne pre úniu kapitálových trhov podnikajú určité kroky smerujúce k zblíženiu v určitých oblastiach režimov platobnej neschopnosti podnikov vo všetkých 28 členských štátoch (napríklad v prípade včasnej reštrukturalizácie a efektívnejšej správy cezhraničného konkurzného konania), stále však existujú podstatné rozdiely v oblasti režimov osobnej platobnej neschopnosti v EÚ. Pre firmy, ktoré by chceli nadviazať cezhraničný obchodný vzťah so zákazníkmi, tak vzniká ďalšie riziko, najmä pokiaľ ide o poskytovanie úverov – ak veritelia nedokážu posúdiť a vyčíslieť výsledok konkurzného konania a právnych predpisov o reštitúciách, nebudú mať dôveru v poskytovanie úverov jednotlivcom. Právne predpisy a postupy členských štátov v prípade bankrotu alebo platobnej neschopnosti podnikov a nadmernej zadlženosti jednotlivcov sú v súčasnosti predmetom dvoch štúdií, ktoré sa majú dokončiť v roku 2016.

Podobne je pre veriteľov dôležité aj presné pochopenie hodnoty majetku, aby si boli istí hodnotou kolaterálu v prípade platobnej neschopnosti. Hoci sa v smernici o hypotekárnych úveroch vyžaduje, aby všetky členské štáty zaviedli spoľahlivé štandardy oceňovania majetku, nezabezpečuje sa ňou v plnej miere zblížovanie štandardov na úrovni EÚ. Ak neexistuje úplné zblížovanie, niektorí veritelia môžu mať aj naďalej pochybnosti o hodnote kolaterálu situovaného v iných členských štátoch.

Otázky

29. Sú potrebné ďalšie kroky na podporu veriteľov pri poskytovaní hypotekárnych úverov alebo pôžičiek do zahraničia?

3.2.2 *Dodržiavanie odlišných regulačných požiadaviek v hostiteľských členských štátoch*

Rozdiely medzi regulačnými režimami členských štátov majú významný vplyv na náklady a riziko poskytovania cezhraničných retailových finančných služieb. Aj keď právne predpisy Únie viedli k istej právnej harmonizácii v EÚ, stále pretrvávajú právne rozdiely v takých oblastiach, ako je zmluvné právo, a firmy musia dodržiavať rozsiahly súbor regulačných požiadaviek v každom členskom štáte.

Rôzne požiadavky môžu vychádzať z osobitných aspektov finančného sektora členského štátu alebo jeho právnych tradícií. Vnútroštátne regulačné rámce sa výrazne líšia v takých otázkach, ako sú zmluvy, ochrana údajov, ochrana spotrebiteľov, zverejňovanie informácií, bo proti praniu špinavých peňazí alebo zdaňovanie. Pokiaľ ide o právo vzťahujúce sa na civilné aspekty zmlúv, treba rozlišovať medzi poistnými zmluvami a inými zmluvami. V prípade poistenia je rozhodným právom v zásade právo krajiny, kde sa nachádza poistené

riziko, často krajina, kde má poisťník obvyklý pobyt⁷⁴. Možnosť zmluvných strán zvoliť si iné právo je veľmi obmedzená. V prípade iných zmlúv uzatvorených so spotrebiteľmi si strany môžu vybrať zmluvné právo členského štátu predajcu, ktoré sa bude vzťahovať aj na cezhraničné transakcie. Tým sa v niektorých prípadoch môžu znížiť náklady na dodržiavanie právnych predpisov. Ak však predajca vykonáva činnosti v členskom štáte alebo smeruje svoje činnosti do členského štátu, v ktorom má spotrebiteľ obvyklý pobyt, takýto výber nemá vplyv na ochranu, ktorú spotrebiteľovi zabezpečuje právo tohto členského štátu.⁷⁵

Tieto rozdiely môžu spôsobiť značné náklady a riziká pre firmy, ktoré chcú obchodovať so spotrebiteľmi, ktorí sa nachádzajú v inom členskom štáte. Priemerné náklady súvisiace so zmluvným právom pre nefinančné podniky sa odhadujú približne na 10 000 EUR za každý členský štát⁷⁶. Pre finančné firmy treba k týmto nákladom za každý členský štát pripočítať ešte ďalšie významné dodatočné náklady v dôsledku osobitných právnych predpisov a nariadení, ktoré platia v danom sektore⁷⁷. Požiadavky a náklady sa môžu tiež líšiť v závislosti od toho, či firma pôsobí na základe slobody usadiť sa (s fyzickou prítomnosťou) alebo na základe slobody poskytovať služby (vrátane služieb online). Firma poskytujúca služby vo všeobecnosti musí spĺňať iba časť predpisov hostiteľského členského štátu, napríklad o správaní sa alebo ochrane spotrebiteľov.

Pre mnohé činnosti už v súčasnosti existujú práva na cezhraničnú činnosť EÚ (*passporting rights*)⁷⁸, ktoré umožňujú firmám oprávneným na činnosť v jednom členskom štáte poskytovať svoje služby v inom členskom štáte len pri obmedzenej administratívnej záťaži a minimálnom množstve administratívnej práce. Týmto právami na cezhraničnú činnosť sa však neobmedzujú náklady na dodržiavanie právnych predpisov, pričom sa tiež nevzťahujú na všetky produkty. Iné možné spôsoby postupného znižovania nákladov a rizík spojených s rôznymi zákonnými požiadavkami sú uvedené nižšie.

Ako firmám zjednodušiť dodržiavanie zákonných požiadaviek platných v iných členských štátoch

Online finančná platforma sa stretla s problémami, keď sa pokúšala ponúknuť sporiace produkty vo viacerých členských štátoch. Informácie nie sú ľahko dostupné a od orgánov členských štátov dostala len málo konštruktívnej podpory, napriek tomu, že jej produkty prinášajú spotrebiteľom výhody. Jej náklady na dodržiavanie právnych predpisov a právne náklady sú vysoké, v dôsledku čoho sa jej ponuka stala menej atraktívnou.

⁷⁴ Pozri článok 7 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 zo 17. júna 2008 o rozhodnom práve pre zmluvné záväzky (Rím I) (Ú. v. EÚ L 177, 4.7.2008, s. 6).

⁷⁵ Pozri článok 3, článok 4 písm. b) a článok 6 nariadenia Rím I; oznámenie Komisie: Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe, s. 11 (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf).

⁷⁶ Tlačová správa Európskej komisie: Spoločné európske kúpne právo, s. 2 (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common_sales_law/i11_1175_en.pdf).

⁷⁷ Expertná skupina Komisie pre európske poisťné zmluvné právo nedávno poznamenala, že niektoré vnútroštátne požiadavky týkajúce sa formy poisťných zmlúv jasným spôsobom podnikom spôsobujú náklady. Pozri záverečnú správu Expertnej skupiny Komisie pre európske poisťné zmluvné právo (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/insurance/final_report_en.pdf), s. 90.

⁷⁸ Medzi predmetné firmy patria napríklad úverové inštitúcie, poisťovne, sprostredkovatelia poistenia a sprostredkovatelia hypotekárnych úverov.

Členské štáty by mohli urobiť viac, aby pomohli firmám pri fungovaní v platnom právnom rámci a pri dodržiavaní platných požiadaviek pri poskytovaní služieb v iných členských štátoch. V súčasnosti pomáha podnikom, ktoré narazia na problémy s verejnými orgánmi neuplatňujúcimi právo EÚ správnym spôsobom, celoeurópska sieť SOLVIT⁷⁹. Ďalej existujú jednotné kontaktné miesta, ktoré poskytujú pomoc firmám pri plnení ich povinností pri poskytovaní cezhraničných služieb⁸⁰. Takéto iniciatívy by sa potenciálne mohli ďalej rozširovať aj v oblasti finančných a poisťovacích služieb s cieľom znížiť náklady a riziká pre firmy, ktoré by chceli obchodovať na trhoch ostatných členských štátov.

Vlády členských štátov alebo príslušné vnútroštátne orgány by mohli ešte viac sprístupniť praktickú pomoc (napr. prostredníctvom jednotných kontaktných miest) v súvislosti s postupmi dodržiavania právnych predpisov v zahraničí. To by mohlo pomôcť spoločnostiam, ktoré čelia ťažkostiam pri ponuke služieb a produktov v zahraničí, podporilo by to budúci pokrok pri integrácii trhov EÚ a uľahčilo by to vývoj a šírenie nových technológií a inovačných trhových riešení problémov hospodárskej súťaže.

Otázky

30. Je potrebné konať na úrovni EÚ s cieľom sprístupniť praktickú pomoc zo strany vlád členských štátov alebo príslušných vnútroštátnych orgánov (napr. prostredníctvom jednotných kontaktných miest) s cieľom uľahčiť cezhraničný predaj finančných služieb, najmä pre inovačné firmy alebo produkty?

31. Aké kroky by najviac pomohli firmám, aby využili slobodu usadiť sa alebo slobodu poskytovať služby pre inovačné produkty (napríklad efektívnejšia spolupráca medzi domácimi a hostiteľskými orgánmi dohľadu)?

Vytvorenie autonómnych alebo užšie harmonizovaných celoeurópskych režimov

Poisťovateľ poskytuje jednoduché životné poistenie za konkurenčné ceny na svojom domácom trhu a dodržiava pritom všetky zákonné a regulačné požiadavky. Zistí, že poistné je v iných členských štátoch oveľa vyššie, a uvidí podnikateľskú príležitosť. Produkt však nemôže predávať na iných trhoch, keďže je navrhnutý tak, aby spĺňal zákonné a regulačné požiadavky domovského štátu.

V niektorých prípadoch môže byť samostatný právny rámec najlepším spôsobom, ako zväčšiť výber produktov a zároveň znížiť náklady pre podniky a súčasne zabezpečiť primeranú ochranu spotrebiteľov. Voliteľný režim by mohol byť rámcom pre produkty s rovnakými vlastnosťami, ktorý by sa mohol používať dobrovoľne. Jeho výhoda by spočívala v zabezpečovaní šandardizácie medzi členskými štátmi a v prekonávaní mnohých vnútroštátnych regulačných rozdielov v niektorých oblastiach. Okrem toho by to mohol byť užitočný prostriedok pri ponúkaní porovnateľných a jednoducho zrozumiteľných finančných produktov, čím by sa zvyšovala dôvera spotrebiteľov v cezhraničné nakupovanie. V akčnom pláne pre úniu kapitálových trhov Komisia oznámila svoj zámer posúdiť potrebu politického

⁷⁹ Ďalšie informácie o sieti SOLVIT možno nájsť na jej webových stránkach (<http://ec.europa.eu/solvit/>).

⁸⁰ Ďalšie informácie o jednotných kontaktných miestach možno nájsť na ich webových stránkach (http://ec.europa.eu/internal_market/eu-go/index_en.htm). Tieto subjekty boli zriadené v súlade so smernicou o službách.

rámca pre zriadenie európskeho trhu pre jednoduché, efektívne a konkurencieschopné osobné dôchodky.

V roku 2015 orgán EIOPA konzultoval o vytvorení štandardizovaného celoeurópskeho osobného dôchodkového produktu (PEPP). Práca orgánu EIOPA by mohla slúžiť ako základ pre rozvoj voliteľného režimu celoeurópskeho produktu životného poistenia vzhľadom na ich podobné prvky. To by sa mohlo ukázať ako užitočný prvok aj pre ostatné produkty.

Podobný výsledok by sa dal dosiahnuť aj zblížením vnútroštátnych režimov a práv prostredníctvom usmernení, lepšej porovnateľnosti alebo štandardizovaných postupov, snád aj ďalším rozvojom súčasných alebo nových režimov práv na cezhraničnú činnosť (*passporting rights*) a zblížovaním noriem dohľadu (pod vedením európskych orgánov dohľadu), aby sa obmedzili problémy týkajúce sa regulačných aspektov v hostiteľských členských štátoch. Pojem pravidiel „všeobecného záujmu“⁸¹ platných v poisťovníctve, ktoré sú výnimkou zo základných zásad zmluvy týkajúcich sa voľného pohybu, by sa mohol viac objasniť. Inšpiráciu možno čerpať z PKIPCP, ktoré sú aktuálnym úspešným príkladom celoeurópskeho režimu.

Otázky

32. *Pre ktoré retailové finančné služby a produkty by mohla byť štandardizácia alebo dobrovoľné režimy najúčinnější voľbou pri prekonávaní rozdielov v právnych predpisoch členských štátov?*

33. *Sú potrebné ďalšie opatrenia na úrovni EÚ, pokiaľ ide o zásadu „umiestnenia rizika“ v právnych predpisoch týkajúcich sa postenia a pokiaľ ide o objasnenie pravidiel týkajúcich sa všeobecného dobra v sektore poisťovníctva?*

Oddiel 4 Ďalšie kroky

Zainteresované strany sa vyzývajú, aby do 18. marca 2016 zaslali svoje odpovede na otázky položené v tejto zelenej knihe, a to prostredníctvom **online dotazníka**: [Odkaz].

Táto konzultácia sa riadi bežnými pravidlami Európskej komisie pre verejné konzultácie. Odpovede sa zverejnia, pokiaľ respondenti v online dotazníku neuvedú, že si zverejnenie neželajú. S cieľom zabezpečiť spravodlivý a transparentný konzultačný proces sa budú brať do úvahy a zahrnú sa do správy sumarizujúcej odpovede len odpovede doručené prostredníctvom nášho online dotazníka. Ak by ste mali problémy s vyplňaním tohto dotazníka alebo ak potrebujete osobitnú pomoc, napíšte na túto e-mailovú adresu: [e-mailová adresa].

Všeobecné pravidlá o ochrane osobných údajov sú dostupné na webovej stránke EUROPA: http://ec.europa.eu/geninfo/legal_notices_en.htm#personaldata. Osobitné vyhlásenie o ochrane osobných údajov týkajúce sa tejto konzultácie možno nájsť tu: [Odkaz].

⁸¹ Členský štát môže mať možnosť využiť koncepciu všeobecného záujmu, aby u poisťovateľa, ktorý chce pôsobiť na jeho území buď na základe práva usadiť sa alebo na základe slobody poskytovať služby, presadil dodržiavanie svojich vlastných zákonov. V smerniciach o poistení sa síce nestanovuje koncepcia všeobecného záujmu, opisuje sa však vo *výkladovom oznámení Komisie o slobode poskytovať služby a všeobecnom záujme v sektore poisťovníctva* (Ú. v. EÚ C 43, 16.2.2000) na základe požiadaviek stanovených Súdny dvorom.

Zvážte tiež to, či existujú aj prekážky, o ktorých sa v tomto dokumente nehovorí, a či niektoré z opisovaných prekážok majú osobitný vplyv na malé a stredné podniky.

V priebehu konzultačného procesu Európska komisia:

- bude spolupracovať s Európskym parlamentom s cieľom získať priamu spätnú väzbu od jeho poslancov,
- vyzve členské štáty, aby usporiadali konzultácie a podujatia so zapojením verejnosti a poslancov národných parlamentov s cieľom podporiť diskusiu o týchto témach na vnútroštátnej úrovni, a
- zorganizuje transparentným a vyváženým spôsobom semináre s cieľom konzultovať s osobami so špecifickými technickými znalosťami (ako sú napríklad akademická obec a účastníci trhu), aby sa dosiahlo informované stanovisko k špecifickým otázkam.

Cieľom Komisie je maximalizovať praktické výhody jednotného trhu v oblasti retailových finančných služieb pre čo najväčší počet európskych spotrebiteľov prostredníctvom otvorenia trhu a jeho lepšieho fungovania v prospech spotrebiteľov, aby mali väčší a lepší výber finančných produktov. Naša činnosť sa zameria aj na rozčlenenie niektorých praktických prekážok, ktoré bránia podnikom ponúkať svoje služby v zahraničí. Komisia bude tiež naďalej klásť dôraz na svoje širšie ciele, ktorými sú odstránenie neodôvodneného geografického blokovania a iných foriem diskriminácie na základe štátnej príslušnosti alebo miesta pobytu, podpora dôvery spotrebiteľov v dostupnosť vhodných prostriedkov nápravy a zlepšenie prístupu k zrozumiteľným, porovnateľným a úmerným informáciám o produktoch retailových finančných služieb.

Začiatkom roku 2016 Komisia zorganizuje konferenciu s cieľom preskúmať dôkazy získané prostredníctvom konzultácií a diskutovať o prioritných oblastiach uvedených v tejto zelenej knihe. Komisia plánuje uverejniť akčný plán pre oblasť retailových finančných služieb v nadväznosti na konzultácie približne v lete 2016.