
СТУДЕНТСКИ РАДОВИ

UDK: 005.334:368

CERIF: S137, S144

ТИП РАДА: СТУДЕНТСКИ РАД

DOI: 10.5937/PiP2003289G

Милица ГОРАВИЦА*

полазник почетне обуке Правосудне Академије у Београду,
студент друге године докторских студија на Правном факултету
Универзитета у Београду

СУЗБИЈАЊЕ НЕПОШТЕНЕ ПРОДАЈЕ ПРОИЗВОДА ОСИГУРАЊА ПРЕМА ДИРЕКТИВИ О ДИСТРИБУЦИЈИ ОСИГУРАЊА

Сажетак

Један од разлога избијања финансијске кризе 2007. године су свакако биле и садашње продајне процедуре производа осигурања, које су, како се касније испоставило, биле неодговарајуће. Криза је Европској комисији била сигнал да је потребно побољшати заштитиу потрошача услуга осигурања и унапредити транспарентност дистрибуције осигурања. Било је потребно обезбедити једнаку заштитиу потрошачима услуга осигурања на целом тржиштиу ЕУ кроз увођење низа новина у регулацију овог сектора и на тај начин повратити поверење потрошача услуга осигурања. У том смислу је и Директива о дистрибуцији осигурања за свој најважнији циљ поставила сузбијање непоштене продаје производа осигурања. Ауторка се бавила истраживањем оних кључних новина Директиве о дистрибуцији осигурања које су донете у циљу онемоућавања непоштене продаје производа осигурања. Раг представља приказ и

* Електронска адреса аутора: goravica-milica@hotmail.com.

анализу ових новина и има за циљ да покаже колико је нови реулајорни оквир револуционаран и колико ће дојринети борби против невоштене продаје производа осигурања.

Кључне речи: Директива о дистрибуцији осигурања. – Невоштена продаја осигурања. – Нови реулајорни оквир.

I Непоштена продаја производа осигурања и заштита интереса потрошача услуга осигурања кроз увођење нових правила

Финансијска криза која је настала 2007. године је довела до пада поверења потрошача, а Европска комисија је потврдила да су нејасне и неодговарајуће продајне процедуре сигурно највише допринеле томе, те је указала на значај одговорности финансијских институција према потрошачима.¹ Наиме, због нејасних и неадекватних информација које су добијали од дистрибутера у предуговорној фази, потрошачи услуга осигурања нису могли да доносе правилне и информисане одлуке, те се створило неповерење у систем осигурања. У циљу враћања поверења, као и у циљу спречавања непоштене продаје осигурања у будућности, Европска комисија је 2016. године донела предлог о усвајању Директиве о дистрибуцији осигурања, чија је инкорпорација у национална права требало да буде до 23. 2. 2018. године, али је овај рок на захтев Европског парламента и 16 држава чланица продужен до 1. 10. 2018. године.² Осим претходно наведених разлога, нова директива је била потребна и како би се изједначили услови за све дистрибутере, чиме би се осигурао изједначен ниво заштите за све потрошаче, без обзира на то преко ког канала дистрибуције³ су набавили осигуравајуће покриће.⁴

1 Cristina Mariani, „The new Insurance Distribution Directive and the provision of advice“, *Право и пракса осигурања – изазови, нове технологије и корпоративно управљање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018, 187.

2 Директива о дистрибуцији осигурања (*Directive (EU) 2016/97 of the European Parliament and of the Council of 20 January 2016 on insurance distribution*, OJ L 26, 2. 2. 2016; даље у фуснотама: ДДО).

3 Дистрибуција осигурања је у чл. 2 ст. 1 тач. 1 ДДО дефинисана као „делатност предлагања уговора о осигурању; саветовање о њима или обављање других припремних радњи за склапање уговора о осигурању; склапање таквих уговора или пружање помоћи при управљању таквим уговорима и њиховом извршавању, посебно у случају решавања одштетних захтева, укључујући и пружање информација о једном или више уговора о осигурању у складу са критеријумима које одаберу потрошачи путем интернет странице или неког другог медија; састављање ранг листе

Непоштена продаја постоји када дистрибутери намерно или непажљиво потрошачима продају производе осигурања који за њих нису одговарајући, с тим што се ту прави разлика између апсолутно бескорисних производа и производа који одговарају потребама одређених клијената, али који се продају другој групи клијената.⁵ Проблем непоштене продаје најпре извире из тога да је услед све веће сложености и количине производа осигурања на тржишту потрошачима све потребније да се приликом одабира ослоне на дистрибутера, односно на информације и савете добијене од дистрибутера, а у пракси је примећено да је квалитет финансијског саветовања слаб, као и да дистрибутери своје обавезе информисања нису испуњавали на начин који ће помоћи потрошачу да донесе праву одлуку.

Дакле, један од главних проблема који се жели решити ДДО је непоштена продаја. Док је Директива о посредовању у осигурању⁶ предвиђала испуњење обавезе предуговорног информисања и пружање савета (саветовање је било обавеза само за брокере), односно предвиђала је као довољно само поступање по правилима закона, нова директива уводи и обавезу поступања по принципима пословања, односно по начелу из чл. 17 ДДО (о коме ће касније бити више речи) и тако уводи додатни, иновативни ниво заштите потрошача.⁷

Иако су обавезе из члана 17 најзначајнија новина ДДО, она уводи и низ других правила и обавеза, од којих нека представљају конкретизацију дужности поступања у најбољем интересу из члана 17 ДДО, а нека представљају још један начин онемогућавања непоштене продаје производа осигурања.

производа осигурања, укључујући и упоређивање цена и производа или попушта на цену уговора о осигурању ако потрошач може директно или индиректно да закључи уговор о осигурању на интернет страници или другом медију.“ Из наведеног се види да је појам дистрибуције шири од појма посредовања из претходне Директиве о посредовању у осигурању и да покрива много шири спектар делатности.

4 Margarida Lima Rego, „Product oversight and customer demands and needs: contract law implications“, *Право и пракса осигурања – изазови, нове технологије и корпоративно управљање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018, 219.

5 *Ibid.*, 219–220.

6 Директива о посредовању у осигурању (*Directive 2002/92/EC of the European Parliament and of the Council of 9 December 2002 on insurance mediation*, OJ L 9, 15. 1. 2003; даље у фуснотама: ДПО).

7 Никола Филиповић, „Начела пословања према Директиви о дистрибуцији осигурања“, *Право и пракса осигурања – изазови, нове технологије и корпоративно управљање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018, 233.

II Поштено, праведно и професионално поступање у најбољем интересу потрошача

Одредба чл. 17 ст. 1 ДДО, која гласи: „Државе чланице осигуравају да приликом извршавања активности дистрибуције осигурања дистрибутери осигурања увек делују поштено, праведно и професионално у складу са најбољим интересима својих потрошача“,⁸ поставља најбољи интерес потрошача као кључно начело новог дистрибутивног система осигурања. Поред тога, уводи се фидуцијарна дужност дистрибутера, као и „клијентоцентрични“ приступ дистрибуције осигурања кроз обавезу обезбеђења континуираног пословања уз уважавање принципа поштеног, коректног и професионалног поступања.⁹

Увођењу овог правила је допринело сазнање да је дистрибуција кључна за правилно функционисање система осигурања, а нарочито улога посредника који помаже потрошачима да изаберу одговарајући производ осигурања, као и да је за заштиту потрошача, као слабије уговорне стране, потребно створити институционалну основу помоћу које би надзорна тела могла да утврде да ли су дистрибутери приликом закључења уговора производе осигурања представили стручно и објективно.¹⁰ Наиме, показало се да заштита инструментима уговорног права (информисање и саветовање) има ефекта само ако је као резултат потрошач добио осигурање које одговара његовим потребама, те је због тога било потребно потрошаче заштитити од нестручности или пристрасности дистрибутера, која је у прошлости доводила до непоштене продаје производа осигурања.¹¹

Новоуведена обавеза обухвата три појединачне обавезе (поштено, праведно и професионално поступање) и једну која их сублимира у поступање у најбољем интересу потрошача. На прво место је уведена дужност поштеног поступања, која представља увођење обавезе дистрибутера да своје пословање прилагоди не само закону, већ и моралним постулатима и која представља ефикасан метод борбе против продаје неодговарајућих производа осигурања.¹² Обавеза праведног поступања уводи обавезу за сваког дистрибутера да са потрошачима има коректан однос, као и да обавезе извршава на разумљив и праведан

8 ДДО, чл. 17 ст. 1.

9 Наташа Петровић Томић, „Начело поступања дистрибутера осигурања у најбољем интересу потрошача услуга осигурања – фидуцијарна дужност дистрибутера“, *Право и привреда*, бр. 7–9/2019, 502–503.

10 *Ibid.*, 504–505.

11 *Ibid.*, 505.

12 *Ibid.*, 507–508.

начин и води рачуна да не поступа на начин који може бити збуњујући за потрошаче.¹³ Овде треба направити разлику између начела из чл. 17 ДДО и начела савесности и поштења,¹⁴ које је у већини правних система облигационог права стипулисано као опште начело које се не односи само на дужника из облигационог односа, већ и на другу страну, за разлику од начела из чл. 17 ДДО које се примењује само на дистрибутера.¹⁵ На поштено и праведно поступање се надовезује професионално поступање које подразумева стручност и професионални интегритет дистрибутера који познаје понуду тржишта осигурања и уме из те понуде да за потрошача одабере користан производ.¹⁶ Наиме, ако добијено осигурање није корисно стварним потребама потрошача, односно ако му то осигурање не пружа заштиту која му је потребна, постојаће непоклапање стварних потреба клијената и производа осигурања, као модалитет непоштене продаје.¹⁷ Управо зато, ДДО прописује да сви дистрибутери морају поседовати адекватно знање и вештину и да се морају трајно професионално усавршавати.¹⁸ У ту сврху је предвиђена обавеза матичних држава да успостављају и објављују механизме којима ће успешно проверавати и оцењивати знање и стручност дистрибутера и њихових запослених, а који ће се темељити на најмање 15 сати стручног оспособљавања и усавршавања годишње, узимајући у обзир својства производа који се продају, врсту дистрибутера, улогу коју имају и активности које обављају, као и могућност увођења добијања потврде, као доказа испуњења ових услова.¹⁹

Као што је већ речено, поступање у најбољем интересу је правни стандард чију садржину ће утврђивати надзорна тела и судови, при томе водећи рачуна о појединостима конкретног случаја. У смислу претходно наведеног, долазе до изражаја две основне функције овог правног стандарда: 1) регулаторна функција – принцип најбољег интереса је стандард који се примењује увек и директно, те тако може постојати одговорност дистрибутера и када није повређено неко конкретно правило

13 *Ibid.*, 508.

14 Ово начело је у нашем правном систему стипулисано чл. 12 Закона о облигационим односима – ЗОО, *Службени лист СФРЈ*, бр. 29/78, 39/85, 45/89 – одлука УСЈ и 57/89, *Службени лист СРЈ*, бр. 31/93, *Службени лист СЦГ*, бр. 1/2003 – Уставна повеља и *Службени гласник РС*, бр. 18/2020.

15 Јован Славнић, „Обавеза дистрибутера осигурања да у обављању послова поступа поштено, коректно и професионално“, *Евројска ревија за право осигурања*, бр. 2/2018, 13.

16 Н. Петровић Томић, 509.

17 *Ibid.*

18 М. Lima Rego, 205–206.

19 ДДО, чл. 10 ст. 2.

ДДО и његова примена се не може искључити на основу споразума уговорних страна; 2) корективна функција – применом овог стандарда се може одступити од примене одредаба ДДО или одредаба националних закона који нису у најбољем интересу потрошача.²⁰ Ове две функције доприносе умањењу непоштене продаје и побољшању заштите потрошача.

У циљу обезбеђења закључења уговора о осигурању који је у најбољем интересу потрошача је и одредба ДОО којом је предвиђено да ће државе чланице осигуравати да дистрибутери осигурања не примају, не дају накнаде нити оцењују продуктивност својих запослених на начин који није у складу с њиховим дужностима да поступају у најбољем интересу својих потрошача, као и да неће правити нагодбе у вези с накнадама и продајним циљевима које би могле подстицати на препоручивање одређених производа осигурања уколико би се могао понудити други производ који би боље одговарао потрошачевим потребама.²¹

III Информације о дистрибутерима

У циљу избегавања сукоба интереса и обезбеђења транспарентности пословања дистрибутера, ДДО уводи строжа правила у погледу обавезе информисања и дели их на: „Опште информације“ (чл. 18 ДДО) и „Сукоб интереса и транспарентност“ (чл. 19 ДДО). Када су у питању опште информације, сваки дистрибутер има обавезу да у предуговорној фази обавести потрошача о: свом називу и адреси; својству – да ли је посредник или друштво за осигурање; томе да ли даје савете приликом продаје; поступку подношења приговора на рад и поступцима вансудског решавања спорова, као и о накнадама за ове поступке.²² Претходно наведене обавезе је садржала и ДПО, а оно што је новина је обавеза посредника да потрошачу да информацију о регистру у који је уписан и да ли ради за потрошача или за друштво за осигурање.²³

У погледу обавеза нормираних под насловом „Сукоб интереса и транспарентност“, првонаведене информације се односе на ситуације закључивања уговора о осигурању преко посредника (предвиђала их је ДПО), а односе се на: информацију о томе да ли посредник има удео од 10% или више у капиталу или праву гласа у друштву за осигурање са којим уговор о осигурању треба да се закључи, као и обрнуто; инфор-

20 Н. Петровић Томић, 516–518.

21 ДДО, чл. 17 ст. 3.

22 ДДО, чл. 18.

23 ДДО, чл. 18 ст. 1.

мацију о томе да ли савет у вези са предложеним уговором даје на основу непристрасне анализе тржишних производа осигурања; информацију о томе да ли има обавезу да врши дистрибуцију производа осигурања једног или више друштава за осигурање, уз достављање назива тих друштава; када нема претходно наведену обавезу и не даје непристрасне савете, информацију о називима друштава са којима може да послује и са којима послује.²⁴ Нова обавеза посредника је да потрошача мора информисати о природи накнаде коју прима, те о томе да ли ради на: 1) хонорарној основи – накнада коју директно плаћа потрошач; 2) на основу провизије – накнаде укључене у премију осигурања; 3) на основи било које друге врсте накнаде – економска корист било које врсте; 4) на основи комбинације претходно наведених накнада.²⁵

Начин достављања претходно наведених информација ДДО норма тако што, као основно, предвиђа папирно и бесплатно информисање и предвиђа да све информације морају бити дате јасно, прецизно, разумљиво и на језику државе чланице у којој се налази осигураник или је настала обавеза информисања или на договореном језику.²⁶ Достављање информација на другом трајном медију или преко интернет странице дистрибутера је могуће уз постојање доказа да потрошач има редован приступ интернету, што је довољно доказано уколико је потрошач ради комуникације са дистрибутером доставио своју *email* адресу.²⁷

Све претходно наведене обавезе су у циљу стављања потрошача у положај у којем може да донесе информисану одлуку о томе да ли ће и ком дистрибутеру поклонити своје поверење, а имајући у виду да је управо враћање поверења у дистрибутере оно што је кључно ради побољшања система дистрибуције осигурања.

IV Дужности везане за унакрсну продају

„Унакрсна продаја постоји када друштво за осигурање груписе више производа или услуга и продаје их потрошачима као посебан пакет.“²⁸ Поред тога, унакрсна продаја постоји и када се производ

24 ДДО, чл. 19 ст. 1.

25 ДДО, чл. 19 ст. 1.

26 ДДО, чл. 23.

27 Ј. Славнић, 135–136.

28 Пјерпаоло Марано, „Унакрсна продаја производа осигурања и Директива о продаји осигурања“, *Сразмерности и правна извесности у праву осигурања* (ур. Слободан Јовановић, Јован Славнић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2017, 29.

осигурања продаје од стране банака, туристичких агенција, *rent-a-car* предузећа и сл., као додатак уз неки производ који није осигурање, као део једног пакета.²⁹

Можемо разликовати два типа овакве продаје: 1) везана продаја, која представља „нуђење у пакету једне или више споредних услуга заједно са услугом или производом осигурања, при чему ова услуга или производ осигурања није самостално доступан потрошачу“;³⁰ 2) пакет продаја, која представља „нуђење једне или више споредних услуга заједно са услугом или производом осигурања у пакету, када потрошач може да купи ту услугу или производ осигурања одвојено, али не под истим условима и цени који важе када се продају у пакету са споредном услугом“.³¹

Иако унакрсна продаја има својих позитивних страна, као што су почетна уштеда времена и трошкова истраживања тржишта и повећање степена задовољства потрошача услед коришћења комбинованих производа, она може довести до неадекватне заштите интереса потрошача.³² Посебну опасност од некоректне продаје представљају продаја „малих осигурања“, продаја „дodatка“ и продаја производа повезаних са банкарским кредитима из разлога што потрошачи, најчешће услед лошег информисања о самом производу и начину његове продаје, нису упознати са тим када и како могу да поставе одштетни захтев, као и са искључењима покрића.³³

Ради отклањања претходно указаних опасности, ДДО у члану 24 прецизно регулише начин унакрсне продаје, те тако обавезује дистрибутера да: 1) потрошача обавести о томе да ли је могуће те различите делове купити одвојено, те ако је то могуће, да му достави опис сваког од делова уз приказ трошкова и провизија за сваки део производа; 2) потрошачу да опис сваког производа који је део пакета и појасни му на који начин одвојена куповина мења ризик и осигуравајуће покриће; 3) потрошачу укаже на могућност одвојене куповине неког производа или услуге који су део пакета; 4) идентификује потребе потрошача у вези са производом који је део пакета.³⁴

Државе чланице могу донети строжа правила или, у одређеним ситуацијама, забранити унакрсну продају осигурања уколико докажу да такав начин продаје причињава штету потрошачима.³⁵

29 J. Славнић, 136.

30 П. Марано, 29.

31 *Ibid.*

32 *Ibid.*, 30.

33 *Ibid.*, 30–31.

34 *Ibid.*, 34.

35 ДДО, чл. 24 ст. 7.

V Надзор и управљање производима осигурања

Раније донетим прописима ЕУ није успостављено давање претходне сагласности надзорног органа на увођење производа осигурања на тржиште из разлога што би овакво овлашћење националних надзорних органа отежало успостављање јединственог тржишта. Иако национални надзорни органи и даље немају ово овлашћење, ДДО уводи за произвођаче производа осигурања низ обавеза чији је циљ да производи осигурања одговарају потребама циљаног тржишта, те да се у крајњем исходу повећа заштита потрошача услуга осигурања.

ДДО предвиђа обавезу за друштва за осигурање и за посреднике који креирају производе осигурања да успоставе процес одобравања сваког производа осигурања пре него што започну маркетинг тог производа или његову продају потрошачима.³⁶ Одмах се поставило питање када ће се посредници сматрати произвођачима производа осигурања, те је Европска комисија Уредбом (ЕУ) 2017/2358³⁷ регулисала да ће се посредник сматрати произвођачем онда када је имао улогу у одлучивању о конципирању и развоју неког производа за тржиште, а посебно када је самостално одредио главне особине тог производа, као што су премија, осигурани ризици, обим покрића, циљано тржиште, надокнаде и сл.³⁸

Одобрење за увођење производа на тржиште мора да садржи образложење о томе да су оцењени сви ризици циљаног тржишта, као и да је стратегија дистрибуције конципирана у складу са тим тржиштем.³⁹ Преамбулом 5 Уредбе је предвиђено да циљано тржиште представља групу клијената са заједничким карактеристикама које омогућавају да се карактеристике производа прилагоде циљевима и карактеристикама те групе.⁴⁰ Предвиђен је принцип пропорционалности приликом давања сагласности на увођење производа на тржиште, те тако са порастом ризика на страни потрошача расте и обавеза произвођача за детаљнијим надзором.⁴¹

36 ДДО, чл. 25 ст. 1.

37 Уредба о допуни Директиве 2016/97 у односу на надзор над производима и захтевима управљања за друштва за осигурање и дистрибутере осигурања (*Commission Delegated Regulation (EU) 2017/2358 of 21 September 2017 supplementing Directive (EU) 2016/97 of the European Parliament and of the Council with regard to product oversight and governance requirements for insurance undertakings and insurance distributors*, OJ L 341, 20. 12. 2017; даље у фуснотама: Уредба).

38 Озрен Узелац, Маријана Дукић Мијатовић, „Садржина и обим обавеза током процеса израде и увођења производа осигурања на тржиште према Директиви ЕУ о дистрибуцији осигурања“, *Евројска ревија за право осигурања*, бр. 1/2019, 11.

39 ДДО, чл. 25 ст. 3.

40 О. Узелац, М. Дукић Мијатовић, 12.

41 Пјерпаоло Марано, „Заштита клијената, надзор и управљање производима осигурања у ЕУ“, *Реформе и нови изазови у праву осигурања* (ур. Слободан Јовановић,

ДДО уводи трајну обавезу произвођача производа осигурања да редовно проверава производе које нуди, водећи рачуна о сваком догађају који би могао негативно да утиче на циљано тржиште, и процењује да ли је производ и даље прилагођен потребама циљаног тржишта, као и да ли је постојећа дистрибуција тог производа и даље адекватна.⁴² У складу са тим, а у зависности од резултата провере, за произвођача може да настане обавеза предузимања мера ради спречавања евентуалних будућих догађаја и околности које могу имати штетно дејство.⁴³

Поред тога што су произвођачи дужни да пажљиво одаберу одговарајући продајни канал за сваки производ осигурања, имају обавезу и да дистрибутерима пруже јасне и потпуне информације о карактеристикама тог производа, циљаном тржишту и препорученој продајној стратегији.⁴⁴ Добијене информације треба да омогуће дистрибутеру да разуме производ, као и да може да одреди за које клијенте је намењен, а којим клијентима неће испунити потребе, те да тако обавља продају у складу са најбољим интересима клијената.⁴⁵ Ради тога, произвођачи и дистрибутери треба да закључе уговор којим ће бити дефинисани услови дистрибуције и којим ће уговорити методе добијања потребних информација од произвођача.⁴⁶

VI Обавеза саветовања и стандарди поступања уколико се не дају савети

За поштену продају производа осигурања је јако важно да потрошачи у предуговорној фази добију све релевантне информације о производу на основу којих ће разумети производ и донети информисану одлуку.⁴⁷ Према новим обавезама из ДДО, дистрибутери су ду-

Јован Славнић), Удружење за право осигурања – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2016, 258.

42 ДДО, чл. 25 ст. 4.

43 Пјерпаоло Марано, „Контрола активности произвођача производа осигурања“, *Право и пракса осигурања – изазови, нове технологије и корпоративно управљање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018, 312–325.

44 О. Узелац, М. Дукић Мијатовић, 13.

45 *Ibid.*

46 *Ibid.*

47 Приликом регулисања ове обавезе било је јако битно да се уведе обавеза достављања само оних информација које су кориснику потребне ради доношења исправне одлуке, а да се при томе корисници не затрпају са превише информација у којима не би могли да се снађу. Детаљније о томе вид. Наташа Петровић Томић, „Заштита потрошача услуга осигурања и информациона парадигма – Одлука На-

жни да потрошачу, у предуговорној фази, у разумљивом облику објасне све карактеристике производа осигурања, водећи рачуна о комплексности производа.⁴⁸ Ове информације се, када су у питању неживотна осигурања, достављају предајом стандардизованог документа о производу осигурања на неком трајном медију.⁴⁹ ДДО у чл. 20 ст. 7 прописује да претходно поменути документ: 1) мора бити кратак и самосталан; 2) мора бити јасан и једноставан за читање и написан словима одговарајуће величине; 3) не сме бити мање разумљив од оригиналне верзије уколико је копиран; 4) мора бити написан на службеним језицима или на једном службеном језику који се користи у држави чланици у којој се производ нуди или, по претходном договору са потрошачем, на другом језику; 5) мора бити тачан и не сме доводити у заблуду; 6) мора садржавати наслов „Документ с информацијама о производу осигурања“; 7) мора садржавати изјаву о томе да се све предуговорне и уговорне информације о производу налазе у другим документима.⁵⁰

Док су ранији прописи предвиђали само традиционални проток информација од дистрибутера до клијента, ДДО уводи „тест захтева и потреба“⁵¹ који предвиђа да је дистрибутер дужан да на основу информација добијених од потрошача прво оцени захтеве и потребе тог потрошача, а да га затим објективно информише, те се на овај начин уводи проток информација потрошач – дистрибутер – потрошач.⁵² Тако се кроз увођење ових стандарда продаје осигурања⁵³ обезбеђује висока заштита потрошача, односно обезбеђује да купљени производ увек одговара потребама потрошача, чак и у ситуацијама када дистрибутери не дају савете. Дакле, сви дистрибутери су дужни да на основу информација добијених од потрошача прво испитају његове захтеве и потребе, те му понуде уговор који одговара тим захтевима и потребама.⁵⁴

Када говоримо о саветовању, Европска комисија је направила разлику између:

- 1) пристрасног саветовања, које је постојало услед постојања сукоба интереса или неодговарајуће процене потреба купца. Овај проблем ДДО покушава да реши тако што је дефинисала

родне банке Србије о заштити права и интереса корисника услуга осигурања“, *Право и привреда*, бр. 7–9/2016, 141–202.

48 J. Славнић, 139.

49 ДДО, чл. 20 ст. 5.

50 ДДО, чл. 20 ст. 7

51 ДДО, чл. 20 ст. 2.

52 M. Lima Rego, 221–203.

53 Вид. ДДО, чл. 20.

54 J. Славнић, 139.

саветовање као „давање личне препоруке потрошачу, било на његов захтев или на иницијативу дистрибутера осигурања у погледу једног или више уговора о осигурању.“⁵⁵ Поред тога, уведена је обавеза дистрибутера да у персонализованој препоруци објасни зашто сматра да одређени производ најбоље одговара потребама тог потрошача.⁵⁶ Такође, у циљу отклањања ове врсте непоштене продаје је уведен и „тест захтева и потреба“, као и обавеза информисања потрошача о природи накнаде, о којима је већ било речи;⁵⁷

- 2) давања савета ниског квалитета, до ког долази услед недовољне стручности дистрибутера осигурања. Ово је решено кроз увођење нових и строжих услова квалификованости дистрибутера за продају производа осигурања, о чему је било речи у делу II овог рада.⁵⁸

Дакле, када дистрибутер даје савете, мора их давати на основу детаљне, персонализоване и анализе довољно великог броја уговора о осигурању који постоје на тржишту, уз објашњење зашто је баш препоручени производ одговарајући, а све у циљу давања стручног савета који одговара потребама потрошача.⁵⁹

Новом Директивом је државама чланицама препуштено да одлуче да ли ће давање савета учинити обавезним за све или за одређене производе осигурања, те од обавезе саветовања сада нису изузети ни уговори повезани са осигурањем великих ризика, што је у теорији било критиковано.⁶⁰

VII Закључак

У ранијим прописима је недовољно пажње посвећено заштити потрошача осигурања, као слабије уговорне стране и као стране која се због информационе асиметрије приликом прибављања производа

55 ДДО, чл. 2 ст. 1 тач. 15.

56 ДДО, чл. 20 ст. 3.

57 Детаљније о томе вид. С. Mariani, 190–197; Наташа Петровић Томић, „Директива о дистрибуцији осигурања и персонализовано саветовање – са освртом на концепт процене адекватности“, *Усклађивање пословног права Србије са правом Европске уније (2018)* (ур. Вук Радовић), Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2018, 413–433.

58 Детаљније о томе вид. Н. Петровић Томић (2019), 509.

59 ДДО, чл. 20 ст. 1.

60 Ј. Славнић, 138.

осигурања ослања на дистрибутера. Та недовољна заштита је у пракси довела до непоштене продаје производа осигурања, која је као последицу имала пораст неповерења потрошача у систем осигурања. ДДО у циљу сузбијања непоштене продаје и боље заштите потрошача уводи низ нових и револуционарних правила.

Једна од најзначајнијих новина је свакако чл. 17 који уводи правило (у рангу начела) да сви дистрибутери морају поступати поштено, праведно и професионално у најбољем интересу потрошача и на тај начин заправо уводи фидуцијарну дужност. Поред тога, ово правило уводи правни стандард – поступање у најбољем интересу потрошача и на тај начин обезбеђује да сви дистрибутери приликом обављања својих послова не поступају само по законским правилима, већ и по овом правном стандарду, односно тако да је сваки њихов поступак у најбољем интересу потрошача.

Надаље, ДДО предвиђа обавезу за све који учествују у процесу продаје да имају одговарајућа знања и вештине и да се континуирано професионално усавршавају. Подиже се ниво транспарентности тако што се уводи обавеза за дистрибутере да својим клијентима дају информације о себи и о производима осигурања, те на тај начин потрошачи знају са ким преговарају и да ли се на њега могу ослонити. Информисање о накнадама, као и нова правила о начину и врсти накнада за рад дистрибутера су у циљу спречавања сукоба интереса. Произвођачи производа осигурања сада имају обавезу да врше континуирану анализу и надзор над производима осигурања које нуде и које рекламирају на начин да се на одређеном тржишту пласирају само производи који су корисни за то тржиште. Дистрибутери пре предлагања одређеног производа и давања информација о производу морају да спроведу тест захтева и потреба потрошача, тако што ће на основу информација добијених од њега прво утврдити његове потребе и захтеве, као и објективне могућности. Уведена су нова правила саветовања која предвиђају претходну детаљну анализу довољног броја производа на тржишту и образложење зашто је предложен одређени производ, а такође су уведени и стандарди поступања уколико се савети не дају, којима је побољшана заштита потрошача, односно којима су дистрибутери натерани да воде рачуна о интересу потрошача.

Свакако ће сва ова нова правила у почетку представљати изазов за дистрибутере, јер ће морати да прилагоде свој начин пословања и побољшају свој однос са клијентима, али ће тај труд у крајњем довести до враћања поверења у систем осигурања, те тиме и до повећања броја закључених уговора о осигурању.

Правила из ДДО ће обезбедити правну извесност потрошачима да ће купити производ који им одговара и обезбедиће заштиту потрошача од непоштене продаје и других злоупотреба дистрибутера без обзира на то да ли дистрибутери дају савете или не. Оно што ће свакако бити битно јесу санкције које ће националним правима држава чланица бити прописане као последица непоступања по правилима из ДДО, те ће од ефикасности тих санкција зависити и поступање по новим правилима у пракси.

Коришћена литература

- Lima Rego Margarida, „Product oversight and customer demands and needs: contract law implications“, *Право и пракса осигурања – изазови, нове технологије и корпоративно управљање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018.
- Mariani Cristina, „The new Insurance Distribution Directive and the provision of advice“, *Право и пракса осигурања – изазови, нове технологије и корпоративно управљање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018.
- Марано Пјерпаоло, „Заштита клијената, надзор и управљање производима осигурања у ЕУ“, *Реформе и нови изазови у праву осигурања* (ур. Слободан Јовановић, Јован Славнић), Удружење за право осигурања – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2016.
- Марано Пјерпаоло, „Унакрсна продаја производа осигурања и Директива о продаји осигурања“, *Сразмерности и јавна извесности у праву осигурања* (ур. Слободан Јовановић, Јован Славнић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2017.
- Марано Пјерпаоло, „Контрола активности произвођача производа осигурања“, *Право и пракса осигурања – изазови, нове технологије и корпоративно управљање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018.
- Петровић Томић Наташа, „Директива о дистрибуцији осигурања и персонализовано саветовање – са освртом на концепт процене адекватности“, *Усклађивање јословној праву Србије са правом Европске*

- уније (2018) (ур. Вук Радовић), Правни факултет Универзитета у Београду, Београд, 2018.
- Петровић Томић Наташа, „Начело поступања дистрибутера осигурања у најбољем интересу потрошача услуга осигурања – фидуцијарна дужност дистрибутера“, *Право и њивереда*, бр. 7–9/2019.
- Славнић Јован, „Обавеза дистрибутера осигурања да у обављању послова поступа поштено, коректно и професионално“, *Евројска ревија за њраво осииурања*, бр. 2/2018.
- Узелац Озрен, Дукић Мијатовић Маријана, „Садржина и обим обавеза током процеса израде и увођења производа осигурања на тржиште према Директиви ЕУ о дистрибуцији осигурања“, *Евројска ревија за њраво осииурања*, бр. 1/2019.
- Филиповић Никола, „Начела пословања према Директиви о дистрибуцији осигурања“, *Право и њракса осииурања – изазови, нове технолојије и корпоријивно уѡрављање* (ур. Слободан Јовановић, Пјерпаоло Марано), Удружење за право осигурања Србије – Удружење осигуравача Србије, Београд, 2018.

Milica GORAVICA, M.A.

Participant in the initial training at the Judicial Academy in Belgrade, second year PhD student at the University of Belgrade Faculty of Law

SUPPRESSION OF UNFAIR SALES OF INSURANCE PRODUCTS UNDER THE INSURANCE DISTRIBUTION DIRECTIVE

Summary

One of the main reasons for the occurrence of the financial crisis in 2007 was certainly the sales procedure of insurance products, which, as it later turned out, were inadequate. The crisis was a signal to the European Commission that it is necessary to improve the consumer protection regarding insurance products and to improve the transparency of insurance distribution. It was necessary to provide equal protection to consumers of insurance products in the entire EU market, through the introduction of several innovations in the regulation of this sector and thus restore the confidence of consumers. In that sense, the Insurance Distribution Directive has set the suppression of unfair sales of insurance products

as its most important goal. The author researched those key novelties of the Insurance Distribution Directive, which were adopted in order to prevent unfair sales of insurance products. The paper presents an analysis of new rules and aims to show how revolutionary new regulatory framework is and how much it will contribute to the fight against unfair sales of insurance products.

Key words: *Insurance Distribution Directive. – Unfair Insurance Sales. – New Regulatory Framework.*

Датум пријема рада: 13. 5. 2020.

Датум прихватања рада: 20. 6. 2020.