

Konsumeryzm.
Jak spowodować, żeby
regulacje służyły klientom?

Przepisy służące ochronie konsumentów

1/ Konstytucja RP

Art.76.

Władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony określa ustawa.

Przepisy służące ochronie konsumentów 2

2/ Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów

➤Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu postanowienia wzorca umowy za niedozwolone i zakazującą jego wykorzystywania

➤praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów:

- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji;
- proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru.

Przepisy służące ochronie konsumentów 3

3/ Ustawa o prawach konsumenta

- Szczególne obowiązki związane z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość
- Dodatkowy tryb odstąpienia od umowy

4/ Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

- Zakaz stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych
- Szczególny „rodzaj” agresywnych praktyk rynkowych: żądanie od konsumenta zgłaszającego roszczenie, w związku z umową ubezpieczenia, przedstawienia dokumentów, których w sposób racjonalny nie można uznać za istotne dla ustalenia zasadności roszczenia, lub nieudzielenie odpowiedzi na stosowną korespondencję, w celu nakłonienia konsumenta do odstąpienia od zamiaru wykonania jego praw wynikających z umowy ubezpieczenia

Przepisy służące ochronie konsumentów 4

5/ Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

➤ Czyn nieuczciwej konkurencji - działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta.

➤ Przykłady czynów nieuczciwej konkurencji:

- wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa,
- fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług,
- wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług,
- nieuczciwa lub zakazana reklama

Przepisy służące ochronie konsumentów 5

6/ Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną

- Informacja handlowa za pomocą środków komunikacji elektronicznej tylko za zgodą klienta
- Naruszenie - czyn nieuczciwej konkurencji

7/ Prawo telekomunikacyjne

- Art. 172 - zakaz używania telefonu klienta w celach marketingu bezpośredniego bez jego zgody (sankcja - do 3% obrotu)

Przepisy służące ochronie konsumentów 6

8/ Kodeks cywilny

- Przepisy o klauzulach abuzywnych
- Rozszerzona ochrona na przedsiębiorców
- Obowiązki informacyjne

9/ Ustawa o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym

- Skutki nierozpatrzenia reklamacji w terminie
- Obowiązek poddania się postępowaniu pozasądowemu przed Rzecznikiem w razie sporu

Przepisy służące ochronie konsumentów 7

10/ Ustawa o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej

- Analiza potrzeb
- Obowiązki informacyjne
- Odpowiedzialność w razie niedoręczenia warunków ubezpieczenia ubezpieczonemu
- Nowy zakres OWU
- Interpretowanie niejasności zawsze na korzyść klienta
- Rekomendacje KNF

Organa państwa powołane do ochrony konsumentów

- 1/ Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
- 2/ Rzecznik Finansowy
- 3/ Rzecznik Praw Obywatelskich
- 4/ Powiatowi (miejscy) rzecznicy praw konsumentów
- 5/ Komisja Nadzoru Finansowego

Prezydent PR, Rząd RP, Posłowie i Senatorowie

Obowiązki informacyjne przed zawarciem umowy

1. Doręczenie OWU
2. Doręczenie dokumentu ubezpieczeniowego
3. Doręczanie tzw. skorowidza (w praktyce część OWU)
4. Przekazywanie podstawowych informacji o produkcie (dział 1 grupa 3)
5. Określenie wykazu oferowanych w ramach umowy ubezpieczenia ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych i regulaminów tych funduszy (umowy z UFK)
6. Analiza potrzeb i w jej wyniku rekomendacja lub propozycja ubezpieczenia (dział 1 grupa 3)
7. Przekazanie procedur reklamacyjnych
8. Obowiązki informacyjne wynikające z ustawy o ochronie danych osobowych
9. Karta produktu, a już wkrótce KID lub PID
10. Nowe wymogi informacyjne wynikające m.in. z Rekomendacji dla zakładów ubezpieczeń dotyczące badania adekwatności produktu

Ograniczanie aktywnej sprzedaży?

(Rekomendacje dla zakładów ubezpieczeń dotyczące systemu zarządzania produktem)

Rekomendacja 19

Zakład powinien ustanowić sposób wynagradzania pracowników i pośredników zgodny z przepisami prawa, wytycznymi i rekomendacjami organu nadzoru, który będzie zapobiegał powstawaniu konfliktu interesów.

19.2.W przypadku pośrednika, dla którego wysokość prowizji uzależniona jest wyłącznie od poziomu sprzedaży, Zakład powinien zapewnić i wykazać, że sposób ustalania prowizji nie zakłóca obowiązku pośrednika działania z uwzględnieniem najlepiej pojętego interesu klienta.

Ograniczanie aktywnej sprzedaży?

(Rekomendacje dla zakładów ubezpieczeń dotyczące badania adekwatności produktu)

Rekomendacja 12

Przedstawiając klientowi propozycję umowy ubezpieczenia zakład ubezpieczeń powinien zaprezentować główne cechy produktu w taki sposób oraz w takim zakresie, by umożliwić klientowi zrozumienie jego specyfiki oraz związanego z nim ryzyka.

12.5 Zakład ubezpieczeń powinien poinformować klienta przed zawarciem umowy ubezpieczenia, czy stosuje względem proponowanego produktu specjalne praktyki sprzedażowe, popierające sprzedaż tego właśnie produktu, w szczególności: premie lub dodatkowe wynagrodzenia, stawki procentowe prowizji uzależnione od wolumenu sprzedaży produktu. (...).

**DZIĘKUJĘ BARDZO
I ZAPRASZAM DO DYSKUSJI**

Uczestnicy panelu

Izabela Flakiewicz – Z-ca Dyrektora Departamentu Licencji Ubezpieczeniowych i Emerytalnych, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego

Joanna Smereczańska-Smulczyk – Prezes Ogólnopolskiej Izby Pośredników i Przedstawicieli Firm Odszkodowawczych

Roman Jarząbek – Dyrektor Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku

Sławomir Łopalewski – Prezes PKO Życie TU SA i PKO TU SA

Piotr Narloch – Prezes TU INTERRISK SA

Maciej Samcik – Dziennikarz Gazety Wyborczej