



Регулирование e-commerce в директивах ЕС по страхованию

Капитолина Турбина
09 апреля, 2019

Доля различных каналов продаж страховых услуг в ЕС, 2016



Chart 34: Non-life distribution channels (% of GWP) — 2016

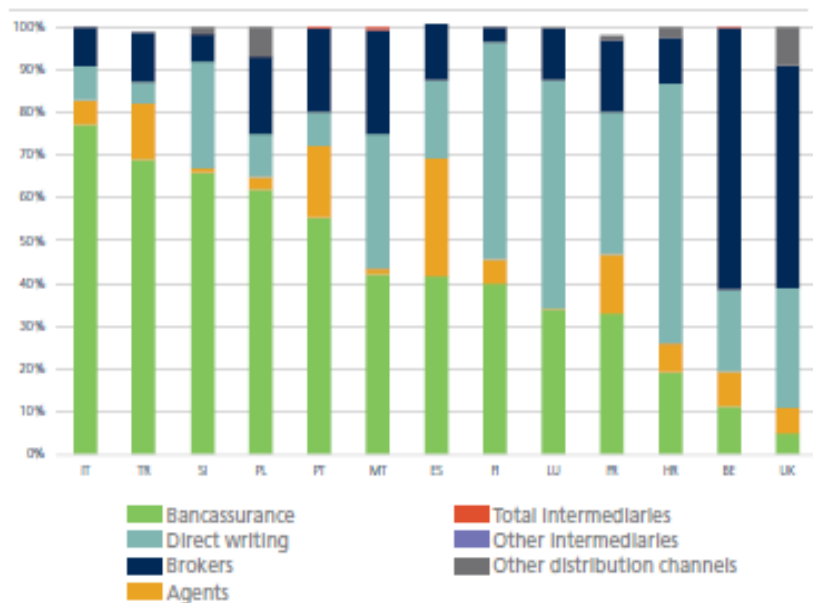
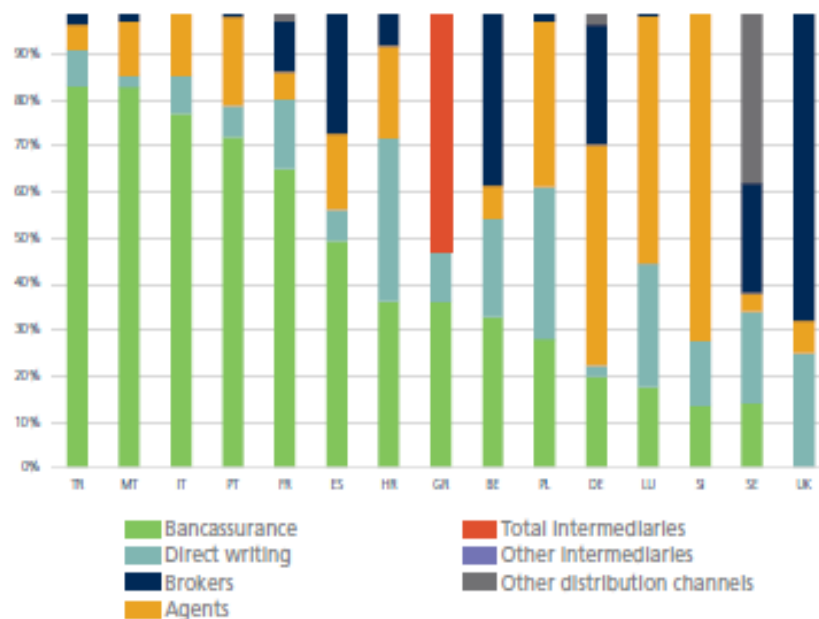


Chart 33: Life distribution channels (% of GWP) — 2016



Главный фокус директив – защита прав и интересов «потребителей» страховых услуг при заключении он-лайн страховых полисов независимо от каналов продаж



Директива 2016/97 Европейского парламента и Совета от 26 января 2016 о страховом посредничестве

ДИРЕКТИВА 2009/138/ЕС ЕВРОПЕЙСКОГО ПАРЛАМЕНТА И СОВЕТА от 25 ноября 2009 г. об организации и осуществлении деятельности страховых и перестраховочных организаций (Solvency II)

Директива 2002/65/ЕС Европейского парламента и Совета от 23 сентября 2002 г. о дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг и о внесении изменений в Директиву Совета Европы 90/619/ЕЕС и Директивы 97/7/ЕС и 98/27/ЕС

Директива 2002/58/ЕС ЕВРОПЕЙСКОГО ПАРЛАМЕНТА И СОВЕТА от 12 июля 2002 г в части использования и защиты персональных данных в сфере электронных коммуникаций

Директива 2000/31/ЕС ЕВРОПЕЙСКОГО ПАРЛАМЕНТА И СОВЕТА от 8 июня 2000 о некоторых юридических аспектах электронной торговли на внутреннем рынке

Директива 97/7/ЕС Европейского Парламента и Совета от 20 мая 1997 г. о защите потребителей в связи с контрактами, заключаемыми на расстоянии

Директива Европейского Совета № 93/13/ЕЕС от 5 апреля 1993 о несправедливых условиях в потребительских договорах

«Потребители» е-полисов для целей применения Директив



«Потребитель» означает **любое физическое лицо**, которое в договорах, охватываемых настоящей Директивой, действует в целях, которые находятся **вне его профессиональной деятельности, бизнеса или профессии** (ст.2 Д2002-65)

«Дистанционный договор » означает любой договор в отношении финансовых услуг, заключенный между поставщиком и потребителем в рамках осуществляемой поставщиком организованной схемы продаж или оказания услуг без непосредственного контакта сторон, если поставщик в связи с исполнением такого договора использует исключительно одно или несколько средств дистанционного обмена информацией вплоть до момента заключения договора включительно (ст.2 2002-65)

«**Средство дистанционного обмена информацией**» означает любое средств, которое может быть использовано для заключения контракта между поставщиком и потребителем без физического (материального) контакта между этими сторонами (ст.2 Д97-7), в т.ч. Реклама, телефонные вызовы, радио, компьютер с телевизионным экраном, электронная почта, телевидение..

«**Долговечный носитель информации**» означает любое средство, при помощи которого потребитель имеет возможность хранить информацию, адресованную ему лично, в форме, доступной для последующего повторного ее использования в течение периода времени, адекватного с учетом характера такой информации, и позволяющее также воспроизводить хранимую информацию в неизменном виде (ст.2 2002-65)

Общие соображения



- Как для потребителей, так и для поставщиков финансовых услуг дистанционный маркетинг финансовых услуг будет составлять один из наиболее значимых результатов формирования внутреннего рынка
- В рамках внутреннего рынка равный доступ к максимально широкому ассортименту финансовых услуг, доступных на территории Сообщества, соответствует интересам потребителей, поскольку в таком случае они смогут выбирать услуги, наилучшим образом соответствующие их потребностям. В целях обеспечения свободы выбора, являющейся фундаментальным правом потребителя, высокий уровень защищенности потребителя необходим для повышения степени доверия потребителей к продажам без прямого контакта продавца и покупателя.
- В силу своего нематериального характера финансовые услуги являются особенно удачным объектом для продаж без прямого контакта продавца и покупателя, и создание правовой базы, которая регулировала бы дистанционный маркетинг финансовых услуг, способствовало бы повышению доверия потребителей к новым технологиям дистанционного маркетинга финансовых услуг, таким как электронная коммерция

Ключевые положения Директивы 2002/65/ЕС о дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг

- Обязанности продавца о предоставлении информации ДО заключения страхового полиса
- Право отмены потребителем подтверждения заключения договора в течение установленного срока (14 дней NL\ 30 дней L), за искл краткосрочных договоров
- Реституция

Государства-участники обеспечивают в отношении средств дистанционного обмена информацией, допускающих адресное направление информации:

- (a) запрет на использование таких средств, за исключением случаев, в которых **потребители**, которым адресована такая информация, **дали свое согласие**, либо
- (b) разрешение использовать такие средства, только если **потребитель не заявил в явной форме своего возражения против их использования**. (ст.10)

*Государства-участники вправе возложить **на поставщика бремя доказывания в отношении обязательств поставщика по информированию потребителя и получению согласия потребителя на заключение и, в соответствующих случаях, исполнение договора.***

*Положение договора, возлагающее на потребителя бремя доказывания фактов несоблюдения поставщиком всех или отдельных обязательств, возложенных на него настоящей Директивой, является **несправедливым условием** в смысле Директивы Совета Европы 93/13/ЕЕС от 5 апреля 5 1993 г. о несправедливых условиях в договорах с потребителями(12).*

Обязанности продавца о предоставлении информации ДО заключения страхового полиса Д2002-65



- (1) сведения о поставщике
- (2) сведения о финансовой услуге, в т.ч. Совокупная цена, налоговые последствия, порядок оплаты и исполнения обязательств
- (3) дистанционный договор, - но в любом случае Потребитель имеет право затребовать договор на бумаге (!)
- (4) порядок разрешения претензий, в т.ч внесудебный и наличие гарантийных фондов, или иных схем компенсации

Информация, коммерческая цель которой должна быть ясно изложена, предоставляется в четкой и доступной для понимания форме любым способом, уместным в связи с используемым средством дистанционного обмена информацией, с учетом, в частности, принципов добросовестности в коммерческих сделках и принципов, регулирующих защиту лиц, не имеющих возможности в соответствии с законодательством Государств-участников давать свое согласие, например, несовершеннолетних.

ДИРЕКТИВА 2009/138/ЕС ст.183-185 Сведения для страхователей ДО

заключения договора



- Выбор применимого права, порядок рассмотрения споров, вкл внесудебный
 - По договорам страхования жизни:
 - (a) перечень всех страховых выплат и возможных вариантов выплат;
 - (b) срок действия договора;
 - (c) порядок расторжения договора;
 - (d) порядок уплаты страховых взносов и продолжительность выплат;
 - (e) порядок расчета и распределения бонусов;
 - (f) наличие заявленных отказов от прав, размер оплаченной доли и объем гарантированных выплат;
 - (g) сведения о премиях по каждой страховой выплате, как по любой основной, так и по дополнительной выплате,
 - (h) паи, к которым привязаны страховые выплаты, в случае страхования с инвестиционной составляющей;
 - (i) характер базовых активов в случае страхования с инвестиционной составляющей;
 - (j) порядок применения периода обдумывания;
 - (k) общая информация о налоговых соглашениях, применимых к данному виду страховых полисов;
 - (l) порядок рассмотрения жалоб по договорам, заключенным со страхователями, застрахованными или выгодоприобретателями по договорам, включая, в соответствующих случаях, передачу жалоб на рассмотрение специального органа, без ограничения прав их рассмотрения в судебном порядке;
 - (m) закон, применимый к договору, если стороны не могут свободно его выбирать, или, если стороны имеют право свободного выбора закона, применимого к договору, и закона, который организация по страхованию жизни намерена применять.
- Кроме того, необходимо предоставлять специальную информацию, позволяющую правильно понять риски, лежащие в основе договора, которые принимает страхователь.

Требования к заключению Полиса страхования при участии посредников Д 2016/97



Одинаковые требования как для Страховщиков, так и для Посредников при предоставлении базовых условий договора страхования ДО его заключения независимо от формы коммуникации/дистрибуции:

- Подтверждение Страхователем готовности и необходимости к заключению договора
- Информированное решение (позитивное) Страхователя о заключении договора
- Insurance Product Information Document (IPID) ст.20

Keep up with latest industry trends...

СПАСИБО за внимание!

Visit genre.com/perspective

STOURBI@GENRE.COM

Follow us on:



linkedin.com/company/gen-re



twitter.com/Gen_Re