

**Тамара РАДОЈЧИЋ\***

## **УТИЦАЈ ИНФОРМАЦИОНЕ ПАРАДИГМЕ НА УГОВОРНО ПРАВО ОСИГУРАЊА**

### **Резиме**

Овај чланак је посвећен побољшању положаја потрошача осигурања, његова улога је да покаже одређене сличности које постоје између уговора о осигурању и потрошачког уговорног права и да са уважавањем разлика између њих покуша да се унапреди положај потрошача. Након дефинисања појма потрошача услуга осигурања, ауторка намерава да објасни принцип „информационе парадигме“ у потрошачким уговорима и на који начин он утиче на регулисање уговора о осигурању. Посебну пажњу ћемо посветити обавези информисања и саветовања, видети како је она уређена у српском праву и који је утицај директиве ЕУ био пресудно одлучујући. У којој форми и на који начин морају бити извршене ове обавезе и да ли постоји могућност одрицања од ових права? Осим тога, видећемо да ли има разлога за њихово унапређивања по угледу на европско право и принципе европског уговорног права осигурања, све са циљем побољшања положаја потрошача, али и хармонизације права са ЕУ. Размотрићемо идеју увођења финансијског образовања и предности које би оно могло да има. У закључку изнећемо идеју о регулисању потрошачког права осигурања посебним законом.

**Кључне речи:** појам потрошача осигурања, принцип „информационе парадигме“ обавеза информисања, обавеза саветовања и финансијско образовање.

### **I Потрошачки уговори и право осигурања**

Потрошачки уговори се дефинишу као уговори између две стране у којима једна страна потрошач само приступа уговору за личне потребе,

---

\* Мастер права

а друга страна је професионалац који стручно обавља свој посао. Код уговора о осигурању логично осигуравач је увек професионалац, а утоварач осигурања је често економски слабија страна која закључује уговор са циљем заштите сопствених потреба.<sup>1</sup> Многи уговори о осигурању<sup>2</sup> су специфични уговори, који испуњавају услове да буду третирани као потрошачки уговори. У наредним редовима видећемо које то су основне сличности и разлике између ова два уговора.

Почећемо од аутономије воље које једно од основних начела уговорног права. Она се може појавити у свом ограниченој и неограниченом облику. У првој варијанти се огледа у могућности да уговорна страна само приступи или не приступи уговорном односу, док у ширем смислу подразумева потпуну слободу утоварања садржине уговорних односа. Ограничена аутономија воље долази до изражaja код адхезионих уговора, у које спадају и уговори о осигурању, као и потрошачки уговори.<sup>3</sup> Предност уговора по приступу из угла потрошача огледа се у брзини њиховог закључивања, а брзо и масовно закључење уговора такође представља и велику предност за трговце, која доводи до уштеде трошкова који у крајњој линији утичу и на смањење коначне цене производа, што опет одговара потрошачима. Они нису свесни негативних последица форумуларних уговора, који често садрже неправичне клаузуле, које су потпуно на штету потрошача, и на које иначе не би пристали да су имали могућност преговарања.<sup>4</sup>

Међутим без обзира на адхезиони карактер оба уговора, не смемо занемарити круцијалне разлике између њих. Основна улога потрошачког права огледа се у побољшању положаја потрошача и решавању конкретних проблема који се јављају у пракси. За разлику од облигационог права које полази од равноправности уговорних страна, потрошачко право полази од супротне претпоставке и делује искључиво на превазилажењу постојуће неравноправности у корист слабије стране. Код уговора о

1 Наташа Петровић Томић, *Заштита потрошача услуга осигурања- Анализа и предлог унапређења регулативног оквира*, Београд 2015, 62.

2 Мислимо на потрошачко право осигурања, нећемо се бавити реосигурањем и комерцијалним уговорима у осигурању, пошто код њих и не постоји потреба за посебним видом заштите слабије стране.

3 Оливер Антић, *Облигационо право*, Београд 2012, 47.

4 Силвија Петрић, „Концепт непоштеног уговорних одредби с посебним освртом на потрошачке уговоре“ *Зборник радова: Непоштене уговорне одредбе Еуропски стандарди и хрватска проведба*, Правни факултет свјеучилишта у Ријеци 2013, (ур. Весна Томановић, Силвија Петрић, Емилија Мишћеновић), 19.

осигурању немогуће је применити овакав принцип, зато што се поред заштите потрошача осигурања мора водити рачуна о осигуравачу као и самом институту осигурања. Тако можемо закључити да је право осигурања јединствен систем, а да потрошачко право може да представља само његов коректив.<sup>5</sup> Право осигурања тежи заштити потрошача, али оно традиционално не може да одустане од заштите самог осигуравача и индустрије осигурања, зато се у појединим законодавствима не може јасно видети кога оно тачно штити.<sup>6</sup>

Уговори о осигурању регулисани су комбинацијом императивних и полупринудних норми. У самом ЗОО у чл. 900. ст. 1 одлучено је у корист начела импревативности, од тих норми није могуће одступити чак ни када су у интересу потрошача зато што нису прописани због њега. Њихов циљ спречавање манипулисања осигуравача од стране осигураника (нпр. осигурање изнад вредности ствари, лица која нема економски интерес да се штета не дододи итд.). Полупринудне норме су специфичност права осигурања, од којих је могуће одступити искључиво када је то у интересу осигураника, оне представљају минимум права које он мора да има.<sup>7</sup> Можемо рећи да су императивне норме вертикално- прописујуће од њих никако није могуће одступити, док су полупринудне норме хоризонтално-забрањујуће, дозвољено је одступање једино у корист осигураника. Ове друге су пронашле свој пут и у друге гране права, тако су оне данас главни метод регулисања: потрошачког права, директива, регулатива итд.<sup>8</sup>

Из свега приложеног видимо да је право осигурања старије од потрошачког права и да је битно утицало на његов развој. Међутим данас потрошачко право повратно делују на осигурање и има значајан утицај, то се огледа у смањењу обавеза код осигураника и њиховом сразмерном повећању на страни осигуравача. Најочигледнији пример огледа се управо у обавези информисања и саветовања које су директно преузете из потрошачког права.<sup>9</sup> Пре него што се детаљније посветимо овим обавезама прво ћемо покушати да дефинишемо појам потрошача осигурања.

5 Н. Петровић Томић (2015a), 49-59.

6 Наташа Петровић Томић, „Заштита потрошача услуга осигурања путем одговарајућег међународног приватног права у европској унији- о ограниченој аутономији воље код уговора о осигурању масовних ризика који се налазе у ЕУ“, *Зборник радова: Усклађивање пословног права Србије са правом европске уније* 2017. (ур. Вук Радовић), 418-419.

7 Предраг Шулєјић, *Право осигурања*, Београд 2005, 50-52

8 Н. Петровић Томић (2015a), 234-235.

9 *Ibid*, 42, 79

## II Појам потрошача осигурања

„Потрошач је физичко лице које на тржишту прибавља робу или услуге у сврхе које нису намењене његовој пословној или другој делатности.“<sup>10</sup>

Мана ове дефиниције огледа се у томе што је преуско постављена и односи се само на физичко лице. Закон о потрошачима не дефинише посебно потрошача осигурања него се мисли у уопштено на све врсте уговора. Из тог разлога у овом раду прво ћемо почети од његове дефиниције за коју сматрамо да би требало да се налази у закону, том приликом ослањаћемо се на упоредно правна решења из европских држава и ЕУ.

Почећемо од ПЕУПО<sup>11</sup> принципа који прихватају знатно шире тумачење. По њима осим физичких лица која набављају робу и услуге за сопствене потребе спадају и мала и средња предузећа, једино су искључена осигурања „великих ризика“. Због хармонизације права са ЕУ, требало би узети у обзир ову дефиницију која предвиђа шири појам потрошача осигурања и унапредити садашње законодавно решење, поготово имајући у виду преспективе стварања јединственог европског тржишта осигурања.<sup>12</sup> У Француској је усвојен принцип директне везе, тако да ће се правила потрошачког права осигурања, примењивати и на правна лица, осим када је уговор у директној вези са пословном делатношћу. У Великој Британији су на сличан начин поступили и пружили посебну заштиту малим предузећима, уколико се јављају потрошачки елементи.<sup>13</sup>

По угледу на европско право и ПЕУПО принципе треба усвојити шири појам потрошача осигурања, са обзиром да је осигурање сложена материја и да су уговорачи осигурања чак и када нису физичка лица и даље су неинформисани у односу на осигуравача који је професионалац.

У српском праву не постоји јединствен став ни о терминолошком појму који се користи за обележавање корисника услуга осигурања. Последица тога је да у нашем законодавству различити прописи користе другачије називе, што доводи до конфузије. Поставља се питање који би назив највише одговарао српском праву. Да ли је то „корисник услуге осигурања“ или „потрошач осигурања“? У Закону о облигационим одно-

10 Закон о заштити потрошача -ЗЗП, Службени гласник РС бр. 62/2014, чл. 5.

11 Принципи европског уговорног права осигурања.

12 Наташа Петровић Томић, „Непарвичне уговорне клаузуле и принципи европског уговорног права осигурања“ *Европска ревија за осигурање* 2/2014, 44-45.

13 Н. Петровић Томић (2015a), 72.

сима се тремин „корисник осигурања“ односи на лице у чије се корист закључује уговор о осигурању, док назив „корисник финансијских услуга“ се појављује у Закону о заштити потрошача и одговара тремину потрошача. Са друге стране сам Закон о осигурању је недоследан и контрадикторан зато што у једном месту користи назив „корисник услуге осигурања“ уместо „уговарач осигурања“.<sup>14</sup>

Сматрамо да је овај несклад и термиминолошки хаос плод недовољног познавања самог института осигурања и да доводи до једне „шизофреније“ супротности, која мора бити усклађена и регулисана. Термин „потрошач осигурања“ би највише одговарао нашем законодавству и правној традицији пошто се у исто време односи и на уговорача осигурања, осиграника, као и корисника накнаде осигурања.

Тачно дефинисање лица која имају заштиту као слабија страна огледа се у прихватују екстензивног појма потрошача, на тај начин лица која немају заштиту са аспекта права потрошача имаће на основу осигурања. Односно потрошачи код осигурања чине шири круг лица то су: уговорач осигурања, корисник накнаде и осигураник и штите се и по прописима потрошачког законодавства као и права осигурања.<sup>15</sup>

Сматрамо да би по узору на европско право и ПЕУПО принципе требало дефинисати и само потрошачко право осигурања на следећи начин: оно обухвата све уговоре које једно лице као потрошач осигурања, мислимо и на физичко и правно лице, закључује са осигуравачем или посредницима и заступницима осигурања, изузев осигурања „великих ризика“<sup>16</sup>

### III Информациона прагдигма и финансијско образовање

Обавеза информисања или обавештавање је прво настала у потрошачким законима, у нашем ЗЗП она гласи: „Обавештеност – располагање тачним подацима који су непоходни за разуман избор понуђене робе и услуга“.<sup>17</sup>

Како би се избегла асиметрија информација између две уговорне стране настаје обавеза да се потрошач информише, не би ли направио

14 Озрен Узелац, „Општа и посебна правила о заштити интереса корисника услуге осигурања у српском и упоредном праву“, *Европска ревија за осигурање* 1/2016, 43-44.

15 Н.Петровић Томић (2014), 45-46.

16 Н. Петровић Томић (2015a), 136.

17 ЗЗП, чл 2.

правилан избор приликом куповине робе или услуга који одговара његовим потребама. Ова обавезе је из потрошачког законодавства, нашла своју примену и праву осигурања. Пошто је уговорач осигурања економски слабија неука страна, осигуравач односно посредник осигурања или заступник мора да га упозна са чињеницама како би превазишли управо ту асиметрију информација, и побољшали његов положај.<sup>18</sup> Према ПЕУ-ПО принципима ова обавеза произилази из осигуравачевог познавања тржишта и чињенице да он познаје боље ситуацију и прилике од уговорача осигурања. Са друге стране уговорач мора да упозна осигуравача са својим потребама и жељама не би ли пронашли одговарајућу полису осигурања.<sup>19</sup>

Морамо нагласити да ова обавеза на први поглед подсећа на једну обавезу која је била специфична за осигурање, реч је о обавези пријаве околности од значаја,<sup>20</sup> њих две не треба мешати пошто је њихова сврха потпуно различита. Једина њихова сличност се огледа у томе што су обе настале из начела савесности и поштења, ово начело иначе значајно је за осигурање због његове основне карактеристике да је то уговор међусобног поверења.<sup>21</sup> Можемо рећи да је на неки начин обавеза информисања увек постојала код свих уговора, и да је њена улога да спречи штету која би настала да се на време није уочила непрофитабилност потенционалног договора. Само је код осигурања она посебно наглашена имајући у виду мало пре поменуту карактеристику међусобног поврења. Стога ова обавеза мора да постоји приликом: закључења уговора, продужења полисе и промене неке од околности.<sup>22</sup>

Поставља се питање које су то тачно информације које морају бити саопштене потрошачима. Приликом испуњења ове обавезе, треба водити рачуна да се потрошач не преоптерети небитним информацијама. Због повећања обима непотребних и компликованих података, потрошач се доводи у забуну, а истовремено се повећавају трошкови на другој страни.

18 Наташа Петровић Томић, „Заштита потрошача услуга осигурања и информациони парадигма, Право и привреда 2016 7-9, 556-559.

19 Angelo Borselli, „*Cognosceat emptor* о обавези осигуравача на давање информација потенцијалном осигуранку“, Европска ревија за осигурање 2/2012, 47.

20 Обавезу је први пут увео у англосаксонско право лорд Мансфилд, потиче од начела *utmost good faith*, види више, John Birds, *Birds Modern insurance Law*, London sweet & Maxwell, 114.

21 Наташа Петровић Томић (2016), 556-557.

22 Angelo Borselli, 45-46.

ни што на крају доводи и до повећања цене услуга, што опет није у најбољем интересу потрошача.<sup>23</sup>

Како би то избегли дефинисаћемо које су то најважније информације и послужићемо се принципом „информационе парадигме“. Оно произилази из данас преовладавајућег схватања о обавезном информисању о свим битним околностима које су значајне за доношење одлука, за разлику од претходног принципа, у коме се свако сам информише о ономе што га занима. Да ли је тај принцип могуће применити и код уговора о осигурању и на који начин?<sup>24</sup>

Информациони парадигма код потрошачких уговора чини скуп следећих информација које се могу поделити у три групе то су : 1) подаци о квалитету робе и услуга 2) о цени робе и услуга 3) о начину решавања спорова. Мало модификована ова парадигма се појављује у осигурању у следећем облику, прва група података се односи на статусна обележија како осигуравача тако и посредника и заступника осигурања. Друга група се односи на саму трансакцију осигурања и уговорни однос између уговорача и осигуравача, а последња група информација је идентична њу чине подаци о начину решавања спорова.<sup>25</sup>

Подједнако важно као и обавештавање потрошача је и питање да ли је он разумео у потпуности ове информације, поводом тога све чешће се чује идеја о увођењу финансијског образовања. Идеја полази се од става да је финансијски образован потрошач, добар потрошач и да је он сам неопходан за даљи развој привреде. Многи аргументују позивајући се на развој технологије, да је оно већ ствар опште културе као и да многе осигуравајуће куће организују радионице тако да је оно већ заживело у практици.<sup>26</sup>

Међутим поставља се питање да ли је то баш тачно? Односно имајући у виду претходни аргумент да је добар потрошач финансијски образован, можда би било боље и одговорније да држава уведе, финансијско

23 Хрвоје Пауковић, „Непоштене одредбе у уговорима у осигурању“, Зборник радова: *Непочтене уговорне одредбе : Европски стандарди и хрватска проведба*, Правни факултет свјетчилишта у Ријеци, Ријека 2013, (ур. Весна Томановић, Силвија Петрић, Емилија Мишћеновић), 88.

24 Н. Петровић Томић (2015a), 142.

25 Н. Петровић Томић (2016), 557.

26 Катарина Иванчевић, „Финансијско образовање потрошача и делатност осигурања“, Зборник радова: *Реформе и нови изазови у праву осигурања* 2016, (ур. Слободан Јовановић, Јован Славнић, Пјерпаоло Марано), 237.

образовање, као део редовног школовања а не да га пресусти вољи појединача.

Многа законодавства као и Европска комисија се залажу управо за увођење посебног предмета „Финасије“, како би потрошачи били у стању да препознају који производ или услуга највише одговара њиховим потребама.<sup>27</sup> Предност и корист оваквог решења би била вишеструка, које би довело до стварања функционалних појединача који су у стању да разумеју економске промене и издвоје се на тржишту радне снаге.

У следећој глави ћемо видети како је дефинисана обавеза информисања и саветовања и које су директиве ЕУ су највише утицале на њу.

#### **IV Директиве ЕУ и улога информационе парадигме**

Директива која је највише одредила обавезу информисања је Директиве о осигурању живота 2002/83, одредбе одатле можемо поделити у две групе, прву групу чине информације о статусу осигуравача, а другу о самој уговорној обавези.<sup>28</sup> Наш Закон о осигурању, иако статусни закон, под утицајем ове директиве први пут уводи ову обавезу у српско право.

Приликом регулисања закона примењен је управо принцип „информационе парадигме“, који се огледа у следећем. Информације о статусу осигуравајућег друштва: о „свом пословном имену, правној форми, седишту, адреси седишта, правној форми седишта друштва за осигурање са којим закључује уговор“<sup>29</sup> одговарају управо подацима о „квалитету робе и услуга“. На тај начин потрошач се упознаје са осигуравачем и његовим пословним угледом, начину пословања, солвентности. Што је пресудно приликом одабира конкретног осигуравача.

Са друге стране подаци о „цени и услугама“ су заправо информације о самој уговорној обавези и трансакцији: „о условима осигурања и праву које се примењује на уговор, времену важења уговора, ризицима

27 Наташа Сасерет- Алберти, „Најновије тенденције у области заштите потрошача у Европи и Немачкој“, *Зборник радова: Право осигурања Србије у транзицији ка европском (ЕУ) праву осигурања 2013* (ур. Пјерпаоло Марано, Слободан Јовановић, Јасмина Лабудовић Станковић), 133.

28 Јован Славнић, Слободан Јовановић, „Обавеза давања предуговорних информација и информација после закључења уговора о осигурању потрошачима услуга осигурања према директивама ЕУ и законима држава чланица“ *Ревија за право осигурања 3 /2008*, 28.

29 Закон о осигурању – ЗО, *Службени гласник РС* бр. 139/2014, чл. 82 ст.1.

покривеним осигурању и искључењима у вези са њима, висини премије осигурања, начину плаћања премије висини доприноса пореза и других трошкова, праву на раскид уговора и условима за раскид, року у коме понуда обавезује друштво, начину подношења и року одштетног захтева за остваривање права по основу осигурања.<sup>30</sup> Ове обавезе улазе у сам уговор о осигурању, али је нужно да потрошач буде упознат и пре да би упоредио различите полисе осигурања. На тај начин му се пружа могућност да одабере управо ону која одговара његовим потребама.

Том приликом заправо долази до двоструке обавезе информисања, први пут као вид предуговорне обавезе а други пут код закључења самог уговора.<sup>31</sup> Тако на пример у немачком праву уведена је једна новина, а то је „листа са информацијама“ која садржи информације које су значајне за одлучивање потрошача. Оне су заправо одређени орјентир и помажу да се после упозна и са осталим битним подацима.<sup>32</sup>

Осим Директиве о осигурању живота видимо и значајан утицај још једне директиве, у питању је Трећа директива неживотног осигурања 2002/92, која садржи информације о телу надлежном за надзор над пословањем друштва за осигурање. Код нас је та улога поверена Народној банци Србије (НБС), али то није једини вид заштите као што на први поглед изгледа. Поред права на приговор, увек постоји судска заштита, а приликом подношења приговора, потрошач сазнаје и на право на медијацију коју спроводи НБС бесплатно. Овакво решење није најбоље зато што се стиче утисак да је право на приговор једини начин решавања спорова, оно је неоправдано пренаглашено у односу на остала права.<sup>33</sup> Тек након подношења приговора потрошач сазнаје за могућност альтернативних начина решавања спорова, имајући у виду да су у Србији она на почетку развоја, неопходно је посветити им више пажње. Осим чињенице да НБС поступак спроводи бесплатно, овакво решење није уопште повољно за потрошаче. Медијатор треба да буде особа или институција прихватљива за обе стране и у коју оне имају поверења. Много би адекватније било решење да улога припадне Привредној комори Србије или Удружењу за заштиту потрошача.<sup>34</sup>

30 Ibid.

31 Н. Петровић Томић (2015a) , 148.

32 Наташа Петровић Томић, Информисање корисника услуга осигурања у немачком праву“, *Токови осигурања*, Београд 2015 / број 4 година XXXI, 14.

33 Н. Петровић Томић (2016), 562.

34 Ibid, 571-575.

Главне мане Треће директиве су што осим претходно поменутог надлежног тела, као обавезна информација помиње се још само обавеза одређивања меродавног права. Не садржи остале податке о статусу осигуравача и уговорним обавезама које чине заправо „информациону парадигму“. Проблем је превазиђен тако што су државе приликом доношења закона за оба осигурања применили ипак тај принцип и нису правили разлику између животног и неживотног осигурања, него су јединствено прописали обавезе осигуравача. Међутим савесност држава не мења чињеницу да је сама директива садржи премали број информација и да би је требало проширити по угледу на Директиву о животном осигурању. Имајући у виду да су у оба случаја потрошачи физичка лица, и није оправдан ни смислен мали број информација које она садржи.<sup>35</sup> Дужност информисања је иначе универзалана за све уговоре о осигурању, тако нпр. у немачком права она је иста без обзира да ли је посреди правно или физичко лице на месту уговарача осигурања. Једино је смањена код осигурања „великих ризика“, код њих постоји само ако су посреди физичка лица.<sup>36</sup>

## V Начин информисања и могућност одрицања

„Друштво за осигурање је дужно да обавештавање из чл. 82 и 83. овог закона изврши у писаној форми или на другом трајном носачу података који уговарачу осигурања, односно осигуранику омогућава да сачува податке, да тим подацима приступи и да их репродукује у неизмењеном облику у периоду који одговара сврси чувања. Све информације које друштво за осигурање саопштава потенцијалним уговарачима осигурања преко средства јавног информисања морају бити тачне, целовите и јасне, морају се заснивати на поузданим информацијама, не смеју прикривати праву сврху таквог информисања, нити на било који начин доводити у заблуду примаоце тих информација“.<sup>37</sup>

Као што видимо утицај Директиве осигурања живота 2002/83 огледа се у нашем закону тако у складу са њом све информације морају бити у писаној форми, уколико су дате у усменом облику морају бити у што краћем року потвређене писмено. Оне морају бити на званичном језику државе чланице или уколико њихови прописи дозвољавају на језику на коме су се стране договориле да ће бити. Директиве не регули-

35 J. Славнић, С. Јовановић, 30, A. Boraselli, 47.

36 Н. Петровић Томић (2015b), 16-17.

37 ЗО чл. 84 ст. 1. и ст. 2.

шу последице пропуштања обавезе информисања, него остављају државама чланицама да саме одреде у складу са њиховом традицијом које су санкције адекватне.<sup>38</sup>

Тако нпр. у немачком праву уколико осигуравач не достави потребне информације не тече рок за одустанак од уговора, такође може да се захтева поништај уговора. Услов је да се докаже да су биле оне биле значајне за закључење уговора, поред тога постоји и право на накнаду штете.<sup>39</sup> У српском праву у складу са ЗЗП има право да се захтева поништај уговора, у року од годину дана без обзира да ли је до пропуштања дошло намерно или случајно. У складу са ЗОО чл. 268. предвиђено је право на накнаду штете, која је настала пропуштањем обавештавања о битним чињеницама везаним за међусобни однос уговорних страна. Можемо аргументовати да на неки начин овај члан представља претчу обавезе информисања и да сада они међусобно допуњују.<sup>40</sup>

У немачком праву иако је супротно директивама предвиђена је могућност одрицања потрошача од права на информисање слично као и код саветовања. Поставља се питање оправданости тог решења, пошто се заправо потрошач унапред одриче права која су му непозната. Критике истичу да он заправо и не зна чега се одриче, док са друге стране присталице овог решења истичу да оно може да буде само под одређеним условима и да се на тај начин пружа заштита потрошачу и спречава свака врста злоупотребе, као и да је ово вид уважавања принципа аутономије воље.<sup>41</sup> Сматрамо да би увођење права на одрицање информација било супротно циљевим заштите потрошача осигурања. Последице увођења могле би да буду поражавајуће, имајући у виду даљи напредак и развој осигурања, што представља корак у назад.

## V Саветовање

Поред обавезе информисања јавља се и обавеза саветовања, иако наизглед слична она је суштински различита, док обавеза информисања представља прост пренос података, обавеза саветовања представља давање мишљења у складу са жељама, потребама и могућностима потрошача, стога је обавеза саветовања облигација средстава.<sup>42</sup>

38 Ј. Славнић, С. Јовановић, 28-30.

39 Н. Петровић Томић (2015b), 15.

40 Н.Петровић Томић (2015a), 194, 190.

41 Н. Петровић Томић (2015b), 16-17.

42 Н. Петровић Томић (2015a), 202-203.

Директива која је највише утицала на обавезу саветовања је Директива о посредовању 2002/92, она користи јединствен термин посредник: за зависне и независне заступнике осигурања, подређене заступнике осигурања, брокере осигурања и подређене брокере осигурања. У њој се одређује да је посредник осигурања дужан да саопшти две групе информација, прва се односи на статусна питања делатности осигурања, а друга на обавезе које посредник преузима према клијенту. Као што видимо и овде долази до принципа „информационе парадигме“ који смо раније помињали. У прву групу спадају подаци везани за његов идентитет, адресу, регистар у који је уписан, подаци везани за учешће у капиталу или праву гласа већем од 10% и о праву на жалбу и вансудском начину решавању спорова. Друга група садржи информације које су добијене на основу фер и објективне анализе полиса на тржишту, он може да посредује искључиво за једну или више осигуравајућих кућа, али са друге стране нема обавезу да посредују за клијента код једне осигуравајуће куће.<sup>43</sup>

Смисао Директиве је почива на идеји да су посредници дужни да непристрасно дају савете свом клијенту као и образложение истих, у питању су стручна лица која су регистрована код надлежног органа и која делују на слободном тржишту и уједно доприносе његовом даљем развоју и залажу се за вансудски начин решавања спорова.<sup>44</sup>

Посредовање се врши као и информисање, искључиво у писаној форми, све информације које су усмено дате морају бити потврђене писмено, односно документоване. Док је код информисања, право на његово одрицање спорно и контраверзно, код саветовања нема непомирљивих ставова и оно се сматра допуштеним. Тако у немачком праву оно је дозвољено у одређеним условима, та изјава мора бити дата у посебној писаној форми и не сме бити на унапред припремљеном обрачу или самом уговору.<sup>45</sup>

Главна мана ове Директиве је што обавезује само посреднике осигуравајућих кућа, а не и њих саме, на тај начин су потрошачи који закључују уговор директно са осигуравачем дискриминисани и налазе се у знатно лошијем положају. Имајући у виду да осигуравач има дужност само информисања, а не и саветовања, обавезе коју обухвата фер и објек-

43 Ibid, 150-153.

44 Јован Славнић, „Директива европске уније о посредовању у осигурању од 2002 године“, *Ревија за право осигурања* 1/2/2005, 2.

45 Н. Петровић Томић (2015a) ,220, 225.

тивну анализу полиса са циљем да се нађе она која најадекватније одговара положају потрошача.

У српском праву праву је прихваћена обавеза саветовања само за посреднике. У чл. 94. ЗО одређене су импертивним прописима њихове дужности које се своде на: одређивање потреба потрошача, посредовање ради преговарања о закључењу уговора, анализу опасности и предлагање одговарајућег покрића, образложење савета, понуда конкретне полисе осигурања и упознавање са начином обрачунавања премије, проверавање садржине полисе осигурања, понуде помоћи потрошачу за време трајања уговора, праћење приликом извршавања уговора као и израде предлога за измену уговора ради веће сигурности свог клијента.<sup>46</sup> Због све веће конкуренције на тржишту многе осигуравајуће куће труде се да обезбеде што бољи квалитет саветовања. Тако на пример у првој фази треба да се изврши индивидуално саветовање како би потрошач уочио потенционалне опасности. У другој фази се врши селекција ризика, које је неопходно осигурати и оних које је за потрошача боље да их не осигурају (нпр. агресивног пса у гостионици исплативије је склонити него осигурати). У трећој последњој фази се нуди одговарајући производ који најбоље одговара потребама потрошача.<sup>47</sup> Важно је да потрошач добије довољно информација везано за статус посредника, о стању на тржишту, о фер и објективној анализи како би стекао повређење у посредника и сам одлучио да ли жели да закључи уговор.<sup>48</sup>

За разлику од нашег права које обавезује на саветовање само посредника осигурања, компромисно решење пронађено је у ПЕУПО принципима, у њему осигуравач има обавезу да укаже на разлику између жељеног покрића и оног који му се нуди. Ова обавеза може да буде и шира и ужа у зависности од околности, уколико се постави специјални захтев за даљим образложењем биће шира, а са друге стране уколико иде преко брокера осигурања или је на даљину биће ужа.<sup>49</sup> По угледу на ово решење би требало унапредити постојућу обавезу саветовања у српском праву.

46 Ibid, 228, ЗО чл. 94.

47 Wolfgang Rohrbach, „Размишљање о појму квалитета осигурања“, Европска ревија за осигурање 4/2014, 39-41.

48 Ј. Славнић, С. Јовановић, 31.

49 A. Boraselli, 51.

## VI Закључак

Из свега приложеног видимо колики је заправо значај и утицај потрошачког права на право осигурања и која је улога информационе парадигме при његовом регулисању. Адхезиозност као главна карактеристика оба уговора са собом повлачи одређене обавезе на страни осигуравача, мислимо првенствено на обавезу информисања и саветовања. Оне су под утицајем директиве ЕУ први пут уведене Законом о осигурању, међутим није најсрећније решење да се уговорне обавезе уређују статусним законом, али је свакако корак напред. Не можемо негирати потрошачке особине које постоје код уговора о осигурању, али у исто време морамо водити рачуна о праву осигурања у целини имајући у виду и заштиту осигуравача као и сам смисао осигурања. Сматрамо да би постојећа решења требају бити унапређена у складу са ПЕУПО принципима, који представљају полазну основу за стварање јединственог европског тржишта осигурања. Због тога би најадекватније решење било доношење посебног Закона о потрошачком осигурању у коме би били дефинисани следећи појмови: прво сам појам потрошачких уговора осигурању, након тога појам потрошача услуга осигурања који би се односио на сва поменута лица: осигураника, уговорача осигурања, као корисника накнаде осигурања. Осим уговорних обавеза из ЗО, евентуално унапређених, на истом месту би се нашле обавезе информисања и саветовања које су сада садржане у ЗО. Обавезу саветовања би требало проширити и на осигуравајуће куће како потрошачи који са њима директно закључују уговор не би били дискриминисани. Закон би такође требало да подстиче могућност вансудског решавања спорова и одреди непристрасну институцију која би вршила медијацију која је сада у надлежности НБС. Такође треба размислити о могућности увођења финансијског образовања, чије предности би биле вишеструке за даљи развој привреде. Због константног унапређивања права осигурања и утицају других права на њега, оно мора да буде регулисано посебним законом. Управо како би се оставила могућност за његове даље измене и допуне ради додатног, усавршавања самог осигурања. Као што се види из примера директиве ЕУ, оне су врло честе и непходне како би одговориле времену и изазовима који би се пред њим појављивали.

**Tamara RADOJČIĆ**  
**LL. M. at Commercial Law**

## INFLUENCE OF INFORMATION PARADIGM ON CONTRACT INSURANCE LAW

### **Summary**

*This article concerns the improvement of position of consumer in insurance law. Its aim is to highlight certain similarities between insurance contract and consumer contractual law and, with taking into consideration the differences between them, to try to improve the position of consumer. Following the analysis of the notion of consumer in insurance law, the author attempts to explain the “informational paradigm” principle in consumer contracts and its impact on insurance contract regulation. Special attention will be drawn to the obligation to inform and consulting, their regulation in Serbian law and the impact of EU directives. The article also analyses the form and the course of meeting these obligations. The author considers whether these obligations in Serbian law should be modeled upon European law and principles of European contractual law of insurance in order to improve the position of consumer and to reach higher level of harmonization with EU law. Also, the author considers the idea of compulsory financial education and its potential benefits. In conclusion, the author pleads for different regulation of consumer law of insurance in Serbia and separate statute which would cover this field of law.*

**Keywords:** *notion of consumer in insurance law, “informational paradigm” principle, obligation to inform, obligation of consulting, financial education.*