

Андреа ЂУРОВИЋ¹

ЗНАЧАЈ ДОНОШЕЊА ДИРЕКТИВЕ О ДИСТРИБУЦИЈИ ОСИГУРАЊА

Једна од веома актуелних тема у области осигурања свакако је доношење и примена нове Директиве о дистрибуцији осигурања (ДДО). Методом теоријске анализе, ауторка истражује које су новине садржане у Директиви и на који начин се њеном имплементацијом утицало на побољшање тржишта осигурања. Ауторка истиче да ће имплементација нових правила о осигурању умногоме утицати на све учеснике у осигурању, од агената, брокера, осигуравајућих друштава и осталих, као и то да она представља једну он најбитнијих реформи на тржишту осигурања и значајан искорак у побољшању степена заштите корисника услуга осигурања (потрошача).

На почетку, ауторка прави осврт на увођење "новог" појма дистрибуције, кратко описује врсте канала дистрибуције осигурања и реосигурања, затим, разматра разлоге за доношење Директиве, описује нова правила, стављајући акценат на увођење стандардизованог документа са свим информација о производу осигурања.

Кључне речи: директива о дистрибуцији осигурања, канали дистрибуције, надзор производа, информисање потрошача, заштита потрошача

І Уводна разматрања

Директива о дистрибуцији осигурања (даље: ДДО)² је заправо друга директива која се бави уређењем правила о посредовању у осигурању и реосигурању, замењујући претходну Директиву о посредовању у осигу-

1 Ауторка је студент прве године докторских студија на Правном факултету Универзитета у Београду, andrea.djurovic@hotmail.com.

2 Директива о дистрибуцији осигурања 2016/97 (Directive (EU) 2016/97 of the European Parliament and of the Council of 20 January 2016 on insurance distribution) published in OJ L 26, 19–59, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32016L0097>, 10. децембар 2018.

рању³ (даље: ДПО), којом је регулисан минимум уједначавања националних прописа у вези са продајом осигурања и реосигурања на територији Европске Уније и која се односила само на посреднике у осигурању и реосигурању.⁴ Примена ДПО је показала да већа заштита потрошача захтева проширење подручја примене на све канале продаје производа осигурања и да осигуравајућа друштва која директно продају производе осигурања треба да буду обухваћена овом Директивом, слично као и заступници и посредници у осигурању.⁵ Стога, уз промењени назив, нова Директива значајно проширује и поље примене у односу на ДПО.

Посматрајући потрошаче услуга осигурања⁶ увидело се да због нејасних и неразумљивих информација, они нису могли доносити информисане одлуке. Осим тога, зазирали су од плаћања производа који заправо не разумеју или им је дат погрешан савет о тим производима. Имајући у виду наведено, јасно је да је све то допринело стварању неповерења потрошача у индустрији осигурања. Управо како би повратили поверење потрошача, Европска комисија је, 2016. године, усвојила предлог о усвајању нових правила, одређујући рок од две године (до 23. фебруара 2018.) државама чланицама да нова правила инкорпорирају у своја национална права. Међутим, коначна верзија ДДО је објављена тек крајем 2017. године у Службеном гласнику ЕУ, тако да осигуравачи су тек тада пред собом имали коначна правила, иако је њихово спровођење требало да почне већ почетком наредне године. Стога је, на захтев Скупштине Европе и 16 држава чланица, Европска комисија дала предлог за одлагање датума почетка примене ДДО, померајући датум примене на 1. октобар 2018.⁷

3 Директива о посредовању у осигурању 2002/92 (Directive 2002/92/EC of the European Parliament and of the council of 9th December 2002 on insurance mediation) published in OJ L 009, 15.01.2003, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02002L0092-20140702_11, јануар 2019.

4 M. Lima Rego, "Product oversight and customer demands and needs: contract law implications", *Insurance Law and practice - challenges, new technologies and corporate governance* (Association of Serbian Insurers and Association for Insurance Law of Serbia), Палић, 2018, 218-231.

5 ДДО, преамбула бр. 7.

6 „Дефинисати потрошача услуга осигурања није лако, али се просечни потрошач финансијских услуга објашњава да има већу потребу за заштитом, да је ограничено информисан и просечно разуман.” Н. Петровић Томић, *Заштита потрошача услуга осигурања: анализа и предлог унапређења регулаторног оквира*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд 2015, 112.

7 Directive (EU) 2018/411 of the European Parliament and the Council of 14 March 2018 amending Directive (EU) 2016/97 as regards the date of application of Member States' transposition measures, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2018.076.01.0028.01.ENG, 22. децембар 2018.

Треба нагласити да у Европској Унији још увек нема договора о томе шта појам ”заштита потрошача” тачно обухвата, заправо је тај појам прихваћен од стране Суда правде Европске Уније (*Court of Justice of the European Union*) али он обухвата и социјални поредак, превенцију превара и заштиту интелектуалне средине.⁸

II Унапређење правила о дистрибуцији осигурања у Европској унији

Пре усвајања унапређених правила, постављало се питање односа истих дужности осигураваача и посредника осигурања (није спорно када уговарач осигурања и осигураваач директно закључе уговор), односно одсуство дужности саветовања уговарача осигурања од стране осигураваача.⁹ С тим у вези, било је потребно проширити деловање Директиве и на друштва осигурања, а осим тога требало је повећати једнакост и бригу о заштити потрошача услуга осигурања у Европској Унији.¹⁰ Осим тога, доношење нове Директиве било је потребно како би дошло до изједначавања услова за све врсте дистрибутера чиме би се обезбедио исти ниво заштите на целом тржишту, и то без обзира на одабрани канал дистрибуције, упркос њиховим разликама.¹¹ На тај начин, омогућавањем равноправних услова, заиста се обезбеђује фер конкуренција између дистрибутера, и самим тим им се значајно увећавају пословне могућности, између осталог повећава се и могућност за прекограничну продају.¹² Све ово доприноси повећању потражње, подстичући тако увек потребне иновације у области осигурања.

Дакле, ДДО обухвата поред осигуравајућих друштава и посредника, и друге учеснике на тржишту, који продају производе осигурања као допунске услуге, као што су путничке агенције и компаније за изнајмљивање аутомобила осим ако не испуњавају услове за изузеће.¹³ Прецизније, односи се на сва физичка или правна лица која су већ основана или која желе да имају седиште на територији Европске Уније, ради обављања послова дистрибуције производа осигурања и реосигурања, укључујући и друштва за осигура-

8 З. Радовић, „Инострана судска пракса - заштита потрошача”, *Токови осигурања 2015/4*, Дунав осигурање, Београд 2015, 139.

9 Н. Петровић Томић (2015), 154.

10 *Ibid.*

11 М. Lima Rego, 219.

12 European Commission Memo on The Insurance Distribution Directive, https://ec.europa.eu/info/system/files/insurance-distribution-directive-faqs-23022016_en.pdf, 16. јануар 2019.

13 ДДО, преамбула бр. 8.

ње која своје производе продају директно, као и разне врсте посредника у осигурању, агенте осигурања и брокере, операторе банко-осигурања, помоћне посреднике у осигурању, као што су путничке агенције, фирме за изнајмљивање аутомобила и странице за поређење производа на Интернету.¹⁴ Веома је важно нагласити да се и овде ради о минималној хармонизацији правила, односно државе чланице могу задржати или увести строжа правила под условом да су у складу са Директивом.

Како би се осигурала адекватна примена ДДО на целом подручју ЕУ, надлежна тела (овлашћена за осигурање спровођења ДДО, именована од стране држава чланица) различитих држава међусобно остварују сарадњу и размењују релевантне информације о дистрибутерима.¹⁵

III Концепт дистрибуције осигурања

У ДДО, појам посредовања у осигурању, замењује појам ”дистрибуције осигурања”, дефинисан као: ”делатност предлагања уговора о осигурању, саветовање о њима или обављања других припремних радњи за склапање уговора о осигурању, или склапања таквих уговора, или пружања 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 и састављање ранг листе производа осигурања, укључујући и упоређивање цена и производа или попуст на цену уговора о осигурању, ако потрошач може директно или индиректно закључити уговор о осигурању на Интернет страници или другом медију.“ На основу наведене дефиниције, евидентно је да концепт дистрибуције¹⁶ превазилази концепт ”посредовања” из претходне Директиве јер покрива много шири спектар делатности.¹⁷ Такође, у датој дефиницији може се уочити

14 М. Lima Rego, 219.

15 Директива о дистрибуцији осигурања 2016/97, чл. 13. ст. 1. и ст.2.

16 „У најширем смислу, дистрибуцију производа осигурања и реосигурања је могуће поделити на: екстерну дистрибуцију (посредовање, заступање и банкоосигурање) и интерну дистрибуцију (непосредни контакт између продавца (осигуравача) и потрошача (осигураника) и представља директну продају.” Вид. В. Борђевић, ”Дистрибуција, први корак на путу ка широј заступљености система осигурања”, 26. *сусрет осигуравача и реосигуравача Сарајево* 2015, 265.

17 Implementation of the EU Insurance Distribution Directive and reshaping of the protection mechanism for insurance claims under Luxembourg insurance legislation, <http://www.allenoverly.com/publications/en-gb/Pages/Implementation-of-the-EU-Insurance-Distribution-Directive-and-reshaping-of-the-protection-mechanism-for-insurance-claims-un.aspx>, 11. јануар 2019.

важност улоге саветовања тако да можемо закључити да новим називом ДДО настоји да обавезу дистрибутера о пружању савета потрошачу стави у први план.¹⁸

Сада, новом Директивом су обухваћени сви дистрибутери у осигурању и реосигурању уместо само посредника, а то су: *посредници у осигурању (реосигурању)* - сада обухватају брокере и заступнике у осигурању и реосигурању, и подразумевају свако физичко или правно лице, осим друштва за осигурање, који за накнаду обављају послове осигурања односно реосигурања,¹⁹ *споредни посредници* - главна пословна делатност им није дистрибуција осигурања, већ дистрибуирају само одређене производе који служе као допуна осигурања некој роби или услузи (која је главна делатност), дакле врше послове дистрибуције као споредну делатност уз накнаду,²⁰ *кредитне институције, инвестициона друштва, друштва за осигурање, електронски канали дистрибуције* (Интернет странице и сл.) – оваква врста канала дистрибуције има велики потенцијал (код нас је и даље недовољно искоришћен, и поред увођења могућности ”online” куповине производа осигурања од стране највећих осигуравајућих друштава), и њихово увођење смањује разлику између великих и малих осигураваача као и великих и малих клијената, што може позитивно резултирати за осигуранике.²¹

IV Нова правила у вези са пружањем информација и саветовања о производу осигурања

Новим правилима је прописано да, пре него што уопште почне фаза преговарања, дистрибутери имају обавезу да предузму одређене кораке. Прво, дистрибутер је дужан да испита личну ситуацију осигураника како би се ближе упознао са његовим жељама, захтевима и потребама. Друго, дистрибутер потрошачу мора пружити информације о производу осигурања у разумљивом облику који потрошачу омогућава да донесе информисану одлуку након узимања у обзир његових захтева и потреба (ДДО мења пут протока информација, тако да оне сада иду од

18 Н. Петровић Томић, „Директива о дистрибуцији осигурања и персонализовано саветовање потрошача са освртом на концепт процене адекватности”, *Усклађивање пословног права Србије са правом Европске Уније*, Београд 2018, 417.

19 Директива о дистрибуцији осигурања 2016/97, чл. 2. ст. 3. и ст. 5.

20 *Ibid.*, 2. ст. 4.

21 Иван Пилијан, „Примена електронског пословања у дистрибуцији услуга осигурања”, *Трендови у пословању*, 2/2016, 64.

потрошача ка дистрибутеру).²² Наиме, примена ДПО је показала да није довољно само пружање информација не узимајући у обзир захтеве и потребе конкретног потрошача.²³ У новом регулаторном оквиру, они морају да истраже потребе и захтеве својих клијента, а осим тога и да врше надзор над производима јер су неодговарајући производи сада забрањени.²⁴ Дакле, дистрибутери се усмеравају да сваком клијенту приступе на индивидуалан начин, водећи рачуна конкретно о његовим потребама како би им понудили производ који им је заиста неопходан и користан, и на крају, како би потрошачи донели правилно информисану одлуку. Увођењем дужности дистрибутера да потрошачу пружи персонализовану препоруку (савет) и објашњење због чега неки производ одговара његовим потребама и захтевима, повећава се степен транспарентности, што ће сигурно имати утицај на смањење спорова због неизвршења дужности саветовања.²⁵

Пракса је показала да што је производ сложенији, теже је клијентима да анализирају понуду, те да одаберу производе за њихове потребе, стога је израженија њихова потреба да се поуздају у савет дистрибутера.²⁶ Наиме, све више примера указује на слаб квалитет финансијског саветовања као један од највећег проблема и разлога за проузроковање штете клијентима на тржишту финансија.²⁷ Европска Комисија, указујући на проблем у вези са продајом производа осигурања, прави разлику између пристрасног саветовања, до којег долази због сукоба интереса или неадекватне процене потребе купца и савета ниског квалитета, који настаје због недовољног нивоа знања и професионалних квалификација продавца.²⁸ С тим у вези, ДДО садржи неколико новина које би засигурно могле значајно утицати на побољшање интеграције тржишта, неометање конкуренције и на заштиту потрошача услуга осигурања, у исто време решавајући проблем саветовања ниског квалитета. Нова правила која се одно-

22 Н. Петровић Томић (2018), 423.

23 *Ibid.*, 419.

24 М. Lima Rego, 228.

25 Н. Петровић Томић (2018), 428.

26 М. Lima Rego, 221.

27 U.S. Department of Treasury, Financial Regulatory Reform: A New Foundation: rebuilding financial supervision and regulation, https://www.treasury.gov/initiatives/Documents/FinalReport_web.pdf, 10. јануар 2019.

28 European Commission, Executive summary of the impact assessment accompanying the document proposal for a Directive of the European Parliament and the council on Insurance Mediation of the 3rd July 2012, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012SC0192&from=EN>, 15. јануар 2019.

се на лице које се бави дистрибуцијом осигурања уведена су како би се решио горе наведени проблем у вези са ниским квалитетом саветовања.

Дистрибутер мора *поседовати адекватна знања и вештине*. ДДО прописује да сви који учествују у дистрибуцији осигурања морају поседовати адекватно знање и вештину и да пролазе кроз трајну професионалну обуку и усавршавање, како би задржали адекватан ниво услуге осигурано од стране матичне државе чланице.²⁹ Ово заправо и не представља новину већ додатно унапређење решења из претходне Директиве.³⁰ Сада се прописује и минимално време таквог стручног усавршавања од најмање петнаест сати годишње, имајући у виду својства производа који продају, врсту дистрибутера, као и улогу коју имају и активности које врше у оквиру делатности дистрибутер осигурања, односно реосигурања.³¹ Тако, са обавезним, константним усавршавањем и континуираном обуком, и провером знања покушава се што више умањити могућност дистрибутера да направи грешку у саветовању клијента због недовољног или неадекватног знања.

Појам *”правила пословног понашања”* – Строжи приступ у погледу идентификације клијента, наведених у члану 17. (дистрибутер има обавезу да увек поступа поштено, праведно и професионално, у складу са најбољим интересима свог клијента) усмерен је на смањење могућности настајања штете код клијента у случајевима неодговарајућих савета.³² Такав приступ представља новину у праву осигурања, а истицањем да су дистрибутери увек дужни да поступају у складу са најбољим интересима својих клијената се ствара врста *”фидуцијарне дужности”* дистрибутера осигурања.³³ Осим тога, увођење принципа најбољег интереса потрошача ће сигурно бити веома корисно надзорном телу током испитивања да ли дистрибутер осигурања прибегава непоштеној пракси.³⁴

29 „Матичне државе чланице осигуравају да посредници у осигурању и реосигурању и запослени у друштву за осигурање и реосигурање, поштују услове сталног стручног усавршавања и оспособљавања како би се одржао одговарајући ниво учинка који одговара улози коју имају и на релевантном тржишту.” Директива 2016/97/ЕЗ о дистрибуцији осигурања, чл. 10. ст. 2.

30 M. Lima Rego, 220.

31 ДДО, чл. 10. ст. 2.

32 C. Mariani, “The new Insurance Distribution Directive and the provision of advice”, *Insurance Law and practice - challenges, new technologies and corporate governance* (Association of Serbian Insurers and Association for Insurance Law of Serbia), Палић 2018, 189.

33 Н. Петровић Томић (2018), 417.

34 Н. Петровић Томић (2018), 417.

Евидентно је да, како би се побољшао квалитет финансијског саветовања, дистрибутери морају разумети производ који дистрибуирају док клијенти морају имати приступ информацијама које им омогућавају да разумеју производ и да самостално доносе одлуке, и наравно уколико се на то одлуче и да ли ће купити производ.³⁵ Осим тога, веома је битно истаћи прописано правило на основу којег су дистрибутери обавезни да све информације о производу осигурања које пружају клијенту буду јасно формулисане, објективне и да буду у разумљивом облику како би омогућили клијенту да може да донесе одлуку засновану на информацијама, не доводећи га у заблуду.³⁶

Повећана транспарентност – Као што смо навели, дистрибутери имају обавезу да својим клијентима пријаве да ли пружају савет о производима које дистрибуирају.³⁷ Наиме, пре склапања уговора о осигурању, дистрибутер има обавезу да пружи клијенту, поред информација прописаних у претходној Директиви о посредовању, и висину своје накнаде,³⁸ да ли ради у вези са уговором о осигурању на хонорарној основи (износ хонорара), на основи провизије, или на основу било које друге врсте накнаде,³⁹ и посредници морају пријавити да ли заступају клијента или иступају за и у име једног или више осигураваача.⁴⁰ Дакле, на основу добијених прецизних информација о статусу дистрибутера, потрошач може извести закључак, између осталог, и каква је његова намера, односно може открити да ли се ради о неутралном саветовању, и најважније, да ли може имати уопште имати поверења у њега. Треба истаћи и да дистрибутери морају пријавити све информације о могућем постојању сукоба интереса.⁴¹ Крајњи циљ увођења нових правила је гарантовање транспарентности обезбеђивањем да се производ дистрибуира циљаним клијентима, без обзира на одабрани канал дистрибуције.⁴²

Можемо закључити да у новом правном оквиру, правила о обавези на информисање и саветовање су, у ствари она, која највише истичу приступ заснован на транспарентности. Увођењем нових правила о пра-

35 М. Lima Rego, 221.

36 *Ibid.*

37 ДДО, чл. 18. тач. (а), ал.(ii) и тач. (б), ал. (ii)

38 ДДО, чл. 19. ст. 4.

39 ДДО, чл. 19. ст. 1.

40 ДДО, чл. 18. тач. (а) до (в).

41 ДДО, чл. 19.

42 С. Mariani, 188.

вила у вези са пружањем информација и давању савета заиста се очекује значајно подизање стандарда пословања у области осигурања.

V Стандардизовани документ са информацијама о производу осигурања и улога ЕИОРА-е

Европско тело за осигурање и професионалне пензије (The European Insurance and Occupational Pensions Authority - ЕИОРА) је основано као последица реформи европског финансијског сектора, са циљем враћања поверења у финансијски систем, обезбеђивања конзистентног нивоа регулисања и надзора, веће хармонизације правила, и унапређења заштите потрошача на територији Европске Уније.⁴³

У ДДО осигурања се налаже ЕИОРА-и да ”изради нацрте техничких стандарда у вези са стандардизованим форматом презентације документа о информацијама о производу осигурања”. Такав документ треба бити достављен потрошачу од стране дистрибутера осигурања пре саме куповине производа неживотног осигурања са циљем да се помогне потрошачу да донесе информисану одлуку.⁴⁴

Након темељног истраживања и испитивања потрошача, ЕИОРА је саставила нацрт таквог документа са наведеним информацијама под називом ”Insurance Product Information Document” (IPID). Квалитативно истраживање је спроведено над одређеним групама потрошача у Уједињеном Краљевству, Немачкој, Шпанији и Румунији, тестирајући тако припаднике различитих демографских група у различитим државама, у којој је мери један такав документ јасан и разумљив.⁴⁵ Квантитативно истраживање је спроведено у форми ”online” анкете потрошача у истим државама, приказујући учесницима различите примере докумената, тестирајући њихову способност да упоређују понуђене производе и тражећи њихово мишљење који дати пример преферирају.⁴⁶ Резултати су показали да документ са информацијама мора бити кратак и самосталан, јасно и једноставно структурисан, тачан и разумљив, не сме доводити у

43 The European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA), Motivation of the study, <https://eiopa.europa.eu/about-eiopa/missions-and-tasks>, 17. јануар 2019.

44 The European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA), Mission and tasks, <https://eiopa.europa.eu/about-eiopa/missions-and-tasks>, 17. јануар 2019.

45 The European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA), Draft Implementing Technical Standards concerning a standardised presentation format for the Insurance Product Information Document of the Insurance Distribution Directive -17/056, <https://eiopa.europa.eu/Publications/Technical%20Standards/Draft%20Implementing%20Technical%20Standards%20on%20the%20Insurance%20Product%20Information%20Document.pdf>, 17. јануар 2019.

46 *Ibid.*

зablуду, и мора бити написан на папиру, на службеном језику државе чланице у којој се производ осигурања нуди, што је и наведено у самој Директиви.⁴⁷

Увођење стандардизованог документа који садржи све неопходне информације (о врсти осигурања, покриће, осигуране ризике, средства плаћања премија, обавезе на почетку и током трајања уговора, обавезе у случају одштетног захтева, време трајања уговора и начин раскида уговора⁴⁸) у вези са производом неживотног осигурања дефинитивно представља још један корак ка унапређењу заштите потрошача услуга осигурања. На овај начин, потрошачи услуга неживотних осигурања (као што су осигурање моторних возила, имовине, осигурање од одговорности, путно осигурање и сл.) имају могућност да пореде понуђене производе, разматрајући све информације које су садржане у документу у кратком и јасном формату. Осим тога, тако најлакше могу спознати које су предности и мане производа пре него што донесу коначну одлуку. Можемо закључити да је ово решење идеално за људе који немају много знања из области осигурања, као и за оне који су некада имали проблема са поређењем производа.

VI Закључак

Оно што са сигурношћу знамо је да ДДО представља једну од најзначајнијих реформи у индустрији осигурања, као и то да ће бити од подједнаке важности за потрошаче и за дистрибутере.

Проширењем поља примене Директиве на све канале дистрибуције и увођењем истих правила обезбеђује се већи степен заштите потрошача услуга осигурања. Осим тога, равноправним условима обезбеђује се фер конкуренција између дистрибутера осигурања, увећавају им се пословне могућности, између осталог и могућност за прекограничну продају, што резултира повећањем потражње потрошача и стварањем иновација у индустрији осигурања.

Прописивањем строжих правила према дистрибутерима осигурања, као и са побољшањем транспарентности, покушава се повратити уздрмано поверење потрошача, истовремено хватајући се у коштац са праксом непоштене продаје (намерна или непажљива продаја неадекватних производа). Једна од најважнијих обавеза коју Директива прописује, је да сви који учествују у дистрибуцији осигурања морају поседовати адекватно знање и вештину, значајно смањујући могућност настанка штете у случајевима дава-

47 ДДО, чл. 20. ст. 7.

48 ДДО, чл. 20. ст. 8.

ња неодговарајућих и неквалитетних савета. Исто тако, имајући у виду претходна искуства са непоштеном продајом, уведен је општи принцип по којем дистрибутери, у обављању своје делатности, морају поступати праведно, поштено, професионално и обавезно у складу са најбољим интересима свог клијента. Новим правилима се сваком клијенту приступа индивидуално, посебно се води рачуна о његовим захтевима и потребама, на основу чега му дистрибутер може понудити одређене производе. Увођењем стандардизованог документа, који на концизан начин садржи све информације о производу, клијенту, односно, потрошачу се омогућава да се лакше и боље упозна са понуђеним производима, да правилно одабере производ у складу са његовим потребама и захтевима, значајно умањујући могућност настајања штете на његовој страни.

На основу одлуке Европске Комисије о одлагању почетка примене Директиве, наслућујемо да државе чланице нису у потпуности спремне да на правилно прописан начин, одмах на почетку, почну да примењују нова правила. Ипак, надамо се да ће доста прецизнија формулација правила допринети у великој мери спречавању настајања нових финансијских криза, будући да су нејасне продајне процедуре биле један од главних разлога за настајање претходних криза на тржишту финансија. Време ће показати да ли ће Директива успети да оствари постављене циљеве, односно, да ли ће заиста заштита потрошача бити унапређена, као и да ли ће прецизнијим правилима олакшати обављање делатности дистрибуције осигурања.

Andrea DJUROVIĆ,
PhD Candidate,
Faculty of Law, University of Belgrade

THE IMPORTANCE OF ADOPTING THE INSURANCE DISTRIBUTION DIRECTIVE

One of the most interesting topics in the field of insurance is certainly the adoption and implementation of the new Insurance Distribution Directive. By using the method of theoretical analysis, the author investigates what are the new rules contained in the Directive and how its implementation has influenced the improvement of the insurance market. In her work, the author points out that the implementation of new insurance rules will significantly affect all insurance participants, agents, brokers, insurance companies and others, since it represents one of the most important reforms in the insurance market and a significant step forward in improving the level protection of users of insurance services (consumers).

Initially, the author makes a review of the introduction of the "new" term of distribution, briefly describes the types of insurance and reinsurance distribution channels, then examines the reasons for adopting the Directive, describes the new rules, putting the greatest emphasis on the introduction of a standardized document with all information on the insurance product.

Key words: *insurance distribution directive, distribution channels, information for consumer protection, product oversight.*