

www.zps.si

**ZPS**  
ZVEZA  
POTROŠNIKOV  
SLOVENIJE



Varstvo potrošnikov

Marketing ali  
vsebinske  
spremembe?

Breda Kutin, predsednica ZPS

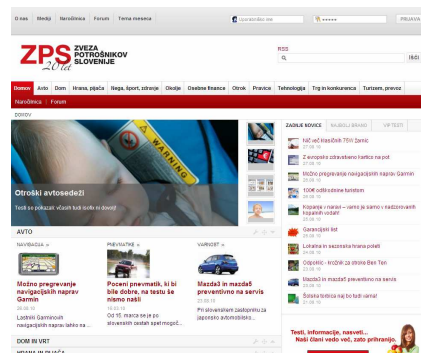
# ZPS na kratko

- ZPS je **neprofitna, neodvisna in mednarodno priznana nevladna organizacija**
- Ustanovljena 1990
- Leta 1991 ustanoviteljica potrošniške revije **VIP**
- **Naše poslanstvo so informirani in osveščeni potrošniki, ki poznajo in uveljavljajo svoje pravice ter na drugi strani potrošnikom naklonjena družba, ki spoštuje in varuje pravice potrošnikov.**
- 20 redno zaposlenih strokovnjakov in 20 zunanjih sodelavcev
- Pozna nas 91% Slovencev
- Medijska prisotnost: 23 objav na teden (1198 objav v letu 2010)

# Najpomembnejši kanali komuniciranja



mesečna revija VIP, tudi v spletni obliki



[www.zps.si](http://www.zps.si), dnevno 1-3 nove novice, nasveti, dostop do preko 200 testov, brošure, forum, zvočni posnetki



8050 fanov na FB, 455 sledilcev na TW, 9 video posnetkov-filmov na 

# Kaj delamo na področju zavarovanj

- Primerjalno testiramo zavarovanja
- Objavljamo informacijske brošure o zavarovanjih
- Prizadevamo si za
  - Potrošnikom lažje razumljivo ponudbo zavarovanj
  - Za konkurenco v kvaliteti in ceni zavarovanj
  - Za izboljšavo trženjskih praks
  - Za varstvo potrošnikov kot osrednji cilj nadzora trga
  - Za učinkovit sistem reševanja potrošniških sporov

## Nedavne iniciative

- Poziv SZZ/AZN za skupno reševanje problematike
- Neodvisna shema finančnega izobraževanja



# Zavarovanje po meri potrošnika

- Zavarovanje je razumljivo za povprečnega potrošnika
- Zavarovanje je cenovno dostopno
- Zavarovanje je dovolj fleksibilno, da ga potrošnik lahko priredi svojim potrebam
- Stroški in tveganja zavarovanja so razkriti in razumljivi
- Ponudnike je možno primerjati med seboj
- Na voljo so neodvisne informacije o lastnostih in izbiri zavarovanj
- Potrošnikom je na voljo neodvisno finančno svetovanje
- Potrošniški interesi so zaščiteni z učinkovitim nadzorom in sistemom izvensodnega reševanja sporov

# Problemi pri odločanju

- **Pogoji zavarovanj so nejasni in pogosto zavajajoči**
- **Nepopolne in nepregledne informacije na zavarovalnih policah**
- **Skriti stroški in provizije**
- **Paketne ponudbe, ki potrošnike silijo v sklepanje zavarovanj, ki jih ti ne potrebujejo**
  
- **Posledica:**
  - Informirana odločitev o primernem zavarovanju in ponudniku je praktično nemogoča
  - Nemogoča je primerjava ponudnikov
  - Lahko sploh govorimo o delujočem trgu?

# Problemi z zastopniki

## ■ Pogoste prakse

- Pomanjkljivo informiranje, včasih zavajanje potrošnikov
- Slaba prilagodljivost potrošnikovim potrebam
- Prikrivanje informacij o zavarovalnicah, ki jih zastopnik zastopa, in o provizijah
- Agresivno trženje produktov, ki so dobičkonosni za zastopnika
- Neusposobljenost za kvalitetno finančno svetovanje pri prodaji življenjskih zavarovanj

## ■ Posledice

- Številna pod- in nadzavarovanja
- Nerealna pričakovanja potrošnikov o pričakovanem donosu naložbe
- Zaradi nasedlih naložb pritisk na socialne blagajne v prihodnosti
- Ogroženost ugleda zavarovalnic

# Pravica do izvensodnega reševanja sporov

- Dostopen vsem in pristojen za spore na celotnem področju zavarovanj
- Odpravlja asimetrijo znanja med potrošnikom in ponudnikom
- Tripartitnost: nevtralnno neodvisno vodstvo, strokovnjak za potrošniško pravo iz potrošniške organizacije, predstavnik ponudnikov
- Njegove odločitve so za ponudnika zavezujoče
- Odločitve so javne



# Kakšen nadzor potrebujemo?

- **Varstvo potrošnikov mora postati osnovna naloga nadzora trga**
- **Nujne izboljšave:**
  - Zagotavljanje preglednih in fleksibilnih zavarovalnih produktov
  - Sistematično preverjanje trženjskih praks in preprečevanje agresivnih in nepoštenih praks
  - Nadzor in dvig meril kvalitete zavarovalnega zastopanja
  - Prepoved ali omejitev trženja neprimernih produktov
  - Možnost poseganja v pogodbeno razmerja med zavarovalnico in potrošnikom
  - Koordiniranje nadzora zavarovalniških, bančnih in naložbenih storitev
  - Podpora potrošniškim organizacijam

**Hvala za pozornost...**

**...in za konstruktivno sodelovanje ter iskren  
interes za boljše varstvo potrošnikov v  
prihodnosti...**