

Vážený pan
Mgr. Bohuslav Sobotka
Ministr financí
Ministerstvo financí ČR
Letenská 15
118 10 Praha 1

V Praze dne 30. srpna 2005

Vážený pane ministře,

v příloze zasílám odpovědi k otázkám z Konzultačního materiálu Ministerstva financí České republiky pro změny v bankovním sektoru ze dne 17. srpna 2005. Vítáme tuto příležitost k dialogu o českém bankovním sektoru.

Pro budoucnost českého bankovníctví a celé české ekonomiky jsou nyní stěžejní tři témata: údajný kartel na bankovním trhu, výše poplatků českých bank a potřeba zlepšení klientských práv v České republice. Na první dvě otázky má Česká spořitelna odlišný názor než Ministerstvo financí ČR. Pokud však jde o třetí téma, plně s ministerstvem souhlasíme.

V otázce obvinění bank z kartelu a vyšetřování Antimonopolním úřadem vyjádřilo ministerstvo názor, v němž vyšetřování ústy ministra financí přivítalo. Česká spořitelna se ostře ohrazuje proti presumpci viny. Celé vyšetřování naznačuje, že tři největší banky se dopouštějí monopolního jednání a nekonkurují si. Je však zcela jasné a doložitelné, že český bankovní trh došel v roce 1999, za éry, kdy banky vlastnil stát, téměř k bankrotu. Nyní je pod vedením zahraničních vlastníků bank vysoce konkurenční a spokojenost klientů dosahuje rekordní úrovně. Zatímco bankovní sektor pracuje na tom, aby podpořil růst české ekonomiky, Antimonopolní úřad dělá vše pro to, aby našel kartel tam, kde žádný není. Proto máme na tuto věc názor odlišný od názoru Ministerstva financí.

Druhou oblastí, kde se naše názory rozcházejí, je opakovaná kampaň proti výši poplatků v českých bankách. Toto téma stále opakují jak členové vlády, tak Antimonopolní úřad. Studie České národní banky i nezávislých expertů ukazují, že bankovní poplatky v České republice nejsou příliš vysoké. Ohrazujeme se proti tomu, aby Ministerstvo financí ČR dále zneužívalo tento argument, pro který má malou oporu ve faktech. Protože se výše

poplatků stala základním stimulem pro debatu o navrhované cenové regulaci, o nastavení cen na úrovni nákladů nebo pro rady jak rozdělit zisk v privátním sektoru, vznikla další oblast, kde se názorově neshodneme.

Třetí oblastí je potřeba zvýšit ochranu klientů v České republice. Česká spořitelna plně souhlasí s tím, že je třeba urychleně zlepšit ochranu klientů a zvýšit míru transparentnosti a informovanosti klientů. Hlavními prioritami jsou podle našeho názoru:

- Gramotnost občanů v oblasti finančního života. Máme důvěru ve znalosti našich klientů a chceme být nápomocni při jejich dalším vzdělávání prostřednictvím seminářů, písemných materiálů e-learningu atp.
- Kodex ochrany klientů. Podobné dokumenty měly ve světě velký ohlas. Jsou cíleny jako záruky férového postupu bank vůči klientům a toho, že banky jednájí v nejlepším zájmu klientů. Je třeba vypracovat detaily kodexu a učinit z něj živý dokument, který se bude v průběhu let vyvíjet s tím, jak se budou vyvíjet bankovní služby.
- Systém kontroly. Je třeba sestavit systém kontroly pro implementaci nástrojů směřujících k ochraně klientů. Je třeba sledovat, jak banky tato pravidla dodržují a v průběhu doby vyhledávat nová témata, na která je třeba se zaměřit v oblasti ochrany klientů. Do systému kontroly by měly být zapojeni zástupci Ministerstva financí ČR, Česká bankovní asociace - poté, co Antimonopolní úřad vysloví souhlas s tím, že ČBA může být do této činnosti zapojena a nebude v ní vidět potenciál pro kartelové jednání; zástupci České národní banky, spotřebitelských organizací, finanční arbitr a experti pro oblast klientských práv.

Oceňujeme, že se Ministerstvo financí ujal iniciativy pro posílení ochrany klientů. Bez impulsu ze strany ministerstva by potřebná debata nezačala a neměli bychom příležitost vytvořit konsensus mezi bankami, které si konkurují a mezi spotřebiteli. Vytváření důvěry a konsensu je v nejlepším zájmu České republiky.

Pokud jde o 88 otázek, navrhujeme rozšíření témat o několik oblastí, které se týkají ochrany spotřebitelů a které zatím nebyly předloženy k diskusi. Doporučujeme, aby tato témata byla doplněna do diskuse a také do případné následné implementace.

- Zákaz nevyžádaných před-schválených úvěrů.
- Pravidla pro řešení problémů, s nimiž přijdou klienti.

- Pravidla pro informace o rušení obchodních míst: pokud bude zrušena pobočka, musí dát banka klientům zprávu 90 dní předem.
- Speciální webové stránky se závazným seznamem telefonních čísel, na která si klienti nepřejí dostávat telemarketingové nabídky .

Vážený pane ministře, ještě jednu děkuji za Vaše úsilí v oblasti ochrany spotřebitelů. V České spořitelně máte pro toto téma velkého spojence. Těším se na 7. září 2005, kdy budou presentovány výsledky dotazování. Věřím, že dosáhneme shody a že budeme moci společně pracovat na detailech. Víťame budoucí diskusi mezi Vaším náměstkem panem Prouzou a členy týmu České spořitelny. K dialogu na toto téma jsem Vám kdykoliv k dispozici.

S úctou

Jack Stack

Předseda představenstva
a generální ředitel
Česká spořitelna, a.s.

cc: p. Tomáš Prouza

Česká spořitelna

Česká spořitelna zlepšuje ochranu svých klientů s cílem zvýšit důvěru v banky, zajistit lepší porozumění finanční problematice ze strany klientů a posílit svou konkurenceschopnost. Česká spořitelna podporuje tržní ekonomiku v České republice. Díky tržnímu hospodářství roste česká ekonomika a Česká republika je tak konkurenceschopná v globálním měřítku.

Obecné principy změn

Ministerstvo financí podporuje ve finančním sektoru kdekoliv, kde je to možné, funkční samoregulaci a legislativní úpravy preferuje zavádět až v případě nutnosti. Podmínkou souhlasu se samoregulací je ale garance funkčnosti samoregulace, včetně sledování a vymáhání dodržování samoregulačních pravidel.

- 1. otázka:** Měly by se změny, navržené v tomto dokumentu, přednostně řešit samoregulací?
→ *Ano, změny navrhované v tomto dokumentu, stejně tak jako další potřebné změny, by v první řadě měly být řešeny pomocí samoregulace. Jsme přesvědčeni, že na českém bankovním trhu existuje velmi silná konkurence. Legislativní změny zhoršují klima pro investory v České republice a mají-li zúčastněné subjekty dobrou vůli k progresivnímu řešení, pak legislativní změny nejsou nutné.*
- 2. otázka:** Měla by v roli samoregulační instituce v oblasti bankovníctví působit Česká bankovní asociace nebo navrhujete jinou organizaci?
→ *Bylo vhodné, aby takovou institucí byla ČBA. Zřízení nové instituce by bylo nákladné i zbytečné. Postavení ČBA a její fungování jako regulační instituce by však bylo nutné legislativně zakotvit např. na principu profesní komory. Podmínkou takových aktivit ČBA je jasný souhlas Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Ten v současné době postrádáme.*
- 3. otázka:** Jak by podle vás měla samoregulační organizace monitorovat dodržování přijatého kodexu?
→ *ČBA jako samoregulační instituce by mohla fungovat např. na principu profesní komory s tím, že dozorové pravomoci by bylo nutno legislativně zakotvit. Zároveň by bylo nutné vzít v úvahu rozsah pravomocí dalších orgánů a institucí působících v oblasti bankovníctví, tj. zejména ČNB (jako hlavního dozorového orgánu nad činností bank), finančního arbitra atd., aby se jejich pravomoci a rozsah činnosti nepřekrývaly.*

Vzdělávání

Schopnost výběru nejvhodnějšího finančního produktu výrazně ovlivňuje znalost fungování finančního trhu, principů jednotlivých finančních produktů a základních pojmů finančního světa. Bylo by proto vhodné vytvořit dlouhodobý systém vzdělávání obyvatelstva a posílit zejména obecnou výchovu ke znalosti finančních produktů.

- 4. otázka:** Podporujete vytvoření integrovaného vzdělávacího projektu, pokrývajícího veškeré oblasti retailových finančních služeb s průběžným určováním priorit a se

zapojením poskytovatelů retailových finančních služeb, jejich asociací, spotřebitelských organizací a vzdělávacích expertů?

→ *Ano. Je proto potřeba určit cílové skupiny pro vzdělávání a vypracovat osnovy, v čem by měly být vzdělávány. Takové vzdělávání by podle nás mělo zasáhnout i mladé lidi a zapojeno by tudíž mělo být i Ministerstvo školství ČR.*

5. otázka: Jste ochotni podílet se na financování takového projektu?

→ *Ano, za předpokladu odpovídající účasti všech subjektů finančního trhu. Jsme přesvědčeni, že by se na financování měl podílet i stát. Česká spořitelna již podporuje vzdělávání v této oblasti, a to několika způsoby: jednak je dlouhodobým partnerem prestižních vzdělávacích institucí, které se zaměřují na tuto oblast (např. Vysoká škola ekonomická, Vysoká škola finanční a správní) a jednak podporuje unikátní projekty, které mají v rámci různých cílových skupiny přispět k rozšíření znalostí v tomto oboru.*

6. otázka: Považujete za vhodné financování vzdělávacího projektu prostřednictvím speciálního fondu / nadace vypisující granty na jednotlivé projekty a koordinující témata a zaměření vzdělávání?

→ *Forma vzdělávání by musela být promyšlena tak, aby byla co nejefektivnější. Nevylučujeme, že by k tomuto účelu mohl být zřízen speciální fond/nadace. Nejprve je ale potřeba rozhodnout se, koho a v čem vzdělávat, pak je možno dobře odpovědět na otázku, jak to udělat.*

7. otázka: Kdo by měl být podle vás zastoupen ve vedení takovéto nadace při udělování grantů?

→ *Grantový systém, pokud má přesně specifikovány cíle, pravidla a způsob hodnocení projektů, je jedním z nejtransparentnějších nástrojů, který umožní podpořit více projektů objektivně vyhodnocených dle kritérií daného grantového systému. Obecně platí, že v grantovém systému by měli být zapojeni odborníci na danou problematiku (zástupci Ministerstva financí, ČNB, finančního arbitra, ČBA, spotřebitelských organizací, odborných akademických kruhů), pokud je grantové řízení zaměřeno na určitý region či kraj, tak rovněž zástupci místní samosprávy. Cílem je, aby hodnotící grantová komise byla složena nejen z kredibilních odborníků, ale i ze zástupců takových organizací a subjektů, které dovedou vyhodnotit praktický dopad daného projektu v rámci vymezeného regionu, kraje či cílové skupiny. Totéž platí pro vedení nadace - měla by být složena jak z výkonných zástupců (tj. zkušených manažerů a odborníků na danou problematiku), tak z kontrolních orgánů např. ve formě správní rady (např. zástupce místní samosprávy).*

8. otázka: Souhlasíte s tím, že by se základní informační brožury popisující jednotlivé produkty a jejich obecné vlastnosti (např. jak funguje hypotéka, jak správně investovat) měly vydávat ve společné shodě a s obsahem dohodnutým v rámci jednotlivých asociací a ve spolupráci se spotřebitelskými organizacemi?

→ *Ano, pokud máte na mysli obecné brožury, vydávané v rámci výše zmiňovaného vzdělávacího projektu. Zpracovávat podrobnější materiály by však bylo problematické s ohledem na časté změny v produktech jednotlivých bank.*

9. otázka: Podporujete integraci vzdělávání o finančním plánování a finančních produktech do osnov základních a středních škol?

→ *Ano, je potřeba pro to vypracovat osnovy za účasti Ministerstva školství v pracovní skupině.*

Transparentnost informací a služeb

Jednotná terminologie ceníků při popisu operací a produktů

Ceníky bank používají pro stejné operace různé termíny, což znemožňuje rychlé srovnání cen. Česká bankovní asociace se zavázala vytvořit návrh jednotné terminologie 30-40 základních bankovních operací a produktů tak, aby se v cenících u základních operací a produktů využívaly stejné názvy a jednotlivé položky ceníku byly seříděny dle jednotné struktury. Operací se myslí položky jako "převod částky do cizí banky", "zadání trvalého příkazu k úhradě", „výběr hotovosti z bankomatu“ a podobně, produktem se myslí „kontokorentní úvěr“ nebo „internetové bankovníctví“, nikoliv jen marketingové názvy produktů.

10. otázka: Souhlasíte s tím, že ČBA připraví a k veřejné diskusi předloží takovýto návrh jednotné terminologie?

→ *Především, tvrzení, že se „Česká bankovní asociace zavázala vytvořit návrh jednotné terminologie 30-40 základních bankovních operací a produktů tak, aby se v cenících u základních operací a produktů využívaly stejné názvy a jednotlivé položky ceníku byly seříděny dle jednotné struktury“ se podle našich informací nezakládá na pravdě. K dotazu 10. uvádíme, že nemáme námitek proti vytvoření srozumitelného slovníčku charakterizujícího základní bankovní operace a produkty. Jsme ale přesvědčeni, že zvýšení finanční vzdělanosti klientů je mnohem lepší a účinnější cestou než regulace terminologie.*

11. otázka: Souhlasíte s předložením návrhu jednotné terminologie ČBA v termínu do listopadu 2005?

→ *Ne, nesouhlasíme s jednotnou terminologií. Jsme přesvědčeni, že produkty a operace mohou být standardizovány terminologicky pouze, pokud jsou identické ve svých parametrech. Taková situace ale na trhu, s výjimkou několika základních operací, není. Většina bankovních produktů a služeb nemá charakter jednoduchých komodit a navíc se rychle vyvíjejí a mění. Práce na takto pojaté jednotné terminologii nepřinesou klientům nic. Navrhujeme postup, který jsme uvedli v odpovědi na 10. otázku (tj. vzdělávání klientů).*

12. otázka: Souhlasíte s dalším harmonogramem postupu, podle kterého by ČBA do konce prosince 2005 provedla analýzu odchylek ceníků jednotlivých bank od doporučené terminologie a aby byly jednotně strukturované ceníky s použitím doporučené terminologie implementovány do června 2006?

→ *Viz naše odpověď na otázku č. 11.*

13. otázka: Jste ochotni upravit strukturu a terminologii ceníků podle doporučení ČBA dobrovolně nebo preferujete stanovení této povinnosti legislativní cestou?

→ *Viz naše odpověď na otázku č. 11.*

Uvádění celkové ceny operací

Ceníky bank často místo celkové ceny rozdělují cenu za určitou operaci do několika částí. Například místo celkové ceny za převod peněz do jiné banky si klient musí sám v různých částech ceníku najít cenu za převod, cenu za použití určitého kanálu a cenu za účetní položku.

V zájmu zvýšení transparentnosti by banky měly povinně v ceníku uvádět cenu za celou operaci a ne za její jednotlivé části s využitím jednotné terminologie položek.

- 14. otázka:** Jste ochotni tuto úpravu ceníku provést dobrovolně do prosince 2005 nebo preferujete její legislativní zakotvení?
- *Ne. Takto pojatá změna ceníku (tj. všechny možné kombinace operace, distribučního kanálu, účetní položky, případně ještě nějaké jiné složky) nesplňuje požadavek na vyšší transparentnost, naopak, způsobuje chaos. Za předpokladu, že se podaří nalézt přijatelné užší vymezení, jakých typů operací se to má týkat, a za podmínky, že k takové změně přistoupí všechny finanční instituce na trhu, jsme připraveni uvádět v našem sazebníku celkové ceny za jednotlivé služby. Termín realizace však musí odpovídat možnostem realizovat potřebné změny v informačních systémech. Změny jsou nutné k dodržení souvisejících regulatorních opatření (např. správné informování klienta o vybraných poplatcích na výpise z účtu).*
- *Historická data jasně ukazují, že naši klienti na cenové změny reagovali racionálně a přizpůsobili svoje chování tak, aby minimalizovali náklady na bankovní služby. Tento návrh Ministerstva financí situaci pro ně nijak nezjednodušuje. Naopak do sazebníků zanesou spoustu nových kombinací a v konečném důsledku sazebníky zneprůhlední.*

Zpřístupnění ceníku

Základem transparentnosti je jednoduchý přístup k cenovým informacím, v případě bankovních služeb ke kompletnímu ceníku.

- 15. otázka:** Souhlasíte s tím, aby byl aktuální kompletní ceník na každé pobočce volně dostupný a vystavený bez nutnosti žádat o jeho poskytnutí obsluhu a aby byl aktuální ceník kompletně zveřejněn na internetových stránkách banky?
- *Ano, takový stav je už dnes v České spořitelně realitou.*
- 16. otázka:** Souhlasíte s tím, aby byly kompletní historické ceníky klientům k dispozici k nahlédnutí zdarma na každé pobočce a na internetových stránkách každé banky minimálně za uplynulých pět let?
- *Ano, souhlasíme s umístěním historických sazebníků na internetu. Vzhledem k tomu, že udržování kompletního historického přehledu sazebníků v tištěné podobě na pobočkách by nebylo přínosem z hlediska transparentnosti ale vedlo by naopak spíše k matení klientů, jsme proti takovému postupu.*
- 17. otázka:** Jste schopni zajistit výše popsané zpřístupnění aktuálních ceníků do konce září 2005 a historických ceníků do konce listopadu 2005?
- *Ano, ohledně aktuálních ceníků viz odpověď na otázku č. 15. Ohledně historických ceníků souhlasíme s termínem 3 měsíce po závazném rozhodnutí za předpokladu, že taková bude praxe u všech subjektů na trhu.*
- 18. otázka:** Měla by jednotná pravidla pro přístupnost ceníků koordinovat ČBA?
- *Ne, bude-li praxe taková, jak předpokládáme ve svých odpovědích na otázky 15 až 17, nedomníváme se, že je další koordinace potřeba.*

Jednotná databáze ceníků

Základní překážkou srovnatelnosti nabízených cen je nedostatek informací na jednom místě. Doporučujeme proto vytvořit jednotné místo pro prezentaci ceníků všech bank v jednotném formátu, kde by bylo zároveň možno s těmito ceníky dále pracovat a srovnávat je.

19. otázka: Měla by organizaci a funkčnost této databáze navrhnout ČBA?

→ *Výchozími body pro tuto otázku je zřejmě předpoklad, že klienti nejsou dostatečně inteligentní a že bankovní produkty a služby jsou komodity, tj. u všech bank stejné. Česká spořitelna je přesvědčena, že ani jedno z toho není pravda. Jestliže např. součástí platebních karet České spořitelny je věrnostní program, jak bude hodnota tohoto programu prezentována v jednotném ceníku ve srovnání s bankami, které ho nemají?*

→ *Rolí ČBA by nemělo být vytvoření či správa databáze. Spotřebitelé by mohli vidět střet zájmů v tom, že ČBA, financovaná bankami, takovou databázi spravuje. Pokud už podobný přehled vznikne (a vzniká pravidelně v denících, kdykoli některá z bank zvýší ceny), měla by jej spravovat některá nezávislá spotřebitelská organizace.*

20. otázka: Souhlasíte s harmonogramem, podle kterého by návrh řešení včetně technické specifikace připravila ČBA do 30. září 2005 a systém by byl implementován od 1. ledna 2006?

→ *Ne. Nesouhlasíme s tím, aby ČBA vytvořila a spravovala tuto databázi.*

21. otázka: Jak by se podle vás měla zajistit dlouhodobost řešení a prezentace skutečně aktuálních dat?

→ *Tuto roli plní velmi dobře novináři a spotřebitelské organizace. A tak by to mělo zůstat i nadále.*

Povinné informování veřejnosti o změnách ceníku

Banky své klienty o změnách ceníku často informují pouze stručně na výpisech a neklienti nemají možnost získat informace o tom, jak často a jak intenzivně jednotlivé banky mění své ceníky. Doporučujeme proto, aby banky musely o každé změně ceníku vedle písemné informace klientům o obsahu a datu účinnosti změny informovat také standardizovanou formou ČNB, která by tyto informace zveřejňovala na svých internetových stránkách. Veřejnost by tak získala dlouhodobý přehled o chování jednotlivých bank a možnost srovnávat rozsah změn ceníků jednotlivých bank.

22. otázka: Souhlasíte s tím, aby měli klienti i potenciální klienti šanci získat informace o historii změn ceníků?

→ *Ano, viz naše odpověď na otázku č. 16.*

23. otázka: Měla by tyto informace shromažďovat a zveřejňovat Česká národní banka nebo Česká bankovní asociace?

→ *Ne, není zřejmé, jaký přínos by toto řešení pro klienty mohlo mít. Historii změn mohou poskytovat klientům jednotlivé banky, jak už jsme zmínili výše.*

24. otázka: Pokud preferujete zveřejňování prostřednictvím ČBA, podpoříte takový harmonogram příprav, aby byla databáze změn ceníků veřejnosti k dispozici do března 2006?

→ *Ne, viz naše odpověď na otázku 23.*

Ceník součástí smlouvy

Ujednání o ceně je podstatnou součástí smlouvy, a proto by banka měla být povinna přiložit ke smlouvě ceník za sjednané služby platný v okamžiku uzavírání smlouvy.

25. otázka: Jste ochotni přikládat aktuální ceník k podepisované smlouvě?

→ *Klienta standardně informujeme před uzavřením smlouvy o aktuálních cenách, které přímo souvisejí s daným produktem nebo službou a plné znění Sazebníku ČS je dostupné na pobočkách ČS a na internetu ČS. Přikládání aktuálního ceníku k podepisované smlouvě považujeme za nadbytečné.*

Informování o změně ceníku s dostatečným časovým předstihem

Banky v řadě případů upozorňují na změnu ceníku pouze několik dní předem. Vzhledem k tomu, že změna ceny poskytovaných služeb je zásadní změnou podmínek smluvního vztahu, měly by mít banky povinnost o změně ceníku informovat minimálně 1 měsíc předem, aby v případě zájmu klienta poskytl dostatek času k přechodu do jiné banky před implementací změn.

26. otázka: Jste ochotni zavázat se k informování klientů s alespoň měsíčním předstihem a jasnou a zřetelnou formou?

→ *Ano, pokud jde o informování klientů banky, takovou praxi uplatňujeme už dlouhodobě a navrhovali jsme dokonce 60 dnů jako standard pro všechny subjekty na finančním trhu.*

27. otázka: Souhlasíte s tím, aby ČBA do října 2005 vypracovala minimální standard pro způsob informování klientů o změně ceníku?

→ *Ano. Ke standardu by se před jeho aplikací do praxe měl jednoznačně a závazně vyjádřit i Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.*

Dopady změny ceníku

Změna ceníku by měla být v období tří měsíců od vyhlášení změny důvodem pro rozvázání smlouvy bez jakýchkoliv poplatků a penalizací (týká se běžných účtů a s nimi souvisejících produktů, nikoliv produktů úvěrových). V rámci dané lhůty může klient okamžitě odstoupit od smlouvy a v případě odstoupení po datu účinnosti změn se na něj tyto změny nevztahují. Spolu se zasloupanou informací o změně musí být klient též jasně a srozumitelně poučen o svých právech a postupech pro jejich využití.

28. otázka: Jste ochotni přistoupit na výše uvedený postup?

→ *Ano, takový postup praktikujeme už nyní. Klienty informujeme i v současnosti s dostatečným časovým předstihem (viz naše odpověď na otázku č. 26), a navíc klienti v ČS neplatí žádné poplatky za zrušení sporožirového nebo běžného účtu.*

- 29. otázka:** Jste ochotni v případě odchodu klienta z důvodu nesouhlasu s novými cenami neúčtovat při odchodu žádné poplatky?
→ *Ano, taková je i naše současná praxe.*
- 30. otázka:** Souhlasíte s tím, aby ČBA do října 2005 vypracovala minimální standard pro způsob informování klientů o jejich právech a způsobech využití při změně ceníku?
→ *Ano, souhlasíme. Ale opět musíme poukázat na to, že s ohledem obvinění z kartelu, musí s touto rolí ČBA vyslovit nejdříve souhlas. ÚOHS.*

Informování klientů o konkrétních dopadech změny ceníku

Průměrný klient není obvykle schopen vyhodnotit přesný dopad změny ceníku. Součástí písemně zasílané informace o změně ceníku každému klientovi by proto měla být informace o tom, kde může získat informace o konkrétním dopadu oznamovaných změn. Tato informace by měla být pro spotřebitele zdarma dostupná na vyžádání na pobočce, pro uživatele elektronického bankovníctví a internetu i on-line. Na internetových stránkách banky by po dobu tří měsíců od vyhlášení změny ceníku měla být dostupná kalkulačka pracující s cenami dle starého i nového ceníku a informace o právu klienta odstoupit od smlouvy (viz předchozí bod). Následně by měla být k dispozici již jen kalkulačka s aktuálně platnými cenami.

- 31. otázka:** Jaké způsoby informování klientů doporučujete?
→ *Doporučujeme informovat klienty o změnách Sazebníku s odkazem na webové stránky banky; případně i konzultace na pobočce; navrhuje existenci „kalkulačky“, která klientovi po zadání jeho předpokládaného dalšího chování spočte pro srovnání náklady ve starých i nových cenách; možností je dotaz na informační bezplatné lince banky.*
- 32. otázka:** Souhlasíte s tím, aby ČBA vytvořila do listopadu 2005 pravidla pro informování klientů o dopadech změn ceníku?
→ *Ano, za předpokladu, že s touto rolí ČBA vysloví nejdříve souhlas. ÚOHS.*
- 33. otázka:** Pokud ano, jste ochotni tato pravidla dodržovat a do šesti měsíců implementovat?
→ *Obecně ano, ale požadavek je zavázat se předem k dodržování a nejasnému termínu implementace (šest měsíců od teď nebo od listopadu?) pravidel, která ještě neexistují.*

Infolisty produktů

Zejména u složitějších produktů by měl existovat standardizovaný infolist (po vzoru zkráceného prospektu podílových fondů v rozsahu do 3 stran, psaný srozumitelným jazykem), který by definoval podmínky produktu, přehledně vymezoval rizika a umožňoval rychlé srovnání různých nabídek.

- 34. otázka:** Podporujete definování minimálních standardů pro rozsah poskytovaných informací u složitějších produktů v rozsahu doporučeném ČBA a regulátory?
→ *Pro oblast hypoték: ČBA přijme do konce roku 2005 Kodex o předmluvních informacích, který v sobě zahrnuje standardizované informace o parametrech nabízeného produktu. Standardizovaný dokument bude předáván klientům v okamžiku nabídky produktu, tak aby si klient mohl porovnat podmínky jednotlivých nabídek a*

vybrat si pro něj vhodný produkt včetně všech cenových relací. Tento kodex plní v podstatě požadovanou funkci v rámci EU.

→ *Podobně ale musí vznikat (ve spolupráci regulátora a nějaké pracovní skupiny) i jiné infolisty a regulátor musí podporovat to, aby byly zahrnuty i ostatní relevantní subjekty finančního trhu.*

35. otázka: U kterých produktů vedle investičních, hypotečních a pojišťovacích by se měly podobné standardizované infolisty vytvořit?

→ *Leasing, penzijní připojištění.*

Kodex práv klientů

Řada sporů mezi klienty a finančními institucemi vzniká z neznalosti práv spotřebitelů. Standardním řešením je vytvoření Kodexu práv klienta, který by jasně definoval základní pravidla vztahu klienta a banky, zavazoval banky k určitému postupu při informování klientů a vyřizování jejich stížností a informoval o možnostech klienta stěžovat si na postup banky v případě jakýchkoliv nesrovnalostí. Součástí návrhu Kodexu musí být i důvěryhodný způsob monitorování jeho dodržování a aktualizace.

36. otázka: Souhlasíte s tím, aby do konce roku 2005 vznikl Kodex práv klienta v bankovníctví ve spolupráci se spotřebitelskými organizacemi a regulátory?

→ *Ano. Do procesu je třeba zapojit také klienty.*

37. otázka: Souhlasíte s tím, aby byl Kodex tvořen obecnou částí se společnými pravidly a doplněn o konkrétní ustanovení pro pravidla reklamy a propagace, pro způsoby varování klientů před riziky jednotlivých skupin produktů a pro specifická pravidla pro různé produkty?

→ *Obecně ano. Kodex ale musí být srozumitelný a musí vznikat i ve spolupráci s klienty. Jejich vstup je významný pro strukturu kodexu.*

→ *Pravidla reklamy a propagace řeší samostatný Kodex reklamy (viz Rada pro reklamu http://www.rpr.cz/cz/zaklad/uvod_zaklad.htm), který je platný pro veškerou reklamu a obsahuje veškerá podstatná pravidla pro regulaci reklamy. Stačí tedy pouze odkaz na něj, nebo určité jeho citace včlenit. ČS se mimo jiné Kodexem reklamy striktně řídí.*

38. otázka: Které další oblasti vedle dále uvedených by měl Kodex navržený ČBA zahrnovat? Běžné účty a termínované vklady a operace s nimi spojené, Platební a kreditní karty, Spotřebitelské úvěry, Hypotéky a úvěry ze stavebního spoření, Stavební spoření (spořicí fáze).

→ *Kodex by neměl suplovat letáky a příručky k produktům, ale deklarovat pravidla bank v jednání s klienty.*

→ *Náplň Kodexu by neměla navrhnout ČBA. Kodex by měl být výsledkem dohody v rámci pracovní skupiny. Ta by také měla stanovit, co bude Kodex obsahovat.*

39. otázka: Jste ochotni se v rámci ČBA podílet na spolupráci při tvorbě Kodexů pro další oblasti finančního trhu jako je pojišťovnictví, penzijní připojištění, kolektivní investování a podobně?

→ *Ano. (Experti za ČS a Stavební spořitelnu ČS se spolupodíleli na vytvoření české verze Code of Conduct pro hypotéky a produkty stavebního spoření.)*

Definice propočtů a ukazatelů

Větší transparentnosti trhu prospívá jednoznačná srovnatelnost prezentovaných výsledků. Měla by proto být stanovena jednotná metodika pro výpočet základních ukazatelů (například úrok, RPSN, zhodnocení penzijních fondů a podobně).

40. otázka: Má podle vás vydávat závaznou metodiku výpočtu jednotlivých ukazatelů příslušná profesní asociace nebo regulátor?
→ *Profesní asociace, pokud existuje. Jinak regulátor.*

41. otázka: Vyjmenujte prosím ukazatele, pro které by měla být v rámci finančního sektoru vytvořena jednotná metodika.
→ *Doporučujeme definovat příslušné ukazatele v širší debatě, např. v rámci nějaké pracovní skupiny. Obecně lze konstatovat, že by bylo vhodné stanovit příslušné ukazatele tam, kde by mohlo dojít odlišným přístupem ke klamání klienta (úvěrové produkty, investice všech typů, penzijní připojištění, apod).*

Srovnání podmínek pro transparentnost podobných produktů

Řada spotřebitelů a finančních institucí poukazuje na nerovnost podmínek a pravidel pro typově podobné, ale formálně odlišné produkty (garantované podílové fondy vs. garantované dluhopisy vs. termínované vklady s výnosem navázaným například na index určitého trhu). Bylo by proto vhodné, aby podobné produkty podléhaly stejným informačním povinnostem a bylo možno je vzájemně porovnat.

42. otázka: Souhlasíte se srovnáním informačních povinností u podobných produktů?
→ *Ano, souhlasíme se zveřejňováním informací o vlastnostech produktů důležitých z hlediska klienta, zejména o výnosech a podmínkách pro získání těchto výnosů, poplatcích apod. ČS takové porovnávání sama provádí. Nejsme ani proti srovnávání s dalšími produkty.*

43. otázka: Které produkty by měly mít shodně upravená informační pravidla?
→ *Všechny investiční produkty určité třídy (podílové fondy, zajištěné fondy, dluhopisy, prémiové vklady), dlouhodobé úvěrové produkty (např. na financování bydlení) by mohly mít shodně upravená informační pravidla.*

44. otázka: Souhlasíte s tím, aby se na vypracování srovnávací analýzy podmínek podílela ČBA?
→ *Ano, pokud UOHS vysloví souhlas s tím, že toto je role ČBA a že nejde o kartelové jednání.*

Mobilita klientů

Povinný přestupní servis

Změna banky je spojena s velkou administrativní náročností – vedle založení nového účtu je potřeba zrušit starý, převést veškeré trvalé příkazy, povolení k inkasu a podobně. Banky by proto měly připravit systém, ve kterém klient pouze podepíše smlouvu o novém běžném účtu

a zároveň udělí nové bance plnou moc ke zrušení starého účtu a převedení všech trvalých plateb a inkas. Týká se pouze běžných účtů a netermínovaných vkladů, nikoliv úvěrů. Tento systém bude založen na Pravidlech pro postup při změně banky, který bude zaveden formou samoregulace nebo legislativně.

- 45. otázka:** Souhlasíte s tím, aby byla stanovena jednotná Pravidla pro postup při změně banky?
→ *Ano. Změnu banky ale nepovažujeme za náročný krok, zejména když Česká spořitelna nezatěžuje klienta žádnými výstupními poplatky a ukončí vedení jeho účtu prakticky okamžitě na požádání.*
- 46. otázka:** Souhlasíte s tím, aby ČBA připravila do konce září 2005 analýzu legislativních a technických překážek zavedení Pravidel pro postup při změně banky?
→ *Ano, otázka termínu je ale spíše na vyjádření ČBA. Podmínkou je také to, že UOHS vysloví souhlas s touto rolí ČBA.*
- 47. otázka:** Souhlasíte s tím, že Ministerstvo financí připraví návrh Pravidel pro postup při změně banky a do konce října 2005 předloží se zohledněním výše zmíněné analýzy k veřejné diskusi?
→ *Není nám zřejmé, proč by v tomto případě mělo návrh pravidel předkládat Ministerstvo financí. Pravidla by měla vytvořit skupina.*
- 48. otázka:** Dáváte přednost dobrovolnému přijetí a dodržování Pravidel pro změnu účtu nebo legislativně stanovené povinnosti?
→ *Dáváme přednost dobrovolnému přijetí a dodržování Pravidel.*

Výstupní poplatky a zpoplatnění souvisejících služeb

Řada bank si účtuje poplatek za zrušení účtu, ovšem žádná si neúčtuje poplatek za založení. Administrativní náklady na obě operace jsou ale velmi podobné. Doporučujeme proto zrušení veškerých výstupních poplatků tak, jak již v zájmu posílení své konkurenceschopnosti některé banky učinily. Zároveň je potřeba ošetřit poplatky za operace související se zrušením účtu – zpoplatnění rušení trvalých příkazů, převodu/výběru konečného zůstatku a podobně tak, aby byl upraven celý proces rušení účtu, ne jen jedna z položek v sazebníku. Expertní skupina pro bankovníctví (kromě zástupce ČBA) tento požadavek podporuje a doporučuje spotřebitelským organizacím pravidelně vyhodnocovat podmínky bank pro rušení účtu.

- 49. otázka:** Jakým způsobem by měl být podle vás klient při podpisu smlouvy a kdykoliv na požádání informován o nákladech na ukončení smlouvy?
→ *Pracovníkem banky před uzavřením smlouvy. Kdykoli na požádání dostane klient informaci o jakémkoli poplatku a jeho aktuální výši.*
- 50. otázka:** Souhlasíte s tím, aby byla pravidla pro transparentnost poplatků při rušení účtu upravena v Pravidlech pro změnu účtu?
→ *Není jasné, co jsou zmiňovaná „Pravidla pro změnu účtu“, ale obecně souhlasíme, jsme pro naprostou transparentnost.*

Rychlost změny

Banka, od které klient odchází, neprovede zrušení účtu okamžitě, ale s odvoláním na možné pohledávky za klientem kvůli použití platební karty vztah udržuje ještě několik měsíců. Po celou dobu klient stále platí poplatky za vedení účtu. Součástí přestupního servisu by byl souhlas klienta s vypořádáním dodatečných pohledávek mezi starou a novou bankou, což by umožnilo okamžité ukončení smluvního vztahu a placení poplatků staré bance. Veškeré nároky klienta za starou bankou by měly být (za předpokladu neodvolatelné záruky na vyřízení pohledávek) vyřízeny do sedmi dnů od výpovědi smlouvy, stará banka by mohla kdykoliv během tří měsíců po ukončení smlouvy uspokojit na základě vyúčtování své pohledávky vůči klientovi.

- 51. otázka:** Souhlasíte s tím, že by Pravidla pro změnu účtu obsahovala i tato ustanovení?
- *Z výše uvedeného není zcela jasný princip, jakým by mělo vypořádání pohledávek mezi starou bankou a klientem po zrušení účtu probíhat. Není možné taková ujednání bez dalšího zakotvit pouze do pravidel, která by byla závazná pouze pro banky, nikoliv pro klienty. Aby byla ujednání závazná pro obě strany, bylo by nutné je zakotvit buď legislativně nebo je promítnout do smluv s klienty. Samotná pravidla nebudou pro klienty závazná a nelze jejich prostřednictvím ukládat klientům jakékoliv povinnosti.*
- *V České spořitelně platí, že pokud klient požádá o zrušení účtu, je mu okamžitě zrušen. Při rušení účtu je od klienta vyžádáno vrácení platebních instrumentů. Nevrácené jsou zařazeny do souboru zákazů. Dále jsou zohledněny všechny poplatky a ceny, které budou před zrušením účtu ještě hrazeny. Zánikem smlouvy není majitel účtu zbaven povinností vyrovnat všechny závazky plynoucí z používání karty vydané k účtu. Pobočka s klientem sepíše prohlášení, v kterém se klient zaváže uhradit veškeré došlé platby. Došlé platby pak vymáhá pobočka přímo na klientovi. Tento postup bude zachován a platí v případech, že si klient neotevře po zrušení účtu v ČS účet u jiné banky. Platby realizované kartou, zejména v případech řešení reklamací nebo nestandardních situací mohou být na kartu klienta účtovány i v období delším než tři měsíce od data transakce s tím, že banka učiní pokus o vyrovnání pohledávky s klientem v souladu s pravidly mezinárodních kartových asociací. Je patrné, že pro definování standardu je nutná napřed zevrubná analýza nějaké pracovní skupiny.*

- 52. otázka:** Jaké další možnosti pro urychlení změny navrhuje?

→ *V podstatě je v současné době účet rušen okamžitě. Je proto otázka, jaké další urychlení máte na mysli. Jakékoliv další „urychlení“ vypořádání vzájemných závazků mezi bankou a klientem ve prospěch klienta nutně znamená menší míru obezřetnosti a banka se takto v rozporu se zákonem vystaví vyššímu riziku. Toto riziko by pak mělo být vyváženo stanovením relevantních povinností klientů.*

Přenositelnost čísla účtu

Hlavní překážkou přechodu k jiné bance zejména u podnikatelů jsou náklady spojené se změnami čísla účtu na firemních dokumentech. Podobně jako v telekomunikačním sektoru je proto v zájmu posílení konkurence zavést přenositelnost čísla bankovního účtu v souladu s

debatou probíhající v rámci Evropské unie. Jde o požadavek, který se mimo jiné opět objevuje v Zelené knize Evropské komise pro politiku finančního trhu pro léta 2005 až 2010.

53. otázka: Expertní skupina Ministerstva financí pro otázky bankovníctví doporučila, aby ČBA ve spolupráci se spotřebitelskými organizacemi zvažila vypsání grantu na možnosti a náklady zavedení přenositelnosti čísla účtu v České republice. Podporujete toto doporučení?

→ *Už nyní je zřejmé, že zavedení přenositelnosti čísla účtu mezi bankami v ČR by bylo technicky velmi složité a zdouhavé:*

- *V současném systému mezibankovního platebního styku může být shodné číslo účtu již použito/obsazeno v obou bankách (tzn. v bance, kde se účet klienta ruší i v bance, kam se účet převádí), takže by mohlo docházet k duplicitám v č. účtu*
- *V rámci České spořitelny (a předpokládáme, že tomu tak je i u jiných bank) existuje struktura čísel účtů produktů, kdy se přímo v čísle účtu identifikuje příslušný bankovní produkt - dá se předpokládat, že takto to funguje i v ostatních bankách s tím, že každá banka může mít jinou identifikaci svých produktů a i jiné produkty, přičemž technologické zpracování je vázáno na jednotlivé typy produktů.
Zavedení jednotné struktury čísel účtů, která by byla předpokladem pro přenositelnost čísel účtů, je v současné době těžko představitelná.*
- *Neznáme příklad země, kde by fungovala přenositelnost čísla účtu (nevylučujeme ovšem, že taková země někde na světě existuje). Pro ochranu spotřebitele a vyšší transparentnost nemá toto téma podle nás velmi vysokou prioritu a podle našeho názoru jsou jiné oblasti, jimž je třeba věnovat pozornost.*
- *Přechod od jedné banky k jiné by mohl být snazší, pokud se zjednoduší procedury, ne pokud se budou zavádět technicky náročná opatření.*

Další změny

Cena balíčků a kombinovaných produktů

Spotřebitelé v diskusi často požadovali poskytnutí základní jistoty, že nedělitelné balíčky služeb nejsou méně výhodné než nakoupení stejných služeb zvlášť.

54. otázka: Jste ochotni takovouto garanci poskytnout a dlouhodobě ji dodržovat?

- *Ano. Česká spořitelna umožňuje všem klientům využívat služby, které jsou dostupné formou balíčků, i samostatně. O cenách jednotlivých služeb a o ceně balíčku Česká spořitelna informuje zákazníky transparentně, přičemž zákazník platí méně za balíček než za součet cen za jednotlivé produkty.*
- *Cenová výhodnost či nevýhodnost balíčků není dána pouze výší poplatku za produkty a služby v nich obsažené, ale např. i úrokovou sazbou, která může být u produktů v balíčku odlišná od úrokových sazeb samostatných produktů. Proto v tomto případě nelze mluvit jen o poplatcích. Navíc obecně se nedá vyloučit, že balíček navržený pro určitý typ chování klientů, může být méně výhodný, chová-li se klient jinak. V naší nabídce však takové balíčky nejsou.*

55. otázka: Měl by být tento závazek součástí Kodexu práv klienta?

→ *Viz odpověď na otázku č. 54.*

Výpisy z účtů – způsob zaslání

Klienti ve veřejné diskusi požadovali, aby jim banky umožnily zvolit si zaslání výpisů poštou pouze jednou na konci roku a v průběhu roku využívat internetového bankovníctví či nabídnout zaslání také v elektronické podobě (například ve formátu pdf). Zároveň požadovali způsob zaslání zohlednit v ceně za vedení účtu při plném promítnutí nákladů a úspor za zvolenou formu distribuce výpisu.

56. otázka: Souhlasíte s tím, že by si klienti mohli zvolit formu zaslání průběžných výpisů?

→ *Ano, souhlasíme s tím, aby klienti měli možnost volby mezi elektronickými a papírovými výpisy. Banky, které vyvinou jako první tento způsob distribuce, jej využijí jako svou konkurenční výhodu. To je ostatně princip fungování trhu.*

57. otázka: Jaké podmínky by měly být splněny pro zavedení elektronických výpisů a jakých formátech byste byli ochotni takovéto výpisy poskytovat?

→ *Hlavní je velikost poptávky, protože náklady na vývoj této služby nejsou zanedbatelné. Významnou další podmínkou by mělo být zrušení zákonem dané povinnosti zasílat jedenkrát ročně papírový výpis. K rozhodnutí o formátu výpisů zpracováváme průzkum potřeb našich klientů v této oblasti.*

58. otázka: Jste ochotni úspory na tisk a poštovné plně promítnout do nižších poplatků pro klienty, kteří si tuto formu informování zvolí?

→ *Ano, zcela stejně jako jsme připraveni do ceny elektronických výpisů promítnout náklady na implementaci potřebné technologie. Je třeba si uvědomit, že při distribuci desítek milionů výpisů za rok mohou takové náklady dosahovat významných částek. (Každý způsob distribuce výpisu něco stojí, přičemž elektronický přenos údajů nemusí být o mnoho levnější než doručení výpisu při využití pošty).*

Výpisy z účtu – reklamy

Řada klientů považuje za nevhodné, aby se v jimi placených poštou zasílaných výpisech objevovaly také reklamy finanční skupiny nebo třetích stran.

59. otázka: Souhlasíte s tím, že by měl mít klient možnost vyloučit zaslání reklamy ve výpisech?

→ *Souhlasíme s tím, aby klient měl možnost odmítnout reklamu subjektů, stojících mimo finanční skupinu, do níž banka patří. Naopak považujeme za správné informovat klienty o službách finanční skupiny. Podmínkou je, že banka klienta nezatěžuje v souvislosti s odesíláním informací dodatečnými náklady (a to Česká spořitelna nedělá). Banky poskytují dlouhodobé služby a musejí mít možnost komunikovat se svými klienty. Klienti v České republice potřebují více informací o finančních službách, ne méně.*

- 60. otázka:** Jaký technický postup navrhujete pro zajištění tohoto požadavku?
→ *Žádný.*

Reklamní standardy

V zájmu zajištění dostatečné informovanosti klientů by měly vzniknout reklamní standardy pro jednotlivé typy produktů a pro jednotlivá média tak, aby byl omezen případný zavádějící dopad některých reklam.

- 61. otázka:** Souhlasíte s tím, že by měla být stanovena minimální pravidla pro obsah reklam na různé typy produktů (například uvádění RPSN, varování před investičním rizikem a podobně)?

→ *Odpovídající povinnosti jsou už mimo jiné stanoveny právními předpisy či odpovídajícími Kodexy.*

Plně podporujeme dodržování Kodexu reklamy a to zejména části první, kap. II, bodu 2.1. který stanoví že: „Reklama nesmí být koncipována tak, aby zneužívala důvěru spotřebitele či využívala nedostatek jeho zkušeností, či jeho důvěrnosti.“ a bodu 3.1.: „Reklama nesmí šířit klamavé údaje o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech ...“.

Rovněž považujeme za nezbytné zmínit ustanovení kapitoly III., bodu 2.1.: „Informace o ceně, obsažená v reklamě, anebo okolnost, že informace je neúplná anebo chybí, nesmí zejména vzbuzovat zdání, že:

- cena je nižší, než jaká je ve skutečnost,*
- stanovení ceny závisí na okolnostech, na nichž ve skutečnosti nezávisí,*
- v ceně jsou zahrnuty dodávky výrobků, výkonů, prací anebo služeb, za které se ve skutečnosti platí zvlášť,*
- cena byla nebo bude zvýšena, snížena nebo nezměněna, i když tomu tak není,*
- vztah ceny a užitnosti nabízeného výrobku nebo služby a ceny a užitečnosti srovnatelného výrobku nebo služby je takový, jaký ve skutečnosti není.“*

Dále ustanovení § 8 zákona 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele zajišťuje že: „Nikdo nesmí klamat spotřebitele, zejména uvádět ... neúplné, nepřesné, nejasné ... údaje...“ a § 9 že: “Prodávající je povinen řádně spotřebitele o vlastnostech ... nebo charakteru poskytovaných služeb...”

- 62. otázka:** Souhlasíte s tím, že by tato pravidla měla vytvořit ČBA ve spolupráci s Radou pro reklamu, spotřebitelskými organizacemi a regulátory?

→ *Souhlasíme s tím, aby ČBA a zástupci bank ve spolupráci s Radou pro reklamu poskytli zpřesňující odborné informace o službách, produktech, resp. kritických parametrech tak, aby Rada pro reklamu mohla odborně posuzovat jednotlivé stížnosti.*

- 63. otázka:** Pokud ano, jaké mechanismy by měly být nastaveny pro dodržování dohodnutých pravidel?

→ *Doporučujeme zachování současných kontrolních mechanismů.*

- 64. otázka:** Měla by tato práva být součástí Kodexu práv klientů?
→ *Doporučujeme, aby pravidla pro reklamní komunikaci s odkazem na Kodex reklamy byla součástí Kodexu práv klienta.*

Vynucené služby a jejich dopad na celkovou cenu produktů

Řada klientů ve veřejné diskusi poukazovala na nucené nakupování služeb (například povinnost zřídit si běžný účet u banky při poskytnutí hypotéky) a na vysokou cenu služeb povinně zřízených (například účet, přes který procházejí splátky hypotéky). Je potřeba tyto náklady plně zahrnout do výpočtu RPSN, který by se nově vztahoval také na hypotéky a doporučujeme bankám zvážit podobné vymáhání zřízení dodatečných smluvních vztahů.

- 65. otázka:** Souhlasíte s tím, aby se povinnost uvádět RPSN vztahovala také na hypoteční úvěry?
→ *Ano, také pro hypoteční úvěry by měla být zavedena povinnost uvádět RPSN. ČBA v rámci přípravy k přistoupení ke Code of Conduct připravila návrh upravené verze RPSN tak, aby byly zohledněna specifika hypoték a úvěrů ze stavebního spoření.*
- 66. otázka:** Jak by měly být nuceně dokoupené produkty započteny do RPSN?
→ *U České spořitelny nevyžadujeme k hypotéce založení běžného účtu a ani u jiných služeb si nejsme vědomi „nuceně“ dokoupených produktů, jak jste je charakterizovali výše.*
- 67. otázka:** Jste ochotni vzdát se vynucování uzavírání doplňkových smluv tam, kde to není nutné?
→ *Ne vynucujeme na klientech uzavírání žádných doplňkových smluv.*
- 68. otázka:** Měla by tato práva být součástí Kodexu práv klientů?
→ *Ano, domníváme se že by tomu tak mělo být a tyto informace bude obsahovat Kodex o předmluvních informacích, který bude předložen ČBA.*

Dodržování evropských standardů

Česká bankovní asociace podpořila dodržování Code of Conduct v oblasti hypoték. Je potřeba jej ale co nejrychleji uvést do praxe. ČBA by měla vedle harmonogramu zveřejnit také mechanismus kontroly dodržování těchto pravidel, a to po konzultaci se spotřebitelskými organizacemi a regulátory.

- 69. otázka:** Souhlasíte s tím, že by měl být Code of Conduct v oblasti hypoték zaveden do praxe do konce roku 2005?
→ *Skupina expertů z hypotečních bank a stavebních spořitelen připravila návrh české verze Code of Conduct a po jednání Komise v září se ČBA se rozhodne o přistoupení k tomu dokumentu.*
Zavedení do IT systémů bank se předpokládá v horizontu 1 až 1,5 roku. Předpoklad je, že do konce roku bude přijat ČBA standard, ke kterému budou banky postupně přistupovat (vyžaduje změny v IT řešení).

70. otázka: Doporučujete, aby byla stanovena stejná pravidla pro hypotéky a pro úvěry ze stavebního spoření?

→ *Ano, stejná pravidla jsou součástí předkládané české verze Code of Conduct, která obsahuje řádně popsané všechny odlišnosti hypoték a úvěru ze stavebního spoření.*

Pravidla pro ochranu držitelů platebních karet

Česká republika je jednou z mála zemí, ve které se banky odchyľují od evropských vzorových podmínek pro transakce prováděné elektronickými platebními prostředky. V zájmu ochrany klientů a zavádění standardního prostředí by bylo účelné tyto vzorové podmínky plně akceptovat a aplikovat i na českém trhu.

71. otázka: Souhlasíte s tím, že by měly být tyto evropské vzorové podmínky aplikovány v České republice do konce roku 2005?

→ *Česká republika patří ve využívání elektronických platebních prostředků stále k „rozvojovým zemím“. To se mimo jiné projevuje naší vysokou expozicí podvodům spojeným s těmito instrumenty. ČNB vydala 4.12.2002 v souladu se zněním zákona o Platebním styku Vzorové obchodní podmínky (VzOP), které vycházely z Doporučení Evropské komise - 97/489/ES. V drtivé většině zemí EU nebyly vzorové podmínky implementovány do právních předpisů*

Česká spořitelna převzala do svých obchodních podmínek většinu ustanovení z VzOP. Pokud některé nepřevzala, bylo tak rozhodnuto po důkladném zvážení a z velice závažných důvodů, především s přihlédnutím na technologické možnosti a také naše právní prostředí, kdy některá ustanovení mající zásadní vliv na vydavatele karet jsou postavena velmi obecně, bez jasných definic, čímž dávají obrovský prostor pro podvodné jednání klientů.

Jedná se zejména o omezení zodpovědnosti klienta za transakce provedené před blokáci karty v případě její ztráty nebo odcizení. Tato zodpovědnost by měla být limitována částkou 4500 Kč.

V České republice nejsou doposud vytvořeny podmínky pro přijetí zmíněného bodu ze Vzorových obchodních podmínek ČNB. Není zajištěna jednotná evidence osob, které jednají podvodně a vědomě zneužívají systém ke svému obohacení, a možnost sdílení těchto informací mezi finančními institucemi. ČS stejně jako jiné banky přijetí tohoto bodu odmítla z výše uvedeného důvodu.

VzOP ČNB vydala, jak je již výše uvedeno, v prosinci 2002.

Nicméně od té doby nebyla přijata žádná opatření (ze strany MF a ČNB) k tomu, aby byly vytvořeny pro banky podmínky, za kterých by uvedený bod mohl akceptovat.

Česká spořitelna připravuje s účinností od 10/2005 změnu v zodpovědnosti klienta - banka bude přebírat zodpovědnost momentem blokace karty. V současné době klient ručí za všechny transakce provedené v den blokace karty a na banku přechází zodpovědnost následující den po dni blokace.

72. otázka: Souhlasíte s vytvořením jednotného telefonního čísla pro nahlášení ztráty platební karty?

→ *Předpokládáme v odpovědi, že jde o jednotné číslo pro ČR (z otázky to není zcela zřejmé).*

Ve vytvoření jednotného telefonního čísla platného pro všechny banky v rámci ČR neshledáváme žádné zvláštní výhody pro klienta. Pouze v případě, že klient vlastní více

karet od různých vydavatelů by jednotné číslo umožnilo blokaci všech těchto karet najednou. Nicméně počet takových případů je značně omezený.

Pokud bude provozovatel provádět přeměrování hovoru na konkrétní vydavatelskou banku, dojde k prodloužení času, který uplyne od telefonátu klienta do reálného zablokování karty v systému banky a kartových asociací a v důsledku toho může dojít k finančním ztrátám.

Vybudování systému bude znamenat investice, jeho provozování pak následné provozní náklady..

Problémy mohou nastat v případě neprovedení nebo opožděného provedení zákazu, kdy bude nutné zjistit příčinu a určit zodpovědnost za vzniklou situaci (problémy se stanovováním okamžiku oznámení a přebírání odpovědnosti za transakce v případě přeměrovávání hovorů či realizace zakázů prostřednictvím třetí strany, prodloužení celého procesu, zvýšení nákladů na hovorné). Navrhované opatření podle našeho názoru klientům žádnou výhodu nepřináší, ve většině případů může naopak situaci pro klienta zhoršit.

V současné době má klient České spořitelny jedno tel. číslo pro blokaci v rámci ČR (bezplatná linka klientského servisu ČS - 800 207 207) a jedno tel. číslo pro volání ze zahraničí. Výhodou je, že klient vždy komunikuje v češtině. Obě čísla jsou dostupná 7x24hod.

Jedná se o tel. čísla, která klient důvěrně zná z běžného styku s bankou a již primárně očekává, že na těchto číslech obdrží řadu služeb, včetně blokace karty.

Zavedení jiného čísla platného pro všechny banky vyžaduje od klienta znalost dalšího čísla a tudíž komplikaci.

Dále klient může využít pro blokaci i tel. čísla kartových asociací VISA a MC.

Blokace na těchto číslech vyžaduje znalost cizího jazyka. Volání je bezplatné.

73. otázka: Souhlasíte s tím, aby vytvoření a fungování jednotného telefonního čísla pro nahlášení ztráty platební karty navrhla ČBA, a dále zajistila informování klientů?

→ *Ne, zdůvodnění našeho názoru na jeho vytvoření je uvedeno v předchozím bodě.*

Zřízení institutu finančního ombudsmana

Pro srovnání postavení klientů vůči finančním institucím doporučujeme rozšířit a posílit pravomoci finančního arbitra tak, aby mohl rozhodovat širší škálu sporů mezi klienty a finančními institucemi a aby zároveň mohl stanovovat standardy pro informování klientů a další povinnosti chování finančních institucí vůči klientům.

74. otázka: Souhlasíte s tím, aby v České republice vznikl finanční ombudsman, který by rozhodoval spory klientů a finančních institucí podobně, jako řeší spory v některých oblastech bankovníctví finanční arbitr?

→ *Zřízení nové instituce považujeme za neúčelné, neboť by se jednalo o instituci s velmi podobným rozsahem činnosti a kompetencí jako finanční arbitr.*

Nemáme námitek proti rozšíření kompetencí stávajícího institutu finančního arbitra tak, aby mohl rozhodovat širší škálu sporů mezi klienty a finančními institucemi, ovšem za předpokladu, že jeho pravomoci budou zákonem přesně stanoveny a zejména budou lépe propracována procesní pravidla řízení před finančním arbitrem (např. přezkum jeho rozhodnutí).

- 75. otázka:** Souhlasíte s tím, aby finanční ombudsman mohl stanovovat standardy pro informování klientů a další povinnosti chování finančních institucí vůči klientům?
→ *Ne, tyto standardy by měla připravit a udržovat ČBA. Navíc, povinnosti bank včetně povinností souvisejících s chováním vůči klientům a informováním klientů stanovuje mimo jiné zákon o bankách a dozorovým orgánem je ČNB. Stanovení uvedené pravomoci finančnímu arbitrovi, který by dodržování jím stanovených standardů pravděpodobně i dozoroval, by dle našeho názoru mohlo kolidovat s dozorovými pravomocemi ČNB.*
- 76. otázka:** Pokud ne, kdo by měl tato pravidla stanovovat?
→ *Viz předchozí odpověď na otázku 75..*

Informování o stížnostech klientů

Finanční arbitr bude mít povinnost pravidelně informovat o konkrétních stížnostech, které řešil, způsobu jejich řešení a podobně tak, aby existoval přehled o jeho činnosti a klienti mohli získat informaci o konkrétní náplni činnosti finančního arbitra.

- 77. otázka:** Souhlasíte s výše popsáním rozšířením informační povinnosti finančního arbitra vůči veřejnosti?
→ *Ne. Nevidíme pro to důvod. Finanční arbitr již v současné době účinně o řešených stížnostech informuje jak v tisku tak na www stránkách.*

Podpora využívání bankovních služeb a platby státním orgánům

Vzhledem k tomu, že stát má zájem snižovat náklady všech stran na povinné platby (úhrady daní, cel a jiných poplatků, odvody na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění), doporučujeme, aby převody peněz za tyto povinné platby byly zpoplatněny pouze na úrovni nákladů. Osvobození by se netýkalo vkladů hotovosti na účty příslušných institucí. Smyslem tohoto opatření je podpořit využívání bankovních služeb zejména malými a středními podniky.

- 78. otázka:** Souhlasíte s výše uvedeným doporučením?
→ *Nesouhlasíme. Pokud se vláda nyní rozhodne regulovat tyto ceny, co přijde na řadu příště?*
- 79. otázka:** Jaké překážky vidíte při jeho implementaci?
→ *Je to nesmyslná cenová regulace v tržní ekonomice, ceny určuje konkurenční prostředí.*

Neúčtování poplatku za neuznanou reklamaci

Některé banky si účtují různé poplatky za neuznanou reklamaci služby. Vzhledem k nízkému povědomí spotřebitelů o jejich právech v bankovních službách a možnosti obrátit se ve vybraných případech na finančního arbitra až v případě zamítnuté reklamace pouze v případech reklamací vyplývajících z platebního styku, je prakticky omezena možnost spotřebitelů domáhat se jednoduše a rychle svých práv s výjimkou žalob k soudu, což však není optimálním řešením.

80. otázka: Souhlasíte se zrušením účtování poplatku za neuznanou reklamaci?
→ *Ano, takový poplatek ani Česká spořitelna nemá.*

81. otázka: Jaké překážky vidíte při implementaci tohoto doporučení?
→ *Žádné, viz odpověď na otázku č. 80.*

Zvýšení povědomí klientů o zpracovávaných osobních údajích

Banky disponují o spotřebitelích velkým množstvím senzitivních osobních údajů. Mnozí klienti si ani zdaleka neuvědomují, jaké všechny údaje o nich banka zpracovává a jakým způsobem s nimi nakládá. Banky by měly systematicky informovat klienta o nakládání s jeho osobními údaji a způsobu jejich ochrany.

82. otázka: Jaká pravidla navrhuje pro informování klientů zavést?
→ *Povinnost každého subjektu, který jako správce zpracovává osobní údaje fyzických osob, tedy i bank, podat subjektu údajů na jeho žádost informaci o zpracování jeho osobních údajů je již od roku 2000 upravena zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů (konkrétně v ustanovení § 12).
Daná problematika je tedy již obecně závazným právním předpisem upravena a nevidíme důvod, proč by měl pro banky platit jiný zvláštní režim.*

83. otázka: Měla by být příslušná pravidla stanovena právním předpisem nebo samoregulačními pravidly?
→ *Odkazujeme na předchozí odpověď.*

84. otázka: Mělo by být právo klienta na informaci o nakládání s jeho osobními daty a jejich ochraně součástí Kodexu práv klienta?
→ *Souhlasíme, aby právo klienta na informaci o nakládání s jeho osobními údaji a jejich ochraně bylo součástí Kodexu práv klienta.*

Srovnání regulatorních podmínek v jednotlivých sektorech

Řada bank i představitelé ČBA při diskusi o podmínkách působení v bankovním sektoru poukazovali na nevyváženost regulatorních pravidel v různých segmentech finančního trhu. Ministerstvo financí má zájem na sjednocení pravidel a vytvoření rovných podmínek pro podnikání v celém sektoru finančních služeb.

85. otázka: Souhlasíte s tím, aby ČBA vypracovala analýzu údajně nerovných podmínek pro působení bank v jednotlivých segmentech finančního trhu a navrhla vhodné řešení?
→ *Protože se jedná o finanční trh v širším slova smyslu (tj. nejen banky), měl by analýzu dle našeho názoru organizovat subjekt nezávislý a nadřazený celému finančnímu trhu (např. Ministerstvo financí), protože ČBA by byla obviněna z předpojatosti vůči bankám.*

Dlouhodobá pracovní skupina pro bankovní služby

Vytvořená pracovní skupina pro bankovní služby zahrnující zejména zástupce bankovního sektoru, spotřebitelů, Ministerstva financí ČR a relevantních dozorových orgánů by se měla scházet dlouhodobě podle potřeby, minimálně však čtvrtletně, pod patronací Ministerstva financí ČR, a řešit problémy, které budou v bankovním sektoru vyvstávat, a přispívat ke zvýšení znalosti spotřebitelů o využívání bankovních služeb.

- 86. otázka:** Souhlasíte s tím, aby Expertní skupina pro bankovníctví pracovala i nadále?
- *Rozhodně souhlasíme, aby nějaká expertní skupina dlouhodobě pracovala.*
 - *Není nám zřejmé zda je pracovní skupina to samé, jako Expertní skupina, v textu jsou tyto dva pojmy zaměňovány. Dále není zřejmé, jaké by mělo být postavení, náplň činnosti, popřípadě pravomoci této skupiny. Dále je dle tohoto materiálu záměrem rozšířit též pravomoci a rozsah činnosti finančního arbitra, nelze opomíjet ani skutečnost, že hlavním regulatorním a dozorovým orgánem zůstává ČNB, jejíž pravomoci by neměly být přenášeny na jiné instituce či subjekty. Dle našeho názoru není přínosný stav, kdy v jedné oblasti působí velké množství subjektů s překrývajícím se rozsahem činnosti nebo pravomocí.*
 - *Zapojení zástupců bankovního sektoru je podmíněno jasným souhlasem Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže s takovým postupem.*
- 87. otázka:** Jste ochotni jako členové ČBA poskytnout pracovníkům ČBA dostatečný mandát pro jednání v rámci Expertní skupiny?
- *Ano, jestliže ÚOHS akceptuje roli ČBA.*
- 88. otázka:** Jste ochotni respektovat a naplňovat dohody, které v rámci Expertní skupiny učiní zástupci ČBA?
- *Ano, jestliže ÚOHS akceptuje roli ČBA..*