Тема 2. Принципи захисту прав споживачів фінансових послуг в ЄС

1 Конституційна та інституційна база захисту прав споживачів у ЄС.

2 Загальні правові питання захисту прав споживачів у ЄС.

3 Загальна характеристика системи захисту прав споживачів фінансових послуг в ЄС.

4 Переддоговірне розкриття інформації фінансовою установою, інформація про кінцеву вартість послуг для споживача, вимоги до реклами фінансових послуг.

5 Нагляд за ринковою поведінкою фінансових установ, розгляд скарг та компенсація.

1. Конституційна та інституційна база захисту прав споживачів у ЄС

- В Договорі про створення ЄЕС від 1957 року прямої вказівки на необхідність спеціального захисту прав споживачів не було.
- Окремі положення **сприяли їхньому захисту**:
  - у Преамбулі було зазначено, що покращення життя і умов праці громадян є спільною метою країн, які підписали Договір.
  - у статті 31 Договору однією з цілей сільськогосподарської політики визначалося забезпечення постачання продукції споживачам за розумною та прийнятною ціною
  - у ст. 34(40) наголошувалося на тому, що спільна організація сільськогосподарського ринку має уникати дискримінації між виробниками та споживачами
  - відповідно до ст. 82 компаніям у сфері конкурентної політики заборонялося обмежувати виробництво, розповсюдження і технічний розвиток на шкоду споживачам.
- У 1962 р. Європейська Комісія утворила Комітет, що розглядав запити споживачів, а у 1973 р. він був замінений на Консультативний комітет споживачів.
- В середині 1970-х років глави держав та урядів вперше закликали до політичних дій у сфері захисту прав споживачів

- Програми, які прийняті Європейською Комісією, стали першими документами ЄС, в яких захист прав споживачів визначалась як **окрема сфера компетенції ЄС**.
- ***Програма 1975 року*** була розроблена Європейською Комісією і прийнята резолюцією Ради, закладала положення щодо реалізації компетенції ЄС у сфері захисту прав споживачів і встановлювала в якості обов'язків Співтовариства, координацію дій щодо захисту здоров’я та безпеки споживачів, а також щодо захисту економічних інтересів споживачів.
- *Основні напрямків розвитку компетенції ЄС в галузі захисту прав споживачів*: **1)** ефективний захист здоров'я та забезпечення безпеки споживачів; **2)** ефективний захист економічних інтересів споживачів; **3)** застосування належних засобів правового регулювання для надання порад, допомоги і компенсацій споживачам; **4)** інформація та освіта для споживачів; **5)**консультаційні заходи за участю споживачів при прийнятті рішень, які зачіпають їх інтереси

- ***Програма 1981 року*** прийнята резолюцією Ради розвивала положення попередньої. У цій програмі Європейська Комісія заклала ідею, що стала основою для сучасної статті 12 ДЄС: «Як правило, Європейська комісія прагне враховувати інтереси споживачів, при розробці будь-якої політики, що впливає на споживачів, зокрема, щодо сільського господарства, конкуренції та промислової політики».
- Далі ухвалювалися трирічні плани (1990, 1994, 1996, 1999).
- Початком нового етапу стає прийняття *Стратегії споживчої політики 2002–2006 років* і наступні за нею.
- На даний час виконується *Багаторічна споживча програма на 2014-2020 роки* (Multiannual consumer programme for the years 2014-2020) прийнята для підтримки зростання та конкурентоспроможності в рамках Союзу.

- Єдиний Європейський Акт 1986 р., ввів в Договір про ЄЕС поняття “**споживач**”: згідно статті 100а Комісія, **пропонуючи заходи, спрямовані на захист прав споживачів, виходить із необхідності забезпечення високого рівня захисту**.
- А у ст. 153 Договору про ЄЕС передбачалося, що здійснюючи інші політики та заходи Спільноти, належить брати до уваги вимоги щодо захисту прав споживачів.
- **Загальною метою** цієї сфери є захист здоров’я, безпеки та економічних інтересів споживачів, забезпечення їх права на інформацію, освіту, а також можливість забезпечення створення органів самоорганізації для захисту власних інтересів.
- Маастрихтський договір (Договір про ЄС 1992 р.) – **захист прав споживачів став повноцінною політикою Співтовариства**.

- Стаття 38 **Хартії основних прав Європейського Союзу**:
  - Політики Європейського Союзу повинні включати підвищений рівень захисту прав споживача.
- Юриидчна сила Хартії ЄС про основні права визнана обов’язковою відпвідно до Договору про функціонування ЄС.
- Сьогодні **правовою основою забезпечення співпраці у сфері захисту прав споживачів** є стаття 169 Договору про функціонування ЄС, якою передбачено, що з метою сприяння інтересам споживачів і забезпечення високого рівня їхнього захисту Союз робить свій внесок у охорону здоров’я, безпеки й економічних інтересів споживачів, а також у розвиток їхнього права на інформацію, освіту й самоорганізацію для захисту своїх інтересів.

- Гармонізація права держав-членів Європейського Союзу є основним способом ефектовного захисту прав споживачів.
- Відповідно основним засобом регулювання захисту прав споживачів є директиви, які містять мінімальні стандарти захисту.
- Установчі договори визначають сфери регулювання в яких здійснюється за допомогою директив.
- Держави-члени вправі встановлювати більш суворі вимоги щодо тих, які передбачено директивами у сфері захисту прав споживачів.

2. Загальні правові питання захисту прав споживачів у ЄС

- Уніфіковане регулювання відносин за участю споживачів в ЄС досягається через розвиток договірного права Європейського союзу за двома напрямками – гармонізації та уніфікації.
- Гармонізація полягає в зміні національного права держав-членів ЄС на підставі положень директив з метою створення єдиного правового режиму на внутрішньому ринку ЄС.
- Директиви ЄС обмежують свободу дій підприємців з метою надання **мінімуму гарантій споживачам** як слабкій стороні, що є обмеженням принципу свободи договору.

Однаковий підхід в сфері регулювання відносин за участю споживачів у країнах ЄС стосується:

- забезпечення інформаційної безпеки споживачів на основі уявлення про те, що отримання достовірної, повної та якісної інформації – невід'ємна умова здійснення їх належного захисту;
- захисту приватного життя та персональних даних – принцип явно вираженої згоди на обробку наданих споживачами, для досягнення своїх особистих цілей, контрагентам відомостей про себе;
- відсутності в договорах зі споживачами несправедливих умов.

Основними цілями політики ЄС у сфері захисту прав споживачів сьогодні є:

- досягнення високого єдиного рівня захисту прав споживачів,
- забезпечення ефективного використання споживачами своїх прав, в тому числі в судовому порядку,
- залучення для розробки політики споживчих організацій.

- Політика ЄС у сфері захисту прав споживачів носить комплексний характер, хоча і являє собою часткову гармонізацію, однак є доволі глибокою і далекоглядною, охоплюючи значну кількість її суб'єктів.

Акти вторинного права ЄС у сфері захисту прав споживачів охоплюють широке коло питань, якими є:

- уніфіковані вимоги до виробників продукції та надавачів послуг;
- вимоги щодо реалізації прав споживача на етапі придбання продукції, отримання послуг;
- положення, які передбачають захист прав споживача у випадку їх порушення;
- реалізовані державою-членом заходи у разі виявлення небезпеки, негативного впливу продукції на навколишнє середовище, безпеку людей.

- Не зважаючи на проведення політики захисту прав споживачів в ЄС, в окремих країнах діють різні закони, у зв’язку з чим іноді відбувається зіткнення інтересів та культур. Наприклад, суперечність національної традиції правилам ЄС проявилася через німецький «закон про чистоту пива» (Reinheitsgebot).
- Суд ЄС визнав, що такий закон обмежує свободу пересування товарів, а прикриття захистом прав споживачів не може виправдати встановлення на державному рівні переваг для національних виробників.
- В результаті Німеччина повинна була відмовитися від заборони несправжнього пива, проте німецькі виробники стали вказувати на етикетках, що пиво вироблено згідно «Reinheitsgebot».

Джерела права ЄС щодо захисту прав споживачів:

- **Основні акти вторинного права ЄС у цій сфері**
  - Директива 2011/83 / ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25 жовтня 2011 року **про права споживачів**, що вносить зміни до Директиви Ради 93/13 / ЄЕС та Директиви 1999/44 / ЄС Європейського Парламенту та Ради та скасовує Директиву Ради 85 / 577 / ЄЕС та Директива 97/7 / ЄС Європейського Парламенту та Ради Текст, що стосується ЄЕЗ
  - Директива Ради 93/13/ЄЕС від 5 квітня 1993 року про нечесні умови споживчих контрактів (ОВ L 95, 21.4.1993, с. 29)
  - Директива 93/13/ЄЕС від 5 квітня 1993 року «Про несправедливі умови у споживчих контрактах».
  - *Директива 2005/29/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 11 травня 2005 року про недобросовісну комерційну практику від бізнесу до споживача на внутрішньому ринку та внесення змін до Директиви Ради 84/450 / ЄЕС, Директив 97/7 / ЄС, 98 / 27 / ЄС та 2002/65 / ЄС Європейського Парламенту та Ради та Регламент (ЄС) No 2006/2004 Європейського Парламенту та Ради (**Директива про недобросовісну комерційну практику, Директива про нечесну торгівельну практику, UCPD**)*

- **Акти ЄС, в яких визначено окремі механізми захисту прав споживачів**:
  - Директива 2009/22/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 23.04.09 р. про судові заборони щодо захисту інтересів споживачів
  - Директива 2001/95/ЄС про загальну безпеку продукції
  - Директива 1999/44/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25 травня 1999 року про певні аспекти продажу споживчих товарів та пов’язаних з ними гарантій
  - Директива 2008/122/ЄС про захист споживачів стосовно різних аспектів, пов'язаних з тимчасовим правом власності, довгостроковими канікулярними продуктами, договорами перепродажу та обміну

Акти ЄС, в яких містяться окремі норми щодо захисту прав споживачів

- Директива 2000/31/ЕС Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку
- Директива 2002/22 / ЄС Про універсальну послугу та права користувачів щодо електронних комунікаційних мереж та послуг (Директива про універсальні послуги)
- Директива 2002/58/ЕС Про обробку персональних даних та захист приватного життя у сфері телекомунікації) з допомогою дистанційних засобів зв'язку у директивах сформульовано принцип явно вираженої згоди.
- Директива 2010/13 / ЄС Про координацію деяких положень, встановлених законодавством, нормативними актами або адміністративними діями в державах-членах щодо надання аудіовізуальних медіа-послуг (Директива про аудіовізуальні медіа-послуги) - окремі положення
- Директива (ЄС) 2015/2302 Про пакетні поїздки та пов'язані з ними організації подорожей, що вносить зміни до Регламенту (ЄС) No 2006/2004 та Директиви 2011/83 / ЄС Європейського Парламенту та Рада та скасування Директиви Ради 90/314 / ЄЕС

Основні досягнення законодавства ЄС в сфері захисту прав споживачів:

- встановлено високі стандарти захисту здоров'я і безпеки споживачів продовольчих і непродовольчих товарів
- детального врегульовано захист прав споживачів від недобросовісної і агресивної комерційної практики
- розроблено спеціальне законодавство про захист прав споживачів різних видів послуг, зокрема фінансових послуг, та закріплено обов’язкові умови відповідних договорів на надання послуг
- встановлено спеціальний правовий режим нових видів договорів зі споживачами, що склалися в комерційній практиці, наприклад таких як, договори про надання послуг довгострокових поїздок
- розроблено систему колізійно-правових норм, призначених для вирішення конфліктів законів і юрисдикцій держав-членів в області захисту прав споживачів, а також створення механізмів позасудового врегулювання спорів за участю споживачів, включаючи інтерактивну систему вирішення спорів при електронному способі здійснення покупок.

3 Загальна характеристика системи захисту прав споживачів фінансових послуг в ЄС

- Дієва система захисту прав споживачів фінансових послуг є вкрай необхідною для розвитку економіки будь-якої країни, тому що сприяє значному розширенню кола залучених у цю сферу споживачів.
- Права споживачів фінансових послуг формують самостійну групу загальної системи прав споживачів, якщо класифікувати їх за критерієм сфери правового регулювання.
- **Захист прав споживачів фінансових послуг** – це система законодавчих та регуляторних норм, які захищають споживача на всіх етапах його відносин з фінансовою установою.
- Світова фінансова криза переконливо засвідчила важливість належного захисту прав споживачів фінансових послуг та необхідність вжиття ефективніших заходів щодо його забезпечення. А також зумовила суттєві зміни у правовому регулюванні цієї сфери у ЄС.

- У 2011 р. робоча група Комітету з фінансових ринків Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), спільно з Радою з фінансової стабільності (Financial Stability Board – FSB) та її консультативною групою, а також за сприяння інших міжнародних організацій, розробили Принципи високого рівня захисту прав споживачів фінансових послуг.
- **Принципи** захисту прав споживачів фінансових послуг, прийняті Групою двадцяти (G20):
  - Відповідна законодавча, нормативна та наглядова база.
  - Роль органів нагляду.
  - Неупереджене й справедливе ставлення до споживачів.
  - Розкриття інформації та прозорість.
  - Фінансова освіта й просвіта.
  - Відповідальна ділова поведінка фінансових установ та їхніх уповноважених представників.
  - Захист активів споживачів від шахрайських дій і зловживань.
  - Захист і конфіденційність даних про споживачів.
  - Розгляд та задоволення скарг.
  - Конкуренція.

Система захисту прав споживачів фінансових послуг у ЄС має такі складові:

- регулювання ринкової поведінки фінансових посередників
- вимоги до реклами фінансових послуг
- обов'язок фінансових посередників щодо переддоговірного розкриття інформації
- права споживачів на післядоговірне обслуговування і надання інформації
- чітке визначення кінцевої вартості послуг для споживачів застосування до порушників заходів впливу уповноваженими органами
- вимоги до кваліфікації персоналу по роботі з клієнтами та фінансових посередників
- вимоги до стилю (характеру) продажів – недопущення недобросовісної підприємницької практики
- встановлення вимог для надання фінансових інтернет-послуг
- страхування збитків споживачів
- врегулювання діяльності кредитних посередників
- фінансова залученість
- сприяння розвитку організацій з захисту прав споживачів
- підвищення фінансової грамотності

4. Переддоговірне розкриття інформації фінансовою установою, інформація про кінцеву вартість послуг для споживача, вимоги до реклами фінансових послуг

- Фінансова криза 2007/2008 років продемонструвала, що деякі споживчі фінансові продукти можуть бути дестабілізуючим фактором для фінансової та економічної стабільності
- Особливості поведінки поживачів фінансових послуг
  - споживачі часто не мають базових навичок фінансової грамотності навіть у промислово розвинутих країнах
  - більшість споживачів не проводять жодних досліджень перед вибором конкретного фінансового продукту,
  - споживачі не завжди поводяться як раціональний споживач у стандартній економічній теорії.
- Тому ***до системи захисту споживачів фінансових послуг включені додаткові повноваження на етапі до її отримання***.

- Директива 2005/29/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 11.05.2005 р. щодо несправедливих торговельних практик:
  - Фінансові послуги через їхню складність та властиві їм серйозні ризики потребують встановлення детальних вимог, включаючи позитивні зобов’язання торговця.
  - Оманливі види торговельної практики утримують споживача від поміркованого й, таким чином, ефективного вибору.
  - Для підтримання впевненості споживачів загальна заборона несправедливих видів торговельної практики однаковою мірою повинна застосовуватися до тих із них, що виникають як за межами контрактних відносин між торговцем і споживачем, так і під час виконання укладеного контракту.

- Для забезпечення довіри споживачів важливо, щоб на ринок пропонував достатнього захищені кредитні угоди.
- Директива 2008/48 / ЄС Європейського Парламенту та Ради від 23 квітня 2008 року про кредитні угоди для споживачів та про скасування Директиви Ради 87/102 / ЄЕС (CCD) – *регламентує права споживачів фінансових послуг на доконтрактній стадії, а також на стадії виконання кредитної угоди*
- **CCD повністю гармонізує по всьому ЄС**, зокрема, наступне:
  - елементи загальної вартості кредиту для споживача (стаття 3 (g));
  - методологія та припущення, що використовуються для розрахунку річної процентної ставки плати (APR) (стаття 19 та додаток I);
  - зобов'язання щодо розкриття іншої відповідної інформації, яка повинна бути надана споживачеві (глава II – містить положення про договірну практику для кредитних угод, що стосуються **розкриття інформації для споживача перед укладанням договору** та **вимоги до рекламної інформації**.

- Директива 2005/29/ЄС про недобросовісну комерційну практику від бізнесу до споживача на внутрішньому ринку (**UCPD**) *передбачає загальні гарантії, які доповнюють вимоги до інформації CCD.*
- Комерційна практика вважається ***несправедливою***, якщо вона суперечить вимогам професійної ретельності та суттєво спотворює економічну поведінку пересічного споживача. Це стосується, зокрема, оманливих дій та бездіяльності, а також певних видів агресивної комерційної практики.
- UCPD застосовується до, під час та після того, як трансакція відбулася, тобто на рекламному етапі, додоговірному етапі, на договірному етапі та пізніше.

- Відповідно до ст. 4 Директиви 2008/48/ЄС **будь-яка реклама** щодо кредитних договорів, яка вказує процентну ставку або будь-які цифри, що стосуються вартості кредиту для споживача, ***повинна включати стандартну інформацію***.
- У стандартній інформації на чіткому, стислому та чіткому вигляді за допомогою репрезентативного прикладу ***зазначається***:
  - ставку запозичення, фіксовану або змінну, або обидві, разом із подробицями будь-яких витрат, включених до загальної вартості кредиту для споживача;
  - загальна сума кредиту;
  - річна процентна ставка нарахування; у випадку кредитного договору, згаданого у частині 3 статті 2, держави-члени можуть вирішити, що не потрібно надавати річну процентну ставку нарахування;
  - якщо це можливо, тривалість дії кредитного договору;
  - у випадку кредиту у формі відстрочки платежу за конкретний товар чи послугу - готівкова ціна та сума будь-якого авансового платежу;
  - якщо застосовно, загальну суму, яку сплачує споживач, та суму розстрочки.

- У ст. 5 Директиви 2008/48/ЄС установлюється **обов’язок кредитних установ належним чином надати споживачу інформацію**, яка дозволить йому порівняти різні пропозиції для прийняття обґрунтованого рішення щодо укладення кредитного договору.
- Така інформація на папері або на іншому довговічному носії надається за допомогою **стандартної європейської форми інформації про споживчий кредит** (Додаток II до Директиви).
- У ст. 6 цієї Директиви визначені особливості надання переддогорвіної інформації для укладання **окремих видів кредитних договорів**, зокрема з умовами овердрафта.
- Обов'язок надати переддоговірну інформацію покладено не тільки на фінансову установу. З метою захисту прав споживача фінансових послуг, у ст. 8 Директиви 2008/48/ЄС держави-члени повинні забезпечити, щоб **перед укладанням кредитного договору кредитор оцінював кредитоспроможність споживача на основі достатньої інформації, де це доречно отримується від споживача**, і, де це необхідно, на основі консультацій відповідної бази даних.

- Параграф (g) ст. 3 Директиви 2008/48/ЄС містить визначення **загальної вартості кредиту для споживача** – це всі витрати, включаючи відсотки, комісійні, податки та будь-який інший вид зборів, які споживач повинен сплатити у зв'язку з кредитним договором і які відомі кредитору, за винятком нотаріальні витрати; витрати на допоміжні послуги, пов'язані з кредитним договором, зокрема страхові внески, також включаються, якщо, крім того, укладення договору про надання послуг є обов'язковим для того, щоб отримати кредит або отримати його на умовах, що продаються.
- Що стосується *іпотечних кредитів* в іноземній валюті, текст Директиви про іпотечний кредит від держав-членів вимагається запровадити нормативну базу, яка, принаймні, гарантує, що будь-який власник іпотечного кредиту може конвертувати іпотечний кредит в альтернативну валюту за певних умов або повинні існувати домовленості щодо обмеження валютного ризику, якому піддається власник іпотеки

- Директива 2002/65/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 23 вересня 2002 року **щодо дистанційного маркетингу споживчих фінансових послуг** та внесення змін до Директиви Ради 90/619 / ЄЕС та Директив 97/7 / ЄС та 98/27/ЄС (Директива щодо дистанційної реалізації споживчих фінансових послуг).
- В рамках внутрішнього ринку в інтересах споживачів є доступ без дискримінації до найширшого спектру фінансових послуг, доступних у Співтоваристві, щоб вони могли вибрати ті, які найкраще відповідають їхнім потребам.
- Для того, щоб захистити свободу вибору, яка є важливим правом споживача, необхідний високий рівень захисту споживачів для підвищення довіри споживачів до дистанційних продажів.
- Для цього **установлено обсяг інформації**, яку повинен отримати споживач до укладення дистанційного контракту, право відмовитися від дистанційного контракту, умови платежів, передбачено захист споживача від небажаних послуг та небажаної комунікації.

5 Нагляд за ринковою поведінкою фінансових установ, розгляд скарг та компенсація

- Фінансові послуги – це сектор, в якому ефективне та якісне регулювання є критичним для добробуту споживачів, для підприємств та економіки загалом.
- Життєво необхідно забезпечити:
  - щоб споживачі були добре поінформовані про продукти та послуги, які вони купують,
  - а також, аби фінансові установи справедливо ставилися до споживачів.
- Регулювання ринкової поведінки **є елементом у системі регулювання фінансових ринків**.
- У системі регулювання фінансового ринку кожної країни виділяється три самостійних напрями:
  - Пруденційний нагляд.
  - Забезпечення фінансової стабільності.
  - Регулювання ринкової поведінки (market conduct) учасників фінансового ринку.

- Різні юрисдикції використовують такі терміни, як-от:
  - “ведення ділового регулювання” (conduct of business regulation),
  - “регулювання ринкової поведінки” (market conduct regulation),
  - “регулювання роздрібної торгівлі” (retail regulation).
- **Основу нагляду за ринковою поведінкою становлять щонайменше**:
  - правила прозорості (транспарентності),
  - цілісність ринку,
  - правила продажу фінансових послуг та вирішення спорів.
- Альянс із фінансової інклюзії (AFI) у своїх керівних принципах із нагляду за ринковою поведінкою визначають **ринкову поведінку постачальників фінансових послуг** як підходи, які постачальник використовує під час розробки фінансових послуг та у процесі управління відносинами з клієнтами і громадськістю, зокрема використання посередників (представників або агентів).

Регулювання ринкової поведінки спрямоване на:

1. **забезпечення цілісності ринку, це передбачає:**
   - встановлення вимог до ділової поведінки учасників ринку фінансових послуг (у тому числі до їхніх співробітників) та забезпечення відповідальності вищого керівництва за ринкову поведінку надавача фінансових послуг;
   - встановлення вимог до включення ринкової поведінки в систему управління фінансовою установою: корпоративне управління, вирішення спорів, внутрішній аудит та кризовий менеджмент;
   - усунення зловживань на ринку та порушень щодо правил ведення бізнесу;
   - виявлення та управління конфліктами інтересів;

2. **розвиток конкуренції – це стосується:**
   - забезпечення роботи компаній у рамках закону та стандартів ділової поведінки;
   - визначення проблем, які перешкоджають ефективній конкуренції, та їх усунення;
   - заохочення інновацій в сфері фінансових послуг;
   - допомоги новим компаніям у виході на ринок;
3. **захист прав споживачів та інвесторів, до чого належить:**
   - підтримка споживача/інвестора в отриманні необхідної інформації;
   - нагляд за якістю надання інформації споживачам/інвесторам про продукти та послуги;
   - забезпечення фінансової освіти та сприяння фінансовій грамотності;
   - робота із зверненнями громадян.

- Основою ефективної фінансової системи захисту споживачів є **доступний та ефективний механізм звернення**, який дозволяє споживачам як знати, так і відстоювати свої права на розгляд та розгляд їх скарг прозорим та справедливим способом у розумні терміни.
- **Механізми розгляду скарг споживачів фінансових послуг** складаються з двох стадій:
  - скарг, які подаються на розгляду постачальнику фінансових послуг, які зазвичай називають внутрішнім вирішенням спорів;
  - та скарги, які, якщо їх не вдається вирішити задовільно, розглядаються в альтернативному, позасудовому процесі, який зазвичай називають зовнішнім вирішенням спорів.
- Європейська Комісія ініціювала створення уніфікованої **системи звернень та скарг споживачів** та визначила порядок їх розгляду відповідними органами.

- Директива 2013/11/ЄС про альтернативне вирішення спорів спрямована на забезпечення безперешкодного функціонування внутрішнього ринку ЄС шляхом досягнення високого рівня захисту інтересів споживачів.
- Порядок подання скарг до національних органів регулюється законодавством держави-члена. У кожній державі повинен бути створений орган, наділений повноваженнями розглядати скарги споживачів щодо порушення їх прав.
- Фінансова установа зобов'язана надати споживачу інформацію, про орган, уповноважений розглядати скарги.
- Регламент (ЄС) № 524/2013 про вирішення спорів онлайн (Online Dispute Resolution) було ухвалено як доповнення до Директиви 2013/11/ЄС став правовою основою для роботи Online Dispute Resolution Platform

Європейське законодавство містить низку положень, що стосуються **гарантій та компенсацій для споживачів фінансових послуг**:

- Директива 97/9 / ЄС Європейського Парламенту та Ради від 3 березня 1997 року про схеми компенсації інвесторам. Кожна держава-член забезпечує, щоб на її території була запроваджена та офіційно визнана одна або кілька схем компенсації інвесторам
  Директива 2014/49/ЕС Європейського Парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р. про системи гарантування вкладів. Директива визначає вклади, які підлягають та не підлягають гарантуванню
  Директива 2009/138 / ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25 листопада 2009 року про заснування та здійснення діяльності зі страхування та перестрахування (Solvency II)