

Na temelju članka 13. Statuta Hrvatske poštanske banke, dioničko društvo, Zagreb, Jurišićeva 4 (u daljnjem tekstu: Banka), a u svezi s odredbama Odluke o politikama i praksama primitaka povezanim s pružanjem bankovnih proizvoda i/ili usluga potrošačima (NN, broj 106/2018.) Uprava Banke je dana 29. ožujka 2022. godine donijela

## **POLITIKU ZAŠTITE POTROŠAČA I NEPOTROŠAČA**

### **OPĆE ODREDBE**

Politika zaštite potrošača i nepotrošača (u daljnjem tekstu: Politika) predstavlja skup mjera i aktivnosti Banke usmjerenih na poboljšanje položaja potrošača i nepotrošača u korištenju bankovnih i/ili financijskih proizvoda i usluga Banke.

S ciljem poboljšanja kvalitete života i uživanja visokih standarda zaštite potrošača i nepotrošača Politika stvara okvir za učinkovitu borbu protiv nepoštenih poslovnih praksi, nepoštenih ugovornih odredbi, nedopuštenog oglašavanja, nesigurnih proizvoda i nekvalitetnih usluga.

### **DEFINICIJE I OPISI**

**Potrošač** - fizička osoba koja djeluje na tržištu izvan svoje trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti.

**Nepotrošač** - poslovni subjekt odnosno pravna osoba, tijelo državne vlasti, jedinica lokalne ili područne samouprave te njihova tijela, udruga i društvo (sportsko, kulturno, dobrotvorno i sl.), kao i svaka fizička osoba koja djeluje unutar područja svoje registrirane trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti.

**Klijent** - svaka osoba koja je zatražila ili primila bankovnu i/ili financijsku uslugu od Banke.

### **PRAVNI OKVIR**

Pravni okvir Politike uređen je Zakonom o kreditnim institucijama, Zakonom o zaštiti potrošača, Zakonom o platnom prometu, Zakonom o elektroničkom novcu, Zakonom o potrošačkom kreditiranju, Zakonom o stambenom potrošačkom kreditiranju, Zakonom o usporedivosti naknada, prebacivanju računa za plaćanje i pristupu osnovnom računu, drugim zakonima koji reguliraju područje zaštite Potrošača i Nepotrošača, drugim podzakonskim aktima, odlukama, pravilnicima, smjernicama o sustavima nadzora i upravljanja proizvodima namijenjenih Potrošačima, smjernicama o politikama i praksama primitaka povezanim s ponudom i prodajom proizvoda i usluga namijenjenih Potrošačima, smjernicama za rješavanje prigovora u sektoru bankarstva te pravilima struke i dobrim poslovnim običajima.

### **CILJEVI I KLJUČNE MJERE ZA POSTIZANJE CILJEVA**

Ciljevi Politike su:

1. Osiguranje promicanja usmjerenosti na Potrošače i Nepotrošače u cijeloj organizaciji Banke i svim distributivnim kanalima koje koristi Banka (centrima, trećoj strani, internetu i dr.).

2. Promicanje ponude/prodaje proizvoda/usluga koji su povoljni za Potrošače i Nepotrošače, neovisno o tome donose li značajnu zaradu prodajnom osoblju Banke.
3. Osiguranje poštenog, pravednog, transparentnog i profesionalnog postupanja prodajnog osoblja Banke pri prodaji proizvoda i usluga i pružanju druge vrste usluga uzimajući u obzir prava i interese Potrošača i Nepotrošača.
4. Slušanje Potrošača i Nepotrošača od prodajnog osoblja pri čemu prodajno osoblje osigurava iskren i profesionalno pošten odnos, daje informacije u vezi s kupnjom proizvoda i usluga koji odgovaraju potrebama, financijskim navikama i preferencijama Potrošača i Nepotrošača.
5. Bolja informiranost i educiranost Potrošača i Nepotrošača o njihovim pravima uz pružanje mogućnosti odlučivanja i izbora, što znači osigurati im slobodu odabira proizvoda i usluga, pravo na raskid ugovora o korištenju proizvoda/usluge, visoke sigurnosne standarde kao i pravo na informiranost o sadržaju i kvaliteti proizvoda, pravo na jasne i transparentne ugovorne odredbe te na zaštitu od zavaravajuće i agresivne poslovne prakse.
6. Osiguranje Potrošačima i Nepotrošačima instrumenata brzog rješavanja prigovora podnesenih Banci, informiranje o mogućnosti podnošenja pritužbi Hrvatskoj narodnoj banci, mogućnosti pokretanja postupka mirenja i za Potrošače pokretanja sporova pred tijelima za alternativno rješavanje potrošačkih sporova.
7. Uspostavljanje, provođenje i preispitivanje učinkovitosti sustava nadzora i upravljanja proizvodima koji prilikom dizajna proizvoda i njihova stavljanja na tržište osiguravaju da se interesi, ciljevi i karakteristike Potrošača i Nepotrošača uzmu u obzir (na način da se utvrdi ciljano tržište i da proizvod bude odgovarajući tako da udovoljava interesima, ciljevima i karakteristikama utvrđenog ciljanog tržišta), izbjegavanje moguće štete za Potrošače i Nepotrošače uz minimiziranje sukoba interesa.
8. Uspostavljanje primjene politika i praksi primitaka, u vezi s ponudom ili pružanjem bankovnih proizvoda i usluga Potrošačima i Nepotrošačima s ciljem zaštite Potrošača i Nepotrošača od nepoželjnog gubitka koji proizlazi iz načina nagrađivanja prodajnog osoblja.
9. Strukturom primitaka poticati prodajno osoblje na održavanje dugoročnog odnosa s Potrošačima i Nepotrošačima.
10. Održavanje usmjerenosti na poboljšanje korisničkog iskustva i zadovoljstva Potrošača i Nepotrošača radi stjecanja njihovog povjerenja u Banku.
11. Razvoj proizvoda koji ni na koji način neće diskriminirati ali niti favorizirati određene kategorije Klijenata.

#### Ključne mjere za postizanje ciljeva:

1. Dosljedna primjena važećih zakonskih i drugih odredbi o zaštiti Potrošača i Nepotrošača, dobrih poslovnih praksi pri čemu se osigurava da se Potrošačima i Nepotrošačima transparentno pružaju točne i ažurne informacije. U slučaju dvojbi u primjeni zakonskih i drugih propisa Banka će ih tumačiti u korist Potrošača i Nepotrošača.
2. Dizajniranje proizvoda i usluga koji će zadovoljiti stvarne potrebe Potrošača i Nepotrošača.
3. Testiranje proizvoda i usluga prije stupanja na tržište s ciljem upravljanja rizicima s aspekta Potrošača i Nepotrošača, a koji su povezani s rizikom nepoznavanja proizvoda i usluga Banke, rizikom od kompliciranog ugovaranja i rizikom kompleksne dokumentacije.
4. Praćenje kako i u kojoj mjeri Potrošači i Nepotrošači koriste proizvode i usluge.
5. Prilagodba prodajnih planova i nagrađivanja zaposlenika: ostvarenje prodaje mjeri se zadovoljstvom Potrošača i Nepotrošača.
6. Stavljanje Potrošača i Nepotrošača u centar pažnje čime se mijenja model nagrađivanja prodajnog osoblja pri čemu varijabilne primitke prodajnog osoblja trebaju određivati kvantitativni i kvalitativni kriteriji koji ne promiču prodaju proizvoda na štetu Potrošača i Nepotrošača.
7. Utvrđivanje zahtjeva Potrošača i Nepotrošača uz osiguranje primjene zahtjeva zakona i propisa na način da budu razumljivi i da se dosljedno ispunjavaju.
8. Utvrđivanje rizika i prilika koje mogu utjecati na usklađenost proizvoda i usluga i na sposobnost povećanja zadovoljstva Potrošača i Nepotrošača uz poduzimanje mjera povezanih s tim rizicima i prilikama.

9. Kontinuirano mjerenje kvalitete usluge, zadovoljstva i lojalnosti korisnika proizvoda i usluga Banke s usporedbom u odnosu na konkurenciju, a radi stjecanja informacija o cjelokupnom iskustvu Klijenata (tzv. *Customer Experience Management*) na koje osim prodajnog osoblja utječu i proizvod, cijena, način pružanja usluge, prostor i dr..
10. Kontinuirano mjerenje zadovoljstva zaposlenika Banke kroz interne ankete.
11. Podrška Potrošačima i Nepotrošačima koja podrazumijeva otklanjanje poteškoća u korištenju proizvoda i usluga na vrijeme primjerice putem usluga *call* centra, besplatnog telefona, „kutka za klijenta” na webu, sandučića povjerenja i dr..
12. Interakcija s Klijentima koja podrazumijeva evidentiranje pohvala, prijedloga, informacija, zahtjeva, prigovora u sustav Banke kako bi kroz komunikaciju s Klijentima prepoznali mogućnosti za internim i eksternim promjenama te poboljšanjem kvalitete usluge servisa.
13. Upravljanje rizikom od gubitka uzrokovanog neodgovarajućim ponašanjem rukovodstva i zaposlenika Banke prilikom pružanja usluga, uključujući slučajeve namjernih prekršaja i grube nepažnje („pogrešne“, „neetične“ prodaje u Banci i slično).

## **OPĆE INFORMACIJE O PROIZVODIMA/USLUGAMA**

Banka je dužna za svaki proizvod/uslugu koju ima u ponudi za Potrošače i Nepotrošače:

- staviti na raspolaganje jasne i razumljive opće informacije o proizvodima/uslugama,
- učiniti ih dostupnima na hrvatskom jeziku, Potrošačima u papirnatom obliku i na pogodnom mjestu u poslovnim prostorijama u kojima se pružaju usluge Potrošačima, a Nepotrošačima u papirnatom obliku ili na nekom drugom trajnom nosaču podataka.

Opće informacije o proizvodima/uslugama Banka može učiniti dostupnim i na nekom drugom trajnom mediju ili u elektroničkom obliku.

Ako Banka nudi ugovore o kreditu koji se pozivaju na referentnu vrijednost, u opće informacije dužna je uključiti imena referentnih vrijednosti i njihovih administratora te moguće implikacije za Potrošača i Nepotrošača.

Banka je dužna opće informacije Potrošačima staviti na raspolaganje najmanje u opsegu propisanom zakonima kojima se uređuje potrošačko kreditiranje, stambeno potrošačko kreditiranje odnosno drugim propisima kojima se uređuju pojedine bankovne i financijske usluge.

## **UGOVARANJE PROIZVODA/USLUGA**

Kod sklapanja ugovora o pojedinom proizvodu/usluzi s Potrošačima Banka treba:

- prije sklapanja ugovora svim sudionicima ugovornog odnosa predočiti/učiniti dostupnima sve bitne informacije o uvjetima ugovora iz kojih će im biti vidljiva prava i obveze ugovornih strana,
- kod sklapanja ugovora o kreditu sve sudionike kreditnog odnosa (sudužnike, založne dužnike i jamce) upozoriti na pravnu prirodu sudužništva odnosno jamstva i upozoriti na pravo Banke da poduzme naplatu svojih potraživanja od svih sudionika kreditnog odnosa.

Na zahtjev Potrošača Banka je dužna bez naknade osigurati nacrt ugovora pojedinom proizvodu/usluzi i učiniti ga dostupnim i drugim sudionicima ugovornog odnosa na njihov zahtjev.

Uz nacrt ugovora Banka je dužna Potrošaču bez naknade dati i presliku ili elektroničku verziju odgovarajućih odredbi iz važećih Općih uvjeta poslovanja, Politike kamatnih stopa, Tarife naknada, kao i svih ostalih akata Banke koji mogu utjecati na financijski položaj Potrošača uz kratko objašnjenje tog utjecaja.

## **OBJAVLJIVANJE OPĆIH UVJETA POSLOVANJA**

Opći uvjeti poslovanja sadrže informacije o uvjetima pružanja usluga i trebaju biti:

- dostupni Potrošačima i Nepotrošačima,
- na hrvatskom jeziku,

- na pogodnom mjestu u poslovnim prostorijama u kojima se pružaju usluge Potrošačima i Nepotrošačima,
- dostupni Potrošačima i Nepotrošačima u papirnatom obliku ili na nekom drugom trajnom mediju ili u elektroničkom obliku.

Izmjene i dopune općih uvjeta poslovanja dostupne su na isti način, najmanje petnaest dana prije stupanja na snagu odnosno najmanje 2 mjeseca prije predloženog datuma početka primjene izmjena i dopuna za opće uvjete poslovanja koji reguliraju platne usluge.

## **OBAVJEŠTAVANJE POTROŠAČA I NEPOTROŠAČA**

Banka je dužna na ugovoreni način bez naknade obavijestiti Potrošača o stanju njegova transakcijskog računa, kredita i depozita.

U slučaju kada su ugovorene promjenjive kamatne stope, Banka je dužna obavijestiti Potrošača o promjeni tih stopa:

- na ugovoreni način obavještavanja,
- najmanje 15 dana prije nego što se one počnu primjenjivati,
- kod ugovora o kreditu dužna mu je dostaviti i izmijenjeni otplatni plan.

Kod promjene kamatnih stopa Banka je dužna u istoj obavijesti predočiti i objasniti kretanje parametara zbog kojih je došlo do promjene kamatne stope.

Ako Banka nudi ugovaranje promjenjive kamatne stope, kod ugovaranja kamatne stope dužna je:

- upozoriti Potrošača na sve rizike promjenjivosti kamatne stope,
- jasno i nedvojbeno, u ugovoru o kreditu i/ili depozitu, ugovoriti parametre koji utječu na promjenu ugovorene kamatne stope.

Banka je dužna Potrošaču, na njegov zahtjev, besplatno i u svakom trenutku tijekom trajanja ugovora o kreditu staviti na raspolaganje izvještaj u obliku otplatnog plana koji uključuje:

- informaciju o ukupno plaćenju glavnici, kamatama i troškovima,
- specifikaciju uplata,
- pregled promjena kamatnih stopa po kreditu.

Banka je dužna Potrošaču najkasnije u roku od 15 dana od dana otplate kredita:

- bez naknade i na ugovoreni način obavijestiti Potrošača o otplati cjelokupnog kredita,
- informirati ga o načinu preuzimanja brisovnog očitovanja i načinu preuzimanja svih drugih instrumenata osiguranja otplaćenog kredita.

U slučaju postojanja prava trećih osoba koje su dijelom ili u cijelosti otplatile taj kredit:

- o pravima tih osoba,
- o daljnjim uvjetima izdavanja brisovnog očitovanja,
- informirati Potrošača o načinu preuzimanja svih drugih instrumenata osiguranja otplaćenog kredita.

## **NAKNADE**

Za trajanja ugovornog odnosa Banka ne smije naplatiti Potrošaču i Nepotrošaču naknadu koja nije bila sadržana u Tarifama naknada u vrijeme zaključenja ugovora.

## **EDUKACIJA POTROŠAČA I NEPOTROŠAČA**

Financijsko obrazovanje i edukacija daju Potrošačima i Nepotrošačima znanje potrebno za istinsko razumijevanje ponuđenih informacija i donošenje informirane odluke. Uspostavom takve ravnoteže ostvaruje se i preduvjet za puno povjerenje u Banku čijim se proizvodima i uslugama koristi, što znatno pridonosi stabilnosti, rastu i razvoju financijskog sustava u cjelini.

Edukacija Potrošača i Nepotrošača provodi se u neposrednom kontaktu s prodajnim osobljem, putem medija, informativnih kampanja, mrežne stranice Banke za područje zaštite Potrošača i Nepotrošača, stručnih časopisa, brošura, informativnih letaka, pružanja informacija u poslovnoj mreži Banke i kroz internetske portale kao i putem seminara, radionica, okruglih stolova, konferencija na kojima se provodi informiranje Potrošača i Nepotrošača po područjima i aktualnim potrošačkim temama, a kako bi se podigla razina svijesti Potrošača i Nepotrošača o njihovim pravima.

Banka provodi financijsko obrazovanje Potrošača i Nepotrošača kako bi mogli lakše donositi utemeljene odluke o financijskim proizvodima i uslugama te izrađivati osobne ili obiteljske proračune u skladu sa svojim potrebama. Financijsko opismenjavanje Potrošača i Nepotrošača pridonijet će većoj osviještenosti o različitim rizicima i mogućnostima prilikom donošenja odluka o osobnim, obiteljskim ili poslovnim financijama.

## **EDUKACIJA ZAPOSLENIKA BANKE**

Banka određuje razinu znanja zaposlenika potrebnu za usluživanje Potrošača i Nepotrošača pri prodaji proizvoda/usluga Banke. Znanje u Banci temelji se na:

- Unutarnjim izvorima (znanju stečenom iskustvom, poukama naučenim iz grešaka i uspješnih projekata, dijeljenjem znanja i iskustva, organiziranim internim edukacijama/stručnim osposobljavanjima, samoedukacijom, rezultatima poboljšanja u procesima, proizvodima i uslugama);
- Vanjskim izvorima (važnijoj zakonskoj regulativi i podzakonskim aktima, prikupljanju znanja od vanjskih dobavljača).

Pri tom se određuje razina potrebne osposobljenosti svakog zaposlenika koja utječe na mjerljive rezultate, osigurava se da su te osobe osposobljene na temelju odgovarajućeg obrazovanja, obuke ili iskustva te se čuva odgovarajuća dokumentirana informacija kao dokaz osposobljenosti.

## **KOMUNIKACIJA S POTROŠAČIMA I NEPOTROŠAČIMA**

Komunikacija uključuje:

- pružanje informacija koje se odnose na proizvode i usluge Banke,
- postupanje s upitima, prijedlozima i zahtjevima uključujući i promjene,
- dobivanje povratnih informacija od Potrošača i Nepotrošača koje se odnose na ugovaranje i korištenje proizvoda i usluga, uključujući i prigovore,
- informiranje o postupanju s imovinom Potrošača i Nepotrošača i nadzor nad njom.

## **ZADOVOLJSTVO POTROŠAČA I NEPOTROŠAČA**

Banka prati doživljaj Potrošača i Nepotrošača u pogledu ispunjenosti njihovih potreba i očekivanja. Banka određuje metode za dobivanje, praćenje i preispitivanje tih informacija, a koje podrazumijevaju mjerenje nivoa svjesnosti o proizvodu, stupnja zadovoljstva i lojalnosti, stupnja prelaska (odlasci iz Banke), razinu prisjećanja promotivnih poruka, mjerenje cjelokupnog iskustva, preporuke i namjere daljnjeg korištenja, lojalnosti Potrošača i Nepotrošača usmenom preporukom i dr.

Banka analizira i vrednuje odgovarajuće podatke i informacije koje proizlaze iz praćenja i mjerenja. Iz rezultata se vrednuje: usklađenost proizvoda i usluga sa zahtjevima Potrošača i Nepotrošača, stupanj zadovoljstva, djelotvornost poduzetih mjera za poduzimanje koraka povezanih s rizicima i prilikama, mjerljivi rezultati i djelotvornost sustava upravljanja kvalitetom, potrebe za poboljšanjem i dr..

Budući da ekspanzija internetske trgovine mijenja tradicionalni način kupnje Banka usmjerava veću pozornost tom tržišnom segmentu na način da osigurava učinkovitiju i dosljednu provedbu pravila koja će osiguravati ostvarivanje prava Potrošača i Nepotrošača u odnosu na:

- nepoštenu poslovnu praksu trgovaca koji prodaju putem interneta,
- sigurnost proizvoda,
- učinkovito rješavanje potrošačkih sporova.

Banka će nastaviti s uspostavljanjem učinkovitih procedura i kontinuiranim praćenjem potreba Potrošača i Nepotrošača za proizvodima i uslugama Banke te će poduzimati odgovarajuće mjere radi stalnog poboljšanja s ciljem zaštite Potrošača i Nepotrošača.

Uz odgovarajuću zaštitu prava, kao i informiranost i edukaciju te uz zaštitu od nesigurnih proizvoda Banka će Potrošačima i Nepotrošačima osigurati visoke standarde zaštite Potrošača i Nepotrošača na tržištu bankarskih usluga čime će se osigurati ravnopravno tržišno natjecanje, ojačati konkurentnost i zadržati povjerenje u Banku.

Banka trajno poboljšava prikladnost, primjerenost i djelotvornost sustava zaštite Potrošača i Nepotrošača.

## **POBOLJŠANJE PROIZVODA/USLUGA**

Banka određuje i odabire prilike za poboljšanje proizvoda i usluga i provođenje potrebnih mjera za ispunjavanje zahtjeva Potrošača i Nepotrošača te povećanje njihovog zadovoljstva.

To uključuje:

- poboljšanje proizvoda i usluga te procesa radi ispunjavanja zahtjeva i poduzimanje koraka povezanih s budućim potrebama i očekivanjima,
- ispravljanje, sprječavanje i smanjivanje neželjenih posljedica,
- poboljšanje mjerljivih rezultata i djelotvornosti sustava upravljanja kvalitetom.

Poboljšanja uključuju ispravak, popravnu radnju, neprekidno poboljšanje, inovacije proizvoda/usluga i procesa s ciljem trajnog poboljšanja istih. Banka trajno poboljšava prikladnost, primjerenost i djelotvornost sustava zaštite Potrošača i Nepotrošača radi sprječavanja ili umanjenja neželjenih posljedica za Potrošače i Nepotrošače, postizanja poboljšanih poželjnih učinaka u poslovanju s Bankom.

## **PRAVO NA PRIGOVOR BANCI**

Banka u poslovnim prostorima u kojima obavlja poslovanje s Potrošačima i Nepotrošačima i na internetskoj stranici Banke osigurava obavijesti o mogućnosti i načinu podnošenja prigovora te postupku rješavanja prigovora. Načela i pravila upravljanja prigovorima uređena su Politikom upravljanja prigovorima koja je javno objavljena i dostupna na internetskim stranicama Banke [www.hpb.hr](http://www.hpb.hr).

## **AŽURIRANJE**

Ured za upravljanje kvalitetom usluge zadužen je za održavanje i revidiranje ove Politike po potrebi, a najmanje jednom godišnje ili kada to bude potrebno u skladu s zakonskim i regulatornim promjenama te je ovlašten predložiti odgovarajuće promjene ove Politike.

## **PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE**

Za sve što nije utvrđeno ovom Politikom primjenjuju se važeći zakonski propisi i podzakonski akti, opći uvjeti poslovanja i interni akti Banke koji uređuju postupanje pri zaštiti Potrošača i Nepotrošača.

Ova Politika stupa na snagu i primjenjuje se od 29. ožujka 2022. godine s kojim danom prestaje primjena Politike zaštite potrošača i nepotrošača od 23. travnja 2019. godine.

**Hrvatska poštanska banka,  
dioničko društvo**