

UDK:681.322.2+004.738.5:368.032.2:621.377.623:334.752:614.841.2+355.244.2:159.923.2

**Prof. dr Slobodan O. Jovanović<sup>1</sup>**

## DIGITALIZACIJA I NEFORMALNO UZAJAMNO OSIGURANJE

PREGLEDNI RAD

### Apstrakt

Digitalizacija najvažnijih podataka u svim oblastima društva ima ubrzan trend još od početka 21. veka, dok se u oblasti osiguranja o njenoj proširenoj primeni u svetu intenzivnije razmišlja tek u poslednjih nekoliko godina. To je bilo vreme kada je internet počeo da se koristi kao novo sredstvo za prodaju osiguranja u članjivanjem u neformalne zajednice rizika koje pokrivaju štete na uzajamnoj osnovi.

U ovom radu autor razmatra sadržaj, uticaj i ciljeve koji se ostvaruju primenom informatičkih tehnologija i digitalizacije informacija, a zatim analizira način korišćenja interneta za sprovođenje neformalnog uzajamnog osiguranja. Posebno se razmatraju pravni okvir za sprovođenje uzajamnog neformalnog osiguranja preko interneta, pravni položaj ugovarača i obaveze posrednika neformalnog uzajamnog osiguranja u vezi sa zaštitom ličnih podataka.

Autor je koristio izvore iz medija, direktive EU i propise Republike Srbije, kao i opšte uslove poslovanja dva strana društva za posredovanje u pružanju usluga zaključenja neformalnog uzajamnog osiguranja.

**Ključne reči:** digitalizacija, mreže, internet, neformalno uzajamno osiguranje, grupa, zajednica rizika

---

<sup>1</sup> Predsednik Udruženja za pravo osiguranja Srbije  
I-mejl: nsbob@sezampro.rs  
Rad je primljen: 24. 8. 2017.  
Rad je prihvaćen: 27.11.2017.

## I Informatičke tehnologije i digitalizacija

Digitalizacija najvažnijih podataka od istorijskog i kulturnog značaja ima ubrzan tok još od početka 21. veka, dok se u oblasti osiguranja o njenoj proširenoj primeni u svetu intenzivnije razmišlja tek u poslednjih nekoliko godina. U budućnosti će sve manje biti potrebe za neposrednim kontaktom pružalaca usluga i njihovih potrošača, jer će se najveći deo kontakata, razmene dokumenata, potpisivanja i drugih informacija obavljati elektronskim putem.

Informatičke tehnologije zasnovane na sistemu formiranja, čuvanja, obrade, razmene informacija i drugih radnji sa informacijama organizovanim u binarne skupove podataka<sup>2</sup> ubrzale su poslovanje i olakšale pristup različitim uslugama, te smanjile troškove i trajanje procedura. Ipak, pre nego što se upustimo u karakteristike i prednosti digitalizacije, neophodno je odrediti njen pojam. U tom smislu, u praksi je uočeno da postoje različite definicije, zbog primene različitih kriterijuma. Tako u skladu s tehničkim kriterijumom digitalizacija predstavlja pretvaranje analognih informacija u digitalni oblik sastavljen od binarnih skupova podataka (Whatls.com, 2007). Prema istom kriterijumu, postoji i definicija koja konkretnije određuje digitalizaciju kao proces prevođenja jednog objekta, slike, zvuka, dokumenta ili signala (obično analognog) u digitalni oblik (Sr.wikipedia, 2016). Zato se pod digitalizacijom podrazumeva pretvaranje različitih analognih oblika istorijske, arhivske i druge građe u oblik pogodan za prenos i obradu na računaru. S druge strane, na osnovu kriterijuma zadovoljenja potrošača, digitalizacija ili digitalno koristi se za opisivanje razvoja revolucionarnih oblasti (društvene mreže, mobilni uređaji i senzori, analitika podataka i pružanje informatičkih usluga „u oblaku“) u odnosu na očekivanja, ponašanje i interakciju potrošača koja brzo menja pravila poslovanja (PwC, 2014, 10). Prema kriterijumu efikasnosti organizacije, digitalizacija predstavlja upotrebu različitih tehnologija za preobražaj i optimizovanje postojećih organizacija, dok novim organizacijama omogućava stvaranje inovativnih i prilagođenih radnih tokova, procesa, postupaka, podataka i poslovnih modela korišćenjem prednosti digitalne ekonomije i informacionog društva (B20 Germany, 2017, 4). Možemo reći da razlike u definicijama proizlaze iz cilja i namene koji pojedine organizacije imaju u vidu u pogledu svoje sadržine ili karakteristika. Nekad pojam digitalizacije zavisi i od stepena dostignutog tehnološkog razvoja, pa se tako može vezivati za uvođenje digitalnih uređaja u telekomunikacije (Matica srpska, 2007, 276), odnosno za modernizaciju telekomunikacija koja se obavlja prelaskom sa analogne tehnologije i uređaja na digitalne.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Informacija postoji u digitalnom obliku kao jedna od dve cifre, 0 ili 1.

<sup>3</sup> Na primer, u našoj zemlji proces prelaska sa analognog na digitalno emitovanje televizijskog programa uspešno je završen 7. juna 2015. godine, dok se proces digitalizacije građe u našoj zemlji odvija u bibliotekama, arhivima i muzejima.

Međutim, pored važnosti prelaska na digitalne informatičke tehnologije, neophodno je imati u vidu i elektronsko-komunikacione mogućnosti putem interneta<sup>4</sup> radi podizanja efikasnosti poslovanja, brzine i pojednostavljenja procedura. Broj lica koja poseduju neki od informatičkih uređaja u konstantnom je porastu, zbog čega se očekuje da će se broj lica koja koriste informatičke tehnologije i usluge što se pružaju preko interneta s vremenom uvećavati i širiti na nove oblasti života i rada pojedinca i društva. Imajući u vidu procenu da će samo u periodu od 2010. do 2020. godine 40 odsto ekonomskog rasta na teritoriji Evropske unije (dalje u tekstu: EU) biti ostvareno putem internet ekonomije, te da će ona rasti 13 puta brže od ostatka ekonomije (Bock et al., 2015, 7), očekuje se da će milijarde različitih informatičkih uređaja preko pružalaca usluga interneta ili preko mreža pružalaca usluga mobilne telefonije biti povezano na internet. Smatra se da je, početkom 2016. godine, oko 914 miliona pojedinaca bilo povezano preko bar jedne od društvenih mreža,<sup>5</sup> a da je 360 miliona lica učestvovalo u prekograničnoj elektronskoj trgovini (Manyika et al., 2016, 48).

Iako nove tehnologije imaju potencijal za povećanje finansijskog obuhvata time što omogućavaju novi način na koji potrošači dobijaju savete, upoređuju i kupuju proizvode i usluge, one istovremeno isključuju deo stanovništva koje nema potrebna znanja o njenoj primeni i prednostima. O potrebi sveobuhvatne edukacije o digitalizaciji u svim oblastima društvenog života i rada govori i osnivanje Akademije za digitalizaciju u oblasti kulture 15. juna 2017. godine. Akademija je zamišljena kao projekat neposredne obuke zaposlenih iz odabranih institucija kulture u Republici Srbiji za obavljanje naprednih poslova u digitalizaciji (<http://www.digitalizacija.rs/index.php>). U delatnosti osiguranja dodatna obuka zaposlenih smatra se ključnom i neophodnom za izvršavanje poslova tako da se veštine zaposlenih inoviraju i unapređuju u skladu s promenama u poslovanju. Radi se o jednom od principa društvenog koncepta digitalizacije iz Zajedničke deklaracije socijalnih partnera u sektoru osiguranja o društvenim efektima digitalizacije (Joint declaration, 2016, 3).<sup>6</sup>

Da bi se digitalizacijom mogao postići pun efekat, neophodno je da se postojeći pravni i nadzorni okvir prilagodi tehnološkom razvoju tržišta osiguranja. Ovo posebno stoga što, kako je istaklo Evropsko udruženje osiguravača, donošenje niza veoma detaljnih tehničkih pravila i smernica za posledicu može da ima opterećenje

---

<sup>4</sup> U smislu čl. 4, st. 1, tač. 15 Zakona o elektronskim komunikacijama Republike Srbije, internet je globalni elektronski komunikacioni sistem sačinjen od velikog broja međusobno povezanih računarskih mreža i uređaja koji razmenjuju podatke koristeći zajednički skup komunikacionih protokola.

<sup>5</sup> Facebook, Twitter, LinkedIn i WeChat.

<sup>6</sup> Deklaraciju su potpisali predstavnici Evropskog udruženja osiguravača iz Brisela (*Insurance Europe*), Svetskog udruženja sindikata iz Niona (*UNI Global Union*), Udruženja društava za uzajamno osiguranje i sopstvenih društava za osiguranje u Evropi iz Brisela (*Association of Mutual Insurers and Insurance Cooperatives in Europe – AMICE*) i Evropskog udruženja posrednika u osiguranju iz Brisela (*European Federation of Insurance Intermediaries – BIPAR*).

nadzornih organa i pružalaca usluga obavezama koje su već prevaziđene u trenutku njihovog propisivanja (Insurance Europe, 2017, 10).

Najznačajnije promene koje se uvode digitalnim unapređenjem poslovanja mogu se svesti na sledeće: automatizaciju obrade podataka koja podrazumeva smanjivanje ili potpuno napuštanje manualnih postupaka u nekoj proceduri, prelazak na primenu digitalnih podataka i dokumenata i uklanjanje papirnog poslovanja. Navedenim izmenama postojeće okruženje digitalno se inovira, posle čega se postavlja pitanje reorganizacije poslovanja na osnovu novouspostavljenog digitalizovanog okruženja radi unapređenja poslovnih pokazatelja. Na primer, automatizacija saveta ugovaračima osiguranja pomoću određenih pitanja i standardizovanih odgovora – saveta u vezi s različitim uslugama osiguranja – može da bude od znatne pomoći potrošačima prilikom donošenja odluke o zaključenju osiguranja. Međutim, to je do ovog časa ostalo nedovoljno razvijeno (Insurance Europe, 2017, 2).

Digitalizacija donosi i brojne druge neslućene mogućnosti za obe strane u odnosu osiguranja. Tako Evropsko udruženje osiguravača u svom mišljenju upućenom Evropskoj komisiji navodi sledeće prednosti digitalizacije u osiguranju imovine: (1) unapređeno modeliranje rizika znači da osiguravači mogu preciznije da savetuju ugovarače o rizicima od kojih je ugrožena njihova imovina, tako da ovi mogu da preduzimaju dodatne preventivne mere radi ograničenja opasnosti i povećanja stepena osigurljivosti imovine; (2) osiguravači mogu da pomažu vlasnicima osiguranih nekretnina tako što će ih preko odgovarajućih aplikacija upozoravati na predstojeće elementarne nepogode; (3) povezani uređaji u pametnim kućama mogu se koristiti za sprečavanje nastanka štete, čime se sprečava šteta osiguranika i gubitak osiguravača (na primer, uređaji sa pametnim termostatima mogu da povećaju temperaturu tokom hladnog vremena kako bi se izbeglo zamrzavanje i pucanje cevi, a postoje i pametni bojleri koji obavestavaju vlasnika kada je potreban servis) (Insurance Europe, 2017, 4).

I pored gorenavedenih prednosti digitalizacije, čini se da u delatnosti osiguranja njena primena zaostaje. Neki od razloga za takvo stanje u neživotnom osiguranju jesu i dalje zastupljena tendencija da se novine uvode postepeno i polako, da se investiranje u postojeću informatičku opremu vrši bez jasne vizije, prilagodljivosti i drugih sposobnosti informatičkih sistema u skladu s promenljivim očekivanjima potrošača, kao i to da se uspešnost poslovanja meri prema uvođenju novih usluga i prodaji, umesto prema uvođenju pametnih rešenja i stabilnih sistema kojima bi se definisala organizacija stvarno okrenuta potrebama potrošača (PWC, 2014, 16).

## **II Internet i neformalno uzajamno osiguranje**

Kao što smo videli, pojam „digitalizacija“ predstavlja opšti pojam pod koji se podvode različiti sadržaji u vezi sa informatičkim tehnologijama. Neodvojivi deo informatičkih tehnologija jeste i svetska mreža internet, koja omogućava korisnicima

računara da lako i sa daljine pristupaju drugim računarima i bazama podataka sa bilo kojeg mesta na svetu. Pored brojnih namena za koje se koristi (edukativnih, komunikacionih, zabavnih itd.), internet se, počev od sredine devedesetih godina 20. veka, sve više koristi i za različite vidove elektronske trgovine.<sup>7</sup> Audio-vizuelna, informaciona i komercijalna dostupnost proizvoda i usluga preko interneta povećava udeo privrednih subjekata u ukupnom prometu.<sup>8</sup>

Posedovanje informatičke opreme i povezanost na internet predstavljaju preduslov za obavljanje elektronske trgovine. U periodu od 2004. do 2016. godine (zaključno) u Republici Srbiji procenat pojedinaca povezanih na internet porastao je gotovo tri puta, i u 2016. godini iznosio 67,06%, dok je povećanje u Bosni i Hercegovini iznosilo 69,3%, u Crnoj Gori 69,9%, Makedoniji 72,2%, Sloveniji 75,5% i u Hrvatskoj 72,7% (International Telecommunication Union, 2017).

Posle pojave prvih internet strana koje su se bavile nekim vidom elektronske trgovine sredinom devedesetih godina 20. veka, trebalo je da prođe decenija i po da bi se internet i u oblasti osiguranja primenio za prodaju polisa.

Pojava društvene mreže Facebook<sup>9</sup> dodatno je značajno uticala na povezivanje ljudi, razmenu informacija, fotografija i drugih sadržaja bez obzira na mesto gde se ta lica nalaze. Obično se na njoj okupljaju ljudi koji se dobro poznaju iz školskih dana ili iz nekih drugih okolnosti, rodbina, prijatelji ili komšije. Time su se stvorile brojne grupe ljudi povezanih nekim međusobnim odnosom (srodničkim, emotivnim ili prijateljskim) i koji razmenjuju različite informacije od zajedničkog ili pojedinačnog interesa. Lica u grupama na društvenim mrežama dele ista ili slična interesovanja i po pravilu se dobro poznaju. Upravo su takve društvene mreže dale ideju za uspostavljanje sistema mreža u različitim granama privrede, pa i mreža za neformalno uzajamno osiguranje (preko interneta) (Chazan, 2016). Prva takva mreža osnovana je 2010. godine u Berlinu pod nazivom Friendsurance, a zatim su usledile i druge (francuska Inspeer novembra 2014. godine; češka PRVNÍ KLUBOVÁ pojištvna a.s. septembra 2015. godine). Inspiracija za ovaj poslovni model u osiguranju,

---

<sup>7</sup> Zbog ograničenog prostora, ovde navodimo samo neke od najpoznatijih firmi u oblasti elektronske trgovine: „Amazon.com“, firma koja je osnovana jula 1994. godine u prvo vreme kao elektronska knjižara, da bi kasnije proširila svoju prodaju i na druge proizvode; „AuctionWeb“, osnovana septembra 1995. godine, koja je preimenovana u „eBay“ 1997. godine; „Alibaba.com“, kineska firma za elektronsku trgovinu i informatičke usluge u oblaku koja je osnovana 1999. godine.

<sup>8</sup> Prema podacima Nacionalnog zavoda za statistiku Ujedinjenog Kraljevstva, elektronska prodaja firmi sa 10 ili više zaposlenih u nefinansijskom sektoru činila je 19% od ukupnog prometa, dok je samo prodaja preko interneta činila 40,4% (Office for National Statistics, 2016, 3). U Evropskoj uniji, iako sve više ljudi kupuje proizvode i usluge preko interneta, naročito u južnim evropskim državama, interesantno je da je od oko 77% firmi sa 10 ili više zaposlenih u 2016. godini samo 18% njih prodavalo proizvode i/ili usluge preko svoje internet stranice, a procena je da će tržište elektronske trgovine na teritoriji EU u 2017. godini vredeti 602 milijarde evra (Ecommerce News, 2017).

<sup>9</sup> Facebook je američka profitna korporacija, društveni medij koji pruža usluge društvene mreže, čija je internet strana pokrenuta u februaru 2004. godine.

prema tvrdnji njenog osnivača u jednom intervjuu datom medijima, pronađena je u činjenici da su ljudi organizovani u malim grupama pre 350 godina pomagali jedni drugima u slučaju štete, kao i to da danas nepostavljanje odštetnih zahteva ne biva uvek nagrađeno od strane društava za osiguranje (Räth, 2014). Neformalno uzajamno osiguranje može da sprovodi nezavisno posredničko društvo ili samo osiguravajuće društvo.

Formiranje zajednica rizika (engleski: *pool* ili *portfolio*) u kojoj velike grupe lica dele rizik istih karakteristika omogućava utvrđivanje stabilnih iznosa premije i u slučaju velikih naknada štete. Međutim, u takvoj organizaciji osiguranja osiguravajuća premija nije u najvećoj meri personalizovana prema kvalitetu pojedinačnog lica (rizika), već je uprosečena uzimajući u obzir zajednicu rizika kao celinu. Neformalno uzajamno osiguranje zasniva se na principima uzajamnosti, međusobnom poverenju članova zajednice rizika i njihovoj solidarnosti u brojčano daleko manjoj zajednici rizika.

U ovom radu koristimo izraz neformalno uzajamno osiguranje, jer se ono ne obavlja u pravnoj formi društva za uzajamno osiguranje zbog malog broja lica koja čine tu zajednicu rizika. Za razliku od ovog modela uzajamnog osiguranja, formalno uzajamno osiguranje organizuje se u zakonom propisanoj pravnoj formi društva za uzajamno osiguranje koje mogu osnovati najmanje 250 lica za osiguranje života, odnosno najmanje 300 lica u oblasti neživotnog osiguranja (Zakon o osiguranju, 2014, čl. 71, st. 2). Drugo, neformalnost te vrste uzajamnog osiguranja ogleda se i u neformalnom načinu povezivanja lica i formiranja zajednica uzajamnog deljenja rizika. Prodaja te vrste osiguranja vrši se preko internet strane koja služi za slobodno pristupanje zajednici uzajamnog osiguranja, ali i za prijem ponuda za osiguranje za koje posredničko društvo traži osiguravača koji bi prihvatilo ponuđeni rizik ili ponude za osiguranje koju prihvata ili odbija osiguravajuće društvo koje je vlasnik prodajne platforme na internetu. U tom smislu, nema nikakvih razlika u pravnom položaju posredničkog društva ili osiguravača koji delatnost obavljaju preko internet strane i posrednika, na jednoj strani, i osiguravača koji obavljaju delatnost na klasičan način, na drugoj strani.

U modelu neformalnog uzajamnog osiguranja, ugovarači osiguranja formiraju male grupe preko komercijalne internet strane posrednika ili osiguravača, sa ciljem da osiguraju iznose franšiza iz postojećih ili novozaključenih polisa osiguranja koje mogu da vrede i po nekoliko stotina evra. S obzirom na to da je premija već plaćena po polisama, ugovarači osiguranja plaćaju dodatnu manju premiju u kolektivni fond neformalnog uzajamnog osiguranja. Manji iznosi šteta koji se nalaze u okviru franšize nadoknađuju se iz kolektivnog fonda, dok se veće štete koje premašuju franšizu naplaćuju od osiguravača po polisama osiguranja. Karakteristika neformalnog uzajamnog osiguranja sastoji se u tome što njegovi ugovarači i istovremeno osiguranici saglasno odlučuju da li će pokriti nastalu štetu, dok kod tradicionalnog osiguranja o tome odlučuje osiguravač. Ako u periodu osiguranja nije bilo šteta, ugovarači

neformalnog uzajamnog osiguranja dobijaju povrat dela premije iz svoje grupe, ili ga prenose u naredni period osiguranja, u zavisnosti od međusobnog sporazuma. Ako se desi da kolektivni fond bude prazan, ugovarači osiguranja mogu se sporazumeti da plate dodatnu premiju radi pokrića štete.

Ako neformalno uzajamno osiguranje organizuje akcionarsko osiguravajuće društvo, u slučaju da je kolektivni fond nedovoljan za naknadu šteta članovima zajednice rizika, a šteta premašuje limit pokrića grupe, osiguravač plaća višak štete iz premije u svom samoprizržaju i, po potrebi, iz reosiguranja. U slučaju da je zajednica rizika bila bez šteta, utvrđeni procenat viška vraća se članovima zajednice rizika.

U posredničkom modelu neformalnog uzajamnog osiguranja, posrednik naplaćuje proviziju od osiguravača, dok u osiguravačkom modelu osiguravač naplaćuje određenu proviziju, određeni trošak reosiguranja i druge manje troškove. U oba poslovna modela uslov je da svi članovi zajednice rizika imaju zaključenu istu vrstu osiguranja (osiguranje domaćinstva, osiguranje od odgovornosti ili osiguranje električnih uređaja), ili da imaju neku zajedničku vezu, odnosno interes.

### **III Pravni okvir za neformalno uzajamno osiguranje preko interneta**

U ovom delu rada samo ukratko nabrajamo najvažnije propise EU i Republike Srbije koji regulišu oblast poslovanja preko interneta.

Najznačajniji propis Evropske unije za oblast elektronske trgovine svakako je Direktiva o elektronskoj trgovini iz 2000. godine.<sup>10</sup> Ta direktiva je imala za cilj da ukloni prepreke za prekograničnu elektronsku trgovinu na unutrašnjem tržištu EU radi ostvarivanja slobode kretanja usluga i pružanja pravne izvesnosti privredi i građanima, te da ponudi prilagodljiv, tehnički neutralan i uravnotežen pravni okvir i pojača konkurentnost evropskih davalaca usluga. Njena primena važi za sve usluge koje se pružaju uz naknadu na daljinu, elektronskim sredstvima i na pojedinačan zahtev korisnika usluge. Direktiva ujednačava uslove pod kojima davaoci informatičkih usluga ne snose odgovornost za nezakonit sadržaj kod trećih lica i njihovu građansku i krivičnu odgovornost. Direktiva oslobađa obaveza davaoce informatičkih usluga da prate informacije koje čuvaju ili prenose, kao i dužnosti da aktivno traže činjenice i okolnosti koje ukazuju na nezakonite aktivnosti (Direktiva o elektronskoj trgovini, 2000 čl. 15). Pored navedenog, za analiziranu oblast bitni su i propisi EU koji regulišu elektronsku identifikaciju, elektronski potpis i elektronski dokument,<sup>11</sup> a za ugovorni

<sup>10</sup> Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ("Directive on electronic commerce"), *Official Journal L 178*, 17.07.2000, P. 1–16.

<sup>11</sup> Regulation (EU) No 910/2014 of the European Parliament and of the Council of 23 July 2014 on electronic identification and trust services for electronic transactions in the internal market and repealing Directive 1999/93/EC, *Official Journal of the European Union*, 28.8.2014, L 257, p. 73–114.

i nadzorni okvir osiguranja druge relevantne direktive i propisi.<sup>12</sup> U Republici Srbiji doneseni su zakoni koji regulišu elektronske komunikacije, elektronsku trgovinu, elektronski dokument, elektronski potpis i zaštitu podataka o ličnosti u skladu s pravnim tekovinama EU,<sup>13</sup> kao i za oblast ugovornog i nadzornog prava osiguranja koji se primenjuju u slučaju neformalnog uzajamnog osiguranja.<sup>14</sup>

#### **IV Pravni položaj ugovarača u neformalnom uzajamnom osiguranju**

U ovom delu analiziraćemo pravni položaj ugovarača usluga neformalnog uzajamnog osiguranja iz ugla dva nezavisna društva za posredovanje u osiguranju koji svoju delatnost obavljaju preko brendiranih internet strana: Friendsurance (društva za posredovanje u osiguranju Alecto GmbH) iz Nemačke i Inspeer (društva za posredovanje u osiguranju Avenir Factory SAS) iz Francuske.

Kao i na društvenim mrežama, i za korišćenje posredničkih usluga za neformalno uzajamno osiguranje preko internet strane neophodno je da se zainteresovano lice registruje, to jest da uspostavi korisnički nalog navođenjem svoje elektronske adrese i šifre te da, posle davanja ličnih podataka, zaključi ugovor s društvom za posredovanje. Tek posle ove radnje, korisnik može da šalje ponude za zaključenje ugovora o osiguranju, da pregleda upite, uspostavlja veze, prijavljuje štetu, da pregleda uslove osiguranja itd. Obaveza je korisnika da koristi istu elektronsku adresu pod kojom je izvršio registraciju. Budući da društvo za posredovanje u osiguranju nije u mogućnosti da proverava tačnost informacija koje korisnici daju prilikom registracije, Opštim uslovima poslovanja izričito je propisano da ono ne snosi odgovornost za sadržaj informacija koje su dali korisnici, za sadržaj spoljašnjih veza prema drugim internet stranama, kao ni za istinitost i podobnost sadržaja za ispunjenje određene svrhe ili služenje nekom cilju (Alecto Allgemeine Geschäftsbedingungen, čl. 1, tač. d). Radi se jednostavno o radnjama i izjavama korisnika mreže na koje posrednik nema uticaj jer ih on lično ne preduzima niti daje, pa zato i ne može da odgovara za štetne posledice koje bi zbog toga mogle nastupiti po treća lica. Pomenuto isključenje odgovornosti zasniiva se na odredbama Direktive o elektronskoj trgovini, kojom su propisani slučajevi gde je odgovornost davaoca usluge isključena.

---

12 Direktiva o prodaji osiguranja (Directive /EU/ 2016/97 of the European Parliament and of the Council of 20 January 2016 on insurance distribution, *Official Journal of the European Union*, 2.2.2016, L 26, p. 19–59); Direktiva o solventnosti II (Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II), *Official Journal of the European Union*, L 335, 17.12.2009, p. 1–155) itd.

13 Zakon o elektronskim komunikacijama, 2010; Zakon o elektronskoj trgovini, 2009; Zakon o elektronskom dokumentu, 2009; Zakon o elektronskom potpisu, 2004; Zakon o zaštiti podataka o ličnosti, 2008.

14 Zakon o obligacionim odnosima, 1978, Zakon o osiguranju, 2014. i drugi propisi.



Pored obaveze korisnika da pruži istinite i precizne informacije na svom profilu i u komunikaciji s drugim korisnicima, on je dužan da ne koristi pseudonime ili umetnička imena. Korisnik je dužan i da poštuje prava trećih lica prilikom korišćenja sadržaja i usluga na mreži, da se ne služi uvredljivim i klevetničkim sadržajima bez obzira na koja lica se to odnosi, kao što mu je zabranjeno i da koristi pornografske sadržaje i sadržaje kojima se krše dečja prava. Nadalje, on ne sme da koristi zakonom zaštićena prava intelektualne svojine, niti da reklamira, prodaje ili promoviše neljalnu konkurenciju, uključujući i progresivno reklamiranje, multilevel marketing i sl. Posebno je korisniku zabranjeno da koristi mehanizme, softver ili skripte u vezi s mrežom, da blokira, briše, menja ili kopira njen sadržaj ili da ga stavlja u javnost (Alecto Allgemeine Geschäftsbedingungen, čl. 4).

Obaveza je korisnika da informacije koje prosleđuje preko posrednikove mreže budu u skladu sa zakonom i da ne krše prava trećih lica, jer posrednik u svakom trenutku zadržava pravo da takve sadržaje ukloni ili blokira njihov prikaz. Korisnik ima pravo da sam odluči sa kojim drugim korisnicima želi da se poveže u zajednicu neformalnog uzajamnog osiguranja. Ovde treba imati u vidu da samo punoletna i potpuno poslovno sposobna lica mogu da budu korisnici usluga neformalnog uzajamnog osiguranja, s obzirom na to da se radi o pravnim poslovima finansijske prirode, to jest pravnim poslovima većeg značaja.

U ovakvom načinu sprovođenja osiguranja uspostavljaju se četiri vrste odnosa: (1) između korisnika u svojstvu ugovarača osiguranja i posrednika u osiguranju, (2) između posrednika u osiguranju i osiguravača, (3) između ugovarača osiguranja i osiguravača i (4) između osiguranika s drugim osiguranicima. Prva vrsta odnosa zasniva se na ugovoru o posredovanju kojim korisnik daje nalog posredniku da ga dovede u vezu sa osiguravačem s kojim će pregovarati o zaključenju ugovora o osiguranju. Drugi odnos takođe proizlazi iz dovođenja u vezu osiguravača sa ugovaračem osiguranja, u kojem osiguravač plaća posredničku proviziju – brokeražu za zaključeni ugovor o osiguranju. Treći odnos zasniva se na ugovoru o osiguranju, dok četvrti odnos predstavlja odnos između lica u uzajamnom osiguranju koji se uspostavlja slobodno i na inicijativu korisnika mreže. U poslednjoj vrsti odnosa korisnici mreže sami biraju sa kojim će se licima povezati radi formiranja zajednice rizika i dogovarati o drugim pitanjima od zajedničkog interesa (da li će povrat premije zadržati ili ga preneti u naredni period osiguranja i sl.).

## **V Obaveze posrednika neformalnog uzajamnog osiguranja u vezi sa zaštitom ličnih podataka**

U ovom delu rada nećemo se baviti brojnim obavezama posrednika koje on ima u pogledu obaveštavanja, savetovanja, dovođenja u vezu ugovornih strana i drugih, već samo obavezom zaštite ličnih podataka prilikom poslovanja preko interneta.

Obaveze posrednika neformalnog uzajamnog osiguranja u vezi sa zaštitom ličnih podataka posebno su regulisane nacionalnim propisima, ali i odgovarajućim odredbama opštih uslova poslovanja. U tom smislu svi posrednici neformalnog uzajamnog osiguranja (kao i drugi davaoci usluga) politikom privatnosti definišu vrste podataka koji se čuvaju, vreme na koje se čuvaju i kada se brišu, svrhu prikupljanja i čuvanja podataka i to da li se i kome ti podaci šalju. Politike privatnosti nemačkog i francuskog posredničkog društva za neformalno uzajamno osiguranje preko interneta posebno opisuju prethodno pomenute podatke, okolnosti u kojima se oni prikupljaju i svrhu njihovog korišćenja.

Prema Politici privatnosti nemačke mreže Friendsurance, radi sprečavanja informatičkih napada na njihov sistem posrednik prikuplja, čuva i automatski koristi informacije koje internet pretraživač korisnika šalje toj mreži, kao što su verzija internet pretraživača, operativni sistem korisnika, IP adresa (engl. *Internet Protocol address* je jedinstveni broj, sličan telefonskom broju, koji koriste mašine, najčešće računari, u međusobnom saobraćaju putem interneta uz korišćenje internet protokola), preneseni obim podataka, naziv fajla posećene strane i vreme pristupa serveru, s tim da te podatke koristi anonimno za statističke svrhe (Alecto GmbH Datenschutzerklärung, čl. 1). Politikom zaštite podataka posebno se navode podaci koji se prikupljaju i obrađuju radi zaključenja ugovora o osiguranju sa osiguravačem kojeg je izabrao ugovarač (korisnik usluge posrednika). To su podaci o identitetu, datumu rođenja, elektronskoj i poštanskoj adresi, načinu plaćanja i uslovima osiguranja (Alecto GmbH Datenschutzerklärung, čl. 2, st. 2; Avenir Factory - SAS Charte des données personnelles, čl. 1). Pored gorenavedenih podataka, društvo za posredovanje može da prikuplja i obrađuje sve druge podatke koji su mu neophodni u poslovanju, pod uslovom da ih je kao takve definisalo odgovarajućom politikom ili uslovima poslovanja, u skladu sa zakonom. U nekim slučajevima tim dokumentima može se definisati i da se, na osnovu saglasnosti vlasnika podataka poslatih preko interneta ili na drugi način, neki ili svi podaci o ličnosti mogu koristiti u svrhe marketinga i istraživanja tržišta radi unapređenja i prilagođavanja usluga korisnicima (Alecto GmbH Datenschutzerklärung, čl. 5).

Društvo za posredovanje Alecto GmbH rezerviše sebi pravo da u bilo kojem trenutku, bez prethodne opomene, prekine članstvo (registraciju) korisnika na mreži Friendsurance u zavisnosti od sopstvene procene opravdanosti daljeg trajanja ugovornog odnosa s korisnikom. Do toga može da dođe naročito u slučajevima kršenja propisa od strane korisnika, ugovornih obaveza predviđenih Opštim uslovima poslovanja posrednika, narušenja reputacije mreže zbog prisustva korisnika koji je ranije osuđivan, reklamiranja udruženja ili zajednica koje su pod prismotrom službi bezbednosti ili u slučaju nanošenja štete drugim korisnicima (Alecto GmbH Datenschutzerklärung, čl. 3, tač. /a). Prema zakonskim odredbama kojima su sprovedena pravila iz predmetnih direktiva EU, kao što je i u pravu Republike Srbije, davalac usluge

informatičkog društva ne odgovara za sadržaj uskladištenog podatka ili informacije ako odmah nakon saznanja da se radi o nedopuštenom delovanju ili podatku ukloni ili onemogućí pristup tom podatku, bez obzira na to da li se radi o privremenom ili trajno uskladištenom podatku ili vezi (linku) (Zakon o elektronskoj trgovini, 2009, čl. 17, 18 i 19). Stoga su takve odredbe sadržane i u politici privatnosti nemačkog i francuskog društva za posredovanje (Alecto GmbH Datenschutzerklärung, čl. 3; Charte des données personnelles, **Avenir Factory**). S druge strane, u slučaju jednostranog isključivanja korisnika iz članstva na mreži, ugovorni odnosi između korisnika mreže i osiguravača ostaju na snazi.

## **VI Zaključak**

Digitalizacija je proces koji je obuhvatio sve delatnosti života i privrede. Ona izvesno smanjuje troškove, štedi vreme i podiže efikasnost komunikacije i poslovnih transakcija na novi, viši nivo. U kombinaciji s primenom novih informatičko-komunikacionih tehnologija i uređaja, osiguravač unapređuje preciznost u određivanju cene osiguranja, bolje prilagođava usluge osiguranja potrebama osiguranika i preduzima efikasnije mere prevencije.

Prodaja neformalnog uzajamnog osiguranja putem interneta predstavlja novu vrstu osiguravajuće usluge kojom se popunjava ovaj naizgled mali segment tržišta osiguranja kojem osiguravači nisu poklanjali pažnju.

Neformalno uzajamno osiguranja donosi znatne koristi osiguranicima i osiguravačima. Osiguranici dobijaju pokriće za deo rizika koji nisu u celosti mogli pokriti kod osiguravača, i za njega ostvaruju povrat dela premije u slučaju da nije bilo šteta. Osiguravači, s druge strane, imaju mogućnost da ostvare veći obuhvat bez većih troškova akvizicije.

Pravni okvir za sprovođenje ove vrste osiguranja već postoji i u Republici Srbiji, ali je neophodno smisliti adekvatan poslovni model koji bi bio atraktivan za sve učesnika na tržištu osiguranja, a za tako nešto već postoji nekoliko uspešnih primera na inostranom tržištu, čije smo pojedine karakteristike obradili u ovom radu.

## **Literatura**

- *Allgemeine Geschäftsbedingungen*, Alecto GmbH, Berlin.
- B20 Germany. (March 2017). *Digitalization for All – Future-Oriented Policies for a Globally Connected World*, B20 Taskforce Digitalization Policy Paper 2017, Berlin.
- Bock, W., Soos, P., Wils, M., Mohan, M. (October 2015). *Five priorities for achieving Europe's Digital single market*. Boston: The Boston Consulting Group.

- Chazan, G. (September 7, 2016). "Tim Kunde's peer-to peer approach to insurance", *Financial Times*. Dostupno na: <https://www.ft.com/content/9f2de95e-49e6-11e6-8d68-72e9211e86ab>, 1. 8. 2017.
- *Conditions générales de vente*, 29.05.2017, Avenir Factory SAS, Paris.
- Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ("Directive on electronic commerce"), Official Journal L 178, 17.07.2000, p. 1–16.
- Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II), Official Journal of the European Union, L 335, 17.12.2009, p. 1–155.
- Directive (EU) 2016/97 of the European Parliament and of the Council of 20 January 2016 on insurance distribution, Official Journal of the European Union, 2.2.2016, L 26, p. 19–59).
- Ecommerce News. (June 26, 2017). *Ecommerce in Europe: €602 billion in 2017*. Dostupno na: <https://ecommercenews.eu/e-commerce-europe-e602-billion-2017/#more-9385>, 1. 8. 2017.
- Insurance Europe. (15 June 2017). *Insurance Europe response to the European Commission consultation on FinTech*, Position paper, PAC-17-104.
- International Telecommunication Union. (2017). *Percentage of Individuals using the Internet – Country ICT data until 2016*. Dostupno na: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>, 1. 8. 2017.
- *Joint declaration on the social effects of digitalisation by the European social partners in the insurance sector*. (12 October 2016). Brussels: Insurance Europe, UNI Global Union, AMICE, BIPAR.
- Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Woetzel, J., Stamenov, K. and Dhingra, D. (March 2016). *Digital globalization: The new era of global flows*. New York City: McKinsey Global Institute.
- Matica Srpska. (2007). *Rečnik srpskoga jezika*, Miroslav Nikolić (redaktor i urednik). Novi Sad: Matica Srpska.
- Office for National Statistics. (30 November 2016). *E-commerce and ICT activity: 2015 – The value of e-commerce sales and the level of use by UK businesses of information and communication technologies*, Statistical bulletin, London.
- PwC. (2014). *Insurance 2020: The digital prize – Taking customer connection to a new level*.
- Räth, M. (14.05.2014). „Friendsurance: ‚Der Weg war nicht leicht‘, *Die Welt*. Dostupno na: [https://www.welt.de/print/welt\\_kompakt/webwelt/article127973630/Friendsurance-Der-Weg-war-nicht-leicht.html](https://www.welt.de/print/welt_kompakt/webwelt/article127973630/Friendsurance-Der-Weg-war-nicht-leicht.html), 1. 8. 2017.

- Regulation (EU) No 910/2014 of the European Parliament and of the Council of 23 July 2014 on electronic identification and trust services for electronic transactions in the internal market and repealing Directive 1999/93/EC, *Official Journal of the European Union*, 28.8.2014, L 257, p. 73–114.
- Sr.wikipedia.org. (25. septembar 2016). *Digitalizacija*. Dostupno na: <https://sr.wikipedia.org/sr-el/Digitalizacija>, 1. 8. 2017.
- Whatls.com. (April 2007). *Digitization*. Dostupno na: <http://whatis.techtarget.com/definition/digitization>, 1. 8. 2017.
- Zakon o zaštiti podataka o ličnosti, *Službeni glasnik RS*, br. 97/2008, 104/2009 - dr. zakon, 68/2012 - odluka US i 107/2012.
- Zakon o osiguranju, *Službeni glasnik RS*, br. 139/2014.
- Zakon o elektronskim komunikacijama, *Službeni glasnik RS*, br. 44/2010, 60/2013 - odluka US i 62/2014).
- Zakon o elektronskoj trgovini, *Službeni glasnik RS*, br. 41/2009 i 95/2013.
- Zakon o elektronskom dokumentu, *Službeni glasnik RS*, br. 51/2009.
- Zakon o elektronskom potpisu, *Službeni glasnik RS*, br. 135/2004.