



European Securities and
Markets Authority

Smernice

Smernice o navzkrižni prodaji



Kazalo

1	Namen	3
2	Področje uporabe	3
3	Naslovniki.....	3
4	Skladnost, obveznosti poročanja in datum začetka uporabe	4
5	Opredelitev pojmov	5
6	Smernice o navzkrižni prodaji.....	6
7	Primeri škodljive navzkrižne prodaje.....	11

1 Namen

1. Glavni namen teh smernic je vzpostavitev skladnega in učinkovitega nadzora pristojnih organov nad podjetji, z namenom izboljšanja varstva vlagateljev v državah članicah. Smernice bodo tako pomagale pojasniti pričakovana merila ravnanja in organizacijske ureditve za tista podjetja, ki se ukvarjajo z navzkrižno prodajo, z namenom ublažitve morebitne s tem povezane škode za vlagatelje.

2 Področje uporabe

2. Smernice veljajo za navzkrižno prodajo v smislu pododstavka 42 člena 4(1) direktive MiFID II. Zlasti veljajo za ponujanje investicijskih storitev skupaj z drugimi storitvami ali produkti kot del svežnja ali kot pogoj za isto pogodbo oziroma sveženj.
3. Organ ESMA želi na podlagi zgoraj navedene opredelitve opozoriti, da lahko za posamezne produkte ali storitve, ki jih podjetje navzkrižno prodaja, ali za sveženj, ki izhaja iz navzkrižne prodaje, veljajo druga merila poslovanja (kakor je določeno v drugi sektorski zakonodaji EU, ne v direktivi MiFID II). Smernice ne vplivajo na obveznosti podjetij, kar zadeva skladnost z drugimi veljavnimi zahtevami.
4. Smernice veljajo za svežnje vezanih in povezanih produktov, razen če jih prepoveduje zakonodaja, ki se uporablja za produkte ali storitve, vključene v sveženj.

3 Naslovniki

5. Smernice so namenjene pristojnim organom, ki izvajajo nadzorne preglede podjetij, za katera veljajo naslednje direktive:
 - a. direktiva o trgih finančnih instrumentov (prenovitev) (Direktiva 2014/65/EU – direktiva MiFID II);
 - b. direktiva o usklajevanju zakonov in drugih predpisov o kolektivnih naložbenih podjetjih za vlaganja v prenosljive vrednostne papirje (Direktiva 2009/65/ES – direktiva KNPVP);
 - c. direktiva o upraviteljih alternativnih investicijskih skladov (Direktiva 2011/61/EU – direktiva UAIS).

4 Skladnost, obveznosti poročanja in datum začetka uporabe

Status smernic

6. Te smernice so izdane na podlagi člena 16 uredbe o ESMA. V skladu s tretjim odstavkom navedenega člena si morajo pristojni organi na vsak način prizadevati za spoštovanje smernic. Pristojni organi, za katere veljajo smernice, bi jih morali upoštevati tako, da jih ustrezno vključijo v svoje nadzorne prakse (npr. s spremembo regulativnega okvira ali nadzornih postopkov).
7. Organ ESMA je v skladu s členom 24 (11) direktive MiFID II pri pripravi teh smernic sodeloval z organoma EBA in EIOPA.
8. Te smernice se uporabljajo od 3. januarja 2018.

Zahteve v zvezi s poročanjem

9. Pristojni organi, za katere veljajo te smernice, morajo organ ESMA obvestiti, ali jih upoštevajo oziroma ali jih nameravajo upoštevati, pri tem pa navesti razloge za neupoštevanje, in sicer v dveh mesecih po tem, ko organ ESMA objavi prevedene različice, na e-naslov: cross-selling1861@esma.europa.eu. Če se pristojni organi do tega roka ne odzovejo, se šteje, da smernic ne upoštevajo. Predloge za obvestila so na voljo na spletni strani ESMA.
10. Če je to koristno, je pod smernicami v spodnjih odstavkih naveden en ali več primerov. V primerih je dodatno opredeljeno, kako lahko podjetja posamezno smernico (ki jo izvajajo pristojni organi) upoštevajo v praksi. Podjetje lahko te smernice v praksi uresničuje tudi na druge načine.

5 Opredelitev pojmov

11. Če ni drugače določeno, imajo izrazi, ki se uporabljajo v teh smernicah enak pomen kot v direktivi MiFID II. Poleg tega se za namene teh smernic uporabljajo naslednje opredelitve pojmov:

<i>Podjetja</i>	Naslednji udeleženci na finančnem trgu: <ul style="list-style-type: none">a) investicijska podjetja (kot so opredeljena v členu 4(1)(1) direktive MiFID II);b) kreditne institucije (kot so opredeljene v točki 1 člena 4(1) Uredbe (EU) št. 575/2013), kadar opravljajo investicijske storitve in posle v smislu pododstavka 2 člena 4(1) direktive MiFID II;c) družbe za upravljanje (kot so opredeljene v členu 2(1)(b) Direktive 2009/65/ES), kadar opravljajo storitve v skladu s členom 6(3) Direktive 2009/65/ES terd) zunanji upravitelji alternativnih investicijskih skladov (kot so opredeljeni v členu 5(1)(a) Direktive 2011/61/EU), kadar opravljajo storitve v skladu s členom 6(4) Direktive 2011/61/EU.
<i>Sveženj povezanih produktov</i>	Sveženj produktov in/ali storitev, pri katerem se lahko vsak od produktov ali vsaka od storitev ponuja ločeno in pri katerem stranka ohrani možnost, da od podjetja posamezen element svežnja kupi ločeno.
<i>Sveženj vezanih produktov</i>	Sveženj produktov in/ali storitev, pri katerem stranka vsaj enega od produktov ali ene od storitev, ki se prodajajo v svežnju, pri podjetju ne more prejeti ločeno.
<i>Element svežnja</i>	Posamezen produkt in/ali storitev, ki je del svežnja povezanih ali vezanih produktov.

6 Smernice o navzkrižni prodaji

Popolno razkritje informacij o ceni in stroških

Smernica 1

12. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da strankam zagotovijo informacije o ceni svežnja in njegovih elementov.
13. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da strankam zagotovijo jasno razčlenitev in seštevek vseh ustreznih znanih stroškov, povezanih z nakupom svežnja in njegovih elementov, kot so upravne pristojbine, stroški transakcije ter kazni zaradi izstopa ali predhodnega odplačila. Kadar stroškov ni mogoče vnaprej natančno izračunati, vendar jih bodo stranke po nakupu svežnja kljub temu imele, bi moral pristojni organ od podjetja zahtevati, da oceno teh stroškov zagotovi na podlagi razumnih predpostavk.

Primer

Podjetje pri navzkrižni prodaji zamenjave obrestne mere skupaj s posojilom s spremenljivo obrestno mero, da se stranka zavaruje pred obrestnim tveganjem (tj. stranka zamenja plačevanje po spremenljivi obrestni meri za plačevanje po fiksni obrestni meri), zagotovi ključne informacije o vseh vidikih pogodbe o zamenjavi, ki bodo bistveno vplivali na stroške, ki jih bo stranka imela na koncu in ki vključujejo njeno potencialno obveznost plačila ob spremembi obrestne mere in stroške ob izstopu od pogodbe o zamenjavi.

Jasen prikaz in pravočasno sporočanje informacij o ceni in stroških

Smernica 2

14. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da stranki informacije o ceni in vseh ustreznih stroških svežnja in njegovih elementov zagotovijo dovolj časa pred podpisom pogodbe, s čimer se stranki omogoči ustrezno sprejemanje odločitev.

Smernica 3

15. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da strankam informacije o ceni in stroških svežnja in njegovih elementov sporočijo jasno, natančno in v preprostem jeziku (morebitni strokovni izrazi naj bodo pojasnjeni).
16. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da pri trženju vseh elementov, ki bodo sestavljali sveženj vezanih ali povezanih produktov, zagotovijo, da so informacije o ceni in stroških teh

elementov predstavljene enako jasno, da lahko stranka ustrezno in hitro ugotovi, kakšne stroške bo imela, če bo oba elementa kupila v obliki svežnja.

Primeri

- 1) *V vsaki tržni komunikaciji, ki jo uporablja podjetje, se za sporočanje ustreznih informacij o ceni in stroških posameznega elementa, namenjenega prodaji v svežnju, uporablja enaka pisava. Ustrezne informacije v zvezi s posameznimi elementi se ne poudarjajo z večjo velikostjo pisave ali pisavo v krepkem tisku.*
- 2) *Kadar prodaja poteka na spletu ali prek drugega kanala brez neposredne udeležbe prodajalca, so informacije o ceni in stroških obeh produktov, ki bosta sestavljala sveženj, predstavljene na začetku ustreznih spletnih strani, do informacij pa lahko stranke enostavno dostopajo, tj. informacije o ceni in stroških vsakega produkta, ki bo sestavni del svežnja povezanih produktov, niso predstavljene ali „skrite“ v spodnjem delu spletnega prodajnega mesta podjetja.*

Smernica 4

17. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da strankam informacije o ceni in stroških predstavijo na način, ki ni zavajajoč ali ki ne izkrivlja ali prikriva dejanskih stroškov, ki jih bo ta imela, ali ne preprečuje smiselne primerjave z alternativnimi produkti.

Popolno razkritje ključnih informacij o necenovnih dejavnikih in tveganjih, kjer je to ustrezno.

Smernica 5

18. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da strankam, kjer je to ustrezno, zagotovijo ključne informacije o necenovnih dejavnikih in tveganjih v zvezi s posameznim elementom in svežnjem, ki zlasti vključujejo informacije o razlikah med tveganji ob nakupu svežnja povezanih produktov in ločenem nakupu posameznih elementov.

Primer

Podjetje varčevalni račun s preferenčno obrestno mero ponuja samo ob nakupu strukturirane obveznice. V tem primeru se stopnja tveganja, ki ga predstavlja ta celotni sveženj, razlikuje od stopnje tveganja, ki ga predstavlja sam varčevalni račun: vplačana sredstva na varčevalnem računu so zajamčena, edina spremenljivka pa je plačilo obresti. Po drugi strani vplačana sredstva, vložena v strukturiran naložbeni produkt, morda niso zajamčena, zato je mogoče ta sredstva delno ali v celoti izgubiti. V takem primeru sta profila tveganja elementov očitno zelo različna, pri njuni združitvi pa se lahko zaradi stopnje tveganja v zvezi s strukturiranim elementom varnost varčevalnega elementa izniči do te mere, da se skupni profil tveganja svežnja znatno poveča. Podjetje stranko jasno obvesti o razliki med tveganjem pri nakupu svežnja povezanih produktov ter ločenem nakupu posameznih elementov.

Jasen prikaz in pravočasno sporočanje ključnih informacij o necenovnih dejavnikih in tveganjih, kjer je to ustrezno

Smernica 6

19. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali o od podjetij zahtevati, da strankam ključne necenovne dejavnike in ustrezna tveganja sporočijo enako jasno in z enakim poudarkom kot informacije o ceni in stroških elementov ali svežnja povezanih/vezanih produktov, pri čemer bi jih morali strankam pojasniti v preprostem jeziku (morebitni strokovni izrazi naj bodo pojasnjeni) ter dovolj časa pred podpisom pogodbe.
20. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati tudi, da strankam informacije o necenovnih dejavnikih in tveganjih svežnja predstavijo na način, ki ni zavajajoč ali ne izkrivlja posledic teh dejavnikov/tveganj za stranko.

Primeri

- 1) *Podjetje stranko opozori na omejitve in tveganja (če je ustrezno) svežnja vezanih ali povezanih produktov in elementov ter ji predstavi ustrezne informacije o ključnih koristih, omejitvah in tveganjih (če je ustrezno) svežnja in elementov. Prodajalec natančno in pravočasno (tj. preden stranka podpiše pogodbo) pojasni, kako se ti necenovni dejavniki dejansko spremenijo glede na to, (i) ali se kupi element svežnja in (ii) kateri element se izbere. Podjetje stranko opozori na vse koristi, omejitve in tveganja (če je ustrezno) svežnja vezanih produktov.*
- 2) *Podjetje se pri opozarjanju stranke na ključne necenovne informacije ali razkrivanju teh informacij stranki ne zanaša izključno na splošno sklicevanje na svoje pogoje poslovanja. Namesto tega stranki tveganja (če je ustrezno) in necenovne informacije pojasni v preprostem jeziku.*

Jasen prikaz in sporočanje „možnosti izbire nakupa“

Smernica 7

21. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo svežnje povezanih ali vezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da stranke ustrezno obvestijo, ali je mogoč ločen nakup elementov, tj. ali lahko stranke izberejo, kateri produkt bodo kupile, oziroma če je to dovoljeno v skladu s sektorsko zakonodajo, ali mora stranka kupiti enega od elementov, da bi bila upravičena do nakupa enega od drugih produktov podjetja.
22. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da možnosti nakupa oblikujejo na način, ki strankam omogoča aktivno izbiro nakupa ter posledično zavestno odločitev o nakupu elementa ali svežnja povezanih produktov. Pristojni organi bi morali zato od podjetij zahtevati, da pri navzkrižni prodaji

enega produkta ali storitve skupaj z drugim ali drugo ne uporabljajo vnaprej izbranih polj (na spletu ali v drugi prodajni listini).

23. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo sveženj povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da možnosti nakupa predstavijo tako, da se prepreči možnost napačnega sklepanja, da je nakup svežnja povezanih produktov obvezen, kadar dejansko ni.

Primeri

- 1) *Podjetje prodaja vrsto različnih naložbenih produktov in jasno opredeli možnosti, ki so stranki na voljo. Jasno je na primer, da lahko stranka kupi storitev samo za izvajanje (execution only service) brez dodatnih produktov, kot so tržni podatki in finančna analiza. Prav tako je jasno, ali je stranka pri izbiri omejena na določene svežnje elementov oziroma ali lahko prosto izbere, katere elemente lahko združi v sveženj.*
- 2) *V spletni trgovini podjetja možnost nakupa svežnja, v katerem je storitev samo za izvajanje povezana s tržno analizo, ni vnaprej izbrana. Stranka mora nakup potrditi z odgovorom „da“ na preprosto vprašanje, ali želi poleg „osrednjega“ produkta kupiti dodatni produkt (v tem primeru tržna analiza) in s tem sveženj povezanih produktov.*

Ustrezno usposabljanje zadevnega osebja

Smernica 8

24. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo svežnje vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da osebju, odgovornemu za prodajo posameznih produktov, ki se prodajajo kot del svežnja, zagotovijo ustrezno usposabljanje, vključno z medsektorskim usposabljanjem, kadar je ustrezno. Z usposabljanjem osebja bi se moralo zagotoviti, da je osebje po potrebi seznanjeno s tveganji v zvezi z elementi in svežnji povezanih ali vezanih produktov ter da jih je strankam sposobno pojasniti v preprostem (nestrokovnem) jeziku.

Nasprotja interesov pri strukturah prejemkov prodajalcev

Smernica 9

25. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo svežnje vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da imajo vzpostavljene ustrezne modele prejemkov in prodajne spodbude, ki spodbujajo odgovorno poslovanje, pošteno obravnavanje strank in preprečevanje nasprotja interesov pri osebju, ki prodaja svežnje vezanih ali povezanih produktov, ki jih poleg tega spremlja višje vodstvo.

Primeri

- 1) *Podjetje ne izvaja politik prejemkov, praks in nagrajevanja na podlagi uspešnosti, ki prodajalce, ki so lahko plačani na podlagi provizije, spodbujajo k „pospeševanju“ prodaje svežnja povezanih produktov, zaradi česar se lahko spodbuja nepotrebna/neustrezna prodaja elementa ali svežnja samega. Če bi bili prodajalci na primer spodbujeni k navzkrižni prodaji posojila skupaj s posredniškim računom, potem bi ta struktura prejemkov povzročila tveganje spodbujanja potencialne zavajajoče prodaje posojila in zato tudi svežnja.*
- 2) *Podjetje ne izvaja politik prejemkov in praks, ki znatno znižujejo osnovno plačo prodajalcev, če v zvezi s svežnjem povezanih/vezanih produktov ne dosežejo določenega prodajnega cilja, s čimer se zmanjša tveganje, da bi prodajalec za preprečitev tega znižanja plače neustrezno prodajal sveženj povezanih produktov.*
- 3) *Podjetje se izogiba temu, da bi zaradi nedoseženega prodajnega cilja ali pragu v primeru svežnja povezanih produktov prodajalcem znižalo nagrade ali stimulativna plačila.*

Pravice do odstopa od pogodbe po prodaji

Smernica 10

26. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo svežnje vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da v primeru, ko za eno ali več elementov svežnja (ob posamični prodaji teh elementov) veljajo „roki za odstop od pogodbe“ ali pravice do odstopa od pogodbe po prodaji, zagotovijo, da te pravice veljajo tudi, ko se navedeni elementi prodajajo v svežnju.
27. Pristojni organi, ki nadzirajo podjetja, ki prodajajo svežnje vezanih ali povezanih produktov, bi morali od podjetij zahtevati, da strankam naknadno omogočijo ločitev produktov, združenih v ponudbi navzkrižne prodaje, brez nesorazmernih kazni, razen če to iz utemeljenih razlogov ni mogoče.

7 Primeri škodljive navzkrižne prodaje

28. Spodaj navedeni primeri v skladu s členom 24(11) direktive MiFID II predstavljajo neizčrpen seznam okoliščin, v katerih navzkrižna prodaja ni v skladu z obveznostmi iz člena 24(1) direktive MiFID II.

Primeri z denarno škodo

Primer 1

Prodaja dveh produktov v svežnju, kadar je v istem podjetju cena skupne ponudbe višja od cene posameznih elementov (če imata produkta v obeh primerih natančno enake značilnosti).

Primer 2

Spodbujanje stranke k nakupu ponudbe navzkrižne prodaje z oglaševanjem/pospeševanjem dejstva, da je na dan prodaje skupni znesek stroškov in provizij, ki ga plača stranka, nižji od skupne cene posameznih elementov v ločeni prodaji, če je v resnici že načrtovano, da se bo ta znesek stroškov in provizij sčasoma povečal, na primer zaradi kopičenja tekočih stroškov/pristojbin.

Primer 3

Nevračilo dela sorazmernega deleža vnaprej plačane premije za zavarovalni element svežnja zaradi prekinitve naložbene storitve, ki je bila prodana skupaj z njo, ko zavarovalnemu produktu poteče veljavnost.

Primer s škodo zmanjšane mobilnosti

Primer 4

Zaračunavanje nesorazmernih stroškov predčasne prekinitve v primeru dopolnilnega zavarovalnega produkta, kadar ga želi stranka zamenjati z zavarovanjem, ki ga ponuja alternativni ponudnik, ali grožnja s prekinitvijo pogodbenega razmerja v zvezi z drugim produktom, vključenim v sveženj.

Primer z nakupom neželenih ali nepotrebnih produktov

Primer 5

Prodaja produkta, ki je v svežnju povezan z drugim produktom, ki ga stranka ni zahtevala, kadar je podjetje seznanjeno ali bi moralo biti seznanjeno s tem, da produkt po nepotrebnem podvaja drug produkt, ki ga stranka že ima in od katerega ne more imeti koristi (tudi zato, ker do tega ni upravičena).