



European Securities and
Markets Authority

Ghid

Ghidul privind practicile de vânzare încrucișată



Cuprins

1	Scop.....	3
2	Domeniu de aplicare	3
3	Destinatari.....	3
4	Conformitatea, obligațiile de raportare și data aplicării	4
5	Definiții	5
6	Ghidul privind practicile de vânzare încrucișată.....	6
7	Exemple de practici dăunătoare de vânzare încrucișată.....	12

1 Scop

1. Prezentul ghid are drept scop principal stabilirea unei abordări coerente și eficiente a supravegherii firmelor de către autoritățile competente, care să contribuie la îmbunătățirea gradului de protecție a investitorilor în statele membre. Prin urmare, ghidul va contribui la clarificarea așteptărilor privind standardele de conduită și măsurile organizatorice pentru firmele implicate în practici de vânzare încrucișată, în vederea reducerii efectelor nocive asociate asupra investitorilor.

2 Domeniu de aplicare

2. Ghidul se aplică în ceea ce privește practicile de vânzare încrucișată în sensul prevăzut la articolul 4 alineatul (1) punctul 42 din Directiva MiFID II. În special, ghidul se aplică în ceea ce privește oferirea unui serviciu de investiții împreună cu un alt serviciu sau produs ca parte a unui pachet sau pentru a condiționa o înțelegere sau un pachet.
3. Având în vedere definiția de mai sus, ESMA ar dori să reamintească faptul că fiecareia dintre produsele sau serviciile ce fac obiectul vânzării încrucișate de către o anumită firmă sau pachetului ce rezultă din practici de vânzare încrucișată i se pot aplica alte standarde privind conduita în afaceri (astfel cum sunt prevăzute în alte acte legislative sectoriale ale UE decât MiFID II). Niciuna dintre dispozițiile prezentului ghid nu afectează obligația firmelor de a respecta astfel de cerințe aplicabile.
4. Ghidul se aplică în cazul pachetelor legate și grupate, cu excepția cazului în care acestea sunt interzise în baza oricărei legislații aplicabile produselor sau serviciilor incluse în pachet.

3 Destinatari

5. Ghidul se adresează autorităților cu competențe de supraveghere a firmelor ce fac obiectul următoarelor directive:
 - a. Directiva privind piețele instrumentelor financiare (reformare) (Directiva 2014/65/UE - MiFID II);
 - b. Directiva de coordonare a actelor cu putere de lege și a actelor administrative privind organismele de plasament colectiv în valori mobiliare (Directiva 2009/65/CE - Directiva OPCVM);
 - c. Directiva privind administratorii fondurilor de investiții alternative (Directiva 2011/61/UE - AIFMD).

4 Conformitatea, obligațiile de raportare și data aplicării

Statutul ghidului

6. Prezentul ghid este elaborat în temeiul articolului 16 din Regulamentul ESMA. În conformitate cu alineatul (3) al acestui articol, autoritățile competente trebuie să depună toate eforturile pentru a se conforma ghidului. Autoritățile competente cărora li se aplică ghidul trebuie să se conformeze prin încorporarea acestora în practicile lor de supraveghere, după caz (de exemplu, prin modificarea cadrului lor de reglementare sau prin procesele proprii de supraveghere).
7. În conformitate cu articolul 24 alineatul (11) din MiFID II, ESMA a cooperat cu ABE și cu EIOPA în elaborarea acestui ghid.
8. Prezentul ghid se aplică începând cu 3 ianuarie 2018.

Cerințe de raportare

9. În termen de două luni de la data publicării versiunilor traduse de către ESMA, autoritățile competente cărora le este adresat prezentul ghid trebuie să notifice ESMA dacă respectă sau intenționează să respecte ghidul, precizând motivele în cazul nerespectării, la adresa cross-selling1861@esma.europa.eu. În absența unui răspuns trimis în acest termen, se va considera că autoritățile competente nu respectă ghidul. Pe site-ul ESMA este disponibil un model de notificare.
10. Acolo unde se consideră util, orientările din următoarele paragrafe vor fi urmate de unul sau mai multe exemple. Exemplele detaliază în ce fel ar putea pune firmele în practică fiecare orientare (implementată de către autoritățile competente). Cu toate acestea, o firmă poate alege să pună în practică acest ghid și în alte moduri.

5 Definiții

11. Cu excepția cazului în care se precizează altfel, termenii utilizați în MiFID II au același înțeles în prezentul ghid. În plus, în sensul prezentului ghid, se aplică următoarele definiții:

<i>Firme</i>	<p>Următorii participanți pe piața financiară:</p> <ul style="list-style-type: none">a) firme de investiții [astfel cum sunt definite la articolul 4 alineatul (1) punctul 1 din Directiva MiFID];b) instituții de credit [astfel cum sunt definite la articolul 4 alineatul (1) punctul 1 din Regulamentul (UE) nr. 575/2013], atunci când efectuează servicii și activități de investiții în sensul articolului 4 alineatul (1) punctul 2 din Directiva MiFID II;c) societăți de administrare [astfel cum sunt definite la articolul 2 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2009/65/CE], atunci când prestează servicii în temeiul articolului 6 alineatul (3) din Directiva 2009/65/CE; șid) AFIA externi [astfel cum sunt definiți la articolul 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2011/61/UE], atunci când prestează servicii în temeiul articolului 6 alineatul (4) din Directiva 2011/61/UE.
<i>Pachet grupat</i>	<p>Un pachet de produse și/sau servicii, în cazul căruia fiecare dintre produsele sau serviciile oferite este disponibil separat, iar clientul are opțiunea de a alege să achiziționeze de la firmă fiecare componentă a pachetului în mod separat.</p>
<i>Pachet legat</i>	<p>Un pachet de produse și/sau servicii, în cazul căruia cel puțin unul dintre produsele sau serviciile oferite în pachet nu este disponibil separat pentru client de la firmă.</p>
<i>Componentă</i>	<p>Produsul și/sau serviciul separat ce face parte din pachetul grupat sau legat.</p>

6 Ghidul privind practicile de vânzare încrucișată

Dezvăluirea completă a informațiilor privind prețul și costul

Orientarea 1

12. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că li se furnizează clienților informații privind prețul pachetului și al componentelor acestuia.
13. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că li se furnizează clienților o defalcare și o agregare clară a tuturor costurilor cunoscute relevante asociate achiziționării pachetului și componentelor acestuia, precum taxele de administrare, costurile de tranzacționare și penalitățile de retragere sau de rambursare anticipată. Atunci când costurile nu pot fi calculate cu exactitate în prealabil, însă, cu toate acestea, ele vor fi suportate de clienți după achiziționarea unui pachet, autoritatea competentă trebuie să solicite firmei să furnizeze o estimare a acestor costuri, pe baza unor prezumții rezonabile.

Exemplu

La vânzarea încrucișată a unui swap pe rata dobânzii, împreună cu un credit cu rată variabilă, pentru a permite unui client să își acopere riscul ratei dobânzii (și anume, clientul își schimbă plata cu dobândă variabilă pentru o plată cu o rată fixă a dobânzii), firma furnizează clientului informații-cheie privind toate aspectele contractului swap ce vor afecta semnificativ costul suportat în final de client, precum eventualele obligații de plată ale clientului atunci când se modifică rata dobânzii și taxele pentru retragerea din contractul swap.

Afișarea vizibilă și comunicarea la timp a informațiilor privind prețul și costurile

Orientarea 2

14. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că informațiile referitoare la preț și la toate costurile relevante ale pachetului, precum și cu privire la toate componentele acestuia, sunt puse la dispoziție în timp util înainte de semnarea acordului de către client, astfel încât acesta să poată lua o decizie informată.

Orientarea 3

15. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că informațiile privind prețul și costurile pachetului și ale componentelor acestuia sunt comunicate clienților în mod vizibil, exact și într-un limbaj accesibil (cu explicarea eventualilor termeni tehnici).

16. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că, atunci când promovează oricare dintre componentele ce formează un pachet grupat sau legat, informațiile privind prețurile și costurile acestor componente sunt la fel de vizibile, astfel încât un client să poată stabili în mod corespunzător și rapid ce costuri va suporta ca urmare a achiziționării componentelor în cadrul pachetului.

Exemple

- 1) *În orice comunicări de marketing folosite de firmă, fontul utilizat pentru a comunica informațiile relevante privind prețul și costurile fiecărei componente ce urmează a fi vândută în cadrul pachetului este identic. Informațiile relevante referitoare la una dintre componente nu sunt evidențiate mai mult, folosind fonturi mai mari sau mai îngroșate.*
- 2) *Atunci când vânzarea se realizează pe internet sau printr-un alt canal, fără implicarea directă a unui vânzător, informațiile privind prețul și costurile ambelor produse care vor forma pachetul apar la începutul paginilor web corespunzătoare și pot fi găsite ușor de către clienți, și anume informațiile privind prețul și costurile oricărui produs ce va face parte din pachetul grupat nu sunt amplasate sau „ascunse” în partea inferioară a formularului de vânzări online al firmei.*

Orientarea 4

17. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că informațiile privind prețul și costurile le sunt prezentate clienților într-o manieră care nu este înșelătoare și care nu distorsionează sau ascunde costul real pentru client sau care nu îngreunează comparațiile semnificative cu produse alternative.

Dezvăluirea completă a informațiilor-cheie privind caracteristicile și riscurile ce nu sunt legate de prețuri, după caz

Orientarea 5

18. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că li se furnizează clienților informații-cheie privind caracteristicile și riscurile ce nu sunt legate de prețuri, după caz, cu privire la fiecare componentă și la pachet, inclusiv, în special, informații privind modificarea riscurilor ca urmare a achiziționării pachetului grupat, în locul achiziționării fiecărei componente separat.

Exemplu

O firmă oferă un cont de economii cu rată preferențială doar atunci când produsul este achiziționat împreună cu o obligațiune structurată. În acest caz, nivelul de risc al întregului pachet este diferit de riscurile aferente contului de economii în mod independent: se garantează capitalul inițial dintr-un cont de economii, iar singura variabilă este dobânda plătită. Însă capitalul inițial investit într-un produs structurat de investiții este posibil să nu fie garantat, deci se poate pierde parțial sau integral. În acest exemplu, profilurile de risc ale componentelor sunt în mod clar foarte diferite, iar atunci când se combină, nivelul de risc asociat componentei produsului structurat ar putea anula siguranța componentei produsului de economii în asemenea măsură încât profilul global de risc al pachetului crește semnificativ. Firma informează în mod clar clientul cu privire la modificarea riscului ca urmare a achiziționării pachetului grupat, în locul fiecăreia dintre componente separat.

Afișarea vizibilă și comunicarea la timp a informațiilor-cheie privind caracteristicile și riscurile ce nu sunt legate de prețuri, după caz

Orientarea 6

19. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că factorii-cheie care nu sunt legați de prețuri și riscurile relevante sunt promovați clienților cu o vizibilitate și amploare similare informațiilor privind prețul și costurile componentelor sau ale pachetului grupat/legat, iar aceste informații trebuie să le fie aduse la cunoștință clienților într-un limbaj clar (cu explicarea eventualilor termeni tehnici), în timp util înainte de semnarea acordului de către client.
20. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie un pachet legat sau grupat trebuie să solicite firmelor să se asigure că informațiile referitoare la caracteristicile și riscurile pachetului care nu sunt legate de preț le sunt prezentate clienților într-o manieră care nu este înșelătoare sau care nu distorsionează impactul acestor factori asupra clientului.

Exemple

- 1) *Firma atrage atenția clientului asupra limitărilor și riscurilor (după caz) pachetului legat sau grupat și asupra componentelor și acordă asistență clientului în ceea ce privește informațiile relevante care stabilesc principalele beneficii, limitări și riscuri (după caz) ale pachetului și ale componentelor. Vânzătorul explică în mod corespunzător și în timp util (înainte de semnarea contractului de către client) în ce fel se modifică semnificativ acești factori care nu au legătură cu prețul, în funcție de (i) achiziționarea de componente și de (ii) componenta selectată. Firma atrage atenția clientului pachetului legat cu privire la beneficiile, limitările și riscurile globale (după caz) ale pachetului.*
- 2) *Firma nu se va baza exclusiv pe o trimitere generală la termenii și condițiile sale pentru a atrage atenția clienților asupra informațiilor-cheie care nu sunt legate de prețuri sau*

pentru a dezvălui astfel de informații. Din contră, firma trebuie să explice clientului într-un limbaj clar riscurile (după caz) și informațiile care nu sunt legate de prețuri.

Afișarea vizibilă și comunicarea „opțiunii de a achiziționa”

Orientarea 7

21. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie pachete legate sau grupate trebuie să solicite firmelor să se asigure că clienții sunt informați în mod corespunzător cu privire la posibilitatea de a achiziționa componentele separat, respectiv dacă au libertatea de alegere cu privire la produsele pe care le cumpără sau, în măsura permisă conform legislației sectoriale, dacă trebuie achiziționată una dintre componente astfel încât clientul să fie eligibil să achiziționeze unul dintre celelalte produse de la firmă.
22. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie pachete grupate trebuie să solicite firmelor să se asigure că își concep opțiunile de achiziție într-o manieră ce permite clienților să selecteze în mod activ o achiziție și, prin urmare, să ia o decizie conștientă de a achiziționa componenta sau pachetul grupat. Prin urmare, autoritățile competente trebuie să le solicite firmelor să se asigure că acestea nu folosesc casete bifate în prealabil (online sau în orice alt document de vânzări) atunci când vând produse sau servicii în mod încrucișat.
23. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie pachete grupate trebuie să solicite firmelor să se asigure că își prezintă opțiunile de achiziție astfel încât să se evite crearea impresiei false că achiziția pachetului grupat este obligatorie, când, de fapt, achiziția este una opțională.

Exemple

- 1) *O firmă oferă o gamă de produse de investiții. Firma prezintă clar opțiunile clientului. De exemplu, este clară opțiunea clientului de a achiziționa un serviciu exclusiv de execuție, fără produse suplimentare, precum date de piață și analiză financiară. În mod similar, este clar dacă libertatea de alegere a clientului este limitată la anumite grupări de componente sau dacă are posibilitatea de a le alege pe cele pe care le poate combina.*
- 2) *Pe pagina de vânzări online a firmei, opțiunea de a achiziționa un pachet grupat care conține serviciul exclusiv de execuție și cercetările de piață este lăsată necompletată. Clientul trebuie să opteze pentru achiziție bifând afirmativ o întrebare simplă privind dorința sa de a achiziționa produsul suplimentar (în acest caz cercetarea de piață) (și, prin urmare, pachetul grupat), pe lângă produsul „de bază”.*

Formarea corespunzătoare a personalului competent

Orientarea 8

24. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie pachete legate sau grupate trebuie să solicite firmelor să se asigure că personalul responsabil de distribuția fiecăruia dintre produsele vândute în cadrul unui pachet beneficiază de formare corespunzătoare, inclusiv de formare transsectorială, după caz. Formarea personalului trebuie să asigure familiarizarea acestuia cu riscurile asociate componentelor și pachetului grupat sau legat, după caz, și capacitatea personalului de a comunica aceste aspecte clienților într-un limbaj clar (fără termeni tehnici).

Conflictele de interes în structurile de remunerare a personalului de vânzări

Orientarea 9

25. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie pachete legate sau grupate trebuie să solicite firmelor să se asigure că sunt puse în aplicare modele de remunerare și stimulente de vânzări adecvate, care încurajează un comportament profesional responsabil, un tratament egal al clienților și evitarea conflictelor de interese pentru personalul care vinde pachete legate sau grupate și că acestea sunt monitorizate de conducerea de nivel superior.

Exemple

- 1) *Firma nu pune în aplicare politici de remunerare, practici și concursuri pe bază de performanță care încurajează personalul de vânzări ce ar putea fi remunerat pe baza unui comision să „forțeze” vânzarea pachetului grupat și care ar putea încuraja, prin urmare, vânzarea inutilă/necorespunzătoare a unei componente a pachetului sau a pachetului în sine. De exemplu, dacă personalul de vânzări ar fi stimulat să vândă în mod încrucișat un împrumut împreună cu un cont de brokeraj, ca urmare a acestei structuri de remunerare, ar exista riscul stimulării unei potențiale vânzări necorespunzătoare a împrumutului și, astfel, și a pachetului.*
- 2) *Firma evită politicile și practicile de remunerare ce reduc substanțial salariul de bază al personalului de vânzări dacă nu este atins un anumit obiectiv de vânzări în ceea ce privește pachetul grupat/legat, reducând, astfel, riscul ca vânzătorul să efectueze vânzări necorespunzătoare ale pachetului grupat cu scopul de a evita acest rezultat.*
- 3) *Firma evită reducerea bonusurilor sau a stimulentei câștigate de personalul de vânzări ca urmare a neatingerii unui obiectiv sau a unui prag de vânzări pentru pachetul grupat.*

Drepturile de anulare post-vânzare

Orientarea 10

26. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie pachete legate sau grupate trebuie să solicite firmelor să se asigure că atunci când uneia sau mai multor componente ale unui pachet (dacă aceste componente ar fi vândute individual) li se aplică „perioade de așteptare” sau drepturi de anulare post-vânzare, aceste drepturi se aplică în continuare componentelor din cadrul pachetului.

27. Autoritățile competente de supraveghere a firmelor care distribuie pachete legate sau grupate trebuie să solicite firmelor să se asigure că clienților li se permite ulterior să divizeze produsele grupate într-o ofertă cu vânzare încrucișată fără penalități disproporționate, cu excepția cazului în care există motive justificate pentru care acest lucru nu este posibil.

7 Exemple de practici dăunătoare de vânzare încrucișată

28. Exemplele de mai jos prezintă, în conformitate cu articolul 24 alineatul (11) din MiFID II, o listă neexhaustivă a situațiilor în care practicile de vânzare încrucișată nu corespund obligațiilor prevăzute la articolul 24 alineatul (1) din MiFID II.

Exemple de situații dăunătoare din punct de vedere monetar

Exemplul 1

Oferirea într-un pachet a două produse în condițiile în care prețul acestei oferte este mai ridicat decât prețul fiecărei componente oferite separat de către aceeași firmă (atât timp cât produsele au exact aceleași caracteristici în ambele cazuri).

Exemplul 2

Îndemnarea unui client să achiziționeze o ofertă cu vânzare încrucișată anunțând/promovând faptul că, la data vânzării, valoarea totală a costurilor și taxelor pe care le va plăti clientul este mai mică decât prețul cumulat al fiecărei componente comercializate separat, deși, în realitate, această valoare a costurilor și a taxelor este deja programată să fie majorată în timp, de exemplu din cauza acumulării de costuri/taxe de operare.

Exemplul 3

Nereturnarea unei porțiuni din partea proporțională a primei plătite în prealabil pentru o componentă de asigurare a pachetului după încetarea unui serviciu de investiții vândut împreună cu aceasta, atunci când produsul de asigurare nu rămâne în vigoare.

Exemplu de situație dăunătoare din punctul de vedere al mobilității

Exemplul 4

Impunerea unor taxe de reziliere înainte de termen neproporționale pentru un produs auxiliar de asigurare, dacă un client dorește să înlocuiască acoperirea oferită de un furnizor alternativ sau amenințarea cu încetarea relației contractuale cu privire la un alt produs inclus în pachet.

Exemplu de achiziție a unor produse nedorite sau inutile

Exemplul 5

Oferirea unui produs grupat cu alt produs care nu a fost solicitat de client, atunci când firma știe sau trebuie să știe că produsul dublează în mod inutil alt produs pe care clientul îl are deja și de care nu poate beneficia (inclusiv fiindcă clientul nu este eligibil).