



European Securities and  
Markets Authority

# Retningslinjer

**Retningslinjer for krydssalg**



## Indholdsfortegnelse

1	Formål.....	3
2	Anvendelsesområde.....	3
3	Modtagere.....	3
4	Efterlevelse, indberetningspligt og anvendelsesdato.....	4
5	Definitioner.....	5
6	Retningslinjer for krydssalg.....	6
7	Eksempler på skadeligt krydssalg.....	12

## 1 Formål

1. Det primære formål med disse retningslinjer er at etablere en sammenhængende og effektiv tilgang i forbindelse med de kompetente myndigheders tilsyn med selskaber, der skal bidrage til at fremme beskyttelsen af investorer i medlemsstaterne. Retningslinjerne skal derfor hjælpe med at præcisere de forventede adfærdsregler og organisatoriske procedurer for de selskaber, der arbejder med krydssalg med henblik på at afbøde eventuel tilknyttet skade på investorerne.

## 2 Anvendelsesområde

2. Retningslinjerne finder anvendelse på krydssalg som omhandlet i artikel 4, stk. 1, afsnit 42, i MiFID II. Retningslinjerne finder særligt anvendelse på tilbud om en investeringsservice sammen med en anden tjenesteydelse eller et andet produkt som en del af en pakke eller som en betingelse for samme aftale eller pakke.
3. I lyset af ovenstående definition minder ESMA om, at andre standarder for forretningsskik (som omhandlet i anden sektorbestemt EU-lovgivning end MiFID II) kan finde anvendelse på de enkelte produkter eller tjenesteydelser, der krydssælges af et selskab eller på den pakke, der er en følge af krydssalg. Intet i disse retningslinjer påvirker selskabernes forpligtelser til at overholde sådanne gældende krav.
4. Retningslinjerne finder anvendelse på bundne og sammensatte pakker, medmindre de er forbudt i henhold til gældende lovgivning vedrørende de produkter eller tjenesteydelser, der indgår i pakken.

## 3 Modtagere

5. Retningslinjerne er møntet på de kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber i henhold til følgende direktiver:
  - a. Markeder for finansielle instrumenter (omarbejdning) (direktiv 2014/65/EU - MiFID II);
  - b. Direktiv om samordning af love og administrative bestemmelser om visse institutter for kollektiv investering i værdipapirer (direktiv 2009/65/EF - direktiv om investeringsinstitutter);
  - c. Direktiv om forvaltere af alternative investeringsfonde (direktiv 2011/61/EU - FAIF'er).

## 4 Efterlevelse, indberetningspligt og anvendelsesdato

### *Status for retningslinjerne*

6. Disse retningslinjer er udstedt i henhold til artikel 16 i ESMA-forordningen. I overensstemmelse med artikel 16, stk. 3, i ESMA-forordningen skal de kompetente myndigheder bestræbe sig bedst muligt på at efterleve retningslinjerne. De kompetente myndigheder, som er underlagt retningslinjerne, bør efterleve disse ved at indarbejde dem i deres tilsynspraksis på passende vis (f.eks. ved at ændre deres retlige rammer eller deres tilsynsprocedurer).
7. I henhold til artikel 24, stk. 11, i MiFID II har ESMA i samarbejde med EBA og EIOPA udarbejdet disse retningslinjer.
8. Disse retningslinjer finder anvendelse fra den 3. januar 2018.

### *Indberetningskrav*

9. De kompetente myndigheder, som er underlagt disse retningslinjer, skal underrette ESMA om, hvorvidt de efterlever eller agter at efterleve disse retningslinjer, og anføre en begrundelse for eventuel manglende efterlevelse inden to måneder efter datoen for ESMA's offentliggørelse til [cross-selling1861@esma.europa.eu](mailto:cross-selling1861@esma.europa.eu). Hvis ESMA ikke har modtaget svar inden denne dato, vil de kompetente myndigheder blive anset for ikke at efterleve retningslinjerne. Der findes en skabelon til meddelelser på ESMA's websted.
10. Såfremt det er nyttigt, efterfølges retningslinjerne i afsnittene nedenfor af et eller flere eksempler. Eksemplerne angiver yderligere, hvordan de enkelte retningslinjer (gennemført af de kompetente myndigheder) kan følges af selskaberne i praksis. Et selskab kan imidlertid vælge at efterleve disse retningslinjer på andre måder i praksis.

## 5 Definitioner

11. Medmindre andet er angivet, har de i MiFID II anvendte udtryk samme betydning i disse retningslinjer. I disse retningslinjer finder endvidere følgende definitioner anvendelse:

<i>Selskaber</i>	Følgende deltagere på det finansielle marked: <ul style="list-style-type: none"><li>a) investeringsselskaber (defineret i artikel 4, stk. 1, nr. 1, i MiFID II)</li><li>b) kreditinstitutter (defineret i artikel 4, stk. 1, nr. 1, i forordning (EU) nr. 575/2013), når de yder investeringsservice og -aktiviteter som omhandlet i artikel 4, stk. 1, afsnit 2, i MiFID II;</li><li>c) administrationsselskaber (defineret i artikel 2, stk. 1, litra b), i direktiv 2009/65/EF), når de præsterer tjenesteydelser i henhold til artikel 6, stk. 3, i direktiv 2009/65/EF); og</li><li>d) eksterne FAIF'er (defineret i artikel 5, stk. 1, litra a), i direktiv 2011/61/EU), når de leverer ydelser i henhold til artikel 6, stk. 4, i direktiv 2011/61/EU.</li></ul>
<i>Sammensat pakke</i>	En pakke af produkter og/eller tjenesteydelser, hvor de enkelte udbudte produkter eller tjenesteydelser er tilgængelige separat, og hvor kunden bevarer retten til at vælge at købe hver komponent i pakken separat hos selskabet.
<i>Bunden pakke</i>	En pakke af produkter og/eller tjenesteydelser, hvor mindst et af de udbudte produkter eller tjenesteydelser i pakken ikke er tilgængeligt separat for kunden hos selskabet.
<i>Komponent</i>	Det separate produkt og/eller den separate tjenesteydelse, der udgør en del af den sammensatte eller bundne pakke.

## 6 Retningslinjer for krydssalg

*Fuldstændig offentliggørelse af oplysninger om pris og omkostninger*

### **Retningslinje 1**

12. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at kunderne forelægges oplysninger om prisen på både pakken og komponenterne heri.
13. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at kunderne forelægges en klar oversigt over og sammenfatning af alle relevante kendte omkostninger i forbindelse med købet af pakken og komponenterne heri, f.eks. administrationsgebyrer, transaktionsomkostninger og indløsnings- eller forudbetalingsgebyrer. Såfremt omkostningerne ikke kan beregnes nøjagtigt ex ante, men ikke desto mindre afholdes af kunderne efter købet af pakken, bør den kompetente myndighed kræve, at selskabet fremlægger et estimat for disse omkostninger på basis af rimelige antagelser.

#### Illustrativt eksempel

*Ved krydssalg af en renteswap med et lån med variabel rente for at gøre det muligt for kunden at afdække renterisikoen (dvs. kunden ombytter sin variable rente med en fast rente) leverer selskabet nøgleinformation til kunden om alle aspekter af swapaftalen, der i væsentligt omfang vil påvirke de omkostninger, kunden i sidste instans skal afholde, f.eks. kundens potentielle betalingsansvar, når renten ændres, og i forbindelse med indløsningsgebyrerne fra swapaftalen.*

*Tydelig præsentation og rettidig meddelelse om oplysninger om pris og omkostninger*

### **Retningslinje 2**

14. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at oplysninger om pris og alle relevante omkostninger i forbindelse med pakken og de enkelte komponenter er tilgængelige i god tid, før kunden er bundet af aftalen, således at denne kan træffe en velfunderet beslutning.

### **Retningslinje 3**

15. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at kunderne får oplysninger om pris og omkostninger i forbindelse med pakken og de enkelte komponenter, som er tydelige, præcise og letforståelige (med forklaringer af evt. tekniske termer).
16. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de ved markedsføring af

komponenter, der udgør en bunden eller sammensat pakke, sikrer, at oplysninger om pris og omkostninger i forbindelse med sådanne komponenter tillægges lige stor betydning, således at en kunde hurtigt og nemt kan skelne mellem omkostningernes indvirkning på dem som følge af et køb af begge som en pakke.

#### Illustrative eksempler

- 1) *Selskabet skal i al sin markedsføringskommunikation anvende samme skrifttype for relevante priser og omkostninger i forbindelse med hver og en af de komponenter, der skal sælges som en pakke. Relevante oplysninger om en af komponenterne tillægges ikke mere vægt ved hjælp af større eller federe skrifttype.*
- 2) *Når salget sker på internettet eller gennem en anden kanal uden direkte involvering af en sælger, vises oplysninger om pris og omkostninger for begge produkter, der udgør pakken, tidligt på de relevante websider, og kunderne kan nemt navigere i dem, dvs. oplysninger om pris og omkostninger i forbindelse med de enkelte produkter, der indgår i den sammensatte pakke, hverken placeres eller "skjules" længere nede i selskabets online salgsformular.*

#### **Retningslinje 4**

17. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at oplysninger om pris og omkostninger præsenteres for kunderne på en måde, der ikke er vildledende, eller som fordrejer eller skjuler den sande omkostning for kunden eller forhindrer en meningsfuld sammenligning med andre produkter.

*Fuldstændig offentliggørelse af nøgleinformation om ikke-prismæssige egenskaber og risici, hvis relevant*

#### **Retningslinje 5**

18. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at kunderne modtager væsentlige oplysninger vedrørende ikke-prismæssige elementer og risici - hvor det er relevant - for hver af komponenterne og pakken, herunder især oplysninger om, hvordan risiciene ændrer sig ved køb af den samlede pakke frem for hver enkelt komponent separat.

#### Illustrativt eksempel

*Et selskab tilbyder en opsparingskonto med en fordelagtig rente ved køb sammen med en struktureret obligation. I dette tilfælde er risikoniveauet for den samlede pakke anderledes end risiciene ved kun at have en opsparingskonto: Den oprindelige kapital på en opsparingskonto er garanteret, og den eneste variabel er den rente, der betales. Men oprindelig kapital, der investeres i et struktureret investeringsprodukt, er muligvis ikke garanteret og kan således tabes delvis eller helt. I dette eksempel er komponenternes*

*risikoprofil tydeligvis meget forskellige, og når de kombineres kan risikoen forbundet med de strukturerede produktkomponenter reducere sikkerheden ved opsparingskomponenterne i en sådan grad, at pakkens samlede risikoprofil øges betydeligt. Selskabet oplyser tydeligt kunden om, at risikoen ændres ved køb af den sammensatte pakke i forhold til køb af komponenterne enkeltvis.*

*Tydelig angivelse og rettidig kommunikation af væsentlige oplysninger om ikke-prismæssige elementer og risici, hvor det er relevant*

### **Retningslinje 6**

19. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at oplysninger om vigtige ikke-prismæssige faktorer og relevante risici videregives til kunderne med samme tydelighed og vægt som oplysninger om pris og omkostninger vedrørende komponenter eller sammensatte/bundne pakker, og disse oplysninger skal forklares for kunderne i enkle vendinger (med yderligere forklaring af eventuelle tekniske termer) i god tid, før kunden er bundet af aftalen.
20. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer en bunden eller sammensat pakke, bør også kræve af selskaberne, at de sikrer, at oplysninger om ikke-prismæssige elementer og risici vedrørende pakken præsenteres for kunderne således, at de ikke er misvisende eller fordrejer effekten af disse faktorer over for kunden.

#### Illustrative eksempler

- 1) *Selskabet gør kunden opmærksom på begrænsningerne og risiciene (hvis relevant) ved den bundne eller sammensatte pakke og komponenterne og vejleder kunden i forhold til relevante oplysninger om vigtige fordele, begrænsninger og risici (hvis relevant) ved pakken og komponenterne. Sælgeren forklarer omhyggeligt og rettidigt (dvs. før kunden er bundet af aftalen), hvordan disse ikke-prismæssige faktorer ændrer sig væsentligt i forhold til, (i) hvorvidt komponenten tilkøbes, og (ii) hvilken komponent der vælges. Selskabet gør kunder, der køber den bundne pakke, opmærksomme på de samlede fordele, begrænsninger og risici (hvis relevant) ved pakken.*
- 2) *Selskabet afholder sig fra udelukkende at henvise til de generelle vilkår og betingelser, når der skal gøres opmærksom på eller videregives vigtige ikke-prismæssige oplysninger til kunderne. I stedet forklarer selskabet risiciene (hvis relevant) og de ikke-prismæssige oplysninger for kunden i forståelige vendinger.*

*Tydelig angivelse og kommunikation af 'valgmuligheder ved købet'*

### **Retningslinje 7**

21. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer bundne eller sammensatte pakker, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at kunderne er tilstrækkeligt informeret om, hvorvidt det er muligt at købe komponenterne separat – dvs. hvorvidt



kunderne kan vælge, hvilket produkt de vil købe, eller, for så vidt det er tilladt i henhold til sektorbestemt lovgivning, hvorvidt en af komponenterne skal købes, før kunden er berettiget til at købe et af selskabets andre produkter.

22. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer sammensatte pakker, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at deres valgmuligheder ved køb er sammensat således, at kunderne aktivt kan tilvælge et køb og dermed træffe en bevidst beslutning om at købe komponenten eller den sammensatte pakke. De kompetente myndigheder bør derfor kræve af selskaberne, at de sikrer, at der ikke anvendes forudmarkerede afkrydsningsfelter (online eller i andet salgsmateriale), når selskaberne krydssælger et produkt eller en tjenesteydelse.
23. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer sammensatte pakker, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at kundernes valgmuligheder ved et køb præsenteres på en sådan måde, at der ikke gives et falsk indtryk af, at et køb af en sammensat pakke er obligatorisk, når det reelt er valgfrit.

#### Illustrative eksempler

- 1) *Et selskab tilbyder en række forskellige investeringsprodukter. Selskabet angiver tydeligt kundens valgmuligheder. Det er f.eks. tydeligt, at kunden kan vælge udelukkende at købe en udførelsestjeneste uden samtidig at købe yderligere produkter som markedsdata og finansiel analyse. Tilsvarende er det tydeligt, hvorvidt kundens valgmuligheder er begrænset til særlige komponentpakker, eller hvorvidt kunden frit kan vælge, hvilke pakker der kan kombineres.*
- 2) *Afkrydsningsfeltet for køb af en sammensat pakke med udførelsestjeneste alene og markedsanalyse er tomt på selskabets salgswebsted. Kunden skal aktivt vælge købet ved at klikke 'ja' til et simpelt spørgsmål om, hvorvidt kunden ønsker at købe tillægsproduktet (i dette tilfælde en markedsanalyse) (og derfor en sammensat pakke) ud over selve kerneproduktet.*

*Tilstrækkelig uddannelse af relevante medarbejdere*

#### **Retningslinje 8**

24. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer bundne eller sammensatte pakker, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at der er tilstrækkelig uddannelse, herunder tværsektoriel uddannelse, hvor dette er relevant, af de medarbejdere, der er ansvarlige for at distribuere de enkelte produkter, der sælges som en del af en pakke. Uddannelsen af medarbejderne skal sikre, at medarbejderne, hvor det er relevant, er bekendt med de risici, der er forbundet med komponenterne og de sammensatte eller bundne pakker, og at de er i stand til at beskrive disse for kunderne i almindelige (ikke-tekniske) vendinger.

*Interessekonflikter i forbindelse med salgspersonales aflønningsstruktur*



## **Retningslinje 9**

25. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer bundne eller sammensatte pakker, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at der eksisterer passende aflønningsmodeller og salgscitamerter med henblik på at fremme ansvarlig forretningsadfærd, fair behandling af kunder og at undgå interessekonflikter blandt de medarbejdere, der sælger bundne eller sammensatte pakker, og at sådanne modeller og incitamerter overvåges af den daglige ledelse.

### Illustrative eksempler

- 1) *Selskabet afholder sig fra at have aflønningspolitikker, -praksisser og resultatbaserede konkurrencer, der tilskynder salgspersonale, som kan være aflønnet på provisionsbasis, til at fremtvinge et salg af en sammensat pakke, og som derfor kan tilskynde til unødvendigt/upassende salg af enten en komponent i pakken eller selve pakken. Hvis salgspersonale i et selskab f.eks. har en aflønningsmodel, hvor der er incitament til at krydssælge et lån med en værdipapirhandelskonto, vil der være risiko for at tilskynde til et potentielt fejlsalg af lånet og derfor også af hele pakken.*
- 2) *Selskabet undgår en aflønningspolitik og -praksis, der reducerer salgspersonalets grundløn betydeligt, hvis et konkret salgsmål for sammensatte/bundne pakker ikke overholdes. Dermed mindskes risikoen for, at sælgeren gennemtvinger et uhensigtsmæssigt salg af en samlet pakke for at undgå en sådan lønreduktion.*
- 3) *Selskabet afholder sig fra at reducere bonus- eller incitamentsbetalinger til salgspersonale som følge af, at et salgsmål for en sammensat pakke ikke er blevet overholdt.*

### *Annulleringsrettigheder efter salg*

## **Retningslinje 10**

26. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer bundne eller sammensatte pakker bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at såfremt betænkningstid eller annulleringsrettigheder efter salg finder anvendelse på en eller flere komponenter i en pakke (såfremt komponenterne blev solgt separat), vil sådanne rettigheder fortsat gælde for disse komponenter i pakken.

27. De kompetente myndigheder, der fører tilsyn med selskaber, som distribuerer bundne eller sammensatte pakker, bør kræve af selskaberne, at de sikrer, at kunderne efterfølgende har ret til at opdele produkter, der er samlet i forbindelse med et krydssalg, uden uforholdsmæssige omkostninger – medmindre der er rimelige årsager til, at dette ikke er muligt.

## 7 Eksempler på skadeligt krydssalg

28. I henhold til artikel 24, stk. 11, i MiFID II udgør eksemplerne nedenfor en ikke-udtømmende liste over situationer, hvor krydssalg ikke er i overensstemmelse med forpligtelserne i artikel 24, stk. 1, i MiFID II.

### Eksempler på økonomisk skade

#### Eksempel 1

To produkter tilbydes samlet i en pakke, hvor prisen er højere end prisen på hver enkelt komponent, der sælges separat af det samme selskab (for så vidt at produkterne indeholder præcis de samme elementer i begge tilfælde).

#### Eksempel 2

En kunde overtales til at acceptere et tilbud om krydssalg ved, at sælgeren annoncerer/fremhæver, at de samlede omkostninger og gebyrer, der skal betales af kunden, fra datoen for salget er lavere end den samlede pris for hver komponent solgt separat, når disse omkostninger og gebyrer i realiteten allerede er planlagt til at stige til et højere beløb med tiden f.eks. som følge af akkumulering af løbende omkostninger/gebyrer.

#### Eksempel 3

Manglende tilbagebetaling af en del af den proportionale del af den forudbetalte præmie for en forsikringskomponent i en pakke efter ophør af en investeringstjeneste, der blev solgt sammen med denne, når forsikringsproduktet ikke længere er gyldigt.

### Eksempel på skadelige effekter af reduceret mobilitet

#### Eksempel 4

Pålægge uforholdsmæssige gebyrer for tidlig opsigelse af et accessorisk forsikringsprodukt, hvis en kunde ønsker at udskifte dækningen med et tilbud fra en anden leverandør, eller true med at opsiges en aftale vedrørende et andet produkt i pakken.

### Eksempel på køb af uønskede eller unødvendige produkter

#### Eksempel 5

Tilbyde et produkt sammen med et andet produkt, der ikke er blevet efterspurgt af kunden, hvor selskabet ved eller bør vide, at produktet er unødvendigt, da det svarer til et andet produkt, som kunden allerede har købt og derfor ikke vil have fordel af (herunder fordi kunden ikke er egnet til produktet).