



European Securities and  
Markets Authority

# Насоки

**Насоки относно практики на кръстосани продажби**



## Съдържание

1	Цел .....	3
2	Обхват .....	3
3	Адресати .....	3
4	Съответствие, задължения за докладване и дата на прилагане.....	4
5	Определения .....	5
6	Насоки относно практики на кръстосани продажби.....	6
7	Примери за пагубни практики на кръстосани продажби .....	12

## 1 Цел

1. Основната цел на настоящите насоки е създаването на последователен и ефективен подход за надзора на дружества от страна на компетентни органи, който ще допринесе за засилването на защитата на инвеститорите в държавите членки. Следователно насоките ще спомогнат за изясняване на очаквания стандарт на поведение и организационните договорености за дружествата, участващи в практики на кръстосани продажби, с цел смекчаване на свързаните с това щети за инвеститорите.

## 2 Обхват

2. Насоките са приложими спрямо практики на кръстосани продажби по смисъла на член 4, параграф 1, алинея 42 от ДПФИ II (Директива за пазарите на финансови инструменти). По-специално насоките са приложими към предлагането на инвестиционна услуга заедно с друга услуга или продукт като част от пакет или като условие за същото споразумение или пакет.
3. С оглед на горепосоченото определение, Европейският орган за ценни книжа и пазари (ESMA) би искал да припомни, че е възможно за всеки един от продуктите или услугите, предмет на кръстосана продажба от дружество, или за произтичащите от практики на кръстосани продажби пакети, да са приложими различни стандарти на стопанска дейност (както е изложено в секторните законодателни актове на ЕС, различни от ДПФИ II). Нищо от тези насоки не засяга задълженията на дружествата да спазват тези приложими изисквания.
4. Насоките са приложими към пакетни продукти и пакети, освен ако не са забранени по силата на което и да е законодателство, приложимо към продуктите или услугите, включени в пакета.

## 3 Адресати

5. Насоките са насочени към компетентните органи, осъществяващи пруденциален надзор над дружества, за които се прилагат следните директиви:
  - a. Директива за пазарите на финансови инструменти (преработен текст) (Директива 2014/65/ЕС – ДПФИ II);
  - b. Директива относно координирането на законовите, подзаконовите и административните разпоредби относно предприятията за колективно инвестиране в прехвърлими ценни книжа (Директива 2009/65/ЕО — Директива за ПКИПЦК);
  - c. Директивата относно лицата, управляващи алтернативни инвестиционни фондове (Директива 2011/61/ЕС — AIFMD).

## **4 Съответствие, задължения за докладване и дата на прилагане**

### ***Статут на насоките***

6. Тези насоки са издадени съгласно член 16 от Регламента за ESMA. В съответствие с алинея 3 от този член, компетентните органи полагат всички възможни усилия, за да спазват насоките. Компетентните органи, за които са приложими насоките, следва да постигнат съответствие, като ги включват в своите надзорни практики, ако е подходящо (напр. чрез изменение на регулаторната си рамка или на надзорните си процеси).
7. В съответствие с член 24, параграф 1 от ДПФИ II при разработване на насоките ESMA си сътрудничи с Европейския банков орган (ЕБО) и Европейския орган за застраховане и професионално пенсионно осигуряване (ЕИОРА).
8. Тези насоки влизат в сила на 3 януари 2018 г.

### ***Изисквания за докладване***

9. Компетентните органи, за които се прилагат настоящите насоки, трябва да уведомят ESMA дали изпълняват или възнамеряват да спазват насоките, като изложат причините си за неспазването в срок от два месеца след датата на публикуването от ESMA на [cross-selling1861@esma.europa.eu](mailto:cross-selling1861@esma.europa.eu). При отсъствие на отговор в този срок ще се счита, че компетентните органи не спазват насоките. На уебстраницата на ESMA е публикуван образец на уведомление.
10. Когато е полезно, към съдържащите се в параграфите по-долу насоки, са приложени един или повече примери. Примерите показват още по какъв начин дружествата могат да прилагат на практика всяка насока (изпълнявана от компетентните органи). Въпреки това може да има и други начини, които дружеството би могло да избере за прилагане на настоящите насоки на практика.

## 5 Определения

11. Освен ако не е посочено друго, термините, използвани в ДПФИ II, имат същото значение в настоящите насоки. В допълнение, за целите на настоящите насоки се прилагат следните определения:

<i>Дружества</i>	<p>Следните участници на финансовия пазар:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) инвестиционни посредници (съгласно определението в член 4, параграф 1, точка 1 от ДПФИ II);</li><li>b) кредитни институции (съгласно определението в член 4, параграф 1, точка 1 от Регламент (ЕС) № 575/2013) при предоставяне на инвестиционни услуги и дейности по смисъла на член 4, параграф 1, алинея 2 от ДПФИ II;</li><li>c) Управляващи дружества (съгласно определението в член 2, параграф 1, буква б) от Директива 2009/65/ЕО) при предоставяне на услуги съгласно член 6, параграф 3 от Директива 2009/65/ЕО; и</li><li>d) Външни лица, управляващи алтернативен инвестиционен фонд (ЛУАИФ) (съгласно определението в член 5, параграф 1, буква а) от Директива 2011/61/ЕС) при предоставяне на услуги съгласно член 6, параграф 4 от Директива 2011/61/ЕС; и</li></ul>
<i>Пакет</i>	<p>Пакет от продукти и/или услуги, при който всеки от предлаганите продукти или услуги е наличен поотделно, и при който клиентът запазва правото си на избор да закупи всеки един компонент от пакета поотделно от дружеството.</p>
<i>Пакетен продукт</i>	<p>Пакет продукти и/или услуги, при който най-малко един от предлаганите продукти или услуги не е наличен отделно за клиента на дружеството.</p>
<i>Съставен продукт</i>	<p>Отделният продукт и/или услуга, който представлява част от пакета или пакетния продукт.</p>

## 6 Насоки относно практики на кръстосани продажби

*Пълно разкриване на цената и информация за разходите*

### **Насока 1**

12. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите се предоставя информация за цената както на пакета, така и на неговите съставни продукти.
13. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите е предоставена ясна разбивка и съвкупност от всички съответни известни разходи, свързани с покупката на пакета и неговите съставни продукти — като например такси за администриране, такси за сделката и неустойки за предсрочно погасяване. Ако разходите не могат да бъдат изчислени предварително с точност, но независимо от това ще бъдат поети от клиентите след покупка на пакета, компетентният орган следва да изисква от дружеството да осигури оценка на тези разходи въз основа на разумни предположения.

### Нагледен пример

*При кръстосана продажба на лихвен суап с кредит с променлив лихвен процент, за да се позволи на клиента да хеджира риска на лихвения процент (т.е. клиентът разменя своите плащания с плаващ лихвен процент за плащания с фиксиран лихвен процент), дружеството осигурява ключова информация на клиента по всички аспекти от споразумението за замяна, което ще засегне материално крайната цена за клиента, като например потенциалното задължение за плащане от страна на клиента при промяна на лихвените проценти и таксите за предсрочно погасяване на договора за замяна.*

*Излагане на видно място и своевременно съобщаване на информацията за цената и разходите*

### **Насока 2**

14. Компетентните органи, които осъществяват надзор над дружества, разпространяващи пакетни продукти или пакети, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите се предоставя информация за цената и всички съответни разходи за пакета, и за всяка една от неговите части в достатъчен срок преди клиентът да сключи споразумението, така че той да може да вземе информирано решение.

### Насока 3

15. Компетентните органи, които осъществяват надзор над дружества, разпространяващи пакетни продукти или пакети, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите се предоставя информация за цената и разходите за пакета, и неговите съставни продукти ясно и точно и по разбираем начин (като е обяснена всяка техническа терминология).
16. Компетентните органи, които осъществяват надзор над дружества, разпространяващи пакетни продукти или пакети, следва да изискват от дружествата да гарантират, че когато рекламират който и да е от съставните продукти, формиращи пакетни продукти или пакети, дружествата гарантират еднаква видимост на информацията за цената и разходите за тези съставни продукти, така че клиентът точно и бързо да разбере какво е тяхното въздействие върху разходите в резултат на закупуването на частите като пакет.

#### Нагледни примери

- 1) *Във всички използвани от дружеството маркетингови съобщения се използва еднакъв шрифт за съобщаване на съответната информация за цената и разходите за всеки от съставните продукти, продаван под формата на пакет. Съответната информация за някои от съставните продукти не се подчертава допълнително посредством по-голям или удебелен шрифт.*
- 2) *Ако продажбата се извършва по интернет или посредством друг канал без прякото участие на продавач, информацията за цената и разходите и на двата продукта, образуващи пакета, се появява едновременно на съответните уебстраници и клиентите имат възможността лесно да я прочетат, т.е. информацията за цената и разходите на всеки продукт, образуващ част от пакета, не се поставя или „скрива“ в долната част от формуляра за онлайн продажби на дружеството.*

### Насока 4

17. Компетентните органи, които осъществяват надзор над дружествата, разпространяващи пакетни продукти или пакети, следва да изискват от дружествата да гарантират, че информацията за цената и разходите е представена на клиентите по начин, който не е подвеждащ и не нарушава или не прикрива реалните разходи за клиента, нито възпрепятства разумното сравнение с алтернативни продукти.

*Пълно разкриване на ключова информация за характеристики и рискове, които не са свързани с цената, ако е приложимо*

## **Насока 5**

18. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите е предоставена ключова информация относно характеристики и рискове, които не са свързани с цената, ако е приложимо, и относно всеки от съставните продукти и пакета, включително по-специално информацията за начина, по който рисковете се променят в резултат на покупката на пакет, а не на всеки от компонентните поотделно.

### Нагледен пример

*Дружество предлага спестовна сметка с преференциален лихвен процент само когато е закупена със структурирана облигация. В този случай нивото на риска на този общ пакет е различно от рисковете, свързани само със спестовната сметка: първоначалният капитал в спестовна сметка е гарантиран, като единствената променлива е платената лихва. Но инвестициите в структуриран инвестиционен продукт първоначален капитал може да не е гарантиран, следователно би могъл да бъде частично или напълно изгубен. В такъв пример рисковите профили на компонентите явно са много различни и, ако бъдат комбинирани, нивото на риска за свързания със структурирания продукт компонент би могло да намали сигурността на компонента на спестовния продукт дотолкова, че цялостният рисков профил на пакета значително да се увеличи. Дружеството ясно уведомява клиента за начина, по който рискът се променя в резултат на закупуването на пакет вместо на всеки от компонентните поотделно.*

*Излагане на видно място и съвременно съобщаване на информацията за характеристики и рискове, които не са свързани с цената, ако е приложимо*

## **Насока 6**

19. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите се разясняват неценовите фактори и съответните рискове със същата яснота и тежест, както и цената и разходите за съставните продукти или пакетите/пакетните продукти, и че за тях следва по разбираем начин да бъде предоставено разяснение (като бъде обяснена всяка техническа терминология) своевременно преди сключване на споразумението от клиента.
20. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите се предоставя информация за неценовите фактори и съответните рискове по начин, който не е подвеждащ и който не нарушава въздействието на тези фактори по отношение на клиента.



### Нагледни примери

- 1) Дружеството насочва вниманието на клиента към ограниченията и рисковете (ако е приложимо) на пакета или пакетния продукт и съставните продукти и му разяснява съответната информация, в която са изложени ключовите ползи, ограничения и рискове (ако е приложимо) на пакета и съставните продукти. Продавачът внимателно и своевременно (т.е. преди клиентът да сключи споразумението) обяснява по какъв начин неценовите фактори се променят съществено според: i) това дали се купува съставен продукт, и ii) кой компонент се избира. Дружеството предупреждава клиента, купуващ пакетния продукт, за общите ползи, ограничения и рискове (ако е приложимо) на пакета.
- 2) Дружеството се въздържа от това да разчита изключително на общо пазоваване на своите условия, за да насочи вниманието на клиентите или да им разкрие неценова информация. Вместо това дружеството обяснява рисковете (ако е приложимо) и неценовата информация на клиента по прост начин.

*Излагане на видно място и своевременно съобщаване на „незадължителната покупка“*

### **Насока 7**

21. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че на клиентите е предоставена подходяща информация за това дали е възможно да закупят компонентите поотделно — т.е. дали клиентите имат избор от продукти, които могат да купят, или доколкото това е разрешено съгласно секторните законодателни актове, дали трябва да бъде закупен един от съставните продукти, за да получи клиентът правото да закупи един от другите продукти на дружеството.
22. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че те изготвят своите варианти за покупка по начин, който позволява на клиентите активно да избират какво да закупят и следователно да вземат съзнателно решение за купуване на съставен продукт или пакет. Следователно компетентните органи следва да изискват от дружествата да гарантират, че предварително отбелязаните полета (онлайн или във всякакъв друг документ за продажба) не се използват от дружествата, когато извършват кръстосана продажба на един продукт или услуга с друг/а.
23. Компетентните органи, които осъществяват надзор над дружества, разпространяващи пакетни продукти или пакети, следва да изискват от дружествата също да гарантират, че те представят своите варианти за продажба по начин, при който се избягва създаването на погрешното впечатление, че покупката на пакета е задължителна, когато всъщност тя е незадължителна.

#### Нагледни примери

- 1) Дружество предлага набор от различни инвестиционни продукти. Дружеството ясно изброява вариантите за клиента. Например, ясно е че клиентът разполага с варианта да закупи услуга, свързана единствено с изпълнение, без допълнителни продукти, като например пазарни данни и финансов анализ. По подобен начин е ясно дали изборът на клиента е ограничен до конкретни пакети от съставни продукти или дали той/тя може свободно да избира кои от тях да комбинира.
- 2) Възможността за покупка на пакет за извършване единствено на проучване на услуга и на пазари на уеб страниците за продажба на дружеството е оставена празна. Клиентът трябва да избере покупката, като натисне „да“, за да отговори на обикновен въпрос, свързан с това дали клиентът желае да купи допълнителен продукт (в конкретния случай проучването на пазара) в допълнение към „основния“ продукт.

*Подходящо обучение на съответния персонал*

#### **Насока 8**

24. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че персоналят, отговарящ за разпространението на всеки от продаваните като част от пакет продукти, преминава подходящо обучение, включително междусекторно обучение, ако е приложимо. При обучението на персонала следва да се гарантира, че персоналят е запознат с рисковете, ако е приложимо, на съставните продукти и пакета или пакетния продукт, и че може да ги обясни на клиентите по прост (нетехнически) начин.

*Конфликти на интереси в структурите на заплащане на персонала, извършващ продажби*

#### **Насока 9**

25. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че са налице и подлежат на наблюдение от висшето ръководство подходящи модели на възнаграждение и стимули за продажби, които насърчават отговорно бизнес поведение, справедливо третиране на клиенти и избягване на конфликти на интереси за персонала, който продава пакетните продукти или пакетите.

### Нагледни примери

- 1) Дружеството се въздържа от прилагане на политики на възнаграждение, практики и основани на резултатите състезания, които насърчават персонала, извършващ продажби, чието възнаграждение е основано на комисионна, да „насилват“ продажбата на пакета, като тези практики следователно може да насърчат ненужни/неподходящи продажби или на компонент, или на самия пакет. Например ако персоналът, извършващ продажби, е стимулиран да извършва кръстосана продажба на кредит с брокерска сметка, в резултат на тази структура на възнаграждение би възникнал риск от стимулиране на потенциално неправомерна продажба на кредита, а оттам и на пакета.
- 2) Дружеството избягва политики и практики на възнаграждение, които съществено намаляват основното възнаграждение на персонала, извършващ продажби, ако не е постигната дадената цел за продажби във връзка с пакета/пакетния продукт, като по този начин намаляват риска от неподходящи продажби на пакета от страна на продавача с цел да избегне такива последствия.
- 3) Дружеството избягва намаляването на плащането на бонуси или стимули, спечелени от извършващия продажби персонал, поради това, че не е постигната цел за продажба или праг за пакета.

*Права за разваляне на договора след продажба*

### **Насока 10**

26. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че когато за един или повече компонентни от пакета са приложими „срокове за отказ“ или права за разваляне на договора след продажба (ако компонентите се продават самостоятелно), тези права следва да продължават да се прилагат за компонентите от този пакет.
27. Компетентните органи, които осъществяват надзор над разпространяващи пакетни продукти или пакети дружества, следва да изискват от дружествата да гарантират, че впоследствие на клиентите се разрешава да разделят продуктите, включени в една оферта за кръстосана продажба, без непропорционални неустойки — освен ако няма основателни причини това да не е възможно.

## 7 Примери за пагубни практики на кръстосани продажби

28. В примерите по-долу е посочен, съгласно член 21, параграф 11 от ДПФИ II, неизчерпателен списък със ситуации, в които практиките на кръстосани продажби не са в съответствие със задълженията, изложени в член 21, параграф 1 от ДПФИ II.

### Примери с пагубни парични последици

#### Пример 1

Предлагане на два продукта заедно в пакет, когато цената на офертата е по-висока от цената на всяка част поотделно, предлагана от същото дружество (при условие че продуктите имат напълно еднакви характеристики и в двата случая).

#### Пример 2

Убеждаване на клиент да закупи оферта за кръстосано плащане чрез рекламиране/популяризиране на факта, че, считано от датата на продажбата, общата сума на разходите и таксите, платими от клиента, е по-ниска от общата цена на всеки компонент, продаван поотделно, като всъщност вече е планирано сумата на разходите и таксите да бъде увеличена след известен период, например докато не бъдат събрани разходите/таксите за обслужване.

#### Пример 3

Пропускане на връщането на дял от пропорционалната част от предварително платената премия по застрахователен компонент от пакет във връзка с прекратяването на инвестиционна услуга, продадена заедно с него, когато застрахователният продукт вече не е валиден.

### Пример с неблагоприятно последици, включващо намалена мобилност

#### Пример 4

Налагане на непропорционални неустойки за преждевременно прекратяване на допълнителен застрахователен продукт, ако клиентът желае да замени предлаганото от алтернативен доставчик покритие, или заплашване с прекратяване на договорното отношение във връзка с друг продукт, включен в пакета.

### Пример за покупка на нежелани или ненужни продукти

#### Пример 5

Предлагане на продукт, съчетан с друг продукт, който не е поискан от клиента, когато дружеството знае или би следвало да знае, че продуктът ненужно дублира друг продукт, който клиентът вече има и от който не може да извлече полза (включително защото клиентът не отговаря на условията).