

Finansdepartementet

105 33 Stockholm

registrator@finance.ministry.se

Remissyttrande över Europeiska kommissionens förslag till direktiv om marknader för finansiella instrument (MiFID II)

Svenska försäkringsförmedlares förening (Sfm) har beretts tillfälle yttra sig över rubricerade förslag.

Sfm är branschorganisationen för rådgivare och distributörer av försäkring och finansiella produkter inom försäkring, vilka inte nödvändigt har anknytning till viss produkt eller viss produktproducent. Sfm företräder ca 1600 fysiska förmedlare anställda i ca 370 företag. Av de som kan ingå som medlemmar i vår organisation bedömer vi att ungefär 65 % valt att ansluta sig.

Vi lämnar synpunkter över förslaget framförallt i den del som avser distribution av finansiella produkter samt rådgivningen av dessa, särskilt i vad avser reglering av intressekonflikter.

Allmänt

Sfm delar förslagets ambitioner, särskilt när det gäller önskvärdheten av en ökad konkurrens. Sådan kan bli till om regelverket på marknaden uppmuntrar till aktivitet. Vår uppfattning är att konsumenterna gynnas när marknaden är transaktionsintensiv och konkurrensen får ske på lika villkor mellan olika affärsmodeller och aktörer.

Det är angeläget att de regler som skall och måste finnas är proportionella, har precis träffyta, rejäl kalkylerad verkningsgrad och tillika är marknadsanpassade. Problem vars omfattning inte är klarlagda får inte föranleda till långtgående regler som inskränker marknads funktion och effektivitet. Marknadsaktörer som inte iakttar regelverket skall i första hand åtgärdas genom tillsyn. Bristfällig eller eftersatt tillsyn bör inte kompenseras genom lagändringar av inskränkande natur som drabbar också skötsamma aktörer. Det friska får inte offras för att komma åt det sjuka!

Sfm anser att finanskriserna riskerar motivera en ymnighet i produktion av nya regler trots att flertalet av de regler som föreslås nog inte hade förhindrat finanskrisen. Kostnaderna för regelefterlevnad har ökat dramatiskt, det är angeläget att inte finansiella verksamheter belastas med regler för säker-

hets skull. Kostnaden för dessa skall ju slutligt bäras av kund och det mest grundläggande konsumentskyddet torde bestå i att konsumenterna har råd med de produkter marknaden erbjuder och som motsvarar konsumentens behov. Innan ytterligare regler – som inte ersätter gamla – tillförs området bör proponenten besvara frågan; vilken kostnad innebär en ny eller ytterligare reglering och vilken kundnytta eller potentiell utebliven skada för konsumenterna motiverar eller uppväger kostnaden?

Finansbranschen har betraktats som ett helt ur risksynpunkt, något som innebär en felsyn. Aktiviteter som förekommer inom det finansiella området har mycket olika riskprofil och fordrar en kalibrering av regelverket, med hänsyn tagen därtill. Det är således en betydande skillnad i vad avser risk mellan utställaren av en finansiell produkt och rådgivaren/förmedlaren av den. Det är också skillnader mellan små och stora företag. Att lagstiftningen på området har som uttalad ambition att verka proportionellt är därför av avgörande betydelse för hur marknaderna skall utvecklas och vilken marknadstäckning finanssektorn kommer att ha, inte minst gäller detta distributionen av finansiella produkter där marknadstäckningen förutsätter att verksamheten kan bedrivas utan orimlig overhead i form av compliance och rapportering.

Vid distribution av finansiella produkter finns ett samband mellan tid och intäkt som saknas i andra verksamheter under tillsyn. Det är därför angeläget att lagstiftaren formar ett regelverk som inte lägger det stora företags perspektiv på den mindre aktörens verksamhet.

En stor del av rådgivningen och distributionen av finansiella produkter som förmedlas till konsument handhas av genuina småföretag. Dessa har möjlighet att täcka de flesta orter i landet till följd av låga etableringskostnader och ett brett sortiment av produkter och leverantörer. De flesta försäkringsbolag (och även alltfler banker) har stängt ned verksamheten på små orter. Fortfarande finns dock försäkringsförmedlare kvar på mindre orter, dessa kan välja finansiella produkter från de flesta leverantörers erbjudande och det är mer än angeläget att de kan fortsätta betjäna orter med begränsat befolkningsunderlag ort utan att behöva knytas till en produktleverantör. En regelorsakad utveckling mot koncentration av distributionsmarknaden för finansiella produkter till aktörer som representerar bara en produktleverantör är inte i konsumentintresset. Det är därför viktigt att kolliderande ambitioner i vad avser marknad och intressekonflikter hanteras med omdöme. En ensidig betoning på en faktor i en så komplicerad verksamhet som distribution och rådgivning riskerar inverka menligt på omfattningen av marknadens erbjudande, därmed funktion och till nackdel för konsumenterna.

Förmedling av finansiella produkter har hittills skett och kommer av allt att döma att i huvudsak ske genom finansiering ur produkten, det är inte realistiskt att separera distributions- och produktkostnad. Om detta är de flesta bedömare ense (se PwC nyligen lämnade rapport till kommissionen ”Study on the impact of the revision of the Insurance Mediation Directive). Om så sker kommer konsumenter att söka råd hos produktproducenterna, vars kostnad medger produktfinansiering, i tron att sådan innebär en rabatt visavi oberoende rådgivning. Neutralitet i ersättningsformer mellan konkurrerande kanaler är en förutsättning för en fungerande marknad med bredast möjliga erbjudande. Detta gäller i mer än hög grad för konsumentsegmentet. För högre marknadssegment spelar ersättnings-/finansieringsformen mindre roll men den produktfinansierade distributionen har effektivitetsfördelar i form av låga administrationskostnader och utvecklat systemstöd, särskilt gäller detta produkter för breddmarknaden med förhållandevis låga sparpremier, vars utbyte fordrar låga avbränningar i form av avgifter och för vilka standardiseringen inte motiverar separat fakturering för rådgiv-

ning/distribution. Särskilt angelägen är finansieringen ur produkten när distribution sker anonymt efter rådgivning interaktivt via internet, en hel affärsmodell äventyras om lagstiftningen här förhindrar en fortsatt önskvärd utveckling. Mekaniserad men individualiserad rådgivning via interaktiva sajter kommer sannolikt att utgöra den mest kostnadseffektiva förmedlingskanalen för löntagarens sparande i finansiella produkter. Det är angeläget att inte omfattningen av den aktuella sajten erbjudande bestäms av ersättningsbestämmelserna i MiFID II. Och det vore en mycket olycklig utveckling om rådgivningen och förmedlingen till konsument/finansiella lekmän – en grupp som mer än andra behöver råd och vägledning i finansiella frågor – monopoliserades till säljkanaler som har skyldighet att iakttaga produktproducenternas intressen. En sådan utveckling ligger i vare sig marknadens eller konsumentens intresse.

Finansieringsformer

Förmedling och rådgivning är professionella aktiviteter som skapar värde och därför skall ersättas. Förmedlingsmarknaden uppvisar ett flertal ersättningsformer. Den absolut vanligaste är provisionsformen (inom EU ca 78 %), särskilt gäller förhållandet produkter med hög standardiseringsgrad som förmedlas till privatpersoner. För högre segment i marknaden förekommer arvodering (inom EU ca 20 %), likaså provisionsåterbäring till uppdragsgivare med senare ersättning/avräkning för utförda tjänster. Provisionsformen är etablerad och beprövad, kostnadseffektiv, har ett väl utvecklat systemstöd, fordrar inte moms-bedömning av respektive tjänst och utgör en billig administration för intermediären, vilket medger fördelar i vad avser totalkostnaden i kundledet.

Särskilt om provisionsformen

Olika produkter ger olika ersättning, förhållandet gäller oavsett distributionskanal. På senare tid har röster höjts som menar att ersättningsformen i sig riskerar kundintresset. Sfm:s mening är att en professionell förmedlare har ett stort antal intressekonflikter att hantera varav ersättningen är en. Det är enligt vår mening inte visat annat än att provisionsformen fungerat väl i det allt övervägande antalet fall och väl låtit sig förenas med kundnytta. För fall provisionsformen i sig inte skulle anses förenlig med en sund utveckling av rådgivningsmarknaden måste förhållandet anses gälla generellt oavsett distributionskanal. Risker att säljaren eller ombudet som representerar ett produktbolag rådgiver kunden att teckna sig för produkt som ger den högre provisionen bland alternativa produkter hos samma bolag är av förklarliga skäl densamma som att förmedlaren gör det bland mängden produkter hos mängden bolag?! Att särskilja produktberoende förmedling från den produktberoende i nämnda hänseende framstår som resultat av en reflex snarare än eftertanke och riskerar styra rådgivningsmarknaden för konsumenter till de produktanknutna verksamheterna.

Oberoende och finansieringsform

Sfm ser inget skäl till att rådgivare som har den vidaste tjänsten måste tillämpa en finansieringsform som realiter utesluter de som bäst behöver oberoende råd från tjänsten. Varför skall aktörer som tillhandahåller marknaden ett icke tillräckligt antal alternativ privilegieras i ersättningshänseende? Sådana regler driver utvecklingen i fel riktning. Som tidigare nämnts spelar ersättningsformen ingen eller liten roll för översegmentet i marknaden. Detta har dock redan ett överflöd av rådgivning och som regel kan mottagarna av råden ta tillvara sina intressen med framgång. Det är angeläget att oberoende rådgivning kan ske till den del av breddmarknaden som har störst behov men p.g.a bristande lönsamhet idag inte får råd; dessa som t ex är föremål för ett pensionssystem som fordrar val. Den föreslagna begränsningen innebär att förmedlingsverksamhet inte kan ske med enbart kundens bästa

för ögonen. Förmedlare som vill kunna tillämpa produktfinansierad rådgivning och förmedling måste träffa avtal med produktleverantör och ikläda sig skyldigheter mot denne för att kunna tillämpa affärsmodellen - något som undantar att kundintresset sätts i första hand. Särskilt gäller detta om produktfinansieringen är en förutsättning för att få betjäna marknaden. Detta är enligt vår mening inte i konsumenternas intresse. Det är tvärtom så att om konsumenterna skall kunna dra fördel av och få nytta av mellanmannens kommersiella styrka den senare måste kunna förhandla priser och villkor med leverantören utifrån ett oberoendeperspektiv – lojalitet hos förmedlaren genom avtalsbundenhet med produktintresset gynnar av förklarliga skäl inte utfallet av en sådan förhandling. Förbudet mot provision ur den förmedlade produkten vid oberoende förmedling orsakar därför högre priser och minskar konkurrensen. Distributionen knyts till produktintresset och förmedlaren blir företrädare för detta istället för att kunna förmå sina intressen med sin uppdragsgivares. Härigenom riskerar det goda att bli det bästas fiende. Sfm anser att finansieringsformen skall vara en avtalsfråga mellan förmedlaren och hans motparter. Ingen finansieringsform skall uteslutas så länge den är transparent mellan parterna. Och den förmedlade produkten är den finansieringsform som orsakar minst kostnader och administration för både förmedlare och kund. Det är särskilt angeläget att kostnadseffektiva former för oberoende rådgivning och förmedling som börjar få spridning inte hämmas i sin utveckling genom att tillgången till finansiering stängs. PwC uppger i sin undersökning av den europeiska förmedlarmarknaden att ställkostnaden för rådgivning på den brittiska marknaden nu uppgår till dryga 7000 kr. En sådan prisnivå medför att personlig rådgivning kommer att företrädesvis nyttjas av betalningsstarka segment. Dock är behovet av råd störst inom segment av marknaden som saknar betalningsförmåga eller, än mer, betalningsvilja. Dessa behöver oberoende råd. Redan idag finns verktyg som medger identifiering av riskpreferens och omvandling av sådan till produkt. Det ligger i allas intresse att finansieringen av sådan aktivitet kan ske med skalfördelar ur de produkter som faktiskt förmedlas. Att söka ordna ett faktureringsystem blir för dyrt, ger inga skalfördelar och avhåller behövande från att söka råd och biträde. Här bör också erinras om att förmedlingsföretaget kan tillhandahålla även produktbolaget tjänster och ersättas för detta. Inte minst förekommer det att vid större upphandlingar förmedlingsföretaget sätter en standard som produktleverantörerna har att iakttaga. De senare erlägger i vissa fall ersättning oberoende av förmedlad affär för en struktur som ger service till produktbolagets sparare. Det är angeläget att aktörerna är fria att finna ut den mest kostnadseffektiva ordningen när det gäller att fördela service till kunderna sig emellan. Samma gäller för utländska produktleverantörer med ett bestånd svensk affär som inte medger en utbyggd administration. Det är angeläget att dessa kan avtala med en svensk förmedlare om biträde med kundcenter etc utan att fördenskull ordningen omöjliggör för uppdragstagaren att beteckna sig oberoende.

Definition av oberoende

När rådgivaren informerar kunden att rådgivningen sker på oberoende grund skall enligt Artikel 24.5(i) rådgivaren pröva (assess) och presentera uppdragsgivaren ett tillräckligt antal på marknaden förekommande produkter. Det framgår inte om antalet produkter i sig konstituerar oberoendet eller om oberoendedefinitionen aktualiseras först genom rådgivarens intention och därefter uppfyllande av förpliktelsen att inte begränsa erbjudandet till ett icke tillräckligt antal produkter. Kan t ex rådgivaren med avsikt undanhålla uppgiften att rådgivningen sker på oberoende grund men ändå tillhandahålla ett tillräckligt antal produkter för att grunda oberoende, utan att åtgärden föranleder till rubriceringen ”oberoende” med de rättsföljder som för sådant fall blir aktuella? Detta bör klargöras i lagstiftningen.

Alternativt bör övervägas att överge oberoendebeteckningen och istället använda opartiskhet som kriterium. Så sker ju inom förmedlingslagstiftningen och kravet om opartiskhet går språkligt längre än en oberoendedefinition som tar sin utgångspunkt i antalet presenterade alternativ. Krav på opartiskhet är därvid att föredra.

Vidareföring av information

Förmedlare fungerar ofta som en mellanled produktbolag/kund. Artikel 24.3 bör explicit föreskriva att företag med licens enligt artikel 3 endast vidareförmedlar information, alltså sådan som produktbolaget tillhandahåller.

Förmedling utan föregående rådgivning

Avfattningen av förslaget verkar utgå från att vidareförmedling av order enbart sker i samband med rådgivning. Sfm har uppfattningen att tjänsterna inte behöver förutsättas sammankopplade. Skrivningen bör ta höjd för förhållandet.

Rekommenderade ändringar i föreliggande förslag

Kategorisering efter behov

Det är angeläget att rådgivningen kan ske i former som är anpassade till den faktiskt föreliggande situationen. Rådgivaren bör beteckna sin tjänst till respektive uppdragsgivare per uppdrag/affär. Det är m a o fullt tänkbart att för ett uppdrag tjänsten utförs oberoende under det att förmedlaren i ett annat uppträder som ombud. Vad som är viktigt är att reglerna medger ordningen samt att rådgivaren klargör sin tjänst/kapacitet för varje särskilt fall. För Artikel 24 p 3 föreslås följande lydelse;

*Appropriate information shall be provided, **on a case-by- case, contract by contract basis**, to clients or potential clients about:*

Best interest

Parterna i rådgivningsavtalet har intressen vilka är legitima och vilka kan och måste harmoniera. Rådgivaren som förmedlar finansiella produkter bör åläggas att sätta uppdragsgivarens intresse före det egna, i fall de är i konflikt, alternativt ge uppdragsgivaren besked att uppdraget inte kan fullföljas om inte en jämkning kan ske för att också tillgodose även rådgivarens intressen. Vad som är viktigt är att problematiken klargörs för uppdragsgivaren på ett transparent sätt. Vi önskar därför modifiera Artikel 24 p 1 enligt nedan;

*Member States shall require that, when providing investment services or, where appropriate, ancillary services to clients, an investment firm acts honestly, fairly and professionally ~~in accordance with the best~~ **taking into account the rights and** interests of its clients and comply, in particular, with the principles set out in this Article and in Article 25.*

Information och ersättning

Artikel 24 punkten 5 föreslås få följande lydelse;

When the investment firm informs the client, **on a case-by-case basis**, that investment advice is provided: **-on a broad analysis of the market, the firm shall:**

- (i) ~~shall~~ assess a sufficiently large number of financial instruments available on the market. The financial instruments should be diversified with regard to their type and issuers or product providers and should not be limited to financial instruments issued or provided by entities having close links with the investment firm,
- (ii) ***indicate whether or not fees, commissions or any monetary benefits paid or provided by any third party or a person acting on behalf of a third party in relation to the provision of the service to clients will be received or whether the advice will be paid by the client only or a combination of both.***

- on a restricted analysis of the market or product or providers range, the firm shall:

(i) indicate what the range of products or firms is from which advice is provided and shall, provide the names of the investment firms with which he may and does conduct business. In the case where advice is provided on the basis of a range of products from one provider, the firm shall explicitly inform the client about this.

(ii) declare whether or not fees, commissions or any monetary benefits paid or provided by any third party or a person acting on behalf of a third party in relation to the provision of the service to clients will be received or whether the advice will be paid by the client only or a combination of both."

Stockholm den 15 december 2011

Per Andelius
VD