

Till:
Finansdepartementet:
Finansmarknadsavdelningen
E-post: Departementssekreterare,
moa.langemark@regeringskansliet.se

Datum: 2020-10-06

Synpunkter

Dnr. *Ej tillämpligt*

Synpunkter med anledning av Digital Finance Package

Svenska försäkringsförmedlares förening (SFM) har fått möjlighet att lämna synpunkter med anledning av att EU-kommissionen den 24 sep 2020 presenterat en digital strategi för EU "Digital Finance Package"¹. I förslaget ingår en strategi som syftar till att ta till vara den digitala utvecklingen på finansmarknaden till förmån för konsumenter och företag samt en strategi för betalningar.² Strategin innehåller också två lagförslag; nya regler för kryptotillgångar och en ny förordning för att stärka finansmarknadens operationella motståndskraft (cybersäkerhet).

SFM är positiva till en digital utveckling inom EU och medlemsstaterna som leder till bättre situation för konsumenter i stort och för försäkringsförmedlarnas kunder specifikt. Försäkringsförmedlarbranschen och förmedlarna har under lång tid använt och utnyttjat teknik för att optimera transaktionernas hastighet, rörlighet, effektivitet och spårbarhet. Teknik är således redan idag en integrerad del i en försäkringsförmedlares funktion men där den mänskliga kontakten och personliga servicen i rådgivning är viktig i värdekedjan.

Övergripande synpunkter om fördelar och nackdelar vid digitalisering

Fördelar för konsumenter: one-stop-shop, användbarhet dygnet runt, intrakund-nätverk, innovativa och interaktiva finansiella verktyg för kunder (uppkopplade kanaler för transaktioner, rådgivning, informationsutbyte etc.), bättre användarupplevelser, innovativa produkter, relevanta och aktuella tjänster (t.ex. endast digitala) skräddarsydda för kundernas behov, möjligheter till ekonomisk inkludering, snabbare och effektivare processer för kundkännedom.

Utmaningar för konsumenter: digitala finansiella tjänster bör vara enkla att använda och problemfri, brist på digital kompetens (eller till och med tillgång till internet) kan leda till ekonomisk utestängning (konsumenter som inte kan hålla jämna steg med innovationen i marknaden kommer att lämnas kvar och de kan få tjänster på mindre gynnsamma villkor), behandling och användning av personliga och icke-personliga uppgifter.

I ett digitalt sammanhang uppstår farhågor när det gäller principen om ändamålsbegränsning, dataminimeringsprincipen och rätten att glömmas bort. EDPB-vägledning³ om hur företag kan följa dessa regler i ett digitalt sammanhang skulle vara välkomna.

¹ Brussels, 24.9.2020 COM(2020) 591 final COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS on a Digital Finance Strategy for the EU.

² "A Digital Finance Strategy: towards a European financial data space - new ways of channelling funding to SMEs - better financial products for consumers".

³ Jfr. https://edpb.europa.eu/our-work-tools/general-guidance/gdpr-guidelines-recommendations-best-practices_sv

Dessutom vill vi betona ett marknadsproblem - riskerna med koncentrationer i marknaden kan leda till en långvarig koncentrationsrisk i branschen, som påverkar både små företag och förmedlare. I slutändan skulle det vara kunderna som betalar priset för en potentiell oligopolutveckling.

“Samma regler för likadana risker och ageranden”

SFM anser att de befintliga finansiella reglerna för distribution av försäkrings- och investeringsprodukter idag är teknikneutrala och därmed lämpliga för att möjliggöra en teknisk och digital utveckling av sektorn. Det är därför viktigt att ett konsekvent, öppet och tydligt regelverk bör upprätthållas för marknaden i stort där regler som ökar den administrativa bördan för företag, särskilt små och medelstora företag, tas bort. I sammanhanget är det också viktigt att poängtera att aktörer på den finansiella marknaden agerar på lika marknadsvillkor och att tillståndspliktig verksamhet förutsätter just tillstånd från myndigheter. Det är därför viktigt att digitala aktörer som utgör ett led i försäkringsdistributionen lyder under samma regler⁴ som de försäkringsföretag och försäkringsförmedlare som inte uteslutande består i en digital plattform. Såsom ”the expert group on Regulatory Obstacles to Financial Innovation”⁵ noterar⁶, anser även SFM att flera av de möjliga riskerna som uppstår på grund av teknisk utveckling inte skiljer sig från de risker som uppstår i mer traditionell finansiell verksamhet. Därav behovet av lika villkor mellan företag inom finansiella tjänster och företag inom digital teknik.

Det är i sammanhanget även viktigt för lagstiftare och tillsynsmyndigheter att idag och framöver särskilja på just sådan försäkring som är en viktig del för ”Digital Finance Package, livförsäkring med sparande, och övrig försäkring som inte är en del av paketet. För dessa två olika delar gör sig inte samma regler gällande idag och bör heller inte göra det imorgon.

Utbyte av data på kundens villkor

Regelverken är utformade för att vara teknikneutrala, vilket även gäller för GDPR⁷ (. Detta är en viktig princip som även bör vara rådande i framtida strategier för EU:s arbete. Cybersäkerhetsrisker är att ta på allvar i syfte att skydda data i förtroende mot kund. Genom att säkerställa en säker affärsmiljö anser SFM att konsument- och investerarskyddet kan förbättras. Vi måste skapa förutsättningar för utbyte av data som sker på kundens villkor och utifrån att det är kundens val av vilka och hur kunddata ska hanteras, från kontaktuppgifter till aggregerat beteendedata.

Konsumentskydd

En avslutande kommentar till den digitala strategiska agendan är att ett visst mått av försiktighet är påkallat med hänsyn till konsumentskyddet i Sverige. Vi är mitt i en pandemi som, fel hanterat i investeringshänseende i april 2020, kunnat realisera enorma förluster för kunder i allmänhet och konsumenter för deras pensionssparande. SFM är övertygad om att digitalisering skapar förutsättningar för ökad pedagogik till konsumenter om hur finansmarknaden fungerar men att uteslutande förlita sig på t.ex. en robotrådgivare eller en förvaltd fond som uteslutande utgår från en algoritm kan mycket väl leda till åtgärder för sparare som inte är ändamålsenliga beroende på vilken sparhorisont kunden har. En liten del av strategin inkluderar även insatser för att höja den finansiella kunskapen⁸, vilket SFM som

⁴ EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV (EU) 2016/97 av den 20 januari 2016 om försäkringsdistribution (IDD).

⁵ Final report of the Expert Group on Regulatory Obstacles to Financial Innovation: 30 recommendations on regulation, innovation and finance.

⁶ ”...many of the potential risks emerging as a consequence of the use of FinTech are no different from the risks caused by the provision of financial services using more traditional means...”

⁷ EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG.

⁸ ”Financial literacy”.

medlem i "Gilla din ekonomi" ser som en viktigare pusselbit än vad den kanske framstår som i strategidokumentet. En viktig del i uppdraget som en försäkringsförmedlare har, är att öka kundens förståelse för investeringen, riskerna och andra viktiga aspekter vid exempelvis långsiktigt pensionssparande. Detta värde skapas redan idag i fysiska och digitala kundmöten, vilket framtidens strategi bör hörsamma.