

SFM Vägledning Liv

SFM

SVENSKA
FÖRSÄKRINGSFÖRMEDLARES
FÖRENING

Innehåll:

Förord.....	2
Vägledning för försäkringsförmedlare som även är anknutna ombud.....	3
Vägledning för försäkringsförmedlare vid distribution av strukturerade produkter till konsumenter.....	5
Vägledning för stärkt konsumentskydd.....	7
Kontaktuppgifter.....	10

Förord

Försäkringsförmedlare har en nyckelroll på försäkringsmarknaden och bidrar i hög grad till en ökad konkurrens på försäkringsområdet. Försäkringsförmedlarnas kunder ska känna sig trygga, vara nöjda och de ska få tillgång till försäkringar som erbjuds i konkurrens och därför till pressade priser. På så sätt tillför försäkringsförmedling ett stort värde till kunder och samhällsekonomin.

Svenska försäkringsförmedlares föreningen (SFM) är branschorganisationen för försäkringsförmedlare i Sverige. SFM representerar försäkringsförmedlares intressen inom såväl sak- som livförsäkring. SFM har ca 1 900 förmedlare respektive ca 150 bolag som medlemmar varav 1/3 sakförsäkringsförmedlare och 2/3 livförsäkringsförmedlare. Som branschorganisation verkar därför SFM för ett stort förtroende och en enklare vardag för försäkringsförmedlare samt för en kvalitativ plattform för lärande.

Försäkringsförmedling förutsätter högt förtroende från marknaden och genom vägledning till branschen skapas förutsättningar för ett starkare och mer enhetligt skydd för kunderna. Genom samarbete mellan representanter från medlemmarna har SFM arbetat fram denna vägledning som beretts via Forum för Livförsäkring och varit föremål för remiss till samtliga medlemmar. Vägledningen förvaltas av förmedlarbranschen via SFM och förhoppningen är att den är till praktisk nytta och att alla som tillämpar den är med och bidrar till utvecklingen genom att kontakta SFM:s kansli om det finns förslag på förbättringar.

SFM rekommenderar medlemmar att tillämpa vägledningarna men det hindrar inte andra aktörer på marknaden att tillämpa den om de så önskar och finner det lämpligt i sin verksamhet.

Vägledning för försäkringsförmedlare som även är anknutna ombud

Vägledning för försäkringsförmedlare som även är anknutna ombud (SFM 2020-01)

Som utgångspunkt betraktar SFM varje aktivitet som en försäkringsförmedlare utför inom ramen för en försäkring med stöd av LFD 1 kap. 1 §, som försäkringsdistribution. En försäkringsförmedlare kan exempelvis ta emot och vidarebefordra order till ett försäkringsbolag. För det fall att bolaget som är försäkringsförmedlaren även har rätt att utföra värdepappers-tjänster genom att vara anknutet ombud till ett värdepappersbolag under lag om värdepappersmarknaden, kan det uppstå frågor vad gäller kundansvaret. Om kunden har olika rättigheter mot ett sådant bolag tillika rådgivare som är både försäkringsförmedlare och anknutet ombud, är det viktigt att bolaget säkerställer att kunden är medveten om skillnaden i skyddet samt att detta framgår av dokumentationen som lämnas till kund. Vad som är ersättning för försäkringsdistribution definieras typiskt sett av försäkringsbolaget.

Det är i dessa situationer av särskild vikt att samtliga parter inom ramen för rådgivningen och närliggande aktiviteter är införstådda med ansvarsfördelningen. Därför bör ett sådant bolag exempelvis:

- ha tydligt dokumenterat processer för de skilda arbetssätten i interna styrdokument och rutiner där det beskrivs i vilka situationer medarbetare uppträder som försäkringsförmedlare respektive anknutet ombud,
- separata dokumentationsmallar för kundmöten där bolaget agerar som anknutet ombud respektive som försäkringsförmedlare,
- identifiera och hantera de intressekonflikter som kan uppstå med anledning av den uppdelning som sker i tillståndsplikten,
- i tillräcklig omfattning, på ett dokumenterat vis, förklara för kunden de relevanta skillnader som finns avseende ansvaret beroende på vilket tillstånd som används i kundmötet samt
- i tillräcklig omfattning informera om var kunden vänder sig i frågor som rör kundklagomål respektive frågor som personuppgiftshantering eftersom det kan skilja sig åt beroende på vilket tillstånd som ligger till grund för aktiviteterna i kundmötet.

Vägledning för försäkringsförmedlare vid distribution av strukturerade produkter till konsumenter

Vägledning för försäkringsförmedlare vid distribution av strukturerade produkter till konsumenter (SFM 2020-02)

En försäkringsförmedlare kan komma att i samband med försäkringsförmedling erbjuda konsumenten investeringsmöjligheter i så kallade strukturerade produkter. Dessa produkter är vanligt förekommande hos t.ex. banker i form av aktieindexobligationer och liknande produkter. Swedish Structured Investment Products Association (SPIS) beskriver strukturerade produkter enligt följande:

Det finns en mängd olika varianter av strukturerade placeringar, men man kan grovt dela in dem i tre olika typer utifrån risk: kapitalskyddade placeringar, marknadsplaceringar och hävstångsplaceringar.

Med hänsyn till att det finns ett flertal olika typer av strukturerade produkter är det, som alltid vid försäkringsförmedling, viktigt att konsumenten förstår placeringen och de riskerna samt kostnader placeringen är förknippad med. Vissa strukturerade produkter erbjuder garantier och är förknippad med låg risk, andra erbjuder hävstångseffekter med risk för förlust av kapitalet. En vägledande princip vid försäkringsförmedling av berörda produkter är därför att desto mer komplex en produkt är i sin struktur eller kostnadsuttag, desto tydligare behöver informationen vara. Konsumentens kunskap och erfarenhet ska även vara anpassad till produktens komplexitet i struktur och kostnadsuttag. Konsumenten måste även kunna bära de ekonomiska effekterna av investeringen.

Målsättningen är, som alltid vid försäkringsförmedling, att konsumenten förstår relevanta delar av placeringen. Om en kund inte har tillräckligt förståelse för investeringen bör försäkringsförmedlaren avråda från investeringen. Ålder över 65 år, ingen eller liten erfarenhet av den aktuella strukturerade produkten, stor andel kapital som investeras av konsumentens totala tillgångar och liten förmåga att bära förluster – är faktorer som talar för ett högre kundskyddsbehov än i andra fall. Dokumentation av dessa omständigheter ska ske.

Vägledning för stärkt konsumentskydd

Vägledning vad gäller distribution till konsument av vissa särskilt komplexa placeringar inom försäkrings-baserade investeringsprodukter (SFM 2021-1)

Regelverket¹ om målmarknad och målmarknadsparametrar kan vara svårtillämpade på den svenska marknaden, särskilt vad gäller depåförsäkringar där de avtalsmässiga begränsningarna för investeringar som regel är få. I syfte att vägleda branschen och skapa förutsättningar för ett stärkt konsumentskydd och samtidigt förtydliga begreppet god sed i samband med distribution av vissa komplexa investeringar, har denna vägledning tagits fram.

Det bör inledningsvis konstateras att ansvaret för produktutvecklingsprocessen och därmed att definiera målmarknaden, ligger hos bolaget som utvecklar produkten. Ansvaret för att identifiera brister med koppling till målmarknaden är däremot delat mellan utvecklaren och distributören av produkten. Oavsett hur målmarknaden för den komplexa försäkringsbaserade investeringsprodukten är utformad bör investeringsprodukter som är förknippad med särskilt hög risk undvikas i försäkringsförmedlingen till konsumenter.

SFM vill särskilt i detta sammanhang belysa följande, icke uttömmande, aspekter:

Ta särskild hänsyn till motpartsrisiker

SFM rekommenderar inledningsvis försäkringsförmedlare som distribuerar finansiella instrument som betecknas som räntebärande instrument i bred bemärkelse, oavsett om de är handlade på en reglerad marknad eller inte, att ta särskild hänsyn till den motpartsrisk som emittenten, inklusive närstående bolag, utgör för investeringen.

Ta särskild konsumenthänsyn vid vissa företagsobligationer

Räntebärande instrument som ger intrycket att investeringen har motsvarande risknivå och inlösenmöjligheter som exempelvis en värdepappersfond med räntebärande instrument, utgör en risk för missförstånd och konsumentskada. Försäkringsförmedlare bör därför som huvudregel inte, till konsumenter, distribuera företagsobligationer med en förhållandevis hög motpartsrisk och som inte handlas på en reglerad marknad. Dessa instrument är ofta förknippad med komplexa villkor om förtur, flexibla möjligheter att ändra villkoren om förtur och där säkerhet för obligationerna kan utgöras av garantier från närstående bolag eller annan part som bidrar med ytterligare komplexitet i bedömningen av den samlade motpartsrisken.

Anpassa kunskap och kompetens efter aktuella produkter i förmedlingen

SFM rekommenderar avslutningsvis att försäkringsförmedlare som distribuerar andra försäkringsbaserade investeringsprodukter än sådan som avses i LFD 6 kap. 12 § p. 1², har djupare kunskap och kompetens om försäkringen i sig och om de underliggande finansiella instrument som är möjliga att investera i.

- a) *Vägledande för kunskap bör vara en relevant, aktuell och specifik licens/diplom med särskild tyngd på de underliggande finansiella instrumenten.*
- b) *Vägledande för kompetens bör vara minst två års relevant arbete de senaste fem åren under övervakning av en annan person som har ansvar för förmedlingen (assistent).*

¹ Se bland annat: Kommissionens delegerade förordning (EU) 2017/2358, och LFD 4 kap. 7-12 §§ men även EIOPA'S APPROACH TO THE SUPERVISION OF PRODUCT OVERSIGHT AND GOVERNANCE, 2020, ISBN 978-92-9473-268-2.

² I praktiken är det då andra instrument än t.ex. aktier som tagits upp till handel på en reglerad marknad, obligationer eller andra former av skuldförbindelser som tagits upp till handel på en reglerad marknad och andelar i värdepappersfonder, jfr. 9 kap. 25 § p.1, lag (2007:528) om värdepappersmarknaden.

Kontaktuppgifter:

Svenska försäkringsförmedlares förening

Apelbergsgatan 36

111 37 Stockholm

Tel: 08-545 215 40

Hemsida: www.sfm.se

