

Samoregulační standard USF č. 02/2014: principy finančního poradenství a zprostředkování v oblasti spoření a investic

Tento dokument představuje **dobrovolný samoregulační standard**, který zosobňuje odborný názor USF na optimální postupy při poskytování služeb v dané oblasti. Členové USF i nečlenské společnosti se mohou k jeho dodržování samostatně přihlásit, přičemž tento fakt musí výslovně uvést ve svých informačních materiálech a ve svých komunikačních prostředcích.

Tento standard představuje maximální úroveň povinností odpovídající praxi největších finančně-zprostředkovatelských společností a proto je při jeho aplikaci vždy nutno postupovat dle zásady přiměřenosti. Každou konkrétní povinnost je nutno vždy důsledně aplikovat ve vztahu k velikosti společnosti, složitosti její obchodní struktury a specifikům jejího obchodního modelu. Společnost může některé prvky tohoto standardu převést na spolupracující finanční instituci, za předpokladu splnění profesních pravidel pro outsourcing.

Datum schválení orgány USF:	29.5.2014
Poslední aktualizace dne:	29.5.2014

Preambule

Tento samoregulační standard stanovuje obecné principy finančního zprostředkování a poradenství ve vztahu k oblasti spoření a investic¹. Tento standard pokrývá zejména služby založené na provizním odměňování, jeho relevantní části jsou nicméně účinné i pro jiné varianty služeb.

I. Obecné principy

- (i) Finanční zprostředkovatel (FZ) při poskytování svých služeb vždy usiluje o spokojenost a dosažení cílů klienta. Při své činnosti se řídí všemi zákonnými, profesními a etickými principy, které tvoří nejvyšší standard pro danou činnost ve finanční branži.
- (ii) FZ vždy bere při návrhu řešení pro klienta v úvahu celé produktové portfolio, které má ve své nabídce. Využívá jednotlivé produkty v souladu s jejich konstrukcí a účelem vždy tak, aby maximalizoval v první řadě spokojenost klienta.
- (iii) FZ vždy poskytuje klientovi služby na základě nejnovějšího odborného poznání, přičemž ovšem vždy respektuje jeho přání a specifika. Zároveň bere v úvahu a zohledňuje existující portfolio klienta a jeho nastavení. FZ je připraven revidovat navržené řešení v případě změny klientovy životní situace, tuto změnu je povinen přiměřeně předvídat.

¹ Spořením a investicemi se rozumí jakýkoliv finanční produkt (instrument, aktivum, řešení), které ze své podstaty umožňuje akumulaci kapitálu a jeho následnou výplatu.

II. Individualizovaná služba

- (i) Jsou-li splněny alespoň dvě z následujících podmínek, má se vždy za to, že klientovi byla poskytnuta individualizovaná služba:
- prvotní kontakt (oslovení) proběhlo z iniciativy FZ,
 - klientovi byl na základě aktivity FZ sjednán více než jeden složitý produkt s investičním rizikem, anebo platba do takového produktu tvoří z pohledu klienta významný náklad,
 - navržený/sjednaný produkt (řešení) spotřebovává významnou část čistého/celkového běžného příjmu klienta,
 - celková odměna FZ z navrženého řešení je v kontextu běžné odměny z daného typu smlouvy (řešení) výrazně nadprůměrná.

- (ii) Jakákoliv individualizovaná služba, kterou FZ vůči klientovi učiní, musí splňovat následující kritéria:
- Optimálnost**, z hlediska výnosů, nákladů, rizik a případné státní podpory.
 - Přiměřenost a vhodnost**, z hlediska finančních poměrů klienta, jeho znalostí/zkušeností, jeho rizikově-výnosového profilu a stanoveného časového horizontu.
 - Udržitelnost**, z hlediska očekávatelného vývoje životní situace klienta.
 - Diversifikace**, z hlediska rizik, aktiv i produktů.

Jakékoliv produkty či úkony (např. zrušení stávající smlouvy), které na základě doporučení FZ klient učiní, je nutno posuzovat jak izolovaně, tak v kontextu celého řešení (klientova portfolia).

- (iii) Je-li klientovi poskytována služba způsobem, při kterém může tento nabýt dojmu, že je mu poskytováno individuální doporučení, je FZ povinen
- z hlediska optimálnosti klientovi navrhnout produkt (řešení) s přiměřenými náklady při současném zvážení dostupné státní podpory, v souladu s jeho rizikově-výnosovým profilem a požadovaným časovým horizontem;
 - z hlediska přiměřenosti navrhnout produkt (řešení), jehož pravidelné (jednorázové) platby jsou přiměřené čistému příjmu (majetku) klienta – tuto skutečnost je FZ povinen explicitně ověřit u každého produktu (řešení) s pravidelnou platbou představující významnou část celkového běžného příjmu (majetku) klienta;
 - z hlediska udržitelnosti navrhnout produkt (řešení), jehož přiměřená část bude umožňovat provádět úpravy (např. snížení platby, zlikvidnění) v případě změny finanční situace klienta s minimálním dopadem na vložené prostředky (netýká se investičního rizika) – FZ je povinen konstruovat řešení pro klienta tak, aby vytvořil prostor pro částečné úpravy v případě změny životní situace klienta a aby minimalizoval negativní dopady takovýchto změn na klienta;
 - z hlediska diversifikace navrhnout produkt (řešení), které bude mít zabudovanou přiměřenou diversifikaci rizik na všech úrovních (provider, produkt, strategie, aktiva).

- (iv) Není-li FZ poskytnuto klientovi individualizovaná služba, nadále platí obecné principy zmíněné v čl. I.

III. Procedurální náležitosti

Obecné principy

- (i) Řešení (bez ohledu na fakt, zda se jedná či nejedná o individualizovanou službu) je klientovi prezentováno vždy srozumitelně, úplně a se zvláštním upozorněním na rizika a předpoklady, na nichž je návrh postaven. Klientovi jsou vždy prezentovány všechny informace důležité pro posouzení výhodnosti daného řešení a je mu poskytnut přiměřený čas na zvážení každého jednotlivého bodu nabídky. Klíčové informace jsou vždy poskytnuty klientovi v dostatečném předstihu písemně.
- (ii) Úroveň komunikace s klientem musí FZ přizpůsobit jeho znalostem, zkušenostem a mentální kapacitě. Přitom vychází z toho, že každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka i schopnost užívat jej s běžnou péčí a opatrností a že to každý od ní může v právním styku důvodně očekávat.
- (iii) Předložení obchodní nabídky/uzavření produktu v rámci prvotní komunikace s klientem (např. na první schůzce) není vhodné, nejedná-li se o jednoduchý produkt, který si zákazník explicitně vyžádá.
- (iv) Pokud klient požaduje uzavření produktu, u kterého si FZ musí být vědom jeho nevhodnosti (nevýhodnosti), je povinen klienta před uzavřením produktu na tento fakt zvláště upozornit a písemně jej zaznamenat.

Individualizovaná služba

- (v) Je-li klientovi poskytována individualizovaná služba, FZ by před navržením vlastního řešení měl
 - a. vyhodnotit všechny podstatné atributy klienta jakožto ekonomicko-sociální jednotky (zejména finanční cíle, životní situaci, vztah k riziku, časový horizont, znalosti a zkušenosti),
 - b. zahrnout tzv. nulovou variantu, tj. řešení, kdy je stávající portfolio klienta ponecháno beze změny a není mu doporučeno uzavření nového produktu,
 - c. vyhodnotit přiměřenou šíři relevantních produktů ve své nabídce,
 - d. konstruovat přiměřený počet variant řešení.
- (vi) Je-li klientovi poskytována individualizovaná služba, FZ by v rámci prezentace vlastního řešení navíc měl
 - a. předložit varianty řešení jeho požadavků splňující náležitosti uvedené v čl. 2,
 - b. předložit modelový výpočet uplatňování poplatků v rámci řešení, založený na realistických předpokladech a schválený compliance produktových providerů (v případě, že existuje příslušný kalkulátor daného providera), s prokazatelným upozorněním, že účelem je ukázat dopad poplatků a v žádném případě nereprezentovat očekávanou nominální koncovou hodnotu a/nebo její složenou anualizovanou výkonnost,

- c. odchyluje-li se nějaký parametr navrhovaného produktu (řešení) od obecně očekávatelného stavu (např. předplacená úhrada nákladů), je FZ povinen explicitně klienta na tento parametr upozornit a předložit srovnání s odlišnou variantou produktu, je-li tato dostupná a možná.

Následný servis

(vii) FZ vynakládá přiměřené úsilí poprodejní péči o klienta.

(viii) Je-li klient s realizovaným řešením nespokojen, je mu FZ povinen poskytnout maximální součinnost při jeho revizi.