

Määräykset ja ohjeet 15/2013

Finanssipalvelujen ja -tuotteiden markkinointi

Dnro
FIVA 6/01.00/2012

Antopäivä
10.6.2013

Voimaantulopäivä
1.7.2013

FINANSSIVALVONTA
puh. 010 831 51
faksi 010 831 5328
etunimi.sukunimi@finanssivalvonta.fi
www.finanssivalvonta.fi

Lisätietoja
Menettelytapavalvonta/Asiakkaansuoja
Markkinavalvonta/Markkinat
Markkinavalvonta/Sijoitustuotteet



Määräysten ja ohjeiden oikeudellinen luonne

Määräykset

Finanssivalvonnan määräys- ja ohjekokoelmassa ”Määräys”-otsikon alla esitetään Finanssivalvonnan antamat määräykset. Määräykset ovat velvoittavia oikeussääntöjä, joita on noudatettava.

Finanssivalvonta antaa määräyksiä ainoastaan määräyksenantoon valtuuttavan lain säännöksen nojalla ja sen asettamissa rajoissa.

Ohjeet

Finanssivalvonnan määräys- ja ohjekokoelmassa ”Ohje”-otsikon alla esitetään Finanssivalvonnan tulkintoja lainsäädännön tai muun velvoittavan sääntelyn sisällöstä.

”Ohje”-otsikon alla on lisäksi suosituksia ja muita toimintaohjeita, jotka eivät ole velvoittavia. Ohjeissa on myös kansainvälisten ohjeiden ja suositusten noudattamista koskevat Finanssivalvonnan suositukset.

Ohjeen kirjoitustavasta ilmenee, milloin kyseessä on tulkinta ja milloin suositus tai muu toimintaohje. Ohjeiden kirjoitustapaa sekä määräysten ja ohjeiden oikeudellista luonnetta on selvitetty tarkemmin Finanssivalvonnan verkkopalvelussa.

[Finanssivalvonta.fi > Sääntely > Määräys- ja ohjekokoelma > Uusi määräyskokoelma](#)



Sisällysluettelo

1	Soveltamisala ja määritelmät	5
1.1	Soveltamisala	5
1.2	Määritelmät	6
2	Säädöstausta ja kansainväliset suositukset	7
2.1	Lainsäädäntö	7
2.2	Euroopan unionin asetukset	7
2.3	Euroopan unionin direktiivit	8
2.4	Finanssivalvonnan määräyksenantovaltuutus	9
2.5	Kansainväliset suositukset	9
3	Tavoitteet	10
4	Markkinoinnin periaatteita	11
4.1	Lainsäädäntötausta	11
4.2	Finanssipalvelun ja tuotteen kuvaaminen markkinoinnissa	11
4.3	Totuudenvastaisen ja harhaanjohtavan markkinoinnin oikaiseminen	13
4.4	Markkinoinnin tunnistettavuus	13
4.5	Palvelun tai tuotteen tarjoajan ilmoittaminen	13
4.6	Väittämät ja vertailut	14
4.7	Terminologia ja tuotenimikkeet	16
4.8	Internet-markkinointi	17
5	Finanssipalvelujen ja -tuotteiden markkinoinnin erityispiirteitä	18
5.1	Soveltamisala	18
5.2	Luottojen markkinointi kuluttajille	18
5.3	Talletussuojaa ja sijoittajien korvausrahastosuojaa koskeva markkinointi	19
5.4	Vakuutusedustuspalvelujen markkinointi	20
5.4.1	<i>Vakuutusmeklari</i>	20
5.4.2	<i>Vakuutusasiamies</i>	21
5.5	Kilpailevan finanssipalvelun tai -tuotteen tarjoaminen	



	maksujenvälitystilanteessa	21
5.6	Sijoitusrahastojen markkinointi	22
5.6.2	<i>Ulkomaisten yhteissijoitusyritysten markkinointi Suomessa</i>	23
5.6.3	<i>Sijoitusrahastojen markkinoinnissa käytettävä kieli</i>	23
5.6.4	<i>Rahamarkkinarahasto -nimen käyttäminen markkinoinnissa</i>	24
5.6.5	<i>Säännellylle markkinalle kaupankäynnin kohteeksi otetun sijoitusrahaston tunnistaminen</i>	24
5.7	Joukkovelkakirjalainojen markkinointi	25
5.8	Strukturoitujen sijoitustuotteiden markkinointi	26
5.8.2	<i>Talletus, jonka tuotto on kytketty valitun kohde-etuuden kehitykseen (strukturoitu talletus)</i>	27
5.9	Aiemman tuotto- tai arvonkehityksen esittäminen tarjottaessa sijoituspalveluita ja rahoitusvälineitä	27
5.10	Tuottoennusteiden ja -esimerkkien esittäminen tarjottaessa sijoituspalveluita ja rahoitusvälineitä	29
5.11	Lain edellyttämiin esitteisiin viittaaminen arvopapereita tarjottaessa	30
6	Kumotut määräykset ja ohjeet	32
6.1	Kumotut määräykset ja ohjeet	32
6.2	Kumotut kannanotot	32
7	Muutoshistoria	33

1 Soveltamisala ja määritelmät

1.1 **Soveltamisala** (Annettu 7.7.2014, voimaan 22.7.2014)

Näitä määräyksiä ja ohjeita sovelletaan seuraaviin Finanssivalvonnasta annetun lain 4 §:ssä tarkoitettuihin valvottaviin

- luottolaitokset
- vakuutusyhtiöt
- työeläkevakuutusyhtiöt
- vakuutusyhdistykset
- rahastoyhtiöt
- vaihtoehtorahastojen hoitajat, jotka tarjoavat sijoituspalveluja
- sijoituspalveluyritykset
- maksulaitokset
- talletuspankkien yhteenliittymästä annetussa laissa tarkoitetut yhteenliittymän keskusyhteisöt
- luottolaitoksen, sijoituspalveluyrityksen, vakuutusyhtiön ja vakuutusyhdistyksen omistusyhteisöt
- rahoitus- ja vakuutusryhmittymien valvonnasta annetussa laissa tarkoitetut ryhmittymän omistusyhteisöt
- muussa kuin ETA-valtiossa toimiluvan saaneiden ulkomaisten luottolaitosten, vakuutusyhtiöiden ja sijoituspalveluyritysten Suomessa olevat sivuliikkeet.

Näitä määräyksiä ja ohjeita sovelletaan lisäksi seuraaviin Finanssivalvonnasta annetun lain 5 §:ssä tarkoitettuihin muihin finanssimarkkinoilla toimiviin

- vakuutusedustajat
- ulkomaiset vakuutusedustajat
- arvopaperimarkkinalain 1 luvun 2 ja 3 §:n soveltamisalaan kuuluvat muut finanssimarkkinoilla toimivat.

Näitä määräyksiä ja ohjeita sovelletaan myös seuraaviin Finanssivalvonnasta annetun lain 6 §:ssä tarkoitettuihin ulkomaisten ETA-valvottavien Suomessa oleviin sivuliikkeisiin ja edellä mainittuihin ulkomaisiin valvottaviin, jotka tarjoavat palveluja Suomessa sivuliikettä perustamatta:

- ulkomaiset luottolaitokset

- ulkomaiset sijoituspalveluyritykset
- ulkomaiset rahastoyhtiöt ja yhteissijoitusyritykset
- ulkomaiset vakuutusyhtiöt
- ulkomaiset maksulaitokset.

Näitä määräyksiä ja ohjeita ei kuitenkaan sovelleta Finanssivalvonnasta annetun lain 6 §:ssä tarkoitettuihin ETA-valvottaviin siltä osin, kun ne tarjoavat sijoituspalveluja Suomessa sivuliikettä perustamatta.

Näitä määräyksiä ja ohjeita ei myöskään sovelleta rahoitusvälineiden eikä sijoituspalvelujen markkinointiin sijoituspalvelulain 1 luvun 18 §:ssä tarkoitetuille ammattimaisille asiakkaille eikä 19 §:ssä tarkoitetuille hyväksytyille vastapuolille.

Näiden määräysten ja ohjeiden lukua 4 sovelletaan edellä tarkoitettuihin valvottaviin, muihin finanssimarkkinoilla toimiviin sekä ulkomaisiin valvottaviin edellä mainituin poikkeuksin.

Näiden määräysten ja ohjeiden lukuja 5.2 – 5.11 sovelletaan edellä tarkoitettuihin valvottaviin, muihin finanssimarkkinoilla toimiviin sekä ulkomaisiin valvottaviin edellä mainituin poikkeuksin siltä osin, kun ne markkinoivat asianomaisessa luvussa tarkoitettuja finanssipalveluja ja -tuotteita.

1.2 Määritelmät

Näissä määräyksissä ja ohjeissa tarkoitetaan

- *markkinoinnilla* kaikkea finanssipalvelujen tai -tuotteiden myymisen edistämiseen tähtävää toimintaa,
- *sijoituspalvelun tarjoajalla* sijoituspalvelulain soveltamisalaan kuuluvia sijoituspalveluyrityksiä, sijoituspalvelua tarjoavia luottolaitoksia ja rahastoyhtiötä, ulkomaisten sijoituspalveluyritysten, sijoituspalvelua tarjoavien luottolaitosten ja rahastoyhtiöiden sivuliikkeitä sekä ETA-alueen ulkopuolella toimiluvan saaneita sijoituspalveluyrityksiä ja sijoituspalvelua tarjoavia rahastoyhtiöitä, jotka tarjoavat Suomessa sijoituspalvelua sivuliikettä perustamatta,
- *kuluttajalla* kuluttajansuojalain 1 luvun 4 §:n tarkoittamaa kuluttajaa,
- *palveluntarjoajalla* kaikkia edellä luvussa 1.1 tarkoitettuja valvottavia, muita finanssimarkkinoilla toimivia sekä ulkomaisia valvottavia luvussa 1.1 mainituin poikkeuksin siltä osin, kun ne markkinoivat finanssipalveluja ja -tuotteita,
- *finanssipalvelulla* kaikkia niitä palveluita, joita edellä mainitut palveluntarjoajat tarjoavat,
- *finanssituotteella* kaikkia niitä tuotteita, joita edellä mainitut palveluntarjoajat tarjoavat.

2

Säädöstausta ja kansainväliset suositukset

2.1 Lainsäädäntö

Näiden määräysten ja ohjeiden aihepiiriin liittyvät seuraavat säädökset:

- laki luottolaitostoiminnasta (121/2007)
- arvopaperimarkkinalaki (746/2012)
- sijoituspalvelulaki (747/2012)
- sijoitusrahastolaki (48/1999)
- laki kaupankäynnistä rahoitusvälineillä (748/2012)
- vakuutusyhtiölaki (521/2008)
- laki työeläkevakuutusyhtiöistä (354/1997)
- laki ulkomaisista vakuutusyhtiöistä (398/1995)
- vakuutusyhdistyslaki (1250/1987)
- laki vakuutusedustuksesta (570/2005)
- maksulaitoslaki (297/2010)
- laki ulkomaisen maksulaitoksen toiminnasta Suomessa (298/2010)
- kuluttajansuojalaki (38/1978)
- laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (1061/1978)
- henkilötietolaki (523/1999)
- sähköisen viestinnän tietosuojalaki (516/2004)
- velkakirjalaki (622/1947)
- laki sidotusta pitkäaikaissästämisestä (1183/2009)
- valtioneuvoston asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa (601/2008).

2.2 Euroopan unionin asetukset

Näiden määräysten ja ohjeiden aihepiiriin liittyvät seuraavat suoraan sovellettavat Euroopan unionin asetukset:



- Komission asetus (EY) No 809/2004, annettu 29 päivänä huhtikuuta 2004, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2003/71/EY täytäntöönpanosta esitteiden sisältämien tietojen, esitteiden muodon, viittauksina esitettävien tietojen, julkistamisen ja mainonnan osalta; EUVL N:o L 149, 30.4.2004 s. 1 / L 186 18.7.2005 s. 1–123 myöhempine muutoksineen (jäljempänä komission esiteasetus).

2.3 Euroopan unionin direktiivit

Näiden määräysten ja ohjeiden aihepiiriin liittyvät seuraavat Euroopan unionin direktiivit:

- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2004/39/EY (32004L0039), annettu 21. huhtikuuta 2004, rahoitusvälineiden markkinoista sekä neuvoston direktiivin 85/611/ETY ja 93/6/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2000/12/EY muuttamisesta ja neuvoston direktiivin 93/22/ETY kumoamisesta (EUVL L 145, 30.4.2004, s.1-44)
- Komission direktiivi 2006/73/EY (32006L0073), annettu 10 päivänä elokuuta 2006, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2004/39/EY täytäntöönpanosta sijoituspalveluyritysten toiminnan järjestämistä koskevien vaatimusten, toiminnan harjoittamisen edellytysten ja kyseisessä direktiivissä määriteltyjen käsitteiden osalta (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti) (EUVL L 241, 2.9.2006, s. 26-58)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2009/65/EY (32009L0065), annettu 13 päivänä heinäkuuta 2009, siirtokelpoisiin arvopapereihin kohdistuvaa yhteistä sijoitustoimintaa harjoittavia yrityksiä (yhteissijoitusyritykset) koskevien lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti) (EUVL L 302, 17.11.2009, s. 32-96)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2008/48/EY (32008L0048), annettu 23 päivänä huhtikuuta 2008, kulutusluottosopimuksista ja neuvoston direktiivin 87/102/ETY kumoamisesta (EUVL L 133, 22.5.2008, s. 66-92)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2005/29/EY (32005L0029), annettu 11 päivänä toukokuuta, sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla ja neuvoston direktiivin 84/450/ETY, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 97/7/EY, 98/27/EY ja 2002/65/EY sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi) (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti) (EUVL L 149, 11.6.2005, s. 22-39)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 97/55/EY (31997L0055), annettu 6 päivänä lokakuuta 1997, harhaanjohtavaa mainontaa koskevan direktiivin 84/450/ETY muuttamisesta sisällyttämällä siihen vertaileva mainonta (EUVL L 290, 23.10.1997, s. 18-22)
- Neuvoston direktiivi 84/450/ETY (31984L0450), annettu 10 päivänä syyskuuta 1984, harhaanjohtavaa mainontaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä (EUVL L 250, 19.9.1984, s. 17-20)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2002/65/EY (32003L0065), annettu 23 päivänä syyskuuta 2002, kuluttajille tarkoitettujen rahoituspalvelujen etämyynnistä ja neuvoston direktiivin 90/619/ETY sekä direktiivien 97/7/EY ja 98/27/EY muuttamisesta (EUVL L 271, 9.10.2002, s. 16-24)



- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2002/92/EY (32002L0092), annettu 9 päivänä joulukuuta 2002, vakuutusedustuksesta (EYVL L 9, 15.1.2003 s. 3-10).

2.4 Finanssivalvonnan määräyksenantovaltuutus

Finanssivalvonnan oikeus antaa velvoittavia määräyksiä perustuu seuraavaan lain säännökseen:

- sijoituspalvelulain 10 luvun 15 §:n 1 kohta.

2.5 Kansainväliset suositukset

Näitä määräyksiä ja ohjeita laadittaessa on otettu huomioon seuraavat kansainväliset suositukset:

- Euroopan arvopaperivalvojen komitea CESR:n (nykyinen Euroopan arvopaperimarkkinaviranomainen ESMA) suositus rahamarkkinarahaston määritelmäksi (CESR/10-049). Ohje on saatavilla ESMA:n Internetsivuilla osoitteessa www.esma.europa.eu.
- Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen ESMA:n ohjeet toimivaltaisia viranomaisia ja yhteissijoitusyritysten rahastoyhtiöitä varten; Ohjeet ETF:stä ja muista UCITS rahastoihin liittyvistä asioista. (ESMA Guidelines to competent authorities and UCITS management companies on ETFs and other UCITS issues) (ESMA/2012/832FI). Ohje on saatavilla ESMA:n internetsivuilla osoitteessa www.esma.europa.eu.

3 Tavoitteet

- (1) Näiden määräysten ja ohjeiden tavoitteena on edistää asiakkaille tarjottavan markkinointimateriaalin ja muun markkinointi-informaation laatua ja asianmukaisten markkinointitapojen kehittymistä sekä sitä kautta finanssimarkkinoita kohtaan tunnettua luottamusta ja finanssimarkkinoiden toimivuutta, avoimuutta ja tasapuolisuutta.
- (2) Näiden määräysten ja ohjeiden tavoitteena on myös erityisesti edesauttaa, että
 - markkinoinnissa tarjottu tieto on selkeää, ymmärrettävää ja tasapuolista sekä keskittyy markkinoitavan finanssipalvelun tai -tuotteen olennaisiin ja keskeisiin ominaisuuksiin,
 - markkinoinnissa annetun tiedon perusteella saa oikean kuvan tarjotusta palvelusta tai tuotteesta,
 - markkinointi sisältää asiakkaan taloudellisen turvallisuuden kannalta tarpeelliset tiedot ja, että
 - tiettyä finanssipalvelua tai -tuotetta markkinoitaessa asiakkaan taloudellisen turvallisuuden kannalta tarpeelliset tiedot ilmoitetaan mahdollisuuksien mukaan yhdenmukaisia periaatteita noudattaen riippumatta siitä, mikä finanssialan yritys palvelua tai tuotetta tarjoaa.
- (3) Nämä määräykset ja ohjeet sisältävät viittauksia markkinointia koskevaan lainsäädäntöön vain siltä osin kuin Finanssivalvonta on antanut määräyksiä, esittänyt tulkintansa lainsäädännöstä tai antanut ohjeita kyseessä olevista lain säännöksistä. Nämä määräykset ja ohjeet eivät siten anna kattavaa kuvaa siitä, mitä lainsäädäntö edellyttää markkinoinnilta.
- (4) Näiden määräysten ja ohjeiden tavoitteena ei ole kuvata lakisäateistä tiedonantovelvollisuutta, jota koskevat tarkemmat määräykset ja ohjeet sisältyvät pääsääntöisesti Finanssivalvonnan määräyksiin ja ohjeisiin Finanssipalvelujen tarjoamisessa noudatettavat menettelytavat (16/2013).
- (5) Finanssivalvonnalla ja kuluttaja-asiamiehellä on rinnakkainen toimivalta kuluttajiin kohdistuvan markkinoinnin valvonnassa silloin, kun markkinoija on soveltamisalaa koskevassa luvussa 1.1 määritelty toimija. Finanssivalvonta ja kuluttaja-asiamies toimivat edellä mainitussa tehtävässään yhteistyössä keskenään. Näiden määräysten ja ohjeiden soveltamisalaan kuuluvien tulee ottaa markkinoinnissaan huomioon lainsäädännön lisäksi kuluttaja-asiamiehen tekemät linjaukset.



4 Markkinoinnin periaatteita

4.1 Lainsäädäntötausta

- Kuluttajansuojalain 2 luvussa on yleiset markkinointia koskevat säännökset ja 7 luvussa kuluttajaluottojen markkinointia koskevat säännökset.
- Luottolaitostoiminnasta annetun lain 125 §:ssä säädetään luottolaitoksen menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Luottolaitostoiminnasta annetun lain 166 o §:ssä säädetään ulkomaisen luottolaitoksen Suomessa harjoittamaa toimintaa koskevista menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Vakuutusyhtiölain 31 luvun 1 §:ssä säädetään vakuutusyhtiön menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Vakuutusedustuksesta annetun lain 3 luvun 22 §:ssä säädetään vakuutusedustajan menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Ulkomaisista vakuutusyhtiöistä annetun lain 60 §:ssä säädetään ulkomaisen vakuutusyhtiön menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Vakuutusyhdistyslain 12 luvun 2 §:ssä säädetään vakuutusyhdistysten menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Arvopaperimarkkinalain 1 luvun 2 § ja 3 §:ssä säädetään menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Sijoituspalvelulain 10 luvun 2 §:ssä säädetään menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Kaupankäynnistä rahoitusvälineillä annetun lain 2 luvun 39 §:ssä ja 4 luvun 11 §:ssä säädetään menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Sijoitusrahastolain 89 §:ssä säädetään sijoitusrahaston markkinoinnista.
- Maksulaitoslain 32 §:ssä säädetään maksulaitoksen menettelytavoista ja markkinoinnista.
- Ulkomainen maksulaitoksen toiminnasta Suomessa annetun lain 12 §:ssä säädetään menettelytavoista ja markkinoinnista.

4.2 Finanssipalvelun ja tuotteen kuvaaminen markkinoinnissa

- (1) Tässä luvussa ja luvussa 5 kuvataan niitä tietoja, joilla saattaa olla merkitystä asiakkaan tehdessä finanssipalvelua tai -tuotetta koskevia ratkaisuja. Finanssipalveluja ja -tuotteita

markkinoitaessa tulee ottaa huomioon kokonaisuudessaan markkinointia koskeva lainsäädäntö ja muu sääntely.

OHJE (kohdat 2-7)

- (2) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan luvussa 4.1 mainitut lainsäännökset tarkoittavat sitä, että asiakkaan tulee kyetä markkinointiaineiston perusteella ymmärtämään, minkälaisesta finanssipalvelusta tai -tuotteesta on kysymys.
- (3) Finanssivalvonta suosittaa, että finanssipalveluiden ja -tuotteiden markkinoinnissa kuvataan mahdollisimman tasapuolisesti ja ymmärrettävästi ne palvelun tai tuotteen keskeiset ominaisuudet ja pääasiallinen sisältö, joilla saattaa olla merkitystä asiakkaan tehdessä palvelua tai tuotetta koskevia ratkaisuja.
- (4) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan asiakkaan päätöksentekoon voi tuotteesta riippuen olla vaikutusta erityisesti seuraavilla seikoilla:
- palveluntarjoajalla
 - markkinoitavalla tuotteella ja tuotteeseen mahdollisesti liittyvällä kohde-etuudella ja monesta eri tuotteesta koostuvan tuotepaketin sisältämällä tuoteosilla
 - mahdollisilla finanssipalvelun tai -tuotteen tuotto-odotuksilla ja niiden laskentaperusteilla
 - finanssipalveluun tai -tuotteeseen liittyvillä olennaisilla riskeillä
 - tuotteen tai palvelun hinnalla ja kuluilla sekä niihin vaikuttavilla tekijöillä
 - keskeisillä sopimusehdoilla
 - vakuutusturvan sisällöllä ja sen olennaisilla rajoituksilla
 - tuotteen likviditeetillä
 - finanssipalvelun tai -tuotteen ennenaikaisen irtisanomisen, takaisinmaksun, maksusuunnitelman muutosten tai keskeyttämisen seuraamuksilla
 - mahdollisten takaus-, yhteisvastuu- tai muiden finanssipalvelua ja -tuotteita turvaavien järjestelyjen olemassaololla.
- (5) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan luvussa 4.1 mainitut lainsäännökset tarkoittavat sitä, että valitusta markkinointikanavasta ja viestintävälineestä riippumatta yksittäisestä markkinointitoimenpiteestä tai mainoksesta ei saa syntyä harhaanjohtavaa kokonaisvaikutelmaa.
- (6) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan luvussa 4.1 mainitut lainsäännökset tarkoittavat sitä, että markkinoinnilla ei tule luoda mielikuvien avulla tai muutoin perusteettomia tuotto-odotuksia tai perusteetonta vaikutelmaa palvelun tai tuotteen edullisuudesta tai palveluntarjoajan luotettavuudesta. Mikäli tuoton tai etujen saamiseen liittyy epävarmuutta tai rajoituksia tai mahdollisuus pääoman menettämiseen, myös niistä tulee mainita tuotoista tai eduista kerrottaessa. Vakuutusturvasta kerrottaessa tulee kertoa myös vakuutusturvan olennaisista rajoituksista.
- (7) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan luvussa 4.1 mainitut lainsäännökset tarkoittavat sitä, että markkinoinnissa annettavia tietoja ei tule piilottaa tai peittää esimerkiksi annetun tiedon muotoilulla tai harhaanjohtavilla sanonnoilla niin, että asiakkaalle syntyvä kokonaisvaikutelma on harhaanjohtava. Harhaanjohtavaa on esimerkiksi se, että markkinointimateri-



aali muotoillaan siten, että otsikoissa tai muuten huomiota herättävästi esitetään tuotteen edut, kun taas tiedot riskeistä ja kuluista ilmaistaan pienellä tekstillä tai vaikeasti havaittavassa kohdassa. Epäolennaisia seikkoja ei tule korostaa.

4.3 Totuudenvastaisen ja harhaanjohtavan markkinoinnin oikaiseminen

- (8) Arvopaperimarkkinalain 1 luvun 3 § sekä sijoituspalvelulain 10 luvun 2 §, kaupankäynnistä rahoitusvälineillä annetun lain 2 luvun 39 § ja 4 luvun 11 § edellyttävät, että tieto, jonka totuudenvastaisuus tai harhaanjohtavuus käy ilmi tiedon esittämisen jälkeen ja jolla saattaa olla olennaista merkitystä sijoittajalle, on viivytyksettä oikaistava tai täydennettävä riittävällä tavalla.

OHJE (kohta 9)

- (9) Finanssivalvonta suosittelee, että myös muut kuin kohdassa (8) mainittujen säännösten soveltamisalaan kuuluvat oikaisevat tai täydentävät riittävällä tavalla sellaisen tiedon, jonka totuudenvastaisuus tai harhaanjohtavuus käy ilmi tiedon esittämisen jälkeen ja jolla saattaa olla olennaista merkitystä asiakkaalle.

4.4 Markkinoinnin tunnistettavuus

- (10) Sijoituspalvelulain 10 luvun 2 §:n, sijoitusrahastolain 89 §:n, kuluttajansuojalain 2 luvun 4 §:n ja sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 1 §:n 1 momentin mukaan markkinoinnista on käytävä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus.

OHJE (kohta 11)

- (11) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan edellä mainitut lain säännökset tarkoittavat, että mainos pitää voida tunnistaa mainokseksi ilman, että siihen tutustuu tarkemmin.

4.5 Palvelun tai tuotteen tarjoajan ilmoittaminen

- (12) Kuluttajansuojalain 2 luvun 4 §:n ja sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 1 §:n 1 momentin mukaan markkinoinnista on käytävä selkeästi ilmi se, kenen lukuun markkinoidaan.
- (13) Kuluttajansuojalain 2 luvun 8 §:n 2 kohdassa säädetään, että tarjottaessa yksilöityä kulu-tushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on käytävä ilmi elinkeinonharjoittajan nimi ja maantieteellinen osoite sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, samat tiedot hänen päämiehestään.
- (14) Vakuutusyhtiölain 31 luvun 2 §:n mukaan toimiessaan 2 luvun 16 §:n mukaisena tai toisen vakuutusenantajan edustajana vakuutusyhtiön on selkeästi ilmoitettava asiakkaalle, mikä yrityksen tuotteesta tai palvelusta on kysymys ja että vakuutusyhtiö ei harjoita toimintaa omaan lukuunsa eikä ole osapuolena neuvoteltavasta tuotteesta tai palvelusta mahdollisesti syntyvässä sopimuksessa.
- (15) Vakuutusyhtiölain 31 luvun 3 §:n mukaan vakuutusyhtiön asiamiehen on toiminnassaan selkeästi ilmoitettava asiakkaalle toimivansa nimenomaan asiamiehenä. Vakuutusyhtiön



asiamiehen on markkinoinnissaan ilmoitettava edustamansa vakuutuksenantajat ja yksittäistä vakuutusta markkinoidessaan, minkä vakuutusyhtiön tuotteesta on kysymys.

- (16) Vakuutusedustuksesta annetun lain 3 luvun 22 §:n 4 momentin mukaan asiamiehen on markkinoinnissaan ilmoitettava edustamansa vakuutuksenantajat ja yksittäistä vakuutusta markkinoidessaan, minkä vakuutuksenantajan tuotteesta on kysymys.
- (17) Ulkomaisista vakuutusyhtiöistä annetun lain 60 §:n mukaan ulkomaisen vakuutusyhtiön on markkinoinnissaan ilmoitettava nimensä, yhtiömuotonsa, kotivaltionsa, pääkonttorinsa osoite sekä sen toimipaikan tai sivuliikkeen osoite, jonka kanssa vakuutus sopimus on tarkoitus tehdä.
- (18) Sijoituspalvelulain 7 luvun 7 §:n 1 momentin mukaan sijoituspalveluyritys voi tarjota kyseisen pykälän 2 momentissa tarkoitettuja palveluja sidonnaisasiamiehen välityksellä. Sidonnaisasiamies toimii sijoituspalveluyrityksen lukuun ja vastuulla. Lisäksi edellä mainitun pykälän 3 momentissa todetaan, että sijoituspalveluyrityksen on huolehdittava, että sidonnaisasiamies ilmoittaa asiakkaalle toimivansa edustamansa sijoituspalveluyrityksen lukuun sidonnaisasiamiehenä.
- (19) Luottolaitostoiminnasta annetun lain 166 o §:n mukaan ulkomaisen luottolaitoksen on markkinoinnissaan ilmoitettava nimensä ja kotivaltionsa.

OHJE (kohdat 20-23)

- (20) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan edellä mainitut lainsäädännökset tarkoittavat, että finanssipalvelun ja -tuotteen markkinoinnissa tulee aina selvästi käydä ilmi, kuka on arvopaperin liikkeeseenlaskija ja, kuka vastaa tuotteesta tai palvelusta, esimerkiksi minkä rahastoyhtiön sijoitusrahastoa, luottolaitoksen tai sijoituspalveluyrityksen tuotetta tai palvelua tai vakuutusyhtiön vakuutusta markkinoidaan.
- (21) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan vakuutusyhtiölain 31 luvun 3 § ja sijoituspalvelulain 7 luvun 7 §:n 3 momentti tarkoittavat, että silloin, kun markkinoinnissa käytetään asiamiestä, tulee se selkeästi ilmetä mainoksesta samoin kuin se, minkä yhtiön lukuun asiamies toimii.
- (22) Finanssivalvonta suosittaa, että markkinoinnissa käytetään palveluntarjoajasta ainoastaan joko rekisteröityä toiminimeä, aputoiminimeä tai toiminimilain mukaista muuta tunnusta. Markkinoinnissa voidaan kuitenkin käyttää yleisesti tunnettuja lyhennyksiä, ellei sitä voida pitää harhaanjohtavana.
- (23) Markkinoinnissa tulisi ottaa huomioon, että lainsäädännössä säädetään erikseen tiettyjen termien käyttämisestä muun muassa finanssipalvelun tai -tuotteen tarjoajan toiminimessä ja palvelujen tarjoamisessa.

4.6 Väittämät ja vertailut

- (24) Kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n mukaan markkinoinnissa tai asiakassuhteissa ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt.
- (25) Kuluttajansuojalain 2 luvun 5 §:n mukaan vertaileva mainonta tai muu markkinointi ei saa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa elinkeinonharjoittajan ja kilpailijan tavaramerkkien, toimi-



nimien tai muiden erottavien tunnusten taikka hyödykkeiden kesken, jos se on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman tällaista markkinointia olisi tehnyt.

- (26) Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 a §:n mukaan markkinointi, josta voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa kilpailija tai kilpailijan markkinoima hyödyke (vertaileva markkinointi), on vertailun osalta sallittu, jos se täyttää laissa säädetyt edellytykset.
- (27) Sijoituspalvelulain 10 luvun 15 §:n 1 kohdassa on säädetty, että Finanssivalvonta antaa rahoitusvälineiden markkinat -direktiivin täytäntöönpanodirektiivin säännösten edellyttämät tarkemmat määräykset 10 luvun 2 §:ssä tarkoitetuista sijoituspalvelun ja oheispalvelun tarjoamisen yhteydessä kolmannelle annettavista ja tältä saatavista maksuista, palkkioista ja muista eduista sekä asiakkaalle annettavia tietoja koskevista vaatimuksista.

OHJE (kohdat 28-33)

- (28) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 a § ja kuluttajansuojalain 2 luvun 6 § tarkoittavat sitä, että silloin kun finanssipalveluiden ja -tuotteiden markkinoinnissa käytetään tehokeinona väittämiä tai vertailuja muihin vastaaviin tuotteisiin tai palveluihin, tulee palveluntarjoajan pystyä näyttämään kyseiset väittämät ja vertailut toteen.
- (29) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan haastattelujen ja henkilöiden mielipiteiden ja kommenttien esittäminen voi olla osa markkinointimateriaalia, jolloin myös niitä koskee toteennäyttövelvoite.
- (30) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 a § ja kuluttajansuojalain 2 luvun 6 § tarkoittavat sitä, että silloin kun markkinoinnissa käytetään vertailua, vertailukohteen tulee olla pääosiltaan vertailukelpoinen markkinoitavan tuotteen tai palvelun kanssa. Vertailtavat palvelut ja tuotteet tulee yksilöidä riittävästi. Jos vertailukohde ja vertailun kannalta olennaiset seikat eivät ole yleisesti tunnettuja, markkinoinnissa tulee selvittää, mistä vertailukohde koostuu.
- (31) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 a § ja kuluttajansuojalain 2 luvun 6 § tarkoittavat sitä, että vertailujen perusteena olevat tietolähteet, tosiseikat ja oletukset tulee esittää tasapainoisella ja tasapuolisella tavalla. Samalla tulee pyrkiä varmistamaan, että mitään vertailun kannalta olennaista tietoa ei jätetä esittämättä.
- (32) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 a § ja kuluttajansuojalain 2 luvun 6 § tarkoittavat sitä, että vertailussa ei tule yksipuolisesti ja harhaanjohtavasti kiinnittää huomiota ainoastaan sellaisiin seikkoihin, jotka ovat vertailun tekijän kannalta edullisia. Vertailun kohteeksi ei tule valita vain tiettyjä, rajattuja ja tarkoin valittuja tuotteita tai palveluja, jotka antavat vertailun tekijän kannalta edullisen vertailutuloksen, mutta eivät anna tasapuolista kuvaa vertailtavista tuotteista tai palveluista. Vertailussa tulee kertoa myös vertailukohteiden keskeiset erot, mikäli niillä on merkitystä, jotta vertailusta saa oikean kokonaiskuvan vertailun kohteista.
- (33) Finanssivalvonta suosittelee, että vertailuun käytettävä ajanjakso on tuotteen ominaisuuden kannalta riittävän pitkä eli vähintään vuosi. Ajanjakso voidaan ilmaista joko kalenterivuosi-



na (-vuotena) tai vuosina (vuotena) nykyhetkestä taaksepäin. Prosentuaalisessa vertailussa tulisi selkeyden vuoksi käyttää tasavuotuisia vuotuisen tuoton laskemisessa.

MÄÄRÄYS (kohta 34)

- (34) Jos sijoituspalvelun tarjoaja vertailee markkinoinnissaan sijoitus- tai oheispalveluja, rahoitusvälineitä taikka sijoitus- tai oheispalveluja tarjoavia sijoituspalvelun tarjoajia, seuraavien edellytysten on täyttyttävä:
- vertailun on oltava mielekäs ja sen esitystavan on oltava asiallinen ja tasapuolinen,
 - vertailun perustana olevat tietolähteet on ilmoitettava,
 - tietojen on sisällettävä vertailun perustana olevat olennaiset tosiseikat ja oletukset¹.

4.7 Terminologia ja tuotenimikkeet

- (35) Kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n mukaan markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa antaa totuudenvastaista tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt.
- (36) Kuluttajansuojalain 2 luvun 7 §:n mukaan markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa jättää antamatta sellaisia asiayhteys huomioon ottaen olennaisia tietoja, jotka kuluttaja tarvitsee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen tekemiseksi ja joiden puuttuminen on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee päätöksen, jota hän ei olisi riittävin tiedoin tehnyt.
- (37) Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 1 §:n 1momentin mukaan elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää hyvän liiketavan vastaista tai muutoin toisen elinkeinonharjoittajan kannalta sopimatonta menettelyä.
- (38) Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 §:n 1 momentin mukaan elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa ilmaisua, joka koskee omaa tai toisen elinkeinotoimintaa ja on omiaan vaikuttamaan hyödykkeen kysyntään tai tarjontaan taikka vahingoittamaan toisen elinkeinotoimintaa.

OHJE (kohdat 39-41)

- (39) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan edellä mainitut lainsäännökset tarkoittavat, että markkinoinnissa ei tule käyttää harhaanjohtavasti laissa määriteltyjä termejä tai termejä, joilla on vakiintunut merkityssisältö.
- (40) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan edellä mainitut lainsäännökset tarkoittavat sitä, että markkinoinnissa tulee määritellä ne keskeiset termit, joilla ei ole vakiintunutta merkityssisältöä. Jos markkinoinnissa käytetään esimerkiksi termejä pääomaturva, osaketalletus tai käännteinen indeksilaina, aineistosta tulee käydä ilmi, mitä termillä tarkoitetaan.

¹ Direktiivin 2006/73/EY 27 artiklan 3 kohta.



- (41) Finanssivalvonta suosittelee, että mainoksessa vältetään sellaisten lyhenteiden käyttämistä, jotka eivät ole jokapäiväisessä käytössä tunnettuja. Esimerkiksi lyhenteen p.a. lisäksi tulisi kertoa, että kyseessä on vuotuinen korko.

4.8 Internet-markkinointi

- (42) Kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n mukaan markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt.
- (43) Kuluttajansuojalain 2 luvun 7 §:n mukaan markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa jättää antamatta sellaisia asiayhteys huomioon ottaen olennaisia tietoja, jotka kuluttaja tarvitsee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen tekemiseksi ja joiden puuttuminen on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee päätöksen, jota hän ei olisi riittävin tiedoin tehnyt.
- (44) Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 1 §:n 1 momentin mukaan elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää hyvän liiketavan vastaista tai muutoin toisen elinkeinonharjoittajan kannalta sopimatonta menettelyä.

OHJE (kohdat 45-49)

- (45) Finanssivalvonta suosittelee, että internetsivujen rakenne suunnitellaan siten, että palvelua ja tuotetta koskevat tiedot ja riskivaroitukset on niissä tuotu esille selkeästi ja mahdollisimman yhtenäisenä kokonaisuutena.
- (46) Finanssivalvonta suosittelee, että asiakkaan tarvitsemat olennaiset tiedot ovat internetsivuilla helposti löydettävissä.
- (47) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan edellä mainitut lainsäädännökset tarkoittavat sitä, että internetsivuilla palvelua tai tuotetta markkinoitaessa yhdellä sivulla esitettävistä ja yhtenä kokonaisuutena asiakkaan nähtävissä olevista tiedoista syntyvä kokonaisvaikutelma ei saa olla harhaanjohtava.
- (48) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan edellä mainitut lainsäädännökset tarkoittavat, että internetsivuilla olevista mainosotsikoista eli nk. internet -bannereista ei saa syntyä harhaanjohtavaa kokonaisvaikutelmaa finanssipalvelusta tai -tuotteesta.
- (49) Finanssivalvonta suosittelee, että arvopapereita tarjottaessa markkinointiesitteet ja niihin liittyvät linkit nimetään siten, etteivät ne ole sekoitettavissa laissa säädetyn tiedonantovelvollisuuden täyttämiseksi laadittuihin esitteisiin tai tuotteen ehtoihin.

5

Finanssipalvelujen ja -tuotteiden markkinoinnin erityispiirteitä

5.1 Soveltamisala

- (1) Tätä lukua sovelletaan luvussa 1.1 tarkoitettuihin valvottaviin, muihin finanssimarkkinoilla toimiviin sekä ulkomaisiin valvottaviin luvussa 1.1 mainituin poikkeuksin siltä osin, kun ne markkinoivat tässä luvussa tarkoitettuja finanssipalveluja ja -tuotteita.
- (2) Vakuutusyhtiölain 31 luvun 1 §:n 1 momentin mukaan vakuutusyhtiön on markkinoinnissaan annettava asiakkaalle markkinoitavasta hyödykkeestä kaikki ne tiedot, joilla saattaa olla merkitystä asiakkaan tehdessä hyödykettä koskevia ratkaisuja. Kun vakuutusyhtiö tarjoaa vakuutukseen liitettäväksi tässä luvussa mainittuja finanssituotteita, tulisi sen ottaa huomioon soveltuvin osin tähän lukuun sisältyvät ohjeet täyttääkseen edellä mainitun lain säännöksen vaatimuksen.

5.2 Luottojen markkinointi kuluttajille

- (3) Kuluttajansuojalain 7 luvun 13 §:n 1 momentin mukaan luotonantajan on luotonannossa meneteltävä vastuullisesti. Kyseisen pykälän 2 momentin 1 kohdassa edellytetään, että luotonantaja ei markkinoi luottoa siten, että markkinointi on omiaan selvästi heikentämään kuluttajan kykyä harkita luoton ottamista huolellisesti.
- (4) Kuluttajansuojalain 7 luvun 8 §:ssä säädetään kuluttajaluoton mainonnassa annettavista tiedoista.
- (5) Kuluttajansuojalaki 2 luku sisältää säännökset markkinoinnista ja menettelyistä asiakassuhteessa.

OHJE (kohdat 6-11)

- (6) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan kuluttajansuojalain 7 luvun 13 §:n tarkoittaman hyvän luotonantotavan vastaista on markkinoida luottoa riskittömänä ratkaisuna kuluttajan taloudellisiin ongelmiin taikka korostaa markkinoinnissa luoton saamisen nopeutta siten, että samalla yllytetään kuluttajaa velkaantumaan harkitsemattomasti².
- (7) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan kuluttajansuojalain 2 luvun 6 § ja 7 §:t ja 7 luvun 13 §:n 2 momentti tarkoittavat, että markkinoinnin tulee keskittyä tuotteen olennaisiin ja kes-

² HE 24/2010 vp, s. 33-34



keisiin ominaisuuksiin siten, ettei markkinointitoimenpiteestä tai mainoksesta syntyvä kokonaiskuva ole harhaanjohtava. Esimerkiksi luoton markkinoinnissa ei saa olla hallitsevasa asemassa se, että kuluttajalla on luotonmyöntäjän hallussa käyttämättömänä vakuuksia, joita vastaan luotonantaja voi myöntää uutta luottoa. Myöskään kanta-asiakasjärjestelmän etujen ei tule olla hallitsevasa asemassa. Maksuaika- ja luottokortteja markkinoitaessa niiden olennaiset ja keskeiset ominaisuudet eivät saa hämärtyä korttien eri käyttömahdollisuuksia esiteltäessä.

- (8) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan kuluttajansuojalain 7 luvun 13 §:n 2 momentin 1 kohta tarkoittaa sitä, että kuluttajan harkintakykyä olennaisesti heikentävänä ja siten kiellettyinä markkinointikeinoina on pidettävä myös erilaisten lisäetujen käyttämistä luottojen markkinoinnissa siten, että lisäedut, kuten arpajaiset, palkinnot ja kylkiäiset, ovat hallitsevasa asemassa.³
- (9) Finanssivalvonta suositaa, että arpajaisten käyttämistä luottojen markkinoinnissa vältetään.
- (10) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan kuluttajansuojalain 7 luvun 13 §:n 2 momentti tarkoittaa sitä, että sellaisissa mainoksissa, joissa on liitteenä luottohakemus, tulee kiinnittää erityistä huomiota kaikkien luottoa koskevien tietojen tasapuoliseen ilmoittamiseen riippumatta siitä, onko kyseessä uusi luotto vai olemassa olevan luoton määrän korotus.
- (11) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan kuluttajansuojalain 7 luvun 13 §:n 2 momentti tarkoittaa, että kuluttajalle ei tule lähettää mainoksen yhteydessä osittain etukäteen täytettyä luottohakemusta, jotta kuluttajalle ei synny virheellistä käsitystä siitä, että luotto on jo myönnetty tai, että sen myöntäminen on rutiinitoimenpide.

5.3 Talletussuojaa ja sijoittajien korvausrahastosuojaa koskeva markkinointi

- (12) Luottolaitostoiminnasta annetun lain 133 §:n 1 momentin mukaan talletuspankki ei saa markkinoinnissaan käyttää talletussuojarahaston antamaa tai muuta vastaavaa talletussuojaa taikka vakuusrahastosuojaa koskevia tietoja rahoitusmarkkinoiden vakautta tai tallettajien luottamusta vaarantavalla tavalla.
- (13) Sijoituspalvelulain 11 luvun 25 §:n 1 momentin mukaan sijoituspalveluyritys ja ulkomainen sijoituspalveluyritys ei saa antaa markkinoinnissaan sijoittajien korvausrahastosuojaa koskevia totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja.

OHJE (kohta 14)

- (14) Finanssivalvonta suositaa, että talletussuojaa tai sijoittajien korvausrahastosuojaa ei markkinoita talletukseen tai sijoitustuotteeseen liittyvänä erityisenä etuna.

³ HE 24/2010 vp, s. 34



5.4 Vakuutusedustuspalvelujen markkinointi

OHJE (kohta 15)

- (15) Finanssivalvonta suosittaa, että silloin kun vakuutusedustaja, joka harjoittaa muutakin liiketoimintaa kuin Finanssivalvonnan valvomaan liiketoimintaa, ilmoittaa internetsivuillaan, kirjelmakkeillaan tai muuten markkinoinnissaan olevansa Finanssivalvonnan rekisteröimä tai valvoma, vakuutusedustaja ilmoittaa myös selkeästi, minkä toiminnan osalta Finanssivalvonta valvoo sitä.

5.4.1 Vakuutusmeklari

- (16) Vakuutusedustuksesta annetun lain 22 §:ssä säädetään vakuutusedustajan markkinointista. Kyseisen pykälän 4 momentin mukaan vakuutusmeklari ei saa markkinoinnissaan ilmoittaa edustavansa tiettyä vakuutuksenantajaa.
- (17) Vakuutusedustuksesta annetun lain 1 §:n mukaan vakuutusedustuksella tarkoitetaan muun muassa korvausta vastaan harjoitettavaa vakuutussopimuksen valmistelua.
- (18) Vakuutusedustuksesta annetun lain 26 §:n mukaan vakuutusmeklari saa ottaa vastaan palkkion vain toimeksiantajalta.

OHJE (kohdat 19-23)

- (19) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan vakuutusedustuksesta annetun lain 22 §:n 4 momentti tarkoittaa sitä, että vakuutusmeklarin tehtävänä ei ole edistää yksittäisten vakuutuksenantajien liiketoimintaa. Vakuutusmeklari ei saa markkinoida tiettyjen vakuutuksenantajien palveluja ja vakuutuksia. Lisäksi Finanssivalvonta tulkitsee edellä mainitun pykälän tarkoittavan sitä, että yleisen tason markkinointiin, joka koskee esimerkiksi henkivakuutuksia sijoituskohteena, ei saa sisältyä tiettyjen vakuutuksenantajien esille tuomista.
- (20) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan vakuutusedustuksesta annetun lain 22 §:n 4 momentti tarkoittaa, että vakuutusmeklarin ei tule pitää esillä vakuutuksenantajien nimiä, logoja tai linkkejä esimerkiksi vakuutusmeklarin internetsivuilla tai muussa markkinointimateriaalissa. Finanssivalvonta katsoo, että tätä voidaan pitää kyseisten vakuutuksenantajien markkinoimisena, vaikka markkinoimisesta ei olisikaan tehty sopimusta. Vakuutusmeklarin ei tule antaa mainostilaa tietyille vakuutuksenantajille, jotta asiakkaille ei syntyisi virheellistä kuvaa siitä, että meklari toimii vakuutuksenantajan asiamiehenä.
- (21) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan vakuutusedustuksesta annetun lain 24 §:n estämättä vakuutusmeklari voi kuitenkin esittää, esimerkiksi internetsivuillaan, omia palvelujaan ja asiantuntemustaan markkinoidessaan yleisellä tasolla, tasapuolisesti ja yhtäläisen perusteiden mukaan laadittuja katsauksia vakuutusmarkkinoista ja niillä olevista tuotteista.
- (22) Finanssivalvonta suosittaa, että vakuutusmeklarin nimeä ei käytetä sijoitussidonnaisiin vakuutuksiin liitettävien rahastojen markkinoinnissa.
- (23) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan vakuutusedustuksesta annetun lain 1 §:n 2 momentti ja 26 § tarkoittavat, että vakuutusmeklari ei saa antaa kuvaa, ettei hänen palvelunsa maksa asiakkaalle mitään.

5.4.2 Vakuutusasiamies

- (24) Vakuutusedustuksesta annetun lain 3 §:n 1 kohdan mukaan asiamiehellä tarkoitetaan luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä, joka harjoittaa vakuutusedustusta vakuutuksenantajan lukuun ja vastuulla.
- (25) Vakuutusedustuksesta annetun lain 21 §:n ja vakuutusyhtiölain 31 luvun 3 §:n 1 momentin mukaan vakuutusyhtiön asiamiehen on toiminnassaan selkeästi ilmoitettava asiakkaalle toimivansa nimenomaan asiamiehenä.
- (26) Vakuutusedustuksesta annetun lain 22 §:n 4 momentin ja vakuutusyhtiölain 31 luvun 3 §:n 2 momentin mukaan asiamiehen on markkinoinnissaan ilmoitettava edustamansa vakuutuksenantajat ja yksittäistä vakuutusta markkinoidessaan, minkä vakuutuksenantajan tuotteesta on kysymys.
- (27) Vakuutusyhtiölain 31 luvun 3 §:n mukaan vakuutusyhtiön asiamiehen on toiminnassaan selkeästi ilmoitettava asiakkaalle toimivansa nimenomaan asiamiehenä. Vakuutusyhtiön asiamiehen on markkinoinnissaan ilmoitettava edustamansa vakuutuksenantajat ja yksittäistä vakuutusta markkinoidessaan, minkä vakuutusyhtiön tuotteesta on kysymys.
- (28) Kuluttajansuojalain 2 luvun 8 §:ssä säädetään tiedonantovelvollisuudesta tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä.

OHJE (kohdat 29-31)

- (29) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan vakuutusedustuksesta annetun lain 3 §:n 1 kohta tarkoittaa, että asiamies ei saa antaa harhaanjohtavaa kuvaa toimintansa itsenäisyydestä tai riippumattomuudesta.
- (30) Finanssivalvonta suosittelee, että asiamies ilmoittaa toimivansa asiamiehenä viimeistään siinä vaiheessa, kun vakuuttaminen tulee ensimmäisen kerran esille. Asiamiehenä toimiessaan asiamiehen tulisi ilmoittaa edustamansa vakuutuksenantajat ensimmäisessä kontaktissaan mahdolliseen asiakkaaseen. Edustettavien vakuutuksenantajien tulisi käydä selkeästi ilmi kirjallisessa ja sähköisessä markkinointiaineistossa. Ilmoitustavalla ei tulisi hämärtää sitä, että kyseessä on asiamiessuhde.
- (31) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan vakuutusedustuksesta annetun lain 22 §:n 4 momentti ja vakuutusyhtiölain 31 luvun 3 § tarkoittavat, että asiamies voi harjoittaa ns. imagomarkkinointia, eli se voi markkinoida toiminimeään ja yhdistää siihen myös iskulauseen ja/tai liikemerkin ilman, että se ilmoittaa samalla edustamiaan vakuutuksenantajia tai toimivansa asiamiehenä.

5.5 Kilpailevan finanssipalvelun tai -tuotteen tarjoaminen maksujenvälitystilanteessa

- (32) Luottolaitostoiminnasta annetun lain 142 §:n 1 momentin mukaan luottolaitoksella ja sen kanssa samaan konsolidointiryhmään kuuluvalla yrityksellä on oikeus antaa 141 §:ssä tarkoitettuja tietoja samaan konserniin, konsolidointiryhmään tai rahoitus- ja vakuutusryhmittymien valvonnasta annetussa laissa tarkoitettuun rahoitus- ja vakuutusryhmittymään kuuluvalla yhteisölle, jos tietojen vastaanottajaa koskee tässä laissa säädetty tai vastaava salsapitovelvollisuus. Se, mitä tietojen luovuttamisesta säädetään, ei koske muun muassa



sellaisia tietoja, jotka perustuvat asiakkaan ja muun kuin ryhmittymään kuuluvan yrityksen välisten maksutietojen rekisteröintiin.

- (33) Maksulaitoslain 38 §:n 1 momentti sisältää luottolaitostoiminnasta annetun lain 142 §:n 1 momenttia vastaavan säännöksen.

OHJE (kohta 34)

- (34) Finanssivalvonta suosittaa, että markkinoinnissa vältetään menettelyä, jossa palveluntarjoaja pyrkii epäasiallisella tavalla vaikuttamaan maksujenvälitystilanteissa asiakkaan päätöksentekoon silloin, kun asiakas on hoitamassa palveluntarjoajan kanssa muuta asiaa. Tällaista menettelyä on esimerkiksi se, että asiakkaalle ryhdytään esittelemään pankin konserniin tai ryhmittymään kuuluvan tai pankin yhteistyökumppanina toimivan yhteisön vastaavia tuotteita silloin, kun asiakas on maksamassa laskua, jossa maksunsaajana on muu kuin konserniin tai ryhmittymään kuuluva yritys.

5.6 Sijoitusrahastojen markkinointi

- (35) Sijoitusrahastolain 89 §:n mukaan sijoitusrahaston rahasto-osuuksia ei saa markkinoida antamalla totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa tietoa. Markkinoinnista on käytävä ilmi sen kaupallinen tarkoitus. Sellaisessa markkinoinnissa, jossa kehoitetaan ostamaan sijoitusrahaston osuuksia ja joka sisältää erityisiä tietoja sijoitusrahastosta, ei saa esittää väitteitä, jotka ovat ristiriidassa rahastoesitteen ja avaintietoesitteen sisältämien tietojen kanssa tai jotka vähentävät niiden merkitystä.
- (36) Sijoitusrahastolain 89 §:n 3 momentin mukaan, jos sijoitusrahaston varojen nettoarvo todennäköisesti vaihtelee huomattavasti sen sijoitusten koostumuksen tai niiden hoidossa käytettävien menetelmien johdosta, sen rahastoesitteessä ja tarvittaessa markkinointiaineistoissa on oltava maininta tästä erityispiirteestä.

OHJE (kohdat 37-40)

- (37) Finanssivalvonta suosittaa, että sijoitusrahastojen markkinoinnissa kuvataan rahaston noudattama sijoituspolitiikka käyttäen sellaisia ilmaisuja, joita ei-ammattimainen sijoittaja pystyy kohtuullisella perehtymisellä ymmärtämään.
- (38) Finanssivalvonta suosittaa, että jos sijoitusrahastojen markkinoinnissa käytetään vertailuindeksejä, edellä luvussa 4.6 esitetyt kriteerit otetaan huomioon vertailuindeksiä valittaessa. Vertailuindeksin tulisi olla vertailukelpoinen suhteessa sijoitusrahaston noudattamaan sijoituspolitiikkaan ja vertailussa tulisi mahdollisuuksien mukaan käyttää tuottoindeksejä.
- (39) Finanssivalvonta suosittaa, että vertailtaessa kahta eri sijoitusrahastoa keskenään, vertailun kohteeksi otetaan vain sellaisia sijoitusrahastoja, joilla on sääntöjensä mukaan olennaisilta osin vertailukelpoinen sijoitusstrategia.
- (40) Sijoitusrahastojen markkinoinnissa käytetään usein hyväksi markkinatutkimuksia. Finanssivalvonta suosittaa, että mikäli sijoitusrahaston sääntöjä ei ole vielä hyväksytty, sellaista tietoa tai materiaalia yksittäisestä sijoitusrahastosta ei jaeta, joka voidaan käsittää sijoitusrahaston tuleviksi säännöiksi tai ennakkotiedoiksi tulevista säännöistä tai muuksi rahastokohtaiseksi markkinointimateriaaliksi.



5.6.2 Ulkomaisten yhteissijoitusyritysten markkinointi Suomessa

- (41) Sijoitusrahastolain 128 §:n 1 momentin mukaan yhteissijoitusyritys (ns. direktiivinmukainen sijoitusrahasto, UCITS) saa markkinoida osuuksiaan Suomessa, jos sen kotivaltion toimivaltainen viranomainen on ilmoittanut markkinoinnin aloittamisesta (notifikaatio) Finanssivalvonnalle.
- (42) Arvopaperimarkkinalain 2 luvun 12 §:n mukaan arvopaperien yleisölle tarjoamisella tarkoitetaan henkilöille suunnattua viestintää, jossa annetaan tai jonka tarkoituksena on antaa tarjouksen ehdoista ja tarjotusta arvopaperista riittävät tiedot, jotta henkilö voi tehdä päätöksen arvopaperin ostamisesta tai merkitsemisestä.

OHJE (kohdat 43–46)

- (43) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan sijoitusrahastolain 128 § tarkoittaa, että ulkomaisen yhteissijoitusyrityksen Suomessa tapahtuvaa markkinointia ei kuitenkaan ole se, että
- asiakaskohtaisen sopimuksen perusteella itsenäisesti asiakkaansa varoja hoitava omaisuudenhoitaja (ns. täyden valtakirjan omaisuudenhoitaja) merkitsee yhteissijoitusyrityksen osuuksia asiakkaalleen tätä kuulematta, tai
 - sijoituspalveluyritys merkitsee yhteissijoitusyrityksen osuuksia asiakkaansa puolesta asiakkaan nimenomaisesta aloitteesta.
- (44) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan sijoitusrahastolain 128 § tarkoittaa, ettei palvelun tarjoamiseksi rajan yli katsota sitä, että suomalaiset sijoittajat voivat merkitä yhteissijoitusyrityksen kotisivujen kautta rahasto-osuuksia, jos yhteissijoitusyritys ei muutoin markkinoi palvelujaan tai välittämäänsä rahasto-osuuksia Suomessa eikä sen tarkoituksena ole Suomessa asuvien asiakkaiden hankinta. Yhteissijoitusyrityksen internetsivuilla tai muussa materiaalisissa ei tällöin tule olla erityisesti Suomessa asuville sijoittajille kohdistettuja tietoja tai ohjeita.
- (45) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan ulkomaisen yhteissijoitusyrityksen liittäminen vakuutus tuotteeseen ei edellytä sen notifiointia tai markkinointiluvan hakemista ennen vakuutus tuotteen markkinoinnin aloittamista Suomessa, koska sijoitusrahastolakia ei sovelleta vakuutusten markkinointiin.
- (46) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan arvopaperimarkkinalain 2 luvun 11 § ja edellä mainitut pykälät tarkoittavat, että sijoitusrahastojen harjoittamaa markkinointia ja tarjoamista ei katsota erillisiksi käsitteiksi, vaan jo markkinointitoimenpiteiden aloittaminen edellyttää asianmukaista notifikaatiota tai markkinointilupaa. Velvollisuus ei ala vasta tarjottaessa (merkintöjen vastaanottaminen) rahasto-osuuksia.

5.6.3 Sijoitusrahastojen markkinoinnissa käytettävä kieli

- (47) Sijoitusrahastolain 89 §:n 1 momentin mukaan sijoitusrahaston rahasto-osuuksia markkinoitaessa on Finanssivalvonnan sitä vaatiessa käytettävä suomen tai ruotsin kieltä tai Finanssivalvonnan hyväksymää muuta kieltä.
- (48) Sijoituspalvelulain 10 luvun 5 §:n 2 momentin mukaan sijoituspalveluyrityksen on annettava ei-ammattimaiselle asiakkaalle hyvissä ajoin ennen sijoituspalvelun tai oheispalvelun antamista kyseisessä momentissa säädetyt riittävät tiedot.



OHJE (kohta 49)

- (49) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan sijoitusrahastolain 89 § tarkoittaa sitä, että markkinoitaessa rahasto-osuuksia muille kuin ammattimaisille sijoittajille tulee lähtökohtaisesti aina käyttää suomen tai ruotsin kieltä. Sijoituspalvelun tarjoaja voi kuitenkin käyttää suomen tai ruotsin kielen sijaan myös rahoitusmarkkinoilla yleisesti käytettyä kieltä (englantia), mikäli se katsoo asiakkaan saavan tällä tavalla laissa edellytetyt tiedot.

5.6.4 Rahamarkkinarahasto -nimen käyttäminen markkinoinnissa

- (50) Euroopan arvopaperivalvojen komitea CESR (nykyinen Euroopan arvopaperimarkkinavirnaomainen ESMA) on 19.5.2010 (CESR/10-049) julkistanut suosituksen rahamarkkinarahaston määritelmäksi tavoitteena kehittää yhtenäinen eurooppalainen rahamarkkinarahaston määritelmä.
- (51) Määritelmässä kuvataan kaksi rahamarkkinarahastotyyppiä: lyhyt rahamarkkinarahasto ja rahamarkkinarahasto. Suosituksen mukaan vain ne rahastot, joiden sijoitustoiminta täyttää suosituksessa kuvatut kriteerit voivat käyttää rahaston nimessä ja markkinoinnissa mainittuja nimikkeitä. Suositus koskee sekä ns. direktiivinmukaisia (UCITS) että muita kuin direktiivinmukaisia sijoitusrahastoja (non-UCITS).

OHJE (kohdat 52-53)

- (52) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan muun kuin kohdassa (51) tarkoitettujen suosituksen kriteerit täyttävän sijoitusrahaston markkinointi ja nimeäminen rahamarkkinarahastoksi tai lyhyeksi rahamarkkinarahastoksi on tulkittava arvopaperimarkkinain 1 luvun 3 §:n 1 momentissa tarkoitettuna arvopaperin harhaanjohtavaksi markkinoinniksi.
- (53) Finanssivalvonta suositaa, että näiden määräysten ja ohjeiden soveltamisalaan kuuluvat rahastoyhtiöt noudattavat kohdassa (51) tarkoitettua suositusta CESR/10-049. Suositus on saatavilla Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (ESMA) internetsivuilta osoitteessa: www.esma.europa.eu.

5.6.5 Säännellylle markkinalle kaupankäynnin kohteeksi otetun sijoitusrahaston tunniste

- (54) Euroopan arvopaperimarkkinaviranomainen (ESMA) on antanut ohjeen toimivaltaisia viranomaisia ja yhteissijoitusyritysten rahastoyhtiöitä varten; Ohjeet ETF:stä ja muista UCITS rahastoihin liittyvistä asioista. (ESMA Guidelines to competent authorities and UCITS management companies on ETFs and other UCITS issues) (ESMA/2012/832FI).

OHJE (kohdat 55 - 56)

- (55) Finanssivalvonta suositaa, että säännellylle markkinalle kaupankäynnin kohteeksi otettu sijoitusrahasto käyttää tunnistetta 'UCITS ETF', joka ilmaisee sen olevan säännellyllä markkinalla kaupankäynnin kohteena. Muiden kuin edellä kuvattujen sijoitusrahastojen ei tulisi käyttää samaa tunnistetta tai sanoja ETF tai exchange-traded fund.
- (56) Finanssivalvonta suositaa, että näiden määräysten ja ohjeiden soveltamisalaan kuuluvat rahastoyhtiöt noudattavat kohdassa (55) tarkoitettua suositusta ESMA/2012/832FI. Suosi-



tus on saatavilla Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (ESMA) internetsivuilta osoitteessa: www.esma.europa.eu.

5.7 Joukkovelkakirjalainojen markkinointi

- (57) Velkakirjalain 34 §:n 2 momentin mukaan joukkovelkakirja, jonka etuoikeus on liikkeeseenlaskijan muita sitoumuksia huonompi, on nimettävä debentuuriksi.
- (58) Arvopaperimarkkinalain 1 luvun 3 §:n 1 momentin mukaan arvopaperien ja muiden rahoitusvälineiden markkinoinnissa ja vaihdannassa, joka tapahtuu elinkeinotoiminnassa, sekä täytettäessä tämän lain mukaista tiedonantovelvollisuutta ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja.

OHJE (kohdat 59-70)

- (59) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan arvopaperimarkkinalain 1 luvun 3 §:n 1 momentti tarkoittaa muun muassa sitä, että joukkovelkakirjalainan markkinointi on harhaanjohtavaa, jos markkinointimateriaalista syntyvä kokonaisvaikutelma on selvästi erilainen kuin se käsitys, jonka saa, kun materiaaliin tutustuu huolellisesti. Tällaisia harhaanjohtavia seikkoja voivat olla esimerkiksi nimelliskoron korostaminen emissiokurssin ollessa vaihtuva, enimmäistuoton korostaminen ilman tuotonlaskentaperusteiden esittämistä ja huonoimman vaihtoehdon esiin tuomista sekä ehtojen esittäminen ilman viittausta niiden alustavuuteen.
- (60) Finanssivalvonta suosittaa, että joukkovelkakirjalainojen markkinoinnin yhteydessä esitetään selkeästi tuotonmääräytymiseen vaikuttavat tekijät, kuten erilaisten tuottoleikkureiden vaikutukset, tuottolukitukset, arvostusperiodit ja kohde-etuuksien painot, palkkiot ja muut maksut.
- (61) Finanssivalvonta suosittaa, että kiinteäkorkoisen joukkovelkakirjalainan liikkeeseenlaskun markkinoinnissa aina ilmoitetaan, onko emissiokurssi vaihtuva vai kiinteä. Lainassa, joissa emissiokurssi on vaihtuva, nimelliskorkoa ei tulisi korostaa, vaan se tulisi esittää samalla tavoin kuin muutkin lainan ehdot. Markkinoinnissa tulisi selkeästi ilmoittaa, mikä on efektiivinen tuotto tai sen vaihteluväli tietyllä hetkellä sekä, mikä on vaihtuvan emissiokurssin merkitys saatavan tuoton kannalta. Vaihtuvan emissiokurssin merkitys sijoittajan pääomalleen saamaan tuottoon tulisi selkeästi ilmetä nimelliskoron yhteydessä. Merkintäpaikoissa tulisi ilmoittaa sijoittajalle, mikä on efektiivinen tuotto senhetkisen emissiokurssin mukaan. Mikäli lainan emissiokurssi riippuu sijoituksen suuruudesta, tästä tulisi myös kertoa markkinoinnissa.
- (62) Finanssivalvonta suosittaa, että markkinoitaessa joukkovelkakirjalainaa, jonka korko on sidottu vaihtuvaan viitekorkoon, markkinoinnissa selkeästi kerrotaan koron määrään liittyvä epävarmuus.
- (63) Finanssivalvonta suosittaa, että joukkovelkakirjalainalle maksettava kiinteä tuotto (korko tai muu vähimmäistuotto) esitetään aina myös vuotuisena tuottona.
- (64) Finanssivalvonta suosittaa, että joukkovelkakirjalainojen markkinointimateriaalissa kerrotaan liikkeeseenlaskijan takaisinmaksukykyyn liittyvä riski selkeästi ja ymmärrettävästi. Pelkkä tieto liikkeeseenlaskijasta, maininta liikkeeseenlaskijariskistä tai tieto vakuuden puuttumisesta ei olisi riittävän selkeä selvitys takaisinmaksuun liittyvistä riskeistä ja rajoituksista. Edellä mainitun riskin sisältöä tulisi kuvata tarkemmin, kuten esimerkiksi toteamal-



la, että joukkovelkakirjalainan liikkeeseenlaskijan takaisinmaksukykyyn liittyvillä riskeillä tarkoitetaan sitä, että liikkeeseenlaskija ei maksukyvyttömyyden vuoksi pysty maksamaan lainaa takaisin ja, että sijoittaja voi liikkeeseenlaskijan mahdollisen maksukyvyttömyyden takia menettää sijoittamansa pääoman sekä mahdollisen tuoton osittain tai kokonaan (ns. liikkeeseenlaskijariski).

- (65) Finanssivalvonta suosittaa, että joukkovelkakirjan liikkeeseenlaskijan takaisinmaksukykyyn liittyvästä riskistä käytetään johdonmukaisesti samaa termiä kaikkialla samaa joukkovelkakirjaa koskevassa markkinointimateriaalissa.
- (66) Finanssivalvonta suosittaa, että kerrottaessa markkinoinnissa tuotteen pääomaturvasta, markkinoinnissa kuvataan, mitä pääomaturvalla tarkoitetaan. Lisäksi tulisi kuvata selkeästi mahdolliset pääomaturvaan liittyvät rajoitteet, esimerkiksi ilmoittamalla, että joukkovelkakirjalainan pääomaturva on voimassa ainoastaan lainan eräpäivänä eikä se kata mahdollista ylikurssia tai merkintäpalkkiota eikä anna turvaa liikkeeseenlaskijan maksukyvyttömyystilanteessa.
- (67) Finanssivalvonta suosittaa, että asiakkaalle myös kerrotaan tuotteen juoksuaikana tapahtuvan myynnin sekä mahdollisen ehtojen mukaisen ennaikaisen takaisinmaksun tai irtisanomisen seuraamuksista.
- (68) Finanssivalvonta suosittaa, että joukkovelkakirjalainan markkinoinnissa kerrotaan aina, onko lainalla vakuus vai ei. Lisäksi tulisi kertoa, mitä osaa lainasta mahdollinen vakuus koskee. Jos lainalle on asetettu vakuus, markkinoinnissa tulisi myös kertoa, mikä asetettu vakuus on.
- (69) Finanssivalvonta suosittaa, että debentuurin markkinoinnissa tuodaan aina esiin sen huonompi etuoikeusasema.
- (70) Finanssivalvonta suosittaa, että markkinoitaessa osakeyhtiölain mukaista pääomalainaa kerrotaan, miten menetellään, jos korkoa ei jonakin vuonna makseta tai pääomaa ei voida maksaa takaisin mahdollisen eräpäivän mukaisesti. Samoin tulisi ilmoittaa pääomalainan huonommasta etuoikeudesta konkurssissa tai yhtiötä purettaessa. Markkinoinnissa tulisi myös kertoa pääomalainan kohtelusta yhtiön sulautuessa tai jakautuessa.

5.8 Strukturoitujen sijoitustuotteiden markkinointi

- (71) Strukturoidulla sijoitustuotteella tarkoitetaan sijoitusta, joka muodostuu korkosijoitusosasta ja johdannaissopimuksesta tai muun perussijoitusinstrumentin ja johdannaissopimuksen yhdistelmästä. Korkosijoitusosa voi olla esimerkiksi talletus tai joukkovelkakirjalaina. Strukturoidun sijoitustuotteen tuotto on sidottu valittujen kohde-etuuksien kuten esimerkiksi osakkeiden, osakeindeksien, koron, rahastojen, valuuttojen, hyödykkeiden, luottoriskin, indeksin, volatiliiteetin tai näiden erilaisten yhdistelmien kehitykseen. Strukturoituja sijoitustuotteita ovat esimerkiksi indeksilaina ja osaketalletus.

OHJE (kohdat 72-75)

- (72) Finanssivalvonta suosittaa, että strukturoitujen sijoitustuotteiden markkinoinnissa kiinnitetään erityistä huomiota tuotteen tasapuoliseen kuvaamiseen. Tuotteeseen kuuluvat eri elementit tulisi esittää selkeästi.



- (73) Finanssivalvonta suosittaa, että strukturoitujen sijoitustuotteiden markkinoinnissa kuvataan selkeästi, mitä johdannaisosa tarkoittaa sijoittajan riskin kannalta. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, millaisissa tilanteissa sijoittaja voi menettää pääomaa tai sijoituksen tuoton.
- (74) Finanssivalvonta suosittaa, että jos strukturoidun joukkovelkakirjalainan ehdoissa käytetään alustavia ehtoja, kuten tuoton määräytymiseen liittyviä ehtoja, markkinoinnissa ilmoitetaan aina selkeästi ehtojen alustavuudesta. Lisäksi tulisi kertoa, milloin ehdot vahvistetaan. Esimerkiksi, jos kerrotaan alustava osallistumisaste tai tuottokerroin, samassa yhteydessä tulisi kertoa näiden vaihteluväli tai vähimmäistaso.
- (75) Strukturoitujen joukkovelkakirjalainojen markkinointiin sovelletaan joukkovelkakirjalainojen ja rahoitusvälineiden markkinointia koskevia määräyksiä ja ohjeita, joita on luvuissa 5.7, 5.9, 5.10 ja 5.11.

5.8.2 Talletus, jonka tuotto on kytketty valitun kohde-etuuden kehitykseen (strukturoitu talletus)

OHJE (kohdat 76-80)

- (76) Finanssivalvonta suosittaa, että strukturoidun talletuksen tuoton kuvauksessa pyritään selkeästi sekä ilmaisemaan ne seikat, jotka vaikuttavat lopullisen tuoton muodostumiseen että helpottamaan vertailua vastaavantyyppiseen ja -pituisen strukturoituun joukkovelkakirjalainaan ja/tai vastaavanpituisen määräaikaistalletukseen.
- (77) Finanssivalvonta suosittaa, että kohde-etuudesta ja mahdollisista tuottoleikkureista annetaan vastaavat tiedot kuin strukturoidusta joukkovelkakirjalainasta.
- (78) Finanssivalvonta suosittaa, että strukturoitua talletusta markkinoitaessa korko, johon talletuspankki on sitoutunut (takuukorko) ilmoitetaan myös vuotuisena korkona. Myös mahdollinen lisäkorko tulisi aina ilmoittaa myös vuotuisena korkona. Eri perusteiden laskettuja korkoja ei tulisi verrata keskenään.
- (79) Finanssivalvonta suosittaa, että mahdollisen lisäkoron saamiseen liittyvä epävarmuus kerrotaan.
- (80) Finanssivalvonta suosittaa, että jos markkinointimateriaalissa viitataan laissa sallitulla tavalla talletussuojaan, kerrotaan myös, miltä osin talletuspääoma sekä takuu- ja lisäkorko kuuluvat suojan piiriin.

5.9 Aiemman tuotto- tai arvonkehityksen esittäminen tarjottaessa sijoituspalveluita ja rahoitusvälineitä

- (81) Sijoituspalvelulain 10 luvun 15 §:n 1 kohdassa on säädetty, että Finanssivalvonta antaa rahoitusvälineiden markkinat -direktiivin täytäntöönpanodirektiivin säännösten edellyttämät tarkemmat määräykset 10 luvun 2 §:ssä tarkoitetuista sijoituspalvelun ja oheispalvelun tarjoamisen yhteydessä kolmannelle annettavista ja tältä saatavista maksuista, palkkioista ja muista eduista sekä asiakkaalle annettavista tiedoista koskevista vaatimuksista.



OHJE (kohdat 82-85)

- (82) Finanssivalvonta suositaa, että aiemmasta tuotto- tai arvonkehityksestä annettavat tiedot ovat oleellisia tarjottavan tuotteen tai palvelun kannalta.
- (83) Finanssivalvonta suositaa, että aiemmasta tuotto- tai arvonkehityksestä annettavista tiedoista ilmenee selkeästi, kuvaavatko tiedot kohde-etuuden historiallista kehitystä vai tarjottavan tuotteen simuloitua kehitystä.
- (84) Finanssivalvonta suositaa, että aiemman tuotto- tai arvonkehityksen esittämisessä kiinnitetään huomiota myös siihen, että tuottoa rajaavien ehtojen vaikutus pystytään arvioimaan. Jos esimerkiksi indeksilainan tuotto määräytyy kuukausittaisten tai neljännesvuosittaisten tuottoperiodien perusteella ja kohde-etuuden tuotto- tai arvonkehityksen huomioon ottamista on tuoton laskennassa jollakin tavalla rajoitettu, pelkkä kohde-etuuden aiemman tuotto- tai arvonkehityksen kuvaaminen tietyltä ajanjaksolta ei olisi riittävää. Tällaisissa tapauksissa aiemman tuotto- tai arvonkehityksen osalta keskeistä olisi myös kuukausittaisten tai neljännesvuosittaisten arvonmuutosten esittäminen, jotta tuottorajausten merkitystä pystytään arvioimaan. Kuvauksesta tulisi käydä ilmi, miten tuotteen ehdot, kuten esimerkiksi tuottoleikkurit, palkkiot ja maksut, on otettu huomioon.
- (85) Finanssivalvonta suositaa, että jos uuden tuotteen tai palvelun tuotto- tai arvonkehityksestä annetaan tietoja, tiedot esitetään laskettuna tuotteen tai palvelun aloittamishetkestä (ns. since launch -kuvaus). Jos aloittamishetkestä on kulunut alle vuosi, tuotto- tai arvonkehitystä ei tulisi kuitenkaan esittää vuositasolle muutettuna.

MÄÄRÄYS (kohdat 86-87)

- (86) Jos sijoituspalvelun tarjoaja viittaa ei-ammattimaisille asiakkaille suunnatussa markkinoinnissa rahoitusvälineen, -indeksin tai sijoituspalvelun aiempaan tuotto- tai arvonkehitykseen, seuraavien edellytysten on täyttyttävä:
- kyseinen viittaus ei saa muodostaa viestin keskeisintä sisältöä
 - tietojen on sisällettävä asianmukaiset tuotto- tai arvonkehitystä koskevat tiedot perustuen aina täysiin 12 kuukauden jaksoihin:
 - välittömästi edeltävältä viideltä vuodelta, tai
 - sijoituspalvelun tarjoajan valitsemalta viittä vuotta pidemmältä ajanjaksolta, tai
 - jos rahoitusvälinettä on tarjottu, rahoitusindeksiä on laskettu tai sijoituspalvelua on tarjottu alle viiden vuoden ajan, tiedot on esitettävä koko tältä ajalta
 - asianomainen ajanjakso ja tietolähde on ilmoitettava selkeästi
 - tietojen on sisällettävä selkeä ilmoitus siitä, että esitetyt tiedot koskevat aiempaa tuotto- tai arvonkehitystä, jonka perusteella ei voida muodostaa luotettavia oletuksia tulevasta tuotto- tai arvonkehityksestä
 - jos viittaus perustuu tietoihin, jotka on ilmoitettu muun kuin markkinointitoimenpiteen kohteena olevan ei-ammattimaisen asiakkaan sijaintivaltion valuutan määräisinä, valuutta on ilmoitettava selkeästi, minkä lisäksi tietojen on sisällettävä ilmoitus siitä, että tuotto tai arvo voi kasvaa tai laskea valuuttakurssivaihtelujen seurauksena



- jos viittaus perustuu bruttotuotto- tai bruttoarvonkehitykseen, palkkioiden, maksujen ja muiden kulujen vaikutus on ilmoitettava⁴.

(87) Jos sijoituspalvelun tarjoaja viittaa ei-ammattimaisille asiakkaille suunnatussa markkinoinnissa simuloituun aiempaan tuotto- tai arvonkehitykseen, tietojen on liityttävä rahoitusvälineeseen tai rahoitusindeksiin, minkä lisäksi seuraavien edellytysten on täyttyttävä:

- simuloitun aiemman tuotto- tai arvonkehityksen on perustuttava yhden tai useamman sellaisen rahoitusvälineen tai rahoitusindeksin todelliseen aiempaan tuotto- tai arvonkehitykseen, joka on samanlainen kuin kyseessä oleva rahoitusväline tai rahoitusindeksi tai, joka on sen perusteena
- tällaisen vertailukohtana käytetyn rahoitusvälineen tai rahoitusindeksin todellisen aiemman tuotto- tai arvonkehityksen on täytettävä kohdassa (87) todetut edellytykset
- tietojen on sisällettävä selkeä ilmoitus siitä, että tiedot koskevat simuloitua aiempaa tuotto- tai arvonkehitystä eikä aiemman tuotto- tai arvonkehityksen perusteella voida muodostaa luotettavia oletuksia tulevasta tuotto- tai arvonkehityksestä⁵.

OHJE (kohta 88)

(88) Finanssivalvonta suosittelee, että myös arvopaperimarkkinallain soveltamisalaan kuuluvat muut finanssimarkkinoilla toimivat noudattavat aiemman tuotto- tai arvonkehityksen esittämisen osalta edellä mainituissa kohdissa (87) ja (88) todettua.

5.10 Tuottoennusteiden ja -esimerkkien esittäminen tarjottaessa sijoituspalveluita ja rahoitusvälineitä

(89) Sijoituspalvelulain 10 luvun 15 §:n 1 kohdassa on säädetty, että Finanssivalvonta antaa rahoitusvälineiden markkinat -direktiivin täytäntöönpanodirektiivin säännösten edellyttämät tarkemmat määräykset 10 luvun 2 §:ssä tarkoitetuista sijoituspalvelun ja oheispalvelun tarjoamisen yhteydessä kolmannelle annettavista ja tältä saatavista maksuista, palkkioista ja muista eduista sekä asiakkaalle annettavista tiedoista koskevista vaatimuksista.

MÄÄRÄYS (kohta 90)

(90) Jos sijoituspalvelun tarjoaja esittää markkinoinnissa ennusteita tulevasta tuotto- tai arvonkehityksestä, seuraavien edellytysten on täyttyttävä:

- tiedot eivät saa perustua eikä niissä saa viitata simuloituun aiempaan tuotto- tai arvonkehitykseen
- tietojen on perustuttava kohtuullisiin oletuksiin, jotka pohjautuvat puolueettomaan informaatioon
- jos tiedot perustuvat bruttotuotto- tai bruttoarvonkehitykseen, palkkioiden, maksujen ja muiden kulujen vaikutus on ilmoitettava

⁴ Direktiivin 2006/73/EY 27 artiklan 4 kohta

⁵ Direktiivin 2006/73/EY 27 artiklan 5 kohta



- tietojen on sisällettävä selkeä ilmoitus siitä, että kyseisten ennusteiden perusteella ei voida muodostaa luotettavia oletuksia tulevasta tuotto- tai arvonkehityksestä⁶.

OHJE (kohdat 91–92)

- (91) Finanssivalvonta suosittaa, että mikäli markkinoinnissa käytetään tuotonlaskentaesimerkkejä, ne esitetään siten, että esimerkkitalanteen tuotto on perusteltavissa ja realistinen, eikä sen perusteella synny liian positiivista kuvaa tuotteesta. Esimerkissä tulisi huomioida sijoittajilta perittävät kulut ja ylikurssi, minkä lisäksi tuotto tulisi ilmoittaa aina vuotuisena tuottona. Esimerkin yhteydessä tulisi aina ilmoittaa, että tiedot ovat ainoastaan esimerkinomaisia eivätkä ne kuvasta tuotteen historiallista tai odotettua kehitystä.
- (92) Finanssivalvonta suosittaa, että myös arvopaperimarkkinalain soveltamisalaan kuuluvat muut finanssimarkkinoilla toimivat noudattavat tuottoennusteiden ja –esimerkkien esittämisen osalta kohdassa (91) todettua.

5.11 Lain edellyttämiin esitteisiin viittaaminen arvopapereita tarjottaessa

- (93) Sijoitusrahastolain 13 luvun 89 §:n 2 momentin mukaan sellaisessa markkinoinnissa, jossa kehoitetaan ostamaan sijoitusrahaston osuuksia ja joka sisältää erityisiä tietoja sijoitusrahastosta, ei saa esittää väitteitä, jotka ovat ristiriidassa rahastoesitteen ja avaintietoesitteen sisältämien tietojen kanssa tai jotka vähentävät niiden merkitystä. Markkinointiaineostosta on käytävä ilmi, missä ja millä kielellä rahastoesite ja avaintietoesite ovat sijoittajien saatavilla tai käytettävissä.
- (94) Arvopaperimarkkinalain 5 luvun 4 §:n mukaan markkinointiaineistossa on viitattava esitteeseen ja mainittava paikka, jossa esite on saatavilla.
- (95) Arvopaperimarkkinalain 5 luvun 4 §:n mukaan tarjoukseen tai kaupankäynnin kohteeksi ottamiseen säännellyllä markkinalla liittyvä markkinointiaineisto on toimitettava Finanssivalvonnalle viimeistään silloin, kun markkinointi aloitetaan.
- (96) Komission esiteasetuksen 34 artiklan toisen kohdan mukaan, jos direktiivin 2003/71/EY mukaista esitettä ei vaadita, mainoksiin on sisällytettävä sitä koskeva varoitus, jollei liikkeeseenlaskija, tarjoaja tai säännellyllä markkinoilla kaupankäynnin kohteeksi ottamista hakeva päättä julkaista direktiivin 2003/71/EY ja tämän asetuksen mukaista esitettä.

OHJE (kohdat 97–101)

- (97) Finanssivalvonta suosittaa, että markkinointiaineisto laaditaan niin, ettei se ole sisältönsä tai esitystapansa perusteella sekoitettavissa lain tarkoitamiin esitteisiin.
- (98) Finanssivalvonta suosittaa, että muuta aineistoa ei nimetä samalla tavalla kuin lain tarkoittamia esitteitä.
- (99) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan arvopaperimarkkinalain 1 luvun 3 §:n 1 momentti tarkoittaa, että markkinoinnin on oltava yhtenevä esitteessä olevien tai esitteessä myöhemmin julkaistavien tietojen kanssa ja sen tulisi selkeästi erottua esitteestä.⁷

⁶ Direktiivin 2006/73/EY 27 artiklan 6 kohta

⁷ HE 32/2012 vp. s. 98



- (100) Finanssivalvonnan tulkinnan mukaan arvopaperimarkkinalain 1 luvun 3 §:n 1 momentti tarkoittaa, että arvopaperin markkinointi on harhaanjohtavaa, jos markkinointimateriaalissa tuodaan esille ainoastaan arvopaperin edut ja siihen liittyvien riskien osalta viitataan ainoastaan esimerkiksi laissa säädetyn tiedonantovelvollisuuden täyttämiseksi laadittuihin esitteisiin tai tuotteen ehtoihin.
- (101) Komission esiteasetuksen edellyttämä varoitus koskee pakollisena vain direktiivin 2003/71/EY soveltamisalaa eli tilanteita, joissa arvopapereita tarjotaan 12 kuukauden aikana yhteenlasketulta arvoltaan vähintään 5 000 000 euroa tai joissa arvopapereita haetaan kaupankäynnin kohteeksi säännellylle markkinalle. Finanssivalvonta suosittaa, että vastaava varoitus sisällytetään markkinointiaineistoon myös silloin, kun arvopapereita tarjotaan 12 kuukauden aikana yhteenlasketulta arvoltaan vähintään 1 500 000 euroa eikä tarjouksesta ole julkaistu kansallista esitettä. Tarjouksia koskevat tarkemmat määräykset ja ohjeet sisältyvät Finanssivalvonnan määräyksiin ja ohjeisiin Arvopaperien tarjoaminen ja listalleotto (6/2013).

6 Kumotut määräykset ja ohjeet

6.1 Kumotut määräykset ja ohjeet

- (1) Nämä määräykset ja ohjeet kumoavat voimaan tullessaan seuraavat Finanssivalvonnan antamat määräykset ja ohjeet:
- Finanssivalvonnan standardi 2.2 "Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden markkinointi", annettu 22.8.2006 (Dnro 7/120/2006)
 - Finanssivalvonnan standardi 6.1 "Maksulaitosten ja maksupalvelua ilman toimilupaa tarjoavien henkilöiden toiminta", annettu 26.5.2011 (Dnro 1/101/2011), luku 8.2 Maksupalvelun markkinointi
 - Vakuutusvalvontaviraston määräys- ja ohjekokoelma vakuutusedustajille, annettu 22.6.2010 (Dnro 7/101/2010), kohta III Ohjeet, luku 11 Vakuutusedustajan markkinointi.

6.2 Kumotut kannanotot

- (2) Nämä määräykset ja ohjeet kumoavat voimaan tullessaan seuraavat Finanssivalvonnan kannanotot:
- Finanssivalvonnan kannanotto rahamarkkinarahaston markkinoinnista 4/2011, annettu 27.6.2011
 - Vakuutusvalvontaviraston kannanotto vakuutusmeklaripalveluiden markkinoinnista (Dnro 9/002/2006, annettu 23.10.2006)
 - Vakuutusvalvontaviraston kannanotto vakuutusyhtiön vastuusta asiamiehen markkinointitoimista (Dnro 5/002/2002, annettu 24.4.2002)
 - Vakuutusvalvontaviraston kannanotto vakuutussäästämisen markkinoinnista, luku 2 Yleisölle suunnattu tuotemainonta (Dnro 1/002/2002, annettu 2.1. 2002).

7 Muutoshistoria

Näitä määräyksiä ja ohjeita on muutettu niiden voimaantulon jälkeen seuraavasti:

Annettu 7.7.2014, voimaan 22.7.2014

- Muutettu luvun 1.1. soveltamisalaa
 - Lisätty soveltamisalaan vaihtoehtorahastojen hoitajat, jotka tarjoavat sijoituspalveluja
 - Poistettu soveltamisalasta muussa kuin ETA-valtiossa toimiluvan saaneiden rahastoyhtiöiden Suomessa olevat sivuliikkeet
- Kumottu luvussa 5.6.2 kohta 42 sekä kohdissa 44 ja 45 olevien ohjeiden soveltaminen sijoitusrahastolain (48/1999, SRL) 129 §:n mukaisen non-UCITS rahaston markkinointiin sen johdosta, että SRL 129 § on kumottu 15.3.2014