

Teema-arvio palkitsemiseen liittyvistä eturistiriidoista

11.11.2026

Kirjoittajat

Merja Junnonen
merja.junnonen(at)finanssivalvonta.fi

Laura Linnavirta
laura.linnavirta(at)finanssivalvonta.fi

Anni Piikki
anni.piikki(at)finanssivalvonta.fi

Esa Pitkänen
esa.pitkanen(at)finanssivalvonta.fi

Sisällys

Sisällys

1 Yhteenveto 3

2 Aihetta koskeva keskeinen sääntely 4

3 Palkitsemisperiaatteet ja -käytännöt 6

3.1 Palkitsemisperiaatteet 6

3.2 Hallituksen ja sisäisten valvontatoimintojen osallistuminen 7

3.3 Compliance-toiminnon rooli ja tehtävät 7

3.4 Kannustimet 8

4 Myyntihenkilöstön palkitseminen ja eturistiriidat 10

4.1 Asiakkaan edun huomiointi 10

4.2 Kiinteän ja muuttuvan palkanosan tasapaino 11

4.3 Palkitsemisen laadulliset kriteerit 11

4.4 Palkitsemisen määrälliset kriteerit 12

4.5 Mahdollisuus puuttua palkitsemiseen jälkikäteen 14

4.6 Ristiinmyynti 14

4.7 Yhtiön ja konsernin omat tuotteet sekä tuotteet, joihin liittyy kannustimia 15

4.8 Eturistiriitojen tunnistaminen 15

5 Tuotevalikoima 17

5.1 Asiakkaan edun huomioiminen tuotevalikoimassa 17

5.2 Yhtiöiden vastaanottamat palkkiot 20

5.3 Vähimmäismyyntiä koskevat ehdot 21

5.4 Tuotteiden näkyvyys itsepalvelukanavissa 21

5.5 Markkinointitekniikat 22

5.6 Sisäisten valvontatoimintojen osallistuminen itsepalvelukanavien tuotteiden esittämistavan ja -järjestyksen määrittämiseen 23

1 Yhteenveto

1 Teema-arvion tavoitteena oli arvioida, ovatko yhtiöiden myyntihenkilöstön[1] palkitsemisperiaatteet ja -käytänteet asiakkaan edun mukaisia. Lisäksi arvioitiin sitä, huomioivatko yhtiöt asiakkaan edun määrittäessään tuotevalikoimaansa ja esittäessään tuotteita itsepalvelukanavissa (verkkosivustot, mobiilisovellukset).

2 Teema-arvion kohteena oli sijoituspalveluyrityksiä ja sijoituspalveluja tarjoavia luottolaitoksia, yhteensä viisi yhtiötä. Teema-arvioon valittiin yhtiötä, jotka tarjoavat ainakin sijoitusneuvontaa sekä toimeksiantojen vastaanottamista ja välittämistä vähittäissijoittajille.

3 Teema-arvio on osa Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (ESMA) yhdessä kansallisten valvojien kanssa vuonna 2026 toteuttamaa valvontahanketta (Common Supervisory Action, CSA). Teema-arviossa arvioitiin erityisesti rahoitusvälineiden jakeluun liittyviä eturistiriitatilanteita. Teema-arvion ulkopuolelle rajattiin IFD-direktiivin ja CRD-direktiivin palkitsemista koskevat säännökset ja siinä keskityttiin arvioimaan palkitsemisjärjestelyjä MiFID II -direktiivin menettelytapavaatimusten pohjalta[2].

4 Finanssivalvonta toteutti teema-arvion kyselynä sekä arvioimalla yhtiöiden toimittamaa dokumentaatiota, kuten sisäisiä ohjeita.

5 Keskeiset havainnot:

- Kaikki yhtiöt olivat laatineet sisäistä ohjeistusta palkitsemisjärjestelmästä. Ohjeistus oli konsernitasoista ja se koostui tyypillisesti useasta dokumentista.
- Myyntihenkilöstön palkitseminen painottui suurimmalla osalla yhtiöistä sääntelyn vastaisesti pääosin määrällisiin kriteereihin laadullisten kriteerien (esimerkiksi asiakastyytyväisyys tai koulutukseen osallistuminen) sijasta. Yhden yhtiön osalta havaittiin, että myyjä voi saada joidenkin tuotteiden tai tuoteryhmien myynnistä korkeampia palkkioita kuin muista.
- Osa yhtiöistä ilmoitti käyttävänsä sidonnaisasiamiehiä tuotteiden ja palveluiden jakeluun. Yhtiöt eivät olleet määritelleet sidonnaisasiamiehille sääntelyn edellyttämää riittävää kiinteää palkkiota.
- Valtaosa yhtiöistä koulutti henkilöstöään tunnistamaan eturistiriitoja, jotka voivat johtaa yhtiön tai myyntihenkilön edun asettamiseen asiakkaan edun

[1] Myyntihenkilöstöllä tarkoitetaan tässä teema-arvioissa sijoituspalvelujen tarjoamiseen osallistuvia henkilöitä, jotka on määritelty MiFID II komission delegoidun asetuksen (EU) 2017/565 (jäljempänä MiFID II delegoitu asetus) artiklan 2(1) alakohdissa c ja d. Myyntihenkilöstö- termi koskee myös sidonnaisasiamiehiä.

[2] Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi sijoituspalveluyritysten vakavaraisuusvalvonnasta 2019/2034 (IFD-direktiivi), Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2013/36/EU oikeudesta harjoittaa luottolaitostoimintaa ja luottolaitosten vakavaraisuusvalvonnasta (CRD-direktiivi) sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2014/65/EU rahoitusvälineiden markkinoista (MiFID II -direktiivi).

sijasta. Kuitenkaan kaikkien yhtiöiden eturistiriitarekistereissä ei tunnistettu palkkiorakenteeseen liittyviä mahdollisia eturistiriitatilanteita.
- Tuotevalikoiman osalta havaittiin, ettei yhtiöillä tyypillisesti ollut dokumentoitua prosessia tuotevalikoiman säännöllisestä arvioinnista asiakkaan edun mukaisuuden näkökulmasta. Asiakkaan edun kannalta keskeisiä arviointitekijöitä sisältyi kuitenkin tuotehallintamenettelyihin.
- Osa yhtiöistä ilmoitti korostavansa itsepalvelukanavissa tuotteita visuaalisin keinoin. Yhtiöillä ei kuitenkaan ollut dokumentoituja prosesseja sen arvioimiseksi, miten varmistutaan muista tuotteista poikkeavaa näkyvyyttä saavien tuotteiden olevan asiakkaan edun mukaisia.

6 Finanssivalvonta edellyttää, että sijoituspalvelun tarjoajat huomioivat tässä teema-arviossa esitetyt asiat ja ryhtyvät tarvittaviin korjaaviin toimenpiteisiin sääntelyn noudattamisen varmistamiseksi.

2 Aihetta koskeva keskeinen sääntely

7 MiFID II -direktiivin sijoittajansuojaa koskevat säännökset kattavat sijoituspalvelujen tarjoamiseen osallistuvien henkilöiden[3] palkitsemisjärjestelmän. Yhtiöiden hallitusten on määriteltävä sijoituspalvelujen tarjoamiseen osallistuviin henkilöihin sovellettava palkitsemisjärjestelmä siten, että järjestelmä kannustaa vastuulliseen liiketoimintaan, asiakkaiden tasapuoliseen kohteluun ja eturistiriitojen välttämiseen asiakassuhteissa.[4]

8 Yhtiöiden on varmistettava, että ne eivät palkitse tai arvioi henkilöstöään tavalla, joka on ristiriitainen suhteessa sen velvoitteeseen toimia sijoituspalveluja tarjotessaan asiakkaidensa edun mukaisesti. Yhtiöillä ei saa olla palkitsemista, myyntitavoitteita tai vastaavia muita järjestelyjä, jotka voisivat kannustaa niiden henkilöstöä suosittelemaan tiettyä rahoitusvälinettä ei-ammattimaiselle asiakkaalle, jos yhtiöt voisivat tarjota toista rahoitusvälinettä, joka paremmin vastaisi asiakkaiden tarpeita.[5]

9 Yhtiöiden on ylläpidettävä menettelyjä, joilla ne varmistavat, että ne noudattavat kannustimia ja eturistiriitojen asianmukaista hallintaa koskevia vaatimuksia, kun ne päättävät tarjoamiensa tai suosittamiensa rahoitusvälineiden ja palvelujen valikoimasta ja vastaavista asiakaskohderyhmistä.[6]

[3] MiFID II delegoitu asetus 2(1) artiklan alakohdat c ja d.

[4] Sijoituspalvelulaki 6 b luku 2 §:n 2 momentti.

[5] Sijoituspalvelulaki 10 luku 6 § 8 momentti.

[6] Finanssivalvonnan määräykset ja ohjeet 7/2018, luku 4.3 kohta 27.

10 Lisäksi ESMA on antanut tarkempaa ohjeistusta MiFID II- palkitsemisjärjestelyistä.[7]

[7] ESMA:n ohjeet MiFID II:n palkitsemisvaatimuksista eräiltä osin ESMA35-43-3565 (jäljempänä ESMA:n ohjeet MiFID II palkitsemisvaatimuksista).

3 Palkitsemisperiaatteet ja -käytännöt

3.1 Palkitsemisperiaatteet[8]

11 Yhtiöiden hallitusten on määriteltävä sijoituspalvelujen tarjoamiseen osallistuviin henkilöihin sovellettava palkitsemisjärjestelmä siten, että järjestelmä kannustaa vastuulliseen liiketoimintaan, asiakkaiden tasapuoliseen kohteluun ja eturistiriitojen välttämiseen asiakassuhteissa.[9] Hallituksen jäsenten tulee saada käyttöönsä palkitsemisjärjestelmän määrittämiseen liittyvät tarvittavat tiedot ja asiakirjat[10]. Palkitsemisjärjestelmän periaatteita on arvioitava säännöllisesti.[11] Tämän lisäksi niitä tulisi tarkastella uudelleen jokaisen olennaisen ja merkittävän liiketoimintaan tai rakenteeseen tehdyn muutoksen johdosta[12].

12 Yhtiöiden Finanssivalvonnalle toimittamat palkitsemisperiaatteet olivat konsernitasolla määriteltyjä ja dokumentoituja. Osalla yhtiöistä palkitsemisperiaatteet olivat rakenteellisesti monikerroksisia ja useista dokumenteista koostuvia. Vastausten perusteella palkitsemisperiaatteet kattoivat myös sijoituspalvelujen ja -tuotteiden myyntihenkilöstön mukaan lukien sidonnaisasiamiehet, mutta vastausmateriaalista ei kaikilta osin selvinnyt, miten myyntihenkilöstöä konkreettisesti palkitaan. Yhden yhtiön vastauksia tukeva dokumentaatio koostui periaatteista, joiden perusteella käytännön palkitsemiskriteerit eivät selvinneet. Erityisesti sidonnaisasiamiesten palkitsemismallien kuvauksissa oli puutteita Finanssivalvonnalle toimitetuissa politiikoissa.

13 Kaikki yhtiöt vastasivat tarkistavansa palkitsemispolitiikkansa ja -käytäntönsä vähintään vuosittain. Kaksi yhtiötä vastasi tarkistavansa palkitsemispolitiikkansa organisaatiomuutosten yhteydessä, mutta ei strategiamuutosten yhteydessä.

14 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan palkitsemisperiaatteiden selkeyteen tulee kiinnittää erityistä huomiota silloin, kun sisäinen ohjeistus koostuu useista dokumenteista viittauksineen. Palkitsemiseen liittyvistä dokumenteista tulee ilmetä myös myyntihenkilöstön palkitsemisen periaatteet sillä tarkkuudella, että yhtiön hallitus voi varmistaa tältäkin osin

[8] Tässä raportissa käytetään rinnakkain termejä palkitsemispolitiikka ja termiä palkitsemisperiaatteet. Molempia käytetään palkitsemissääntelyssä ja yhtiöiden toimittamissa dokumenteissa käännöksenä termille ”remuneration policies”.

[9] Sijoituspalvelulaki 6 b luku 2 §:n 2 momentti.

[10] Sijoituspalvelulaki 6 b luku 2 § 3–4 momentit.

[11] Sijoituspalvelulaki 6 b luku 2 § 3 momentti.

[12] ESMA:n ohjeet MiFID II palkitsemisvaatimuksista kohta 41.

asiakkaiden tasapuolisen kohtelun ja edun huomioimisen sekä eturistiriitojen hallinnan.

3.2 Hallituksen ja sisäisten valvontatoimintojen osallistuminen

15 Yhtiöiden hallitusten on hyväksyttävä yhtiöiden palkitsemista koskevat periaatteet sen jälkeen, kun ne ovat ensin kuulleet compliance-toimintoa. Yhtiöiden toimiva johto on vastuussa periaatteiden päivittäisestä toteuttamisesta ja valvonnasta.[13]

16 Periaatteiden uudelleentarkastelu voi edellyttää yhtiön koosta ja sen liiketoimintamallin sekä tarjottavien sijoituspalvelujen ja -toiminnan monimutkaisuudesta riippuen myös muiden valvontatoimintojen (kuten riskienhallinta ja/tai sisäinen tarkastus) osallistumista, jotta asianmukaisten kriteerien noudattaminen työsuorituksen mittaamisessa ja riskipainotuksessa voidaan varmistaa.[14]

17 Kaikkien yhtiöiden palkitsemispolitiikoista kävi ilmi, että ne hyväksytään yhtiöiden hallituksissa. Kolmen yhtiön osalta yhtiön hallitus hyväksyy ylemmän tason periaatteet. Yhden yhtiön osalta tarkemmat alemman tason täydentävät periaatteet hyväksyy konsernin HR-johtaja ja toisessa yhtiössä toimitusjohtaja. Yhden yhtiön sidonnaisasiamiesten osalta alemman tason politiikan hyväksyjätaho jäi epäselväksi.

18 Kaikkien yhtiöiden compliance-toiminto ja riskienhallintatoiminto osallistuvat palkitsemispolitiikan tarkistamiseen ja päivittämiseen. Yhtiöiden sisäinen tarkastus osallistuu palkitsemispolitiikan tarkistamiseen ja päivittämiseen kahta yhtiötä lukuun ottamatta. Muista tarkistamiseen ja päivittämiseen osallistuvista yksiköistä mainittiin vastauksissa palkitsemisvaliokunta, tarkastusvaliokunta ja henkilöstöhallinnon yksikkö.

19 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan yhtiön tulee varmistaa, että sen hallitus hyväksyy myyntihenkilöstön palkitsemisjärjestelmän compliance-toimintoa kuultuaan myös silloin, kun palkitsemisjärjestelmä koostuu useista dokumenteista. Hallituksen on arvioitava säännöllisesti palkitsemisperiaatteiden toteutumista sekä ryhdyttävä tarpeellisiin toimenpiteisiin puutteiden korjaamiseksi.[15]

3.3 Compliance-toiminnon rooli ja tehtävät

20 Yhtiöillä on oltava tehokas ja itsenäisesti toimiva compliance-toiminto, joka valvoo, neuvoo ja avustaa, raportoi ja seuraa myös yhtiöiden

[13] MiFID II delegoitu asetus 27 artiklan kohta 3.

[14] ESMA:n ohjeet tietyistä MiFID II:n palkitsemisvaatimuksista eräiltä osin kohta 45.

[15] Sijoituspalvelulaki 6 b luku 2 §:n 3 momentti.

palkitsemispolitiikkoja ja -käytäntöjä.[16] Yhtiöiden hallitusten on hyväksyttävä yhtiön palkkioperiaatteet sen jälkeen, kun ne ovat ensin kuulleet compliance-toimintoa.[17] Compliance-toiminnolla on oltava tarvittavat valtuudet, resurssit, asiantuntemus ja kaikkien olennaisten tietojen käyttöoikeudet.[18]

21 Kaikkien yhtiöiden vastausten perusteella compliance-toiminnoilla on pääsy palkitsemiseen liittyvään kaikkeen relevanttiin tietoon ja kaikkien yhtiöiden compliance-toiminto antaa neuvoja palkitsemispolitiikan ja -käytäntöjen muutostilanteissa.

22 Teema-arvion kyselyssä selvitettiin compliance-toiminnon valvontatoimia palkitsemispolitiikkojen ja -käytäntöjen osalta vuosien 2024–2025 aikana. Kahden yhtiön mukaan valvontatoimia oli tehty tarkasteltavien kahden vuoden aikana. Valvontatoimina mainittiin sidonnaisasiamiesten palkitsemisen valvonta sekä kohdennettujen testien ja kontrollien mukainen valvonta. Vastauksiin liittyvä materiaali ei kaikilta osin tukenut ilmoitettuja valvontatoimia.

23 Kolmessa yhtiössä compliance-toiminto ei ollut tehnyt valvontatoimia palkitsemispolitiikkaan ja -käytäntöihin kyseisten kahden vuoden aikana.

24 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan yhtiön compliance-toiminnon tulee auttaa ylintä johtoa valvomaan tehokkaasti yhtiön palkitsemiskäytäntöjä myös jälkikäteisellä valvonnalla.

3.4 Kannustimet

25 Yhtiöiden on varmistettava, että ne eivät palkitse tai arvioi henkilöstöään tavalla, joka on ristiriitainen suhteessa yhtiöiden velvoitteeseen toimia sijoituspalveluja tarjotessaan asiakkaidensa edun mukaisesti. Yhtiöillä ei saa olla palkitsemista, myyntitavoitteita tai vastaavia muita järjestelyjä, jotka voisivat kannustaa niiden henkilöstöä suosittelemaan tiettyä rahoitusvälinettä ei-ammattimaiselle asiakkaalle, jos yhtiöt voisivat tarjota toista rahoitusvälinettä, joka paremmin vastaisi asiakkaan tarpeita.[19]

26 Neljä yhtiötä ilmoitti vastaanottavansa kannustimia konsernin sisällä. Yksi yhtiö vastasi, että se ei vastaanota konsernin sisäisiä kannustimia. Kaikki yhtiöt ilmoittivat vastaanottavansa kannustimia konsernin ulkopuolelta.

[16] MiFID II delegoitu asetus 22 artikla kohta 3.

[17] MiFID II delegoitu asetus 27 artiklan kohta 3.

[18] MiFID II delegoitu asetus 22 artiklan kohta 3a. Ks myös ESMA:n ohjeet MiFID II:n palkitsemisvaatimuksista kohta 4.

[19] Sijoituspalvelulaki 10 luku 6 § 8 momentti.

27 Yhtiöt toivat vastauksissaan esille menettelyjä, joilla varmistetaan, etteivät kannustimet johda tietyn tuotteen suosimiseen asiakkaan tarpeita paremmin vastaavan tuotteen sijasta:

- Kaksi yhtiöitä ilmoitti suunnitelleensa palkkiojärjestelmänsä siten, ettei se kannusta tiettyjen tuotteiden tai tuoteryhmien suosimiseen asiakkaan edun kustannuksella.
- Kaksi yhtiöitä ilmoitti arvioivansa kannustinjärjestelyjä säännöllisesti varmistaakseen, etteivät ne vaikuta palkitsemiskäytäntöihin asiakkaan edun vastaisesti.
- Yhden yhtiön mukaan yhtiön käytössä olevat kontrollit varmistavat, että kannustimia vastaanottaessa asiakkaan palvelun laatu paranee suhteessa kannustimeen eikä asiakkaan etu vaarannu.

28 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan yhtiön tulee tunnistaa ja dokumentoida konsernin sisäisiin ja ulkopuolisiin kannustimiin liittyvät eturistiriitariskit. Yhtiön tulee varmistaa palkitsemisjärjestelmän rakenteella ja tehokkailla kontrolleilla, etteivät kannustimet suoraan tai välillisesti ohjaa henkilöstöä suosimaan tiettyä tuotetta asiakkaan tarpeita paremmin vastaavan vaihtoehdon sijasta.

4 Myyntihenkilöstön palkitseminen ja eturistiriidat

4.1 Asiakkaan edun huomiointi

29 Yhtiöiden on varmistettava, että ne eivät palkitse tai arvioi henkilöstöään tavalla, joka on asiakkaan edun vastainen.[20]

30 Kaikki viisi yhtiötä ilmoittivat, että yhtiön taloudelliseen intressiin liittyvät tunnistetut eturistiriidat, kuten yhtiön omien tuotteiden myynti ja kannustimet, sisältyivät yhtiön myyntihenkilöstöön sovellettavaan eturistiriitapolitiikkaan tai palkitsemispolitiikkaan. Finanssivalvonta pystyi varmistumaan kolmen yhtiön osalta, että Finanssivalvonnalle toimitetut politiikat sisälsivät periaatteet yhtiön taloudelliseen intressiin liittyvien eturistiriitojen käsittelystä.

31 Kaikki yhtiöt vastasivat myyntihenkilöstöön sovellettavan palkitsemispolitiikan tai -käytäntöjen sisältävän elementtejä, jotka sitovat palkitsemisen asiakkaan intressien edistämiseen. Asiakkaan etua edistävinä tekijöinä mainittiin muun muassa seuraavia seikkoja:

- henkilöstön tavoitteissa huomioidaan laadulliset kriteerit, kuten sisäisten sääntöjen noudattaminen tai asiakastyytyväisyys
- palkitsemisen määrälliset tai laadulliset kriteerit eivät ole sidottuja tiettyyn tuotteeseen tai tuoteryhmiin, vaan myyntihenkilöstön palkitseminen on neutraalia eri tuotteiden näkökulmasta
- palkitsemismallit ja suoritustavoitteet laaditaan siten, että niillä voidaan välttää eturistiriidat asiakkaan ja myyntihenkilöstön tai yhtiön välillä
- kielto järjestää myyntikilpailuja tai vastaavia järjestelyjä, jotka voivat kannustaa asiakkaan edun vastaiseen myyntiin
- palkitsemistavoitteiden asetannan sekä suorituksen arvioinnin sisäinen valvonta
- mahdollisuus puuttua myyntihenkilöstön palkitsemiseen jälkikäteen, muun muassa mahdollisuus olla maksamatta palkkiota tai periä jo maksettu palkkio takaisin tilanteissa, joissa huomataan myynnin olleen asiakkaan edun vastaista

32 Finanssivalvonnalle toimitettujen dokumenttien perusteella kaikkien yhtiöiden sisäisestä ohjeistuksesta oli havaittavissa joitakin edellä mainittuja asiakkaan etuja edistäviä elementtejä.

[20] Sijoituspalvelulaki 10 luku 6 § 8 momentti.

4.2 Kiinteän ja muuttuvan palkanosan tasapaino

33 Myyntihenkilöstön palkkioiden muuttuvat ja kiinteät osat on pidettävä tasapainossa, jotta palkkiorakenne ei suosi yrityksen tai sen myyntihenkilöstön etua asiakkaan etujen vastaisesti. Sidonnaisasiamiesten osalta kiinteä osa voi olla alempi, mutta sen tulee kuitenkin olla riittävä varmistamaan, että palkkiorakenne ei suosi yhtiön tai myyntihenkilön etua asiakkaan edun kustannuksella.[21]

34 Yhtiöiden vastauksista kävi ilmi, että kiinteän ja muuttuvan palkanosan suhde vaihteli eri henkilöstöryhmien kesken. Muun muassa sidonnaisasiamiehille (kahdella vastaajalla oli sidonnaisasiamiehiä) ei ollut asetettu lainkaan kiinteää palkanosaa, vaan yhtiöt ilmoittivat pyrkivänsä muilla keinoin varmistumaan asiakkaan edun huomioimisesta. Vastausten mukaan korkeimmillaan työntekijäasemassa olevien myyntihenkilöiden muuttuva palkkio vaihteli yhtiöittäin 75 %:sta 200 %:iin suhteessa kiinteään palkkioon.

35 Kiinteiden ja muuttuvien palkkioiden tulee olla tasapainossa. Muuttuva osa voi olla kiinteää osaa korkeampi, ellei muu sääntely aseta tälle erillisiä rajoituksia.[22] Finanssivalvonta kiinnittää kuitenkin yhtiöiden huomiota ESMA:n näkemykseen siitä, että vaatimus kiinteän ja muuttuvan palkitsemisen välisestä tasapainosta koskee myös sidonnaisasiamiehiä. Näin ollen myöskään sidonnaisasiamiesten palkitsemisen ei tulisi olla täysin provisiopohjaista, vaan sidonnaisasiamiesten osalta yhtiöiden tulisi varmistua siitä, että kiinteän palkkion osuus on riittävä varmistamaan sen, ettei yhtiön tai myyntihenkilöstön etuja suosita asiakkaan edun kustannuksella.[23]

4.3 Palkitsemisen laadulliset kriteerit

36 Palkitseminen ei saa perustua pelkästään tai pääasiassa määrällisiin kriteereihin, vaan siinä tulee huomioida sääntelyn noudattamiseen, asiakkaiden tasapuoliseen kohteluun ja asiakkaalle annetun palvelun laatuun liittyviä kriteereitä.[24]

37 Yhtiöiden vastausten mukaan kaikilla yhtiöillä oli laadullisia kriteerejä käytössä muuttuvien palkkioiden osalta. Yhtiöillä oli vastausten mukaan käytössä muun muassa seuraavia laadullisia kriteerejä:

- asiakastyytyväisyys tai asiakaspalaute (5/5 vastaajaa)

[21] MiFID II delegoidun asetuksen 27 artiklan 4 kohdan toinen alakohta. Sidonnaisasiamiesten osalta asia käy ilmi ESMA:n tulkinnasta (ESMA_QA_2784) https://www.esma.europa.eu/publications-data/questions-answers/2784:“

[22] Huomaa, että esimerkiksi CRD-direktiivin pohjalta on säännelty erikseen riittävän suuruisesta kiinteästä palkanosasta.

[23] ESMA_QA_2784 ks. https://www.esma.europa.eu/publications-data/questions-answers/2784.

[24] MiFID II delegoitu asetus 27 artiklan 4 kohdan ensimmäinen alakohta.

- koulutukseen osallistuminen (5/5)
- yhtiön arvon/maineen tukeminen (4/5)
- yhtiön arvon/maineen vahingoittaminen (2/5)
- sääntöjen noudattaminen (compliance, 5/5)
- henkilön omat kehittymistavoitteet (3/5)
- yhteistyö muiden tahojen kuin asiakkaiden kanssa (5/5)

38 Yhtiöiden laadulliset kriteerit kävivät ilmi neljän yhtiön Finanssivalvonnalle toimittamista dokumentaatioista. Tyypillisesti laadulliset kriteerit tuotiin esiin esimerkinomaisena listana.

39 Kaikki yhtiöt ilmoittivat, ettei mikään laadullisista kriteereistä ole yhteydessä tietyn tuotteen tai tuoteryhmän myynnin edistämiseen.

40 Kaikki yhtiöt katsoivat, että niiden palkitsemispolitiikasta käy ilmi tiedot, joiden perusteella laadullisia kriteerejä arvioidaan osana myyntihenkilöstön suoriutumisen arviointia. Yhtiöiden Finanssivalvonnalle toimittamasta dokumentaatiosta kävi ilmi vain yhden yhtiön osalta nämä tiedot.

41 Finanssivalvonta pyysi yhtiöitä ilmoittamaan laadullisten kriteerien osuuden kolmen myynniltään merkityksellisimmän henkilöstöryhmän osalta. Useimmilla yhtiöillä suhdeluvut poikkesivat eri henkilöstöryhmien osalta. Valtaosalla yhtiöistä oli henkilöstöryhmiä, joiden laadullisten kriteerien osuus oli alle 50 %. Alimmillaan laadullisten kriteerien osuus oli 15 % ja korkeimmillaan 67 %.

42 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan palkitsemisesta vähintään 50 % tulee muodostua laadullisten kriteerien perusteella, jotta palkitsemisen ei voida katsoa perustuvan pääasiallisesti määrällisiin kriteereihin. Yhtiön laadullisten kriteerien tulee olla riittävällä tavalla dokumentoituja ja myyntihenkilöstölle tiedotettuja, jotta yhtiölle ja sen myyntihenkilöstölle on selvää, mihin tekijöihin palkitseminen perustuu.

4.4 Palkitsemisen määrälliset kriteerit

43 Yhtiöllä ei saa olla palkitsemista, myyntitavoitteita tai muita järjestelyjä, jotka voivat kannustaa henkilöstöä suosittelemaan tiettyä rahoitusvälinettä toisen, asiakkaan tarpeita paremmin vastaavan sijaan.[25]

[25] Sijoituspalvelulaki 10 luku 6 § 8 momentti.

44 Kaikilla yhtiöillä oli vastausten perusteella määrällisiä kriteerejä muuttuvien palkkioiden määrittelemisessä. Vastausten perusteella määrälliset palkkiot oli sidottu muun muassa seuraaviin tekijöihin:

- myyntivolyymi (5/5 vastaajaa)
- hankittujen uusien asiakkaiden määrä (4/5)
- asiakastapaamisten määrä (3/5)
- transaktioiden lukumäärä (1/5)
- asiakasmäärän kehitys (1/5)

45 Yhtä yhtiötä lukuun ottamatta yhtiöt vastasivat, etteivät niiden palkitsemiskäytännöt sisältäneet myyntitavoitteita tai palkkioita, joissa myös palkkion suhteellinen osuus kasvaa myynnin volyymin kasvaessa. Yksi yhtiö vastasi kuitenkin rahastoista ja omaisuudenhoidosta maksettavien jatkuvaluonteisten palkkioiden vaikuttavan palkkion suhteelliseen osuuteen.

46 Kaikki yhtiöt ilmoittivat palkitsemismallin olevan neutraali yhtiön tarjoamien eri tuotteiden ja tuoteryhmien välillä (palkkiot samansuuruisia ja palkitsemisen määräytyminen on vastaava tuotteesta tai tuoteryhmästä riippumatta). Kaikki yhtiöt vastasivat, etteivät ne myöskään olleet vuosina 2024–2025 tarjonneet tuotteita, joiden myynnistä myyntihenkilö on saanut muita tuotteita korkeamman palkkion. Finanssivalvonnalle toimitetusta dokumentaatiosta kävi kuitenkin yhden yhtiön osalta ilmi, että sidonnaisasiamiehille maksetaan eri tuotteista erisuuruisia palkkioita, jolloin palkkiomalli ei ole neutraali. Tämä osoittaa Finanssivalvonnan käsityksen mukaan sen, ettei yhtiö ole kaikilta osin tunnistanut palkkiomalliin liittyviä eturistiriitoja.

47 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan yhtiöiden tulee välttää palkkiojärjestelyjä, joissa henkilö voi suhteellisen pienen myynnin lisäyksen avulla voi saada merkittävästi korkeamman palkkion kuten palkkioita, joiden suhteellinen osuus kasvaa myynnin volyymin kasvaessa. Myyntihenkilöstölle ei myöskään tulisi maksaa erisuuruisia palkkioita eri tuotteiden tai tuoteryhmien myynnistä, jotta palkkiot eivät kannusta henkilöstöä suosittelemaan tiettyä rahoitusvälinettä toisen, asiakkaan tarpeita paremmin vastaavan sijaan.[26]

48 Finanssivalvonta kiinnittää lisäksi huomiota ESMA:n ohjeeseen MiFID II:n palkitsemisvaatimuksista ja sen havainnollistaviin esimerkkeihin palkkioperiaatteista ja -käytännöistä, jotka aiheuttavat mahdollisesti vaikeasti

[26] ESMA:n ohjeet MiFID II:n palkitsemisvaatimuksista, liite VI.

hallittavia ristiriitoja. Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan yhtiöiden tulisi välttää näitä periaatteita ja käytäntöjä.[27]

4.5 Mahdollisuus puuttua palkitsemiseen jälkikäteen

49 Yhtiöllä tulisi olla mahdollisuus puuttua muuttuvaan palkkioon jälkikäteen siten, ettei henkilölle lainkaan makseta muuttuvaa palkkiota tai että jo maksettu palkkio peritään takaisin.[28]

50 Kaikki yhtiöt vastasivat, että yhtiöillä on mahdollisuus jättää palkkio kokonaan tai osin maksamatta. Tyypillisesti tämä mahdollisuus oli varattu tilanteisiin, joissa henkilö oli toistuvasti jättänyt sääntöjä tai sääntelyä noudattamatta tai toiminut asiakkaan edun vastaisesti tai muuten epäeettisesti altistaen yhtiön riskeille. Kaksi yhtiötä oli käyttänyt tätä mahdollisuutta vuosina 2024–2025. Mahdollisuus jättää palkkio kokonaan tai osin maksamatta kävi ilmi kaikkien yhtiöiden Finanssivalvonnalle toimittamista palkitsemispolitiikoista.

51 Kaikki yhtiöt vastasivat, että yhtiöllä on mahdollisuus periä jo maksettu palkkio takaisin. Yksi yhtiö ilmoitti käyttäneensä tätä mahdollisuutta (kaksi kertaa vuosina 2024–2025). Mahdollisuus periä jo maksettu palkkio takaisin kävi ilmi kaikkien yhtiöiden palkitsemispolitiikoista.

52 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan yhtiön palkitsemisjärjestelmän ei voida katsoa kannustavan riittävällä tavalla asiakkaiden tasapuoliseen kohteluun ja eturistiriitojen välttämiseen sijoituspalvelulain 6 b luvun 2 §:n 2 momentin 3 alakohdan mukaisesti, jos yhtiöllä ei ole mahdollisuutta jättää palkkioita maksamatta tai periä niitä takaisin esimerkiksi tilanteessa, jossa myyntihenkilö on toiminut asiakkaan edun vastaisesti.

4.6 Ristiinmyynti

53 ESMA on antanut ohjeistusta ristiinmyyntikäytännöistä. Yhtiöiden tulee muun muassa varmistua siitä, että ne noudattavat sopivia palkka- ja palkkiorakennemalleja ja myyntikannustimia, joilla vältetään kytkypaketin tai niputetun paketin myyntiin liittyvät henkilökunnan eturistiriidat ja että ylin johto valvoo niiden noudattamista. Palkkiokäytänteet eivät saa kannustaa tyrkyttämään paketteja esimerkiksi siten, että kuukausipalkkaa tai lisäpalkkioita pienentää se, ettei myyntitavoitteita saavuteta.[29]

54 Kaksi yhtiötä ilmoitti, että yhtiö tarjoaa sijoituspalveluja sijoituspalvelulain 1 luvun 26 §:n 1 momentin 9 kohdan tarkoittamalla tavalla yhdessä toisen

[27] ESMA:n ohjeet MiFID II:n palkitsemisvaatimuksista, liite VI.

[28] ESMA:n ohjeet MiFID II:n palkitsemisvaatimuksista, kohta 26.

[29] MiFID II delegoitu asetus 34 artiklan kohta 2. ESMA:n ohjeet ristiinmyyntikäytännöistä (ESMA/2016/574), ohje 9.

tuotteen tai palvelun kanssa osana pakettia tai ehtona saman sopimuksen tai paketin osalta (jatkossa "ristiinmyynti"). Molemmat yhtiöt kuvasivat vastauksissaan yhtiöiden politiikoissa esitettyjä keinoja haitallisten käytäntöjen välttämiseksi ristiinmyynnissä. Esitetyt keinot eivät poikenneet merkittävästi muiden myyntiin liittyvien käytäntöjen hallintaan liittyvistä keinoista. Ristiinmyyntiin liittyviä eturistiriitoja tai niiden hallintakeinoja ei ollut erikseen mainittu yhtiöiden eturistiriitapolitiikoissa.

55 Toisella ristiinmyyntiä harjoittavalla yhtiöllä myyntihenkilöille oli asetettu numeerisia tavoitteita ristiinmyynnin osalta, koska yhtiön vastauksen mukaan tavoitteena on tarjota kokonaisratkaisuja yksittäisten tuotteiden myynnin sijasta.

56 Kumpikin ristiinmyyntiä harjoittavista yhtiöistä ilmoitti, ettei sillä ole palkkiomalleja, joiden mukaan joku muu palvelu tai tuote (esimerkiksi laina) voidaan tarjota asiakkaalle edullisemmin ehdoin, jos asiakas hankkii samalla sijoitustuotteen.

57 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan ristiinmyynti olisi hyvä tunnistaa erikseen politiikoissa mahdollisia eturistiriitoja aiheuttavana tilanteena ja määritellä sille tarpeelliset hallintakeinot.

4.7 Yhtiön ja konsernin omat tuotteet sekä tuotteet, joihin liittyy kannustimia

58 Yhtiöiden palkitsemismallit tai niiden saamat kannustimet eivät saa kannustaa yhtiötä edistämään yhtiön tai konsernin omien tuotteiden myyntiä tai sellaisten tuotteiden myyntiä, joista yhtiö saa kannustimia.[30]

59 Kaikki yhtiöt ilmoittivat, että niiden palkkiomallit ja myyntitavoitteet eivät kannusta edistämään suoraan tai epäsuoraan yhtiön tai konserniyhtiöiden tuotteiden myyntiä tai sellaisten tuotteiden myyntiä, joista yhtiö saa kannustimia.

4.8 Eturistiriitojen tunnistaminen

60 Palkitsemisjärjestelmä on määriteltävä siten, että se kannustaa eturistiriitojen välttämiseen asiakassuhteissa.[31] Yhtiöiden on toteutettava kaikki asianmukaiset toimenpiteet eturistiriitatilanteiden tunnistamiseksi ja ehkäisemiseksi sekä niiden syntyessä kohdeltava asiakasta hyvän tavan mukaisesti[32]. Yhtiöiden tulee kouluttaa henkilöstöään tunnistamaan

[30] Sijoituspalvelulaki 10 luku 6 § 8 momentti

[31] Sijoituspalvelulaki 6 b luku 2 § 2 momentti 3 kohta.

[32] Sijoituspalvelulaki 7 luku 9 §.

eturistiriitoja[33]. Yhtiöiden on pidettävä kirjaa haitallisen eturistiriidan aiheuttavista palveluista tai toiminnasta.[34]

61 Yhtä yhtiötä lukuun ottamatta yhtiöt vastasivat kouluttavansa henkilöstöä tunnistamaan tilanteita, joissa syntyy eturistiriita henkilöstön ja/tai yhtiön ja sen asiakkaiden välillä, mukaan lukien palkitsemisrakenteista, tuotepalkkiojärjestelyistä tai sisäisistä myyntikannustimista johtuvat tilanteet.

62 Kolme yhtiötä ilmoitti kirjanneensa eturistiriitarekisteriin palkitsemiskäytäntöihin liittyviä eturistiriitoja ja mahdollisia eturistiriitoja vuosina 2024–2025 ja toimitti Finanssivalvonnalle otteen eturistiriitarekisteristä.

63 Finanssivalvonta toteaa, että yhtiön on koulutettava myyntihenkilöstöä tunnistamaan myös palkkiokäytäntöihin liittyviä eturistiriitoja, jotta yhtiö voi tehokkaasti välttää eturistiriitoja asiakastilanteissa.

[33] Sijoituspalvelulaki 7 luku 2 § 6 momentti ja 7 luku 9 §.

[34] MiFID II delegoitu asetus 34 artiklan kohta 2.

5 Tuotevalikoima

5.1 Asiakkaan edun huomioiminen tuotevalikoimassa

5.1.1 Tuotevalikoiman säännöllinen arviointi

64 Yhtiöiden on säännöllisesti tarkasteltava tarjoamiaan tai markkinoimiaan rahoitusvälineitä ja niihin mahdollisesti liittyviä riskejä ja vähintään arvioitava, onko rahoitusväline edelleen asiakaskohderyhmän tarpeiden mukainen ja onko käytettävä jakelustrategia edelleen asianmukainen.[35]

65 Rahoitusvälineen jakelijan on varmistettava, että rahoitusvälinettä tarjotaan tai suositellaan asiakkaalle vain silloin, jos se on asiakkaan edun mukaista.[36] Tarjottaviin tuotteisiin, palveluihin ja jakelustrategioihin sovellettavat periaatteet tulee dokumentoida[37].

66 Kaikki yhtiöt ilmoittivat arvioivansa, onko niiden asiakkailleen tarjoama tuotevalikoima asiakkaan edun mukainen. Yhtiöiltä kysyttiin, millä kriteereillä ne arvioivat tuotevalikoimansa asiakkaan edun mukaisuutta. Asiakkaan edun mukaisuutta ilmoitettiin arvioitavan jatkuvasti osana tuotehallintamenettelyä huomioiden seuraavia tekijöitä:

- kohdemarkkina
- eturistiriidat
- kulurakenne
- myyntikanavat
- tuotteen vaatima asiakasrajapinnan koulutus
- jakelustrategian asianmukaisuus
- arvio tuotteen vastineesta rahalle ja odotetusta tuottokehityksestä
- asiakasvalitukset.

67 Kaikki yhtiöt ilmoittivat arvioivansa säännöllisesti myös sitä, tulisiko tuotevalikoimaa muuttaa. Arviointisyklin ilmoitettiin vaihtelevan tarkastelun näkökulmasta (esim. tuotetyypistä ja arviointimenettelystä) riippuen, jatkuvasta tai tapauskohtaisesta seurannasta kuukausittaisiin,

[35] Sijoituspalvelulaki 7 luku 7 § 3 momentti.

[36] Sijoituspalvelulaki 7 luku 7 § 6 momentti.

[37] ESMA:n ohjeet MiFID II -direktiivin tuotehallintavaatimuksista (ESMA35-43-3448) kohta 36.

neljännesvuosittaisiin, puolivuosittaisiin ja vuosittaisiin arviointeihin. Yksi yhtiö arvioi tuotevalikoimaa harvemmin osana strategiaprosessiaan.

68 Kaikki yhtiöt ilmoittivat osallistavansa asiakkaita suoraan tai epäsuorasti osana tuotevalikoiman arviointia. Kaikki yhtiöt ilmoittivat tekevänsä tätä epäsuorasti saatujen palautteiden kautta. Lisäksi ilmoitettiin hyödynnettävän asiakasvalituksia ja toteutuneita eturistiriitatilanteita sekä haastatteluja, asiakastutkimuksia ja tuotekonseptien esittelyä alustavan asiakaskiinnostuksen kartoittamiseksi.

69 Osa yhtiöistä ilmoitti ottavansa tuotevalikoiman arvioinnissa huomioon muita vaihtoehtoisia tuotteita, jotka voisivat tarjota asiakkaalle paremman tuotto/riski -suhteen. Kaksi yhtiötä ilmoitti, että arvio dokumentoidaan, ja yksi yhtiö ilmoitti, ettei sillä ole erillistä dokumentointia, mutta tuotekehitys on jatkuvaa.

70 Yhtiöiden vastaukset osoittavat, että asiakkaan edun kannalta keskeisiä arviointitekijöitä sisältyy tuotehallintamenettelyihin. Finanssivalvonta pitää hyvänä käytäntönä, että kaikki yhtiöt ilmoittivat arvioivansa tuotteiden asiakkaan edun mukaisuutta ja tuotevalikoiman muuttamistarpeita säännöllisesti.

71 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan arvioinnin tulee olla riittävän kattavaa ja dokumentoitua myös koko tuotevalikoiman tasolla, eikä pelkkä yksittäisten tuotteiden hyväksyntä- tai seurantamenettely kaikissa tilanteissa riitä osoittamaan, että kokonaisvalikoima vastaa yhtiön asiakaskohderyhmien tarpeita ja että aiottu jakelustrategia on edelleen asianmukainen. Arviointitiheyden tulee olla oikeasuhtainen tuotteiden luonteeseen, riskeihin, monimutkaisuuteen, markkinaolosuhteiden muutoksiin ja asiakaskohderyhmään nähden. Finanssivalvonta suosittaa, että uudelleenarviointi tapahtuisi vähintään vuosittain niissä tilanteissa, joissa muut erityispiirteet, kuten tietyn tuotteen ominaisuudet eivät edellytä tiheämpää tarkastelua.

72 Jos arvioinnissa havaitaan, ettei tuote tai tuotevalikoiman osa enää vastaa kohderyhmän tarpeita tai asiakkaan etua, yhtiön tulee ryhtyä asianmukaisiin toimenpiteisiin, kuten muuttaa jakelustrategiaa, rajoittaa jakelua, poistaa tuote valikoimasta tai lopettaa tuotteen tarjoaminen.

5.1.2 Hallituksen rooli tuotevalikoiman määrittämisessä

73 Neljän yhtiön vastausten mukaan yhtiön hallitus ohjaa tuotevalikoimaa ennen kaikkea strategian ja tuotehallintaa tai tuotehyväksyntää koskevien periaatteiden kautta, kun taas yksittäisten tuotteiden operatiivinen hyväksyntä ja jakeluun ottaminen jalkautetaan erillisiin tuotehallinta- tai hyväksyntäprosesseihin hallituksen hyväksymän ohjeistuksen mukaisesti.

74 Yksi yhtiö ilmoitti, ettei sen hallitus ei ole mukana tuotevalikoiman määrittämisessä, mutta hallitus saa sääntelynmukaisen säännöllisen arvion tuotehallintajärjestelyistä.

75 Finanssivalvonta katsoo, että sijoituspalveluyrityksen hallituksen tulee tosiasiallisesti valvoa tuotehallintamenettelyä, jossa päätetään tarjottavien ja suositeltavien sijoitustuotteiden sekä asiakaskohderyhmille tarjottavien palvelujen valikoimasta. Yksittäisten tuotteiden operatiivinen hyväksyntä voidaan delegoida erillisiin hyväksyntäprosesseihin, mutta hallituksen tulee hyväksyä menettelyn keskeiset periaatteet ja saada riittävää, säännöllistä ja asianmukaista raportointia sen toimivuudesta.

5.1.3 Kannustimet osana tuotevalikoiman määrittämistä

76 Yhtiöiden on ylläpidettävä menettelyjä, joilla se varmistaa, että se noudattaa kannustimia ja eturistiriitojen asianmukaista hallintaa koskevia vaatimuksia, kun se päättää tarjoamiensa tai suosittamiensa rahoitusvälineiden ja palvelujen valikoimasta ja vastaavista asiakaskohderyhmistä.[38]

77 Kaikki yhtiöt yhtä lukuun ottamatta ilmoittivat huomioivansa kannustimet tuotteiden kehittäjiin liittyvinä tekijöinä tuotevalikoimaa määrittäessään. Kolme yhtiötä ilmoitti, että tuotteista saatavat kannustimet vaikuttavat yhtiön tuotevalikoimaan.

78 Kolme yhtiötä ilmoitti tarjoavansa yhtiön tai konsernin ulkopuolisten kehittäjien tuotteita ilman kannustimia osana tuotevalikoimaansa. Yhtä yhtiötä lukuun ottamatta kaikki neljä yhtiötä ilmoittivat, etteivät ne päättäessään tuotevalikoimastaan arvioi yhtiön omia tai samaan konserniin kuuluvien yhtiöiden tuotteita eri tavalla kuin konsernin ulkopuolisten kehittäjien tuotteita tai tuotteita, joihin ei sisälly kannustimia.

79 Kaikki yhtiöt ilmoittivat, että niillä on käytössä toimenpiteitä, joilla estetään kannustimien muodostuminen keskeiseksi tai ratkaisevaksi tekijäksi tuotevalikoiman määrittelyssä. Kannustinjärjestelyitä arvioidaan asiakkaan näkökulmasta tuotehallintaprosesseissa tai erillisessä kannustinjärjestelyprosessissa. Lisäksi esitettiin hallinnointikeinoja, kuten organisatoriset ja operatiiviset kontrollimekanismit sekä säännölliset compliance- ja riskienvalvontatoimintojen tekemät kannustinanalyysit.

[38] Finanssivalvonnan määräykset ja ohjeet 7/2018, luku 4.3 kohta 27.

5.2 Yhtiöiden vastaanottamat palkkiot

80 Sijoituspalveluyrityksellä ei saa olla palkitsemista tai vastaavia muita järjestelyjä, jotka voisivat kannustaa sen henkilöstöä suosittelemaan tiettyä rahoitusvälinettä ei-ammattimaiselle asiakkaalle, jos sijoituspalveluyritys voisi tarjota toista rahoitusvälinettä, joka paremmin vastaisi asiakkaan tarpeita.[39]

81 Kolme yhtiötä ilmoitti saavansa parempia palkkioita tiettyjen kehittäjien samantyyppisistä tuotteista verrattuna muiden samantyyppisten tuotteiden kehittäjiin (mukaan lukien yhtiön tai samaan konserniin kuuluvan toisen yhtiön kehittämät tuotteet), kuten eri rahastoyhtiöiden hoitamista rahastoista. Tuotteiden asiakkaan edun mukaisuus varmistetaan yhtiöiden vastausten mukaan tällöin mm. tuotehallintaprosessiin sisältyvän kohdemarkkinamäärittelyn keinoin sekä palvelun laadun parantamista koskevin ohjeistuksin.

82 Kaikki yhtiöt vastasivat, etteivät palkkiorakenteet suosi yhtiön omia tai konsernin sisäisiä tuotteita. Varmistaakseen tämän, yhtiöt esittivät seuraavia keinoja:

- Asiakkaan edun huomiointi tuotevalikoiman määrittelyssä tuotehallintaprosessin osana
- Palkkiorakenne ja mahdolliset kannustimet eivät ole valintakriteeri tuotteen ottamiseksi valikoimaan
- Sijoitusneuvojan palkitseminen ei ole sidottu yksittäiseen tuotteeseen tai tuoteryhmään
- Järjestelmäkontrollit
- Laadulliset kriteerit
- Eturistiriitojen hallintaa koskevat menettelyt
- Vastinetta rahalle koskeva arviointi tuotehallintamenettelyssä
- Vastaavien tuotteiden arviointi, pyrkimys tuottaa lisäarvoa kohdemarkkinalle
- Vuosittainen arvio kannustimien oikeasuhtaisuudesta
- Myyntihenkilöstöllä ei ole näkyvyyttä tuotteista saataviin kannustimiin tai niiden määräytymisperusteisiin

[39] Sijoituspalvelulaki 10 luku 6 § 8 momentti.

83 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan erilaiset palkkiorakenteet voivat muodostaa asiakkaan edun kannalta eturistiriidan, jos ne vaikuttavat siihen, mitä tuotteita yhtiö tarjoaa tai suosittelee asiakkaille. Tällaiset tilanteet tulisi dokumentoida tunnistettuina eturistiriitoina, ja niille tulisi olla soveltuvat hallinnointikeinot. Finanssivalvonta pitää yhtiöiden esittämiä keinoja asiakkaan edun mukaisuuden varmistamisesta hyvinä käytäntöinä, mutta huomauttaa, että riski korostuu erityisesti silloin, jos yhtiö saa tietyistä tuotteista tai tietyiltä tuotteiden kehittäjiltä korkeampia palkkioita kuin vaihtoehtoisista, asiakkaalle mahdollisesti paremmin soveltuvista tuotteista.

5.3 Vähimmäismyyntiä koskevat ehdot

84 Sijoituspalveluyrityksellä ei saa olla myyntitavoitteita tai vastaavia muita järjestelyjä, jotka voisivat kannustaa sen henkilöstöä suosittelemaan tiettyä rahoitusvälinettä ei-ammattimaiselle asiakkaalle, jos sijoituspalveluyritys voisi tarjota toista rahoitusvälinettä, joka paremmin vastaisi asiakkaan tarpeita.[40]

85 Yksi yhtiö ilmoitti, että sillä on vähimmäistavoitetta koskeva ehto palkkion määräytymisestä hallinnoitujen varojen tason mukaan. Ehdon mukaan jakelijan palkkio kasvaa portaittain rahastoihin sijoitetun hallinnoitujen varojen määrän mukaisesti ja määräytyy prosenttiosuutena hallinnointipalkkiosta.

86 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan myyntivolyymien vähimmäistavoitteet voivat vaikuttaa asiakkaan edun toteutumiseen haitallisesti, sillä ne voivat kannustaa yhtiötä tai myyntihenkilöä edistämään tietyn tuotteen myyntiä asiakkaalle paremmin soveltuvien vaihtoehtojen sijaan. Tällaiset ehdot voivat heikentää tuotevalikoiman riippumatonta arviointia ja vaikeuttaa sen varmistamista, että tuotetta tarjotaan tai suositellaan asiakkaalle vain silloin, kun se on asiakkaan edun mukaista ja eturistiriitoina tunnistetuille tilanteille tulisi määritellä hallintakeinot.

5.4 Tuotteiden näkyvyys itsepalvelukanavissa

87 Yhtiöiden on varmistettava, että rahoitusvälinettä tarjotaan tai suositellaan asiakkaalle vain silloin, kun se on asiakkaan edun mukaista.[41]

88 Kolme yhtiötä ilmoitti, ettei niillä ole itsepalvelukanavissaan tuotteita, jotka saavat muista tuotteista poikkeavaa näkyvyyttä. Yksi näistä yhtiöistä kuitenkin kuvasi tiettyjen rahastotuotteiden voivan saada enemmän näkyvyyttä kampanjaluontoisesti.

[40] Sijoituspalvelulaki 10 luku 6 § 8 momentti.

[41] Sijoituspalvelulaki 7 luku 7 § 6 momentti.

89 Kaksi muuta yhtiötä ilmoitti, että niillä on itsepalvelukanavissaan tuotteita, jotka saavat muista tuotteista poikkeavaa näkyvyyttä. Toinen yhtiöistä kuvasi käyttävänsä itsepalvelukanavissa tuoteneutraaleja kehotuksia aloittaa kuukausisäästäminen sekä lisäksi antavansa poikkeavaa näkyvyyttä strukturoiduille tuotteille niiden asiakkaiden joukossa, jotka ovat aiemmin sijoittaneet kyseessä olevaan sijoitustuotteeseen.

90 Asiakkaan edun mukaisuuden varmistamiseksi yhtiöt viittasivat tuotehallintaprosessiin, ja tuotteiden esittämiseen itsepalvelukanavissa tuoteneutraalisti, esim. aakkosjärjestyksessä tuotekategorioittain. Yhtiöiden vastausten mukaan kehittäjien maksamat kannustimet eivät vaikuta siihen, saavatko kyseisten kehittäjien tuotteet enemmän näkyvyyttä yhtiön itsepalvelukanavissa. Vastausten mukaan myöskään yhtiön ja tuotteiden kehittäjien välisissä sopimuksissa ei ole ehtoja siitä, että kehittäjät maksavat lisänäkyvyydestä, eivätkä tuotteet, joista maksetaan korkeampia kannustimia, ole paremmin esillä yhtiöiden itsepalvelukanavissa.

91 Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan tuotteiden poikkeava näkyvyys itsepalvelukanavissa voi vaikuttaa asiakkaan sijoituspäätökseen ja siten myös asiakkaan edun toteutumiseen. Yhtiön tulee pystyä osoittamaan, että tuotteiden esittämistapa, -järjestys ja mahdollinen korostettu näkyvyys perustuvat asiakkaan tarpeisiin, tuotteen kohdemarkkinaan ja jakelustrategiaan eikä yhtiön, konsernin tai tuotteen kehittäjän taloudelliseen etuun.

92 Finanssivalvonta kiinnittää huomiota siihen, että asiakkaan aiempi sijoitus tietyn tuoteryhmän tuotteeseen ei sellaisenaan osoita asiakkaan kuuluvan kaikkien kyseiseen tuoteryhmään kuuluvien tuotteiden kohdemarkkinaan, elleivät tuotteiden ominaisuudet ja riskiominaisuudet ole riittävän vertailukelpoisia[42]. Tuotteet voivat tuoteryhmän sisälläkin poiketa toisistaan olennaisesti esimerkiksi rakenteen, riskitason, kohde-etuuden, pääomaturvan, maturiteetin, tuottomekanismin ja kustannusten osalta, esimerkkinä pääomaturvatut ja pääomaturvaamattomat strukturoidut tuotteet. Tämän vuoksi tiettyjä tuotteita koskevan bannerinäkyvyyden kohdentamisen tulisi perustua riittävän yksityiskohtaiseen arvioon.

5.5 Markkinointitekniikat

93 Kaksi yhtiötä ilmoitti hyödyntävänsä visuaalisia efektejä tiettyjen tuotteiden korostamiseksi itsepalvelukanavissaan. Käytettävinä visuaalisina efekteinä mainittiin muun muassa bannerit verkkosivuilla ja verkkopankeissa sekä mobiilisovelluksista tulevat ilmoitukset.

[42] ESMA:n ohjeet MiFID II -direktiivin tuotehallintavaatimuksista, kohta 27.

94 Toinen yhtiöistä kuvasi käyttävänsä visuaalisia efektejä kampanjaluonteisesti lähinnä rahastotuotteiden esittelyyn. Se ilmoitti varmistavansa asiakkaan edun mukaisuuden tuotehallintaprosessin kautta. Toinen yhtiö ilmoitti valitsevansa itsepalvelukanavissa korostettavat tuotteet tuoteneutraalisti huomioiden kohdemarkkinan ja asiakkaan aiemman käyttäytymisen.

95 Visuaalisten efektien käytössä pidettiin yhtiöiden vastauksien mukaan tärkeänä efektien viestinnällistä arvoa ja visuaalisten elementtien ja korostuskeinojen brändin mukaista visuaalista ilmettä ja saavutettavuutta. Samoin kuvattiin tärkeänä, etteivät käytettävät elementit ole harhaanjohtavia tai heikennä asiakkaan kykyä tehdä perusteltuja päätöksiä.

96 Kumpikin yhtiö ilmoitti seuraavansa markkinointitekniikoiden käyttöä ja vaikuttavuutta, kuten klikkausmääriä ja toimenpiteiden vaikutusta myyntiin.

97 Kaikki yhtiöt ilmoittivat, etteivät ne käytä pelillistämistä tai muita vastaavia markkinointitekniikoita.

98 Visuaaliset efektit ja muut vastaavat markkinointitekniikat voivat vaikuttaa siihen, millaisia sijoituspäätöksiä asiakkaat tekevät itsepalvelukanavissa. Finanssivalvonnan näkemyksen mukaan yhtiön tulee pystyä osoittamaan, että visuaalisten efektien käytössä ja niillä korostettavien tuotteiden valinnassa huomioidaan asiakkaan tarpeet, tuotteen kohdemarkkina ja jakelustrategia.

5.6 Sisäisten valvontatoimintojen osallistuminen itsepalvelukanavien tuotteiden esittämistavan ja -järjestyksen määrittämiseen

99 Kaikki kolme yhtiötä, jotka ilmoittivat joko antavansa poikkeavaa näkyvyyttä tietyille tuotteille itsepalvelukanavissaan tai käyttävänsä visuaalisia markkinointitekniikoita ilmoittivat, etteivät compliance-toiminto, riskienhallinta tai muu sisäinen valvontatoiminto osallistu itsepalvelukanavien tuotteiden esittämistavan ja -järjestyksen määrittämiseen. Eräs yhtiöistä kuitenkin ilmoitti, että compliance-toiminto osallistuu yksittäisten tuotteiden katselmointiprosessiin ja kommentoi yksittäisten tuotteiden ja palvelujen markkinointitoimenpiteitä.

100 Kaksi yhtiötä, jotka ilmoittivat, etteivät ne käytä visuaalisia markkinointitekniikoita tai anna poikkeavaa näkyvyyttä tietyille tuotteille itsepalvelukanavissaan, ilmoittivat compliance-toiminnon osallistuvan itsepalvelukanavien tuotteiden esittämistavan ja -järjestyksen määrittämiseen. Toinen yhtiö ilmoitti osallistumisen liittyvän siihen, ettei itsepalvelukanavissa tarjota monimutkaisia tuotteita ja että tuotteista annettavat tiedot ovat selkeitä.

Toinen yhtiö ilmoitti compliance-toiminnon osallistuvan tuotteiden hyväksyntöjä koskevaan komiteaan sekä tekevän satunnaisia tarkastuksia.

101 Finanssivalvonta pitää hyvänä käytäntönä sisäisten valvontatoimintojen, erityisesti compliance-toiminnon, riskiperusteista osallistumista itsepalvelukanavien tuotteiden esittämistavan ja -järjestyksen arviointiin, sillä tuotteiden näkyvyydellä tai korostamisella voi olla vaikutusta asiakkaan edun toteutumiseen tai eturistiriitojen syntymiseen.