

ПРОЦЕСС ПРОДАЖИ UNIT-LINKED НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦИИ

Росбанк Страхование

UNIT-LINKED

Концептуально: Unit-Linked – договор страхования жизни, выплата по которому привязана к стоимости определённых активов.

Во Франции: «В рамках страхования жизни или по операциям капитализации, гарантированный капитал или аннуитет [рента] может быть выражен в расчётных единицах, состоящих из обращающихся ценных бумаг или активов...» (L.131-1 Code des assurances, France)

В качестве примера можно представить договор ИСЖ: сумма, выплачиваемая по окончании срока действия которого, не фиксированная, а выражена в условных учётных единицах ценных бумаг или иных активов. Размещение страховой премии в ценные бумаги или иные активы осуществляется в соответствии с условиями договора страхования (инвестиционной декларацией). Выплата осуществляется по текущей стоимости ц.б. или активов.

Также выплата может осуществляться не одновременно, а регулярно – рента, аннуитеты.

Законодательство Франции предусматривает возможность гарантии возврата внесенного капитала как в случае ухода из жизни, так и в случае дожития.



ПРИМЕР ПРОДУКТОВ UNIT LINKED ВО ФРАНЦИИ

Unit Linked продукт “REX”

Инвестиции в различные типы фондов + дополнительная защита

- Выплата на дату дожития = рыночная стоимость юнитов
- Страховой риск ухода из жизни = рыночная стоимость юнитов + сумма страховой защиты
- Доходность – на основе выбранных фондов
- Стоимость юнита не гарантирована Страховщиком

Преимущества:

- Продукт, позволяет инвестировать в широкий спектр инвестиционных фондов
 - Позволяет достичь большей эффективности от инвестиций по сравнению с классическими продуктами
 - Доход страхователя колеблется в зависимости от стоимости юнитов
 - Инвестиционный риск лежит на страхователе
 - Возможность «переключения» фондов внутри программы / договора
- Цель - обеспечить долю накопленных сбережений путем перевода из динамичного фонда в более безопасный или, наоборот, выбрать более рискованный фонд, чтобы повысить эффективность сбережений

КЛЮЧЕВЫЕ ДИРЕКТИВЫ СТРАН ЕВРОСОЮЗА

IDD

- Качество консультирования и представляемой информации клиенту должно обеспечить понимание всех особенностей договора страхования и его сравнения с рыночным аналогами
- Зафиксированы правила в отношении дизайна продуктов, мотивации консультантов (если она может нанести ущерб интересам клиентов), а также критерии соответствия рекомендаций по инвестициям потребностям и ситуации клиента

MiFID II

- Детальное информирование клиентов о расходах на протяжении всего срока инвестиций / уровне независимости консультантов, их прямая и непрямая мотивация / стратегия и риски предлагаемых продуктов
- Способствует честной конкуренции между рынками путем согласования организационных требований

PRIIPs

- пред-контрактная документация - предоставление розничному инвестору полной информации понимания продукта и возможности сравнения продуктов между собой без профессиональной финансовой подготовки

История IDD и MiFID началась в начале 2000-х, и уже накоплена большая правоприменительная практика.

ДИРЕКТИВА IDD

The Insurance Distribution Directive

Направлена на усиление защиты потребителей при покупке страховки, включая общее страхование, страхование жизни и инвестиционные страховые продукты (Insurance-based investment product – IBIP), а также на поддержку конкуренции между страховыми дистрибьюторами путем создания равных условий.



Постоянное профессиональное развитие (тренинги) продавцов



Ограничение вознаграждения, выплачиваемого третьими сторонами (поощрение / комиссия)



Прозрачность по вознаграждению, стоимости и расходам для клиента



Предотвращение, идентификация и управление конфликтом интересов



Требования по раскрытию информации (KID)



Повышенные требования к управлению продуктом (product governance)



Строгие стандарты по предоставлению и формализации консультации



Оценка продукта на предмет адекватности и приемлемости для клиента

IDD И MiFID II ПРИНЦИПЫ ПРИ ПРЕДОСТАВЛЕНИИ УСЛУГ

IDD и MiFID II (The Markets in Financial Instruments Directive) требует от компаний соблюдения трех основных принципов при предоставлении инвестиционных услуг клиенту:

○ Действовать **честно, справедливо и профессионально**, что отвечает интересам клиентов. Принцип защищает клиентов (слабую сторону) при переговорах с компанией, которая, как профессионал, является сильной стороной;

○ Предоставлять клиентам **верную, ясную и не вводящую в заблуждение информацию**. Принцип помогает клиентам понять предлагаемые продукты и принять обоснованные инвестиционные решения, и гарантирует, что клиент не получит предвзятую или запутанную информацию;

○ Принимать во внимание **индивидуальную ситуацию клиента**. Принцип направлен на то, чтобы инвестиции клиентов соответствовали его потребностям, требованиям и его знаниям о финансовых продуктах.

- Нацелено на то, чтобы финансовый посредник продавал **нужный продукт нужному клиенту** (в описании продукта должен быть указан целевой рынок/аудитория и т.д.).

- Директива требует предоставления **подробной информации о стоимости услуг** (агентского вознаграждения, стоимости и расходов), **независимости консультантов**, а также о стратегии и рисках предлагаемых продуктов.

- Действуют **строгие правила продажи** сложных продуктов, а также ограничения на комиссионные по финансовым операциям.

В директивах закреплены основные принципы, а также достаточно детально раскрыты способы/инструменты реализации данных принципов

EU Regulation on Key Information Documents for Packaged Retail and Insurance-based Investment Products

Регулирование о ключевом информационном документе (КИД)

Ключевой информационный документ (КИД):

- предоставляет клиенту основную информацию об инвестиционном страховом продукте (ИВР)
- не является маркетинговым материалом
- обязателен в силу закона
- направлен то, чтобы помочь понять характер, риски, затраты, потенциальные выгоды и убытки от инвестиционного продукта
- помогает клиенту сравнить его с другими продуктами.

КИД состоит из следующих обязательных разделов:

«Что это за продукт?»

«Каковы риски и что я могу получить взамен?»

«Что произойдет, если страховщик не сможет произвести выплату?»

«Каковы затраты?»

«Как долго я должен держать деньги и могу ли я забрать деньги раньше срока?»

«Как и куда я могу пожаловаться?»

«Иная релевантная информация»

ПРОЦЕСС ПРОДАЖ КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ ПРОДАЖИ



1

Клиенты рассказывают о своих среднесрочных/долгосрочных проектах:

- недвижимость, детские занятия, пенсионное планирование и т.д.

2

Исходя из обсуждения горизонта планирования предлагаются инвестиционные решения, адаптированные к их:

- инвестиционному горизонту, профилю, финансовой и бюджетной ситуации, а также их финансовым знаниям

3

Обязательно прислушиваются к ожиданиям и реакции клиентов на его предыдущий опыт инвестирования

- определяется, что ищет клиент, какие цели преследует

4

Выясняется наличие у клиента желания **увеличить или сохранить сбережения**

5

Клиенту напоминают, что «**Доходность и риск связаны**: инвестиции с низким риском предполагают низкую доходность, в то время как высокая доходность всегда подразумевает высокий риск»

Во Франции клиент должен заполнить анкету для определения:

- профиля инвестора и знаний в области финансов
- профиля риска / аппетита к риску и инвестиционному горизонту, связанному с его проектами
- Также клиенту вручается КИД

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗНАНИЙ И ОПЫТА КЛИЕНТА В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВ

Знания и опыт заказчика в области инвестирования продукта определяются, исходя из:

- знакомства клиента с типом услуги, транзакцией, инвестиционным страхованием жизни (IBIP) или финансовым инструментом;
- характера, количества, стоимости, частоты и периода транзакций с IBIP или с финансовыми инструментами;
- уровня образования и профессии клиента (включая предыдущие профессии, если применимо)

! Если клиент не предоставляет эту информацию или если ему не хватает знаний и опыта для рассматриваемого IBIP, то дистрибьютор должен сделать официальное предупреждение о том, что страховой продукт не подходит для клиента.

!!! И даже в этом случае клиент вправе настоять и приобрести страховой продукт.

!!! Законодательство не устанавливает требований к продукту, минимальных страховых сумм, набора рисков и не устанавливает запретов клиенту на приобретение определённых продуктов.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

**THE FUTURE
IS YOU**  **ROSBANK**
Insurance

SOCIETE GENERALE GROUP