

Policy Markedsføring og produktinformasjon for produkter og tjenester



Versjon	Dato	Dokumenteier	Beslutning	Status
1.0	11.08.2022	Marked og produkt	Konsernledelsen	Godkjent

Innhold

1	BAKGRUNN.....	3
2	FORMÅL.....	3
3	MÅLGRUPPE.....	3
4	RETNINGSLINJER FOR MARKEDSFØRING OG PRODUKTINFORMASJON	3
5	ORGANISERING	5
6	KPI	5
7	OPPFØLGING OG RAPPORTERING.....	5

1 BAKGRUNN

Sparebanken Sørs misjon er å «Skape bærekraftig vekst og utvikling for vår landsdel».

Arbeidet med bærekraft, (ESG - Environmental, Social and Governance), som omfatter klima og natur, sosiale forhold og virksomhetsstyring, er en naturlig videreutvikling av den rollen banken har spilt gjennom snart 200 år. For Sparebanken Sør innebærer ansvaret for bærekraftig utvikling at banken skal bidra til positiv utvikling innenfor ESG, samt ivareta bankens samfunnsansvar i områder der banken har sin virksomhet. Arbeidet med bærekraft skal styrke konkurransekraft og redusere bankens ESG risiko. Banken skal som arbeidsgiver, investor, långiver og leverandør av finansielle produkter og tjenester, bidra til bærekraftig vekst gjennom å forsterke positive og redusere negative påvirkninger på mennesker, samfunn, klima og natur.

Sparebanken Sørs policy skal sikre at bankens produkter og tjenester ikke medvirker til brudd på menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, korrupsjon, terrorfinansiering, data- og informasjonssikkerhet, brudd på produkt- og tjenesteinformasjon, merking og markedsføring, alvorlig skade på klima og natur eller andre handlinger som er uetiske.

Ved markedsføring og salg av finansielle produkter og tjenester, henvender vi oss til ulike grupper av mennesker i våre markedsområder. Sparebanken Sør ønsker å handle ansvarlig med de individuelle økonomiske behovene og målene til våre kunder, og støtte dem i å realisere deres ønsker, i bærekraftige investeringer så vel som i daglige finansielle transaksjoner. Vårt mål er å bygge langsiktige kunderelasjoner og forbli den foretrukne leverandøren av finansielle produkter og tjenester i generasjoner.

2 FORMÅL

Policyen gjelder markedsføring og produktinformasjon av produkter og tjenester. Policyen skal sikre at Sparebanken Sør i forbindelse med markedsføring, produktinformasjon, rådgivning og salg av produkter og tjenester opptre som en ansvarlig aktør, etterlever regulatoriske krav, interne rutiner og retningslinjer, og bidrar til en bærekraftig utvikling.

Den overordnede målsettingen med policyen er:

- Ivareta kundenes interesser gjennom hele kundereisen.
- Potensiell skade, tap eller andre negative konsekvenser for kundene unngås.
- Sikre etterlevelse av regulatoriske krav til produktinformasjon og markedsføring.
- Sikre at det ikke tilbys produkter eller tjenester som er i strid med bankens risikorammer.
- Potensiell skade på forbrukere unngås.
- Interessekonflikter minimeres.
- Stimulerer til bærekraftige produkter og tjenester.

3 MÅLGRUPPE

Policyen gjelder hele konsernet Sparebanken Sør. Alle i Sparebanken Sør som arbeider med markedsføring, produktutvikling, produktinformasjon rådgivning og salg av produkter og tjenester, skal ha lest, satt seg inn i, og etterleve denne policyen.

Policyen gjelder både produkter og tjenester som selges i egen regi, og produkter og tjenester som banken distribuerer fra samarbeidspartnere.

4 RETNINGSLINJER FOR MARKEDSFØRING OG PRODUKTINFORMASJON

Retningslinjene skal sikre at alle relevante lover, forskrifter og interne styringsdokumenter etterleves. Dette omfatter bl.a.:

- Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (Markedsføringsloven).
- Forskrift om markedsføring av kreditt.
- Forskrift om prisopplysning for varer og tjenester (Prisopplysningsforskriften).
- Lov om visse sider av elektronisk handel og andre informasjonstjenester (Ehandelsloven).
- Lov om avslutning av avtaler, om fullmakt og om ugyldige viljeserklæringer (Avtaleloven).
- Lov om kjøp (Kjøpsloven).
- Lov om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (Angrerettloven).
- Risikovurdering av produkter og tjenester, rutiner, prosesser og systemer.
- Policy nye og endrede produkter og systemer.

Følgende retningslinjer gjelder for Sparebanken Sør mht. markedsføring, produktinformasjon, rådgivning og salg av produkter og tjenester:

- Det skal ikke tilbys produkter eller tjenester som strider mot regulatoriske krav, Sparebanken Sørs bærekraftstrategi og etiske retningslinjer, risikorammer eller øvrige krav som fremkommer av bankens styringsdokumenter og retningslinjer.
- Det skal kun tilbys produkter og tjenester som ivaretar kundens interesser og behov.
- Dersom det er kundegrupper som produktet eller tjenesten ikke passer for, skal dette komme tydelig frem av produktinformasjonen og i rådgivningen.
- Produkter og tjenester skal distribueres i en passende kanal som sikrer at produktet eller tjenesten markedsføres og selges til den definerte målgruppen.
- Egenskaper og vilkår, herunder risiko og total pris på produktet/tjenesten, skal komme tydelig frem og være forståelige for den kundegruppen produktet eller tjenesten rettes mot.
- For å ivareta kundens interesser og god forretningsskikk skal produkter og tjenester kun distribueres av ansatte som har fått opplæring som sikrer tilstrekkelig forståelse av produktets eller tjenestens funksjoner, egenskaper og risikoer. Dersom produktet eller tjenesten tilbys gjennom distributør/tredjepart må tilsvarende krav ivaretas.
- Produktinformasjon bør inneholde informasjon om produktet eller tjenesten har positiv eller negativ innvirkning på bærekraft herunder klima og natur, sosiale forhold eller virksomhetsstyring
- Produktovervåking og iverksette korrigerende tiltak hvis overvåkingen identifiserer produktfeil eller svakheter.
- Markedsføring skal være i henhold til god markedsføringsskikk og skal alltid være innenfor de lover, forskrifter, veiledninger og bransjestandarder som er relevante for området.
- Produkter og tjenester skal markedsføres på en slik måte at kunden gjøres kjent med både fordeler/muligheter og ulemper/begrensninger.
- Vi skal ha høy aktsomhet i forhold til etikk og det moralske ansvaret og bruke føre var-prinsippet i vår informasjon og markedsføring av produkter og tjenester.
- I markedsføringen skal banken ha spesiell oppmerksomhet mot sårbare grupper og aldri ha som mål å tilby produkter til slike grupper som kan øke sårbarhet, eksempelvis kredittkort/forbrukslån til kunder med høy, usikret gjeld, eller liknende.
- Det skal utvises aktsomhet ved markedsføring mot barn og ungdom.
- Alle databaserte kommunikasjonsaktiviteter skal være i tråd med gjeldende regelverk for markedsføring og personvern, samt være i samsvar med de samtykker som den enkelte kunde har avgitt.
- Markedsføring skal være basert på god innsikt og analyse slik at banken treffer kunden med mest mulig relevans i vår kommunikasjon.
- Ved bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse skal dette foregå i samsvar med gjeldende regelverk, relevante bransjenormer og allmenne standarder for etisk og forsvarlig bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse.
- Kommunikasjon skal i størst mulig grad være på digitale plattformer slik at vi unngår å bruke papirbasert produksjon.

- Ved markedsføring av produkter og tjenester skal det være fokus på å unngå «grønnvasking». Markedsføring og profilering av bærekraftsinformasjon skal være faktabasert.
- Kundeklager og øvrige uønskede hendelser relatert til produkter og tjenester skal registreres i konsernets hendelsesdatabase og behandles for å minimere skade for kundene, samt sikre at tiltak iverksettes for å unngå at lignende kan skje igjen.

5 ORGANISERING

Den enkelte divisjon, produkt- og tjenesteeier er ansvarlig for at policy og retningslinjene etterleves for eget ansvarsområde.

Divisjoner med ansvar for marked og produkter er ansvarlig for dokumentet Policy markedsføring og produktinformasjon for produkter og tjenester.

6 KPI

Sparebanken Sør har følgende målsettinger for markedsføring og produktinformasjon:

KPI	Beskrivelse	Enhet	Mål	Tid
KPI D1	Tapte saker brudd på produkt-, tjenesteinformasjon	Antall	0	
KPI D2	Tapte saker brudd på markedskommunikasjon	Antall	0	

7 OPPFØLGING OG RAPPORTERING

Det skal gjennomføres en løpende overvåking av produkter og tjenester for å sikre at det ikke oppstår eller har oppstått hendelser hvor kunder eller bankens interesser blir negativt berørt.

Det er respektive divisjon som har ansvar for systematisk å følge opp sin portefølje, og gjøre løpende vurderinger knyttet til feil eller behov for endringer.

Kundeklager og øvrige uønskede hendelser knyttet til markedsføring og produktinformasjon av produkter og tjenester følges opp i henhold til bankens rutiner, og rapporteres kvartalsvis i bankens hendelsesdatabase og årlig i bankens bærekraftsrapport.