II

(Neleģislatīvi akti)

REGULAS

KOMISIJAS DELEĢĒTĀ REGULA (ES) 2017/2358

(2017. gada 21. septembris),

ar ko Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu (ES) 2016/97 papildina attiecībā uz produktu pārraudzības un pārvaldības prasībām apdrošināšanas sabiedrībām un apdrošināšanas izplatītājiem

(Dokuments attiecas uz EEZ)

EIROPAS KOMISIJA,

ņemot vērā Līgumu par Eiropas Savienības darbību,

ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2016. gada 20. janvāra Direktīvu (ES) 2016/97 par apdrošināšanas izplatīšanu ([1]) un jo īpaši tās 25. panta 2. punktu,

tā kā:

(1) Ar Direktīvu (ES) 2016/97 Komisija tiek pilnvarota pieņemt deleģētos aktus, lai sīkāk precizētu produktu pārraudzības un pārvaldības prasības, kas noteiktas minētās direktīvas 25. pantā. Efektīvas patērētāju tiesību aizsardzības nolūkā produktu pārraudzības un pārvaldības noteikumi būtu saskaņoti jāpiemēro visiem jaunākajiem apdrošināšanas produktiem un jau esošo apdrošināšanas produktu būtiskiem pielāgojumiem neatkarīgi no produkta veida un pārdošanas vietā piemērojamām prasībām. Regula kā izvēlētais formāts nodrošina saskaņotu regulējumu visiem tirgus dalībniekiem un ir labākā garantija tam, lai nodrošinātu vienlīdzīgus konkurences apstākļus un nosacījumus, kā arī patērētāju tiesību aizsardzības atbilstīgu standartu.

(2) Ņemot vērā Direktīvā (ES) 2016/97 noteiktās prasības, produktu pārraudzības un pārvaldības pasākumi būtu jāizvēlas un jāpiemēro proporcionāli un atbilstīgi, atkarībā no produkta sarežģītības un no tā, cik lielā mērā var iegūt publiski pieejamu informāciju, ņemot vērā apdrošināšanas produkta būtību un ar to saistīto risku, ka patērētājiem varētu tikt nodarīts kaitējums, mērķtirgus īpašības un izstrādātāja vai izplatītāja attiecīgās darbības būtību, mērogu un sarežģītību. Proporcionalitāte nozīmē, ka minētajiem pasākumiem vajadzētu būt samērā vienkāršiem attiecībā uz vienkāršiem un nekompleksiem produktiem, kas atbilst plaša patēriņa mazumtirdzniecības tirgus vajadzībām un īpatnībām, tostarp esošajiem nedzīvības apdrošināšanas produktiem ar ierobežotu un viegli saprotamu darbības jomu. No otras puses, attiecībā uz kompleksākiem produktiem, kuriem ir augstāks risks, ka patērētājiem varētu tikt nodarīts kaitējums, tostarp apdrošināšanas ieguldījumu produktiem, uz kuriem neattiecas Direktīvas (ES) 2016/97 30. panta 3. punkts, būtu jāveic stingrāki pasākumi.

(3) Direktīvas (ES) 2016/97 25. panta 1. punkta piemērošanas nolūkā apdrošināšanas starpnieks būtu uzskatāms par apdrošināšanas produkta izstrādātāju, ja no starpnieka darbības vispārēja izvērtējuma, katru gadījumu izskatot atsevišķi, izriet, ka apdrošināšanas starpnieks patstāvīgi lemj par apdrošināšanas produkta būtiskajām iezīmēm un galvenajiem elementiem, tostarp apdrošināšanas segumu, izmaksām, riskiem, mērķtirgu vai kompensācijas vai garantijas tiesībām. Darbības, kas saistītas tikai ar esošo apdrošināšanas produktu pielāgošanu, tostarp gadījumos, kad starpniekam ir izvēle starp dažādiem produkta variantiem, dažādām līgumu klauzulām vai iespējām vai kad starpnieks var vienoties ar klientu par prēmiju atlaidēm vai maksām, tomēr nebūtu jāuzskata par izstrādāšanu, jo šādos gadījumos galvenos lēmumus par produkta izstrādi un attīstīšanu izdara apdrošināšanas sabiedrība, nevis apdrošināšanas starpnieks.

([1]) OV L 26, 2.2.2016., 19. lpp.

(4) Ja apdrošināšanas produktu ir kopīgi izstrādājuši un attīstījuši apdrošināšanas starpnieks un apdrošināšanas sabiedrība, abiem pieņemot lēmumus par produkta izstrādi un attīstīšanu, gan apdrošināšanas starpniekam, gan apdrošināšanas sabiedrībai būtu rakstiskā vienošanās jāprecizē to sadarbība un attiecīgās funkcijas, lai kompetentās iestādes varētu uzraudzīt atbilstību juridiskajām prasībām.

(5) Izstrādātāja mērķtirgus apzināšana būtu jāsaprot kā tādu klientu grupas apraksts, kuriem ir kopīgas īpašības abstraktā un vispārīgā līmenī, lai izstrādātājs varētu pielāgot produkta iezīmes minētās klientu grupas vajadzībām, īpašībām un mērķiem. Tas būtu jānošķir no individuālā novērtējuma tirdzniecības vietā, lai noteiktu, vai apdrošināšanas produkts atbilst prasībām un vajadzībām un – attiecīgā gadījumā – vai apdrošināšanas ieguldījumu produkts ir piemērots vai atbilstošs konkrētajam klientam vai potenciālam klientam.

(6) Mērķtirgus granularitātes pakāpei un kritērijiem, ko izmanto, lai definētu mērķtirgu un noteiktu piemēroto izplatīšanas stratēģiju, būtu jāatbilst produktam un būtu jādod iespēja novērtēt, kuri klienti ietilpst mērķtirgū. Vienkāršāku, izplatītāku produktu gadījumā mērķtirgus būtu jāapzina ne tik detalizēti, savukārt sarežģītāku vai mazāk izplatītu produktu gadījumā mērķtirgus būtu jāapzina detalizētāk, ņemot vērā ar šādiem produktiem saistīto paaugstināto risku, ka patērētājiem varētu tikt nodarīts kaitējums.

(7) Lai stiprinātu patērētāju tiesību aizsardzību, jo īpaši attiecībā uz apdrošināšanas ieguldījumu produktiem, izstrādātājiem vajadzētu būt iespējai apzināt konkrētas patērētāju grupas, kurām apdrošināšanas produkts parasti nav atbilstošs.

(8) Produktu pārraudzības un pārvaldības pasākumu ietvaros izstrādātājiem arī būtu jāveic apdrošināšanas produktu atbilstīga testēšana, tostarp attiecīgā gadījumā un jo īpaši attiecībā uz apdrošināšanas ieguldījumu produktiem veicot scenāriju analīzes, lai nodrošinātu, ka produkts visā tā aprites cikla laikā atbilst apzinātajām mērķtirgus vajadzībām, mērķiem un īpašībām. Tajā jo īpaši būtu jāietver produkta darbības rādītāju un riska/atlīdzības profila novērtējums. Prasība novērtēt produkta darbības rādītājus tomēr nebūtu jāsaprot kā iejaukšanās izstrādātāja brīvībā noteikt prēmijas vai kā cenu kontrole jebkādā veidā.

(9) Lai nodrošinātu atbilstošu informāciju un konsultācijas klientiem, izstrādātājiem būtu jāizvēlas apdrošināšanas izplatītāji, kuriem ir vajadzīgās zināšanas, pieredze un kompetence, lai izprastu apdrošināšanas produkta iezīmes un apzināto mērķtirgu. Šā paša iemesla dēļ viņiem saskaņā ar piemērojamiem valsts tiesību aktiem, kas reglamentē viņu attiecības ar attiecīgajiem apdrošināšanas izplatītājiem, būtu regulāri jāuzrauga un jāpārbauda, vai apdrošināšanas produkts tiek izplatīts saskaņā ar viņu produktu pārraudzības un pārvaldības pasākumu mērķiem, un jāveic attiecīgas koriģējošas darbības, ja viņi uzskata, ka tas tā nav. Tam tomēr nebūtu jāliedz apdrošināšanas izplatītājiem izplatīt apdrošināšanas produktus klientiem, kuri nepieder pie minētā mērķtirgus, ja individuālais novērtējums tirdzniecības vietā pamato secinājumu, ka minētie produkti atbilst attiecīgo klientu prasībām un vajadzībām un – attiecīgā gadījumā – ka apdrošināšanas ieguldījumu produkti ir klientam atbilstīgi vai piemēroti.

(10) Lai apdrošināšanas izplatītāji varētu gūt pilnīgu izpratni par produktiem, kurus viņi plāno izplatīt tā, ka viņi var veikt savas izplatīšanas darbības atbilstoši klientu labākajām interesēm, jo īpaši sniedzot profesionālas konsultācijas, izstrādātājiem būtu jāsniedz apdrošināšanas izplatītājiem visa būtiskā informācija par minētajiem apdrošināšanas produktiem, tostarp produkta apstiprināšanas procesu, apzināto mērķtirgu un ierosināto izplatīšanas stratēģiju. Savukārt apdrošināšanas izplatītājiem būtu jāveic pasākumi, lai efektīvi iegūtu nepieciešamo informāciju no izstrādātājiem.

(11) Lai produktu pārvaldības pienākumi darbotos efektīvi, apdrošināšanas izplatītāji regulāri informē izstrādātājus par savu pieredzi ar apdrošināšanas produktiem. Tāpēc apdrošināšanas izplatītājiem būtu jāsniedz izstrādātājiem vajadzīgie dati, lai varētu veikt apdrošināšanas produktu pārskatīšanu un pārbaudīt, vai minētie produkti joprojām atbilst izstrādātāja apzinātā mērķtirgus vajadzībām, īpašībām un mērķiem.

(12) Lai novērstu risku, ka klientam varētu tikt nodarīts kaitējums, izstrādātājiem un izplatītājiem būtu attiecīgi jārīkojas, ja tie uzskata, ka produkts neatbilst vai vairs neatbilst apzinātā mērķtirgus interesēm, mērķiem un īpašībām.

(13) Lai kompetentās iestādes un apdrošināšanas profesionāļi varētu pielāgoties jaunajām prasībām, kas noteiktas šajā regulā, šīs regulas piemērošanas sākuma datums būtu jāsaskaņo ar Direktīvu (ES) 2016/97 transponējošo valsts pasākumu spēkā stāšanos.

(14) Tehnisko konsultāciju nolūkā [1] ir notikusi apspriešanās ar Eiropas Apdrošināšanas un aroda pensiju iestādi, kas izveidota ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) Nr. 1094/2010 [2],

IR PIEŅĒMUSI ŠO REGULU.

I NODAĻA

VISPĀRĪGI NOTEIKUMI

1. pants

Priekšmets

Ar šo regulu paredz noteikumus par produktu pārraudzības un pārvaldības pasākumu uzturēšanu, izmantošanu un pārskatīšanu attiecībā uz apdrošināšanas produktiem un esošo apdrošināšanas produktu būtiskiem pielāgojumiem pirms šo produktu laišanas tirgū vai izplatīšanas klientiem ("produkta apstiprināšanas process"), kā arī noteikumus par produktu izplatīšanas pasākumiem attiecībā uz minētajiem apdrošināšanas produktiem.

2. pants

Darbības joma

Šī regula attiecas uz apdrošināšanas sabiedrībām un apdrošināšanas starpniekiem, kas izstrādā apdrošināšanas produktus, kurus piedāvā pārdošanai klientiem ("izstrādātāji"), kā arī uz apdrošināšanas izplatītājiem, kas konsultē vai piedāvā apdrošināšanas produktus, ko tie neizstrādā.

3. pants

Apdrošināšanas produktu izstrādāšana

1. Direktīvas (ES) 2016/97 25. panta 1. punkta piemērošanas nolūkā apdrošināšanas starpniekus uzskata par izstrādātājiem, ja viņu darbības vispārējs izvērtējums liecina, ka viņiem ir lēmumu pieņemšanas funkcijas, izstrādājot un attīstot apdrošināšanas produktu tirgum.

2. Lēmumu pieņemšanas funkcijas tiek veiktas jo īpaši gadījumos, kad apdrošināšanas starpnieki patstāvīgi nosaka apdrošināšanas produkta būtiskākās iezīmes un galvenos elementus, tostarp apdrošināšanas segumu, cenas, izmaksas, riskus, mērķtirgu un kompensācijas vai garantijas tiesības, kurās tā apdrošināšanas sabiedrība, kura nodrošina apdrošināšanas produkta segumu, neveic būtiskas izmaiņas.

3. Esošo apdrošināšanas produktu individualizēšanu un pielāgošanu saistībā ar apdrošināšanas izplatīšanas darbībām attiecībā uz atsevišķiem klientiem, kā arī īpaši pielāgotu līgumu izveidi pēc viena klienta pieprasījuma, neuzskata par izstrādāšanu.

4. Apdrošināšanas starpnieks un apdrošināšanas sabiedrība, kas abi ir izstrādātāji šīs deleģētās regulas 2. panta nozīmē, paraksta rakstisku vienošanos, kurā precizē to sadarbību, lai nodrošinātu, ka tiek ievērotas prasības izstrādātājiem, kas noteiktas Direktīvas (ES) 2016/97 25. panta 1. punktā, procedūras, saskaņā ar kurām tie vienojas par mērķtirgus apzināšanu, un to attiecīgās funkcijas produkta apstiprināšanas procesā.

---

[1] Tehniskās konsultācijas par iespējamiem deleģētajiem aktiem attiecībā uz Apdrošināšanas izplatīšanas direktīvu, EAPPI-17/048, 2017. gada 1. februāris, pieejamas šeit: https://eiopa.europa.eu/Publications/Consultations/EIOPA%20Technical%20Advice%20on%20the%20IDD.pdf

[2] Eiropas Parlamenta un Padomes 2010. gada 24. novembra Regula (ES) Nr. 1094/2010, ar ko izveido Eiropas Uzraudzības iestādi (Eiropas Apdrošināšanas un aroda pensiju iestādi), groza Lēmumu Nr. 716/2009/EK un atceļ Komisijas Lēmumu 2009/79/EK (OV L 331, 15.12.2010., 48. lpp.).

II NODAĻA

PRODUKTU PĀRVALDĪBAS PRASĪBAS IZSTRĀDĀTĀJIEM

4. pants

Produkta apstiprināšanas process

1. Izstrādātāji uztur, īsteno un pārskata produkta apstiprināšanas procesu attiecībā uz jaunākajiem apdrošināšanas produktiem un jau esošo apdrošināšanas produktu būtiskiem pielāgojumiem. Šis process ietver pasākumus un procedūras, lai izstrādātu, pārraudzītu, pārskatītu un izplatītu apdrošināšanas produktus, kā arī veiktu koriģējošas darbības attiecībā uz apdrošināšanas produktiem, kas nodara kaitējumu klientam. Pasākumi un procedūras ir proporcionāli produkta sarežģītībai un ar to saistītajiem riskiem, kā arī izstrādātāja attiecīgās darbības būtībai, mērogam un sarežģītībai.

2. Produkta apstiprināšanas procesu izklāsta rakstiskā dokumentā ("produktu pārraudzības un pārvaldības politika"), ko dara pieejamu attiecīgajam personālam.

3. Ar produkta apstiprināšanas procesu:

a) nodrošina, ka apdrošināšanas produktu izstrāde atbilst šādiem kritērijiem:

   i) tajā tiek ņemta vērā klientu mērķi, intereses un īpašības;

   ii) tā nelabvēlīgi neietekmē klientus;

   iii) tā novērš un mazina kaitējumu klientam;

b) sekmē interešu konfliktu pienācīgu pārvaldību.

4. Izstrādātāja iestāde vai struktūra, kas atbild par apdrošināšanas produktu izstrādi, veic visas turpmāk minētās darbības:

a) apstiprina un ir pilnībā atbildīga par produkta apstiprināšanas procesa izveidi, īstenošanu un pārskatīšanu;

b) pastāvīgi pārbauda iekšējo atbilstību šim procesam.

5. Izstrādātāji, kas nozīmē trešo personu produktu izstrādāšanai to vārdā, joprojām ir pilnībā atbildīgi par produkta apstiprināšanas procesa ievērošanu.

6. Izstrādātāji regulāri pārskata savu produkta apstiprināšanas procesu, lai nodrošinātu, ka minētais process joprojām ir derīgs un atjaunināts. Vajadzības gadījumā tie veic izmaiņas produkta apstiprināšanas procesā.

5. pants

Mērķtirgus

1. Produkta apstiprināšanas procesā attiecībā uz katru apdrošināšanas produktu tiek apzināts mērķtirgus un piemērotu klientu grupa. Mērķtirgu apzina pietiekami granulārā līmenī, ņemot vērā apdrošināšanas produkta īpašības, riska profilu, sarežģītību un būtību.

2. Izstrādātāji var jo īpaši attiecībā uz apdrošināšanas ieguldījumu produktiem apzināt klientu grupu, kuru vajadzībām, īpašībām un mērķiem apdrošināšanas produkts parasti nav piemērots.

3. Izstrādātāji izstrādā un laiž tirgū tikai tādus apdrošināšanas produktus, kas ir piemēroti mērķtirgum piederošo klientu vajadzībām, īpašībām un mērķiem. Novērtējot, vai apdrošināšanas produkts ir piemērots mērķtirgum, izstrādātāji ņem vērā mērķtirgum piederošajiem klientiem pieejamās informācijas līmeni un viņu lietpratību finanšu jautājumos.

4. Izstrādātāji nodrošina, ka personālam, kas iesaistīts apdrošināšanas produktu izstrādē un izveidē, ir vajadzīgās prasmes, zināšanas un kompetence, lai pareizi izprastu pārdošanā esošos apdrošināšanas produktus un mērķtirgum piederošo klientu intereses, mērķus un īpašības.

6. pants

Produkta testēšana

1. Izstrādātāji atbilstīgi testē savus apdrošināšanas produktus, tostarp attiecīgā gadījumā veicot scenāriju analīzes, pirms produktu laišanas tirgū vai būtiskiem to pielāgojumiem vai gadījumā, ja mērķa tirgus ir ievērojami mainījies. Ar minētā produkta testēšanu novērtē, vai apdrošināšanas produkts tā aprites cikla laikā atbilst apzinātajām mērķtirgus vajadzībām, mērķiem un īpašībām. Izstrādātāji testē savus apdrošināšanas produktus kvalitatīvi un – atkarībā no apdrošināšanas produkta veida un būtības un ar to saistītā riska, ka patērētājiem varētu tikt nodarīts kaitējums, – kvantitatīvi.

2. Izstrādātāji nelaiž apdrošināšanas produktus tirgū, ja produktu testēšanas rezultāti liecina, ka produkti neatbilst apzinātajām mērķtirgus vajadzībām, mērķiem un īpašībām.

7. pants

Produkta uzraudzība un pārskatīšana

1. Izstrādātāji nepārtraukti uzrauga un regulāri pārskata apdrošināšanas produktus, ko tie ir laiduši tirgū, lai apzinātu gadījumus, kuri varētu būtiski ietekmēt šo produktu galvenās iezīmes, riska segumu vai garantijas. Tie novērtē, vai apdrošināšanas produkti joprojām atbilst apzinātā mērķtirgus vajadzībām, īpašībām un mērķiem un vai produktus izplata mērķtirgū vai piedāvā klientiem ārpus mērķtirgus.

2. Izstrādātāji nosaka atbilstošos laika intervālus regulārai savu apdrošināšanas produktu pārskatīšanai, tādējādi ņemot vērā minēto apdrošināšanas produktu lielumu, mērogu, līguma darbības ilgumu un sarežģītību, to attiecīgos izplatīšanas kanālus, kā arī visus ārējos faktorus, piemēram, izmaiņas piemērojamajās tiesību normās, tehnoloģiju attīstību vai izmaiņas tirgus situācijā.

3. Izstrādātāji, kas apdrošināšanas produkta aprites cikla laikā apzina jebkādus tādus apstākļus attiecībā uz apdrošināšanas produktu, kas var nelabvēlīgi ietekmēt minētā produkta klientu, attiecīgi rīkojas, lai uzlabotu situāciju un novērstu kaitējumu izraisošā notikuma turpmāku atkārtošanos. Izstrādātāji nekavējoties informē attiecīgos apdrošināšanas izplatītājus un klientus par veiktajām koriģējošām darbībām.

8. pants

Izplatīšanas kanāli

1. Izstrādātāji rūpīgi izvēlas izplatīšanas kanālus, kas ir piemēroti mērķtirgum, tādējādi ņemot vērā attiecīgo apdrošināšanas produktu konkrētās iezīmes.

2. Izstrādātāji sniedz apdrošināšanas izplatītājiem visu attiecīgo informāciju par apdrošināšanas produktiem, apzināto mērķtirgu un ierosināto izplatīšanas stratēģiju, tostarp informāciju par apdrošināšanas produktu galvenajām iezīmēm un īpašībām, to radītajiem riskiem un izmaksām, tostarp netiešām izmaksām, un jebkādiem apstākļiem, kas varētu izraisīt interešu konfliktu, nodarot kaitējumu klientam. Šī informācija ir skaidra, pilnīga un atjaunināta.

3. Šā panta 2. punktā minētā informācija ļauj apdrošināšanas izplatītājiem:

a) gūt izpratni par apdrošināšanas produktiem;

b) izprast apzināto apdrošināšanas produktu mērķtirgu;

c) apzināt visus klientus, kuriem apdrošināšanas produkts neatbilst viņu vajadzībām, īpašībām un mērķiem;

d) veikt attiecīgo apdrošināšanas produktu izplatīšanas darbības atbilstoši klientu interesēm, kā noteikts Direktīvas (ES) 2016/97 17. panta 1. punktā.

4. Izstrādātāji veic piemērotus pasākumus, lai uzraudzītu, ka apdrošināšanas izplatītāji rīkojas saskaņā ar izstrādātāju produkta apstiprināšanas procesa mērķiem. Jo īpaši tie regulāri pārbauda, vai apdrošināšanas produktus izplata apzinātajā mērķtirgū. Minētais uzraudzības pienākums neattiecas uz vispārējām regulatīvām prasībām, kas jāievēro apdrošināšanas izplatītājiem, veicot apdrošināšanas izplatīšanas darbības attiecībā uz individuāliem klientiem. Uzraudzības darbības ir samērīgas, ņemot vērā attiecīgo izplatīšanas kanālu īpašības un tiesisko regulējumu.

5. Izstrādātāji, kuri uzskata, ka viņu apdrošināšanas produkti netiek izplatīti saskaņā ar to produkta apstiprināšanas procesa mērķiem, veic attiecīgos korektīvos pasākumus.

9. pants

Dokumentācija

Izstrādātāju veiktās attiecīgās darbības attiecībā uz to produkta apstiprināšanas procesu pienācīgi dokumentē, un šo dokumentāciju glabā revīzijas vajadzībām un pēc pieprasījuma dara pieejamu kompetentajām iestādēm.

III NODAĻA

PRODUKTU PĀRVALDĪBAS PRASĪBAS APDROŠINĀŠANAS IZPLATĪTĀJIEM

10. pants

Produktu izplatīšanas mehānismi

1. Apdrošināšanas izplatītāji ievieš produktu izplatīšanas mehānismus, kas ietver atbilstošus pasākumus un procedūras, lai no izstrādātāja iegūtu visu attiecīgo informāciju par apdrošināšanas produktiem, ko tie vēlas piedāvāt saviem klientiem, un lai gūtu pilnīgu izpratni par minētajiem apdrošināšanas produktiem, ņemot vērā produkta sarežģītību un ar to saistītos riskus, kā arī izplatītāja attiecīgās darbības būtību, mērogu un sarežģītību.

Apdrošināšanas izplatītāji nosaka produkta izplatīšanas mehānismus rakstiskā dokumentā un dara to pieejamu attiecīgajam personālam.

2. Produktu izplatīšanas mehānismi:

a) tiek veikti ar mērķi novērst un mazināt kaitējumu klientam;

b) sekmē interešu konfliktu pienācīgu pārvaldību;

c) nodrošina, ka klientu mērķi, intereses un īpašības tiek pienācīgi ņemtas vērā.

3. Produktu izplatīšanas mehānismus nodrošina, ka apdrošināšanas izplatītāji no izstrādātāja iegūst informāciju, kura ir jāpaziņo saskaņā ar 8. panta 2. punktu.

4. Jebkāda konkrēta izplatīšanas stratēģija, ko izveido vai piemēro apdrošināšanas izplatītāji, atbilst izstrādātāja izveidotajai izplatīšanas stratēģijai un apzinātajam mērķtirgum.

5. Apdrošināšanas izplatītāju vienība vai struktūra, kas atbild par apdrošināšanas izplatīšanu, apstiprina un tai ir galīgā atbildība par produkta izplatīšanas mehānismu izveidi, īstenošanu un pārskatīšanu, un pastāvīgi pārbauda iekšējo atbilstību minētajiem pasākumiem.

6. Apdrošināšanas izplatītāji regulāri pārskata savus produktu izplatīšanas mehānismus, lai nodrošinātu, ka šie mehānismi joprojām ir derīgi un aktuāli. Vajadzības gadījumā tie veic izmaiņas produktu izplatīšanas mehānismos. Apdrošināšanas izplatītāji, kas ir ieviesuši vai piemēro konkrētu izplatīšanas stratēģiju, attiecīgā gadījumā veic izmaiņas minētajā stratēģijā, ņemot vērā rezultātus, kas gūti produktu izplatīšanas mehānismu pārskatīšanā. Pārskatot savus produktu izplatīšanas mehānismus, apdrošināšanas izplatītāji pārbauda, vai apdrošināšanas produkti tiek izplatīti apzinātajā mērķtirgū.

Apdrošināšanas izplatītāji nosaka atbilstošos laika intervālus regulārai produkta izplatīšanas mehānismu pārskatīšanai, tādējādi ņemot vērā dažādu attiecīgo apdrošināšanas produktu lielumu, mērogu un sarežģītību.

Lai atbalstītu izstrādātāju veiktās produktu pārbaudes, apdrošināšanas izplatītāji pēc pieprasījuma sniedz izstrādātājiem attiecīgo informāciju par pārdošanu, tostarp vajadzības gadījumā sniedzot informāciju par produktu izplatīšanas mehānismu regulārajiem pārskatiem.

11. pants

Izstrādātāja informēšana

Apdrošināšanas izplatītāji, kuriem kļūst zināms, ka apdrošināšanas produkts neatbilst to apzinātā mērķtirgus interesēm, mērķiem un īpašībām, vai kuriem kļūst zināms par citiem ar produktu saistītiem apstākļiem, kas var negatīvi ietekmēt klientu, nekavējoties informē izstrādātāju un, ja nepieciešams, maina savu apdrošināšanas produkta izplatīšanas stratēģiju.

12. pants

Dokumentācija

Apdrošināšanas izplatītāju veiktās attiecīgās darbības saistībā ar to produktu izplatīšanas mehānismiem pienācīgi dokumentē, šo dokumentāciju glabā revīzijas vajadzībām un pēc pieprasījuma dara pieejamu kompetentajām iestādēm.

IV NODAĻA

NOBEIGUMA NOTEIKUMI

13. pants

Stāšanās spēkā un piemērošana

Šī regula stājas spēkā divdesmitajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.

To piemēro no 2018. gada 23. februāra.

Šī regula uzliek saistības kopumā un ir tieši piemērojama visās dalībvalstīs.

Briselē, 2017. gada 21. septembrī

Komisijas vārdā –
priekšsēdētājs
Jean-Claude JUNCKER