II

(Acte fără caracter legislativ)

REGULAMENTE

REGULAMENTUL DELEGAT (UE) 2017/2358 AL COMISIEI

din 21 septembrie 2017

de completare a Directivei (UE) 2016/97 a Parlamentului European și a Consiliului în ceea ce privește cerințele de supraveghere și de guvernanță a produselor, aplicabile societăților de asigurare și distribuitorilor de asigurări

(Text cu relevanță pentru SEE)

COMISIA EUROPEANĂ,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene,

având în vedere Directiva (UE) 2016/97 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 ianuarie 2016 privind distribuția de asigurări ([1]), în special articolul 25 alineatul (2),

întrucât:

(1) Directiva (UE) 2016/97 împuternicește Comisia să adopte acte delegate pentru a preciza în detaliu cerințele de supraveghere și de guvernanță a produselor, stabilite la articolul 25 din directiva respectivă. Pentru a asigura o protecție eficace a consumatorilor, normele de supraveghere și de guvernanță a produselor ar trebui să se aplice în mod coerent tuturor produselor de asigurare nou-create, precum și adaptărilor semnificative ale produselor de asigurare existente, indiferent de tipul de produs și de cerințele aplicabile la punctul de vânzare. Un regulament asigură un cadru coerent pentru toți operatorii de pe piață și reprezintă cea mai bună garanție posibilă pentru existența unor condiții de concurență echitabile și uniforme și a unui standard comun adecvat de protecție a consumatorilor.

(2) În lumina cerințelor Directivei (UE) 2016/97, măsurile de supraveghere și de guvernanță a produselor ar trebui să fie alese și aplicate în mod proporțional și adecvat, în funcție de complexitatea produsului și de măsura în care pot fi obținute informații publice, ținând seama de natura produsului de asigurare și de riscul de prejudiciere a consumatorilor asociat acestuia, de caracteristicile pieței-țintă și de natura, amploarea și complexitatea activității economice relevante a creatorului sau a distribuitorului produsului. Conform principiului proporționalității, aceste măsuri ar trebui să fie relativ simple pentru produsele ușor de înțeles și lipsite de complexitate, care sunt compatibile cu nevoile și caracteristicile pieței de retail de masă, printre care se numără produsele curente de asigurare generală cu sferă limitată și ușor de înțeles. Pe de altă parte, în cazul unor produse mai complexe cu risc mai ridicat de prejudiciere a consumatorilor, printre care se numără produsele de investiții bazate pe asigurări care nu intră sub incidența articolului 30 alineatul (3) din Directiva (UE) 2016/97, ar trebui să fie necesare măsuri mai stricte.

(3) În sensul articolului 25 alineatul (1) din Directiva (UE) 2016/97, un intermediar de asigurări ar trebui să fie considerat creator de produse de asigurare dacă, dintr-o analiză generală a activității acestuia desfășurată caz cu caz, reiese că intermediarul de asigurări decide în mod autonom cu privire la caracteristicile esențiale și elementele principale ale produsului de asigurare, inclusiv cu privire la acoperire, costuri, riscuri, piața-țintă sau drepturile de compensare sau de garantare. Cu toate acestea, activitățile legate de simpla adaptare a produselor de asigurare existente, inclusiv cazurile în care intermediarul are posibilitatea de a alege între diferitele variante ale unui produs, clauze contractuale sau opțiuni sau poate conveni împreună cu clientul asupra unor prime sau taxe reduse, nu ar trebui să fie asimilate creării de produse de asigurare, deoarece, în astfel de cazuri, principalele decizii cu privire la concepția și dezvoltarea produsului sunt luate de societatea de asigurare și nu de intermediarul de asigurări.

([1]) JO L 26, 2.2.2016, p. 19.

(4) Atunci când un produs de asigurare este conceput și dezvoltat de către un intermediar de asigurări și o societate de asigurare care acționează împreună, ambii având rol decizional în concepția și dezvoltarea produsului respectiv, intermediarul de asigurări și societatea de asigurare ar trebui să formalizeze într-un acord scris colaborarea lor, precizând rolurile îndeplinite de fiecare, astfel încât autoritățile competente să fie în măsură să supravegheze conformitatea cu cerințele juridice.

(5) Identificarea pieței-țintă de către creatorul de produse de asigurare ar trebui înțeleasă ca fiind desemnarea unui grup de clienți având caracteristici comune la nivel abstract și generalizat, cu scopul de a permite creatorului produsului să adapteze proprietățile acestuia la nevoile, caracteristicile și obiectivele grupului respectiv de clienți. Ar trebui să se facă distincție între aceasta și evaluarea individuală efectuată la punctul de vânzare, pentru a stabili dacă un produs de asigurare îndeplinește cerințele și nevoile clientului real sau potențial și, după caz, dacă un produs de investiții bazat pe asigurări este adecvat pentru clientul real sau potențial.

(6) Nivelul de granularitate al pieței-țintă și criteriile utilizate pentru definirea acesteia și pentru stabilirea strategiei de distribuție adecvate ar trebui să fie relevante pentru produs și să permită determinarea clienților care se încadrează în piața-țintă. Pentru produse simple și obișnuite, piața-țintă ar trebui definită cu mai puține detalii, în timp ce pentru produsele mai complicate sau mai puțin comune, aceasta ar trebui definită mai detaliat, ținând seama de riscul mai ridicat de prejudiciere a consumatorilor asociat unor astfel de produse.

(7) Pentru a îmbunătăți protecția consumatorilor, în special în cazul produselor de investiții bazate pe asigurări, creatorii acestora ar trebui să aibă posibilitatea de a identifica grupurile specifice de clienți pentru care produsul de asigurare nu este, de regulă, adecvat.

(8) Ca parte a regimului de supraveghere și guvernanță a produselor, creatorii acestora trebuie să efectueze și o testare corespunzătoare a produselor de asigurare, care să includă, după caz, în special pentru produsele de investiții bazate pe asigurări, analiza scenariilor, pentru a se asigura că produsul corespunde pe întreaga sa durată de viață nevoilor, obiectivelor și caracteristicilor identificate ale pieței-țintă. Această testare ar trebui să includă, în special, evaluarea performanței și a profilului de risc/randament al produsului. Cerința de a evalua performanța produsului nu ar trebui însă înțeleasă ca implicând o interferență cu activitatea creatorilor de produse de asigurare, în sensul îngrădirii libertății acestora de a stabili primele sau al oricărei forme de control al prețurilor.

(9) Pentru a se asigura că informațiile și consultanța furnizate clienților sunt adecvate, creatorii de produse de asigurare ar trebui să selecteze distribuitorii de asigurări care au cunoștințele și competențele necesare pentru a înțelege caracteristicile produsului de asigurare și piața-țintă identificată pentru acesta. Din același motiv, aceștia ar trebui, în cadrul legislației naționale aplicabile care reglementează raporturile lor cu distribuitorii de asigurări respectivi, să monitorizeze și să verifice cu regularitate dacă produsul de asigurare este distribuit conform obiectivelor regimului lor de supraveghere și guvernanță a produselor și, în cazul în care consideră că această cerință nu este îndeplinită, să ia măsurile de remediere adecvate. Acest lucru nu ar trebui însă să îi împiedice pe distribuitorii de asigurări să distribuie produsele de asigurare către clienți care nu aparțin pieței-țintă identificate, cu condiția ca evaluarea individuală efectuată la punctul de vânzare să conducă la concluzia că produsele respective corespund cerințelor și nevoilor clienților în cauză și, după caz, că produsele de investiții bazate pe asigurări sunt adecvate pentru clienții respectivi.

(10) Pentru ca distribuitorii de asigurări să înțeleagă pe deplin produsele pe care intenționează să le distribuie, astfel încât să își poată desfășura activitățile de distribuție în acord deplin cu interesele clienților lor, în special prin furnizarea de consultanță profesională, creatorii de produse de asigurare ar trebui să furnizeze distribuitorilor de asigurări toate informațiile relevante privind produsele respective, inclusiv privind procesul de aprobare a produselor, piața-țintă identificată și strategia de distribuție sugerată. Pe de altă parte, distribuitorii de asigurări ar trebui să dispună de modalități de a obține informațiile necesare de la creatorii de produse de asigurare, în mod eficient.

(11) Pentru ca obligațiile de guvernanță a produselor să funcționeze în mod eficient, este necesar ca distribuitorii de asigurări să informeze cu regularitate creatorii de produse de asigurare în legătură cu experiența acumulată cu aceste produse. Prin urmare, distribuitorii de asigurări ar trebui să furnizeze creatorilor de produse de asigurare datele necesare pentru a reexamina produsele respective și a verifica dacă acestea continuă să corespundă nevoilor, caracteristicilor și obiectivelor pieței-țintă identificate de creatorul lor.

(12) Pentru a evita riscul de prejudiciere a clienților, creatorii și distribuitorii de produse de asigurare ar trebui să ia măsurile adecvate atunci când consideră că produsele respective nu corespund sau nu mai corespund intereselor, obiectivelor și caracteristicilor pieței-țintă identificate.

(13) Pentru a permite autorităților competente și specialiștilor din domeniul asigurărilor să se adapteze la noile cerințe conținute de prezentul regulament, data de la care se aplică prezentul regulament ar trebui aliniată cu data de la care se aplică măsurile naționale de transpunere a Directivei (UE) 2016/97.

(14) Autoritatea Europeană de Asigurări și Pensii Ocupaționale, instituită prin Regulamentul (UE) nr. 1094/2010 al Parlamentului European și al Consiliului ([1]), a fost consultată în vederea obținerii unui aviz tehnic ([2]),

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

CAPITOLUL I

DISPOZIȚII GENERALE

Articolul 1

Obiect

Prezentul regulament stabilește norme pentru menținerea, aplicarea și revizuirea mecanismelor de supraveghere și guvernanță a produselor, aplicabile produselor de asigurare și adaptărilor semnificative ale produselor de asigurare existente, înainte ca acestea să fie introduse pe piață sau distribuite clienților („procesul de aprobare a produselor"), precum și norme pentru acordurile de distribuție a produselor de asigurare respective.

Articolul 2

Domeniu de aplicare

Prezentul regulament se aplică societăților de asigurare și intermediarilor de asigurări care creează produse de asigurare ce sunt oferite spre vânzare consumatorilor („creatori de produse de asigurare"), precum și distribuitorilor de asigurări care propun produse de asigurare pe care nu le-au creat ei înșiși sau oferă consultanță pentru produsele respective.

Articolul 3

Crearea de produse de asigurare

(1) În sensul articolului 25 alineatul (1) din Directiva (UE) 2016/97, intermediarii de asigurări sunt considerați creatori de produse de asigurare, dacă o analiză globală a activității lor arată că aceștia au un rol decizional în conceperea și dezvoltarea unui produs de asigurare destinat pieței.

(2) Se consideră că intermediarii de asigurări au un rol decizional, în special dacă aceștia determină în mod autonom caracteristicile esențiale și elementele principale ale unui produs de asigurare, și anume acoperirea, prețul, costurile, riscurile, piața-țintă și drepturile de compensare și de garantare aferente acestuia, ce nu sunt modificate în mod substanțial de societatea de asigurare care furnizează acoperirea oferită de produsul de asigurare.

(3) Personalizarea și adaptarea produselor de asigurare existente, în contextul activităților de distribuire de asigurări către clienți individuali, precum și elaborarea de contracte specifice la cererea unui singur client, nu sunt considerate ca fiind creare de produse de asigurare.

(4) Un intermediar de asigurări și o societate de asigurare, care sunt ambii creatori de produse de asigurare în sensul articolului 2 din prezentul regulament delegat, semnează un acord scris care descrie colaborarea lor ce respectă cerințele aplicabile creatorilor de produse de asigurare, menționate la articolul 25 alineatul (1) din Directiva (UE) 2016/97, procedurile prin care convin asupra identificării pieței-țintă și rolurile îndeplinite în procesul de aprobare a produselor.

([1]) Regulamentul (UE) nr. 1094/2010 al Parlamentului European și al Consiliului din 24 noiembrie 2010 de instituire a Autorității europene de supraveghere (Autoritatea Europeană de Asigurări și Pensii Ocupaționale), de modificare a Deciziei nr. 716/2009/CE și de abrogare a Deciziei 2009/79/CE a Comisiei (JO L 331, 15.12.2010, p. 48).

([2]) Aviz tehnic privind eventuale acte delegate referitoare la Directiva privind distribuția de asigurări, EIOPA-17/048, 1 februarie 2017, disponibil la următoarea adresă: https://eiopa.europa.eu/Publications/Consultations/EIOPA%20Technical%20Advice%20on%20the%20IDD.pdf.

CAPITOLUL II

CERINȚELE DE GUVERNANȚĂ A PRODUSELOR, APLICABILE CREATORILOR DE PRODUSE DE ASIGURARE

Articolul 4

Procesul de aprobare a produselor

(1) Creatorii de produse de asigurare mențin, aplică și revizuiesc un proces de aprobare a produselor pentru produsele de asigurare nou-create și pentru adaptările semnificative ale produselor de asigurare existente. Acest proces cuprinde măsuri și proceduri pentru conceperea, monitorizarea, revizuirea și distribuirea de produse de asigurare, precum și pentru aplicarea de acțiuni corective în cazul produselor de asigurare care prejudiciază consumatorii. Măsurile și procedurile sunt proporționale cu gradul de complexitate al produselor și cu riscurile asociate acestora, precum și cu natura, amploarea și complexitatea activității economice relevante a creatorului de produse de asigurare.

(2) Procesul de aprobare a produselor figurează într-un document scris („politica de supraveghere și guvernanță a produselor"), care se pune la dispoziția personalului relevant.

(3) Procesul de aprobare a produselor:

(a) asigură faptul că produsele de asigurare sunt concepute astfel încât să respecte toate criteriile următoare:

(i) să țină seama de obiectivele, interesele și caracteristicile clienților;

(ii) să nu afecteze în mod negativ clienții;

(iii) să prevină sau să atenueze prejudiciile la adresa clienților;

(b) susține gestionarea corespunzătoare a conflictelor de interese.

(4) Departamentul sau structura creatorului de produse de asigurare responsabilă cu crearea acestor produse:

(a) aprobă și este responsabilă în ultimă instanță cu stabilirea, punerea în aplicare și revizuirea procesului de aprobare a produselor;

(b) verifică în permanență respectarea acestui proces la nivel intern.

(5) Creatorii de produse de asigurare care încredințează unui terț conceperea produselor în numele lor continuă să fie pe deplin responsabili de respectarea procesului de aprobare a produselor.

(6) Creatorii de produse de asigurare revizuiesc periodic procesul de aprobare a produselor, pentru a se asigura că acest proces este în continuare valabil și actualizat. Aceștia modifică procesul de aprobare a produselor, dacă este necesar.

Articolul 5

Piața-țintă

(1) Procesul de aprobare a produselor identifică, pentru fiecare produs de asigurare, piața-țintă și grupul compatibil de clienți. Piața-țintă se identifică la un nivel suficient de granularitate, ținând seama de caracteristicile, profilul de risc, complexitatea și natura produsului de asigurare.

(2) În special în cazul produselor de investiții bazate pe asigurări, creatorii de produse de asigurare pot identifica grupurile de clienți cu ale căror nevoi, caracteristici și obiective produsul de asigurare nu este, în general, compatibil.

(3) Creatorii de produse de asigurare concep și comercializează numai produse de asigurare compatibile cu nevoile, caracteristicile și obiectivele clienților care aparțin pieței-țintă. Atunci când evaluează dacă un produs de asigurare este compatibil cu o piață-țintă, creatorii de produse de asigurare țin seama de nivelul de informații disponibile pentru clienții aparținând pieței-țintă respective și de cunoștințele acestora în domeniul financiar.

(4) Creatorii de produse de asigurare se asigură că personalul implicat în conceperea și crearea produselor de asigurare are aptitudinile, cunoștințele și experiența necesară pentru a înțelege corect produsele de asigurare comercializate și interesele, obiectivele și caracteristicile clienților aparținând pieței-țintă.

Articolul 6

Testarea produselor

(1) Creatorii de produse de asigurare își testează produsele în mod corespunzător, efectuând, după caz, și o analiză a scenariilor, înainte de a introduce produsul respectiv pe piață sau de a-l adapta în mod semnificativ sau dacă piața-țintă s-a modificat în mod semnificativ. Testarea produselor verifică dacă, pe parcursul duratei sale de viață, produsul de asigurare corespunde nevoilor, obiectivelor și caracteristicilor identificate ale pieței-țintă. Creatorii de produse de asigurare își testează produsele din punct de vedere calitativ și, în funcție de tipul și natura produsului de asigurare și de riscul de prejudiciere a clienților, cantitativ.

(2) Creatorii de produse de asigurare nu introduc pe piață produsele care, conform rezultatelor testării, nu îndeplinesc nevoile, obiectivele și caracteristicile identificate ale pieței-țintă.

Articolul 7

Monitorizarea și revizuirea produselor

(1) Creatorii de produse de asigurare monitorizează permanent și revizuiesc periodic produsele pe care le-au introdus pe piață, cu scopul de a identifica evenimentele care ar putea afecta în mod semnificativ caracteristicile principale, acoperirea riscurilor sau garanțiile produselor respective. Aceștia verifică dacă produsele de asigurare corespund în continuare nevoilor, caracteristicilor și obiectivelor pieței-țintă identificate și dacă aceste produse sunt distribuite pe piața-țintă sau ajung la clienți din afara pieței-țintă.

(2) Creatorii de produse de asigurare stabilesc intervale adecvate pentru revizuirea periodică a produselor lor, ținând seama de dimensiunea, amploarea, durata contractuală și complexitatea produselor de asigurare respective, de canalele de distribuție a acestora, precum și de orice factori externi relevanți, cum ar fi modificările normelor juridice aplicabile, evoluțiile tehnologice sau schimbările intervenite în situația pieței.

(3) Creatorii de produse de asigurare care identifică, pe durata de viață a unui produs de asigurare, orice circumstanțe legate de produsul respectiv care îl pot afecta în mod negativ pe clientul care deține acest produs iau măsurile adecvate pentru a atenua situația și a preveni alte apariții ale evenimentului advers. Creatorii de produse de asigurare comunică prompt distribuitorilor de asigurări și clienților în cauză măsurile de remediere luate.

Articolul 8

Canalele de distribuție

(1) Producătorii selectează cu atenție canalele de distribuție adecvate pentru piața-țintă, ținând seama de caracteristicile specifice ale produselor de asigurare relevante.

(2) Creatorii de produse de asigurare furnizează distribuitorilor de asigurări toate informațiile relevante privind produsele de asigurare, piața-țintă identificată și strategia de distribuție sugerată, inclusiv informații privind principalele caracteristici ale produselor de asigurare, privind riscurile și costurile asociate acestora, inclusiv costurile implicite, precum și privind orice circumstanțe care ar putea genera un conflict de interese ce ar prejudicia clientul. Informațiile respective trebuie să fie clare, complete și actualizate.

(3) Informațiile menționate la alineatul (2) permit distribuitorilor de asigurări:

(a) să înțeleagă produsele de asigurare;

(b) să înțeleagă piața-țintă identificată pentru produsele de asigurare;

(c) să identifice clienții cu ale căror nevoi, caracteristici și obiective produsul de asigurare nu este compatibil;

(d) să desfășoare activitățile de distribuție a produselor de asigurare relevante, în deplin acord cu interesele clienților lor, după cum prevede articolul 17 alineatul (1) din Directiva (UE) 2016/97.

(4) Creatorii de produse de asigurare iau măsurile adecvate pentru a verifica dacă distribuitorii de asigurări acționează în conformitate cu obiectivele procesului lor de aprobare a produselor. Aceștia verifică în special, în mod regulat, dacă produsele de asigurare sunt distribuite pe piața-țintă identificată. Această obligație de verificare nu se extinde la cerințele reglementare generale pe care distribuitorii de asigurări trebuie să le respecte atunci când desfășoară activități de distribuție de asigurări pentru clienți individuali. Activitățile de verificare trebuie să fie rezonabile și să țină seama de caracteristicile și de cadrul juridic al canalelor de distribuție respective.

(5) Creatorii de produse de asigurare care consideră că distribuția produselor lor nu este conformă cu obiectivele procesului lor de aprobare a produselor iau măsuri de remediere adecvate.

Articolul 9

Documentația

Măsurile relevante luate de creatorii de produse de asigurare în legătură cu procesul lor de aprobare a produselor sunt documentate în mod corespunzător, păstrate în scopuri de audit și puse la dispoziția autorităților competente, la cererea acestora.

CAPITOLUL III

CERINȚELE DE GUVERNANȚĂ A PRODUSELOR, APLICABILE DISTRIBUITORILOR DE ASIGURĂRI

Articolul 10

Acordurile de distribuție a produselor

(1) Distribuitorii de asigurări instituie acorduri de distribuție a produselor, care cuprind măsuri și proceduri adecvate pentru a obține de la creatorul de produse de asigurare toate informațiile corespunzătoare privind produsele de asigurare pe care intenționează să le ofere clienților săi, precum și pentru a înțelege pe deplin aceste produse ținând seama de complexitatea lor și de riscurile asociate, precum și de natura, amploarea și complexitatea activității economice relevante a distribuitorului.

Distribuitorii de asigurări stabilesc acordurile de distribuție a produselor într-un document scris, pe care îl pun la dispoziția personalului lor relevant.

(2) Acordurile de distribuție a produselor:

(a) urmăresc prevenirea și reducerea prejudiciilor la adresa clienților;

(b) susțin gestionarea corespunzătoare a conflictelor de interese;

(c) asigură luarea în considerare în mod corespunzător a obiectivelor, intereselor și caracteristicilor clienților.

(3) Acordurile de distribuție a produselor asigură faptul că distribuitorii de asigurări obțin de la creatorul de produse de asigurare informațiile care trebuie comunicate în conformitate cu articolul 8 alineatul (2).

(4) Strategiile de distribuție specifice stabilite sau aplicate de distribuitorii de asigurări trebuie să fie conforme cu strategia de distribuție stabilită de creatorul de produse de asigurare și cu piața-țintă identificată de acesta.

(5) Departamentul sau structura distribuitorului de asigurări responsabilă cu distribuirea asigurărilor aprobă și răspunde în ultimă instanță de elaborarea, punerea în aplicare și revizuirea acordurilor de distribuție a produselor, verificând în permanență respectarea acestor acorduri la nivel intern.

(6) Distribuitorii de asigurări revizuiesc periodic acordurile lor de distribuție a produselor, pentru a se asigura că aceste acorduri sunt în continuare valabile și actualizate. Aceștia modifică acordurile de distribuție a produselor, dacă este cazul. Distribuitorii de asigurări care au stabilit sau aplică o strategie specifică de distribuție modifică strategia respectivă, după caz, în funcție de rezultatele revizuirii acordurilor de distribuție a produselor. Atunci când revizuiesc acordurile de distribuție a produselor, distribuitorii de asigurări verifică dacă produsele de asigurare sunt distribuite pe piața-țintă identificată.

Distribuitorii de asigurări stabilesc intervale adecvate pentru revizuirea periodică a acordurilor lor de distribuție a produselor, ținând seama de dimensiunea, amploarea și complexitatea diverselor produse de asigurare implicate.

Pentru a sprijini revizuirile produselor efectuate de creatorii de produse de asigurare, distribuitorii de asigurări le furnizează acestora, la cerere, informații relevante privind vânzările, inclusiv, dacă este cazul, informații privind revizuirile periodice ale acordurilor de distribuție a produselor.

Articolul 11

Informarea creatorului de produse de asigurare

Distribuitorii de asigurări care constată că un produs de asigurare nu este conform cu interesele, obiectivele și caracteristicile pieței-țintă identificate sau iau cunoștință de existența altor circumstanțe legate de produs care pot afecta clientul informează prompt creatorul de produse de asigurare și, dacă este cazul, modifică strategia lor de distribuție pentru produsul de asigurare respectiv.

Articolul 12

Documentația

Măsurile relevante luate de distribuitorii de asigurări în legătură cu acordurile lor de distribuție a produselor sunt documentate în mod corespunzător, păstrate în scopuri de audit și puse la dispoziția autorităților competente, la cererea acestora.

CAPITOLUL IV

DISPOZIȚII FINALE

Articolul 13

Intrare în vigoare și aplicare

Prezentul regulament intră în vigoare în a douăzecea zi de la data publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Se aplică de la 23 februarie 2018.

Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

Adoptat la Bruxelles, 21 septembrie 2017.

Pentru Comisie

Președintele

Jean-Claude JUNCKER