Dokument ten służy wyłącznie do celów informacyjnych i nie ma mocy prawnej. Unijne instytucje nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za jego treść. Autentyczne wersje odpowiednich aktów prawnych, włącznie z ich preambułami, zostały opublikowane w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej i są dostępne na stronie EUR-Lex. Bezpośredni dostęp do tekstów urzędowych można uzyskać za pośrednictwem linków zawartych w dokumencie

►B

ROZPORZĄDZENIE DELEGOWANE KOMISJI (UE) 2017/2358

z dnia 21 września 2017 r.

uzupełniające dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/97 w odniesieniu do wymogów w zakresie nadzoru nad produktem i zarządzania nim dla zakładów ubezpieczeń i dystrybutorów ubezpieczeń

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

(Dz.U. L 341 z 20.12.2017, s. 1)

zmienione przez:

		Dziennik Urzędowy		
		nr	strona	data
►M1	Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2018/541 z dnia 20 grudnia 2017 r.	L 90	59	6.4.2018

▼B

ROZPORZĄDZENIE DELEGOWANE KOMISJI (UE) 2017/2358

z dnia 21 września 2017 r.

uzupełniające dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/97 w odniesieniu do wymogów w zakresie nadzoru nad produktem i zarządzania nim dla zakładów ubezpieczeń i dystrybutorów ubezpieczeń

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

ROZDZIAŁ I

PRZEPISY OGÓLNE

Artykuł 1

Przedmiot

W niniejszym rozporządzeniu ustanawia się zasady utrzymywania w mocy, stosowania i dokonywania przeglądów rozwiązań dotyczących nadzoru nad produktem i zarządzania nim w odniesieniu do produktów ubezpieczeniowych oraz w odniesieniu do istotnych dostosowań istniejących produktów ubezpieczeniowych, zanim produkty te zostaną wprowadzone na rynek lub rozdystrybuowane wśród klientów („proces zatwierdzania produktu”), a także zasady dotyczące rozwiązań w zakresie dystrybucji tych produktów ubezpieczeniowych.

Artykuł 2

Zakres stosowania

Niniejsze rozporządzenie ma zastosowanie do zakładów ubezpieczeń i pośredników ubezpieczeniowych tworzących produkty ubezpieczeniowe oferowane do sprzedaży klientom („twórcy”), jak również do dystrybutorów ubezpieczeń udzielających porad w zakresie produktów ubezpieczeniowych, których sami nie tworzą, lub oferujących takie produkty.

Artykuł 3

Tworzenie produktów ubezpieczeniowych

1. Do celów art. 25 ust. 1 dyrektywy (UE) 2016/97 pośredników ubezpieczeniowych uznaje się za twórców w przypadkach, w których z całościowej analizy ich działalności wynika, że pełnią oni decyzyjną rolę w tworzeniu i opracowywaniu produktu ubezpieczeniowego przeznaczonego na dany rynek.

2. Przyjmuje się, że pośrednik ubezpieczeniowy pełni decyzyjną rolę, zwłaszcza gdy samodzielnie określa on najważniejsze cechy i główne elementy produktu ubezpieczeniowego, w tym zakres ubezpieczenia, cenę, koszty, ryzyko, rynek docelowy i prawa do odszkodowania i gwarancji, które nie są znacząco modyfikowane przez zakład ubezpieczeń zapewniający ochronę ubezpieczeniową z tytułu produktu ubezpieczeniowego.

3. Za tworzenie nie uznaje się personalizacji i dostosowywania istniejących produktów ubezpieczeniowych w kontekście działalności w zakresie dystrybucji ubezpieczeń dla indywidualnych klientów ani też opracowywania dostosowanych do potrzeb umów na wniosek pojedynczego klienta.

▼B

4. Pośrednik ubezpieczeniowy i zakład ubezpieczeń będący twórcami w rozumieniu art. 2 niniejszego rozporządzenia delegowanego zawierają umowę na piśmie, w której określa się szczegółowe warunki ich współpracy zgodnie z wymogami dla twórców, o których mowa w art. 25 ust. 1 dyrektywy (UE) 2016/97, procedury, które umożliwiają im w zgodny sposób określić rynek docelowy, oraz pełnione przez nich role w procesie zatwierdzania produktu.

ROZDZIAŁ II

WYMOGI W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA PRODUKTEM DLA TWÓRCÓW

Artykuł 4

Proces zatwierdzania produktu

1. Twórcy utrzymują w mocy i stosują proces zatwierdzania produktu w odniesieniu do wszystkich nowych produktów ubezpieczeniowych i wszystkich istotnych dostosowań istniejących produktów ubezpieczeniowych oraz dokonują przeglądu tego procesu. Proces ten obejmuje środki i procedury tworzenia, monitorowania, przeglądu i dystrybucji produktów ubezpieczeniowych oraz działania naprawcze w związku z produktami ubezpieczeniowymi przynoszącymi szkodę klientom. Wyżej wymienione środki i procedury są proporcjonalne do stopnia złożoności i ryzyka związanego z produktami, jak również do charakteru, skali i złożoności odpowiedniej działalności twórcy.

2. Proces zatwierdzania produktu określa się w dokumencie sporządzonym na piśmie („polityka w zakresie nadzoru nad produktem i zarządzania nim”), który udostępnia się odpowiedniemu personelowi.

3. W procesie zatwierdzania produktu:

a) zapewnia się, by konstrukcja produktów ubezpieczeniowych spełniała następujące kryteria:

   (i) uwzględnia cele, interesy i cechy klientów;

   (ii) nie wywiera negatywnego wpływu na klientów;

   (iii) zapobiega szkodom dla klienta lub ogranicza ich dotkliwość;

b) ułatwia się właściwe zarządzanie konfliktami interesów.

4. Organ lub jednostka twórców odpowiedzialne za tworzenie produktów ubezpieczeniowych podejmują wszystkie poniższe działania:

a) zatwierdzają proces zatwierdzania produktu i ponoszą ostateczną odpowiedzialność za ustanowienie, wdrażanie i dokonywanie przeglądu tego procesu;

b) w sposób ciągły sprawdzają zgodność wewnętrzną z tym procesem.

▼B

5. Twórcy zlecający stronie trzeciej opracowanie produktów w ich imieniu nadal ponoszą pełną odpowiedzialność za zgodność z procesem zatwierdzania produktu.

6. Twórcy dokonują regularnych przeglądów swojego procesu zatwierdzania produktu w celu zapewnienia ciągłej odpowiedniości i aktualności tego procesu. W razie konieczności wprowadzają oni zmiany w procesie zatwierdzania produktu.

Artykuł 5

Rynek docelowy

1. W procesie zatwierdzania produktu w odniesieniu do każdego produktu ubezpieczeniowego określa się rynek docelowy i grupę odpowiednich klientów. Rynek docelowy określa się na odpowiednim poziomie szczegółowości, biorąc pod uwagę cechy, profil ryzyka, złożoność i charakter produktu ubezpieczeniowego.

2. Twórcy mogą, zwłaszcza w odniesieniu do ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych, określić grupy klientów, dla których dany produkt ubezpieczeniowy zasadniczo nie jest odpowiedni ze względu na ich potrzeby, cechy i cele.

3. Twórcy opracowują i wprowadzają do obrotu wyłącznie takie produkty ubezpieczeniowe, które odpowiadają potrzebom, cechom i celom klientów należących do rynku docelowego. Przeprowadzając ocenę zgodności produktu ubezpieczeniowego z rynkiem docelowym, twórcy biorą pod uwagę poziom informacji dostępnych dla klientów należących do danego rynku docelowego i ich wiedzę w zakresie finansów.

4. Twórcy zapewniają, by personel uczestniczący w tworzeniu i opracowywaniu produktów ubezpieczeniowych posiadał umiejętności, wiedzę ogólną oraz wiedzę specjalistyczną niezbędne do należytego zrozumienia sprzedawanych produktów ubezpieczeniowych oraz interesów, celów i cech klientów należących do rynku docelowego.

Artykuł 6

Testowanie produktu

1. Twórcy przeprowadzają odpowiednie testy swoich produktów ubezpieczeniowych, w tym – stosownie do potrzeb – analizy scenariuszowe, przed wprowadzeniem produktu do obrotu lub znacznym jego dostosowaniem lub w przypadku gdy rynek docelowy znacznie się zmienił. Poprzez testowanie produktu ocenia się, czy w swoim cyklu życia produkt ubezpieczeniowy odpowiada określonym potrzebom, celom i cechom rynku docelowego. Twórcy testują swoje produkty ubezpieczeniowe pod względem jakościowym oraz, w zależności od rodzaju i charakteru produktu ubezpieczeniowego oraz związanego z nim ryzyka poniesienia szkody przez klienta, pod względem ilościowym.

2. Twórcy nie mogą wprowadzać do obrotu produktów ubezpieczeniowych, jeżeli wynik testów produktów wskazuje, że nie odpowiadają one określonym potrzebom, celom i cechom rynku docelowego.

▼B

Artykuł 7

Monitorowanie i przegląd produktu

1. Twórcy w sposób ciągły monitorują i regularnie dokonują przeglądów produktów ubezpieczeniowych, które wprowadzili do obrotu, aby zidentyfikować zdarzenia, które mogą istotnie wpłynąć na główne cechy tych produktów, zakres ochrony przed ryzykiem, jaką zapewniają, lub związane z nimi gwarancje. Oceniają oni, czy produkty ubezpieczeniowe pozostają spójne z potrzebami, cechami i celami określonego rynku docelowego oraz czy produkty te są dystrybuowane na rynku docelowym, czy też docierają one do klientów spoza rynku docelowego.

2. Twórcy określają odpowiednie przedziały czasu dla okresowego przeglądu produktów ubezpieczeniowych, biorąc pod uwagę wielkość, skalę, umowny czas trwania i złożoność tych produktów ubezpieczeniowych, odpowiednie kanały dystrybucji tych produktów oraz wszelkie istotne warunki zewnętrzne, takie jak zmiany mających zastosowanie przepisów prawa, rozwój technologii lub zmiany sytuacji na rynku.

3. Twórcy, którzy zidentyfikowali w okresie cyklu życia produktu ubezpieczeniowego jakiekolwiek okoliczności związane z produktem ubezpieczeniowym, które mogą mieć negatywny wpływ na korzystającego z tego produktu klienta, podejmują odpowiednie działania w celu załagodzenia sytuacji i zapobieżenia dalszemu występowaniu szkodliwego zdarzenia. Twórcy bezzwłocznie informują zainteresowanych dystrybutorów ubezpieczeń i klientów o podjętym działaniu naprawczym.

Artykuł 8

Kanały dystrybucji

1. Twórcy staranie wybierają kanały dystrybucji odpowiednie dla rynku docelowego, uwzględniając w szczególności charakterystykę odpowiednich produktów ubezpieczeniowych.

2. Twórcy przekazują dystrybutorom ubezpieczeń wszystkie stosowne informacje dotyczące produktów ubezpieczeniowych, określonego rynku docelowego oraz sugerowanej strategii dystrybucji, w tym informacje dotyczące głównych elementów i cech produktów ubezpieczeniowych, związanego z nim ryzyka i kosztów, w tym kosztów ukrytych, oraz wszelkich okoliczności, które mogą spowodować konflikt interesów ze szkodą dla klienta. Przekazywane informacje muszą być jasne, pełne i aktualne.

3. Informacje, o których mowa w ust. 2, pozwalają dystrybutorom ubezpieczeń na:

a) zrozumienie produktów ubezpieczeniowych;

b) zrozumienie określonego rynku docelowego w odniesieniu do danych produktów ubezpieczeniowych;

c) określenie wszelkich klientów, w przypadku których dany produkt ubezpieczeniowy nie odpowiada ich potrzebom, cechom i celom;

▼B

d) prowadzenie działalności dystrybucyjnej w zakresie właściwych produktów ubezpieczeniowych zgodnie z najlepiej pojętym interesem ich klientów, jak określono w art. 17 ust. 1 dyrektywy (UE) 2016/97.

4. Twórcy podejmują odpowiednie działania w celu monitorowania, czy dystrybutorzy ubezpieczeń działają zgodnie z celami określonymi przez twórców w procesie zatwierdzania produktu. W szczególności sprawdzają oni regularnie, czy produkty ubezpieczeniowe są dystrybuowane na określonym rynku docelowym. Wspomniany obowiązek monitorowania nie obejmuje ogólnych wymogów regulacyjnych, których dystrybutorzy ubezpieczeń muszą przestrzegać przy prowadzeniu działalności w zakresie dystrybucji ubezpieczeń dla klientów indywidualnych. Działania w zakresie monitorowania muszą być rozsądne, biorąc pod uwagę cechy i ramy prawne poszczególnych kanałów dystrybucji.

5. Twórcy, którzy uznają, że dystrybucja ich produktów ubezpieczeniowych jest niezgodna z celami ich procesu zatwierdzania produktu, podejmują odpowiednie działania naprawcze.

Artykuł 9

Dokumentacja

Odpowiednie działania podejmowane przez twórców w związku z ich procesem zatwierdzania produktu są należycie dokumentowane, dokumentację zaś przechowuje się do celów audytu i udostępnia właściwym organom na ich wniosek.

ROZDZIAŁ III

WYMOGI W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA PRODUKTEM DLA DYSTRYBUTORÓW UBEZPIECZEŃ

Artykuł 10

Rozwiązania w zakresie dystrybucji produktów

1. Dystrybutorzy ubezpieczeń wdrażają rozwiązania w zakresie dystrybucji produktów obejmujące odpowiednie środki i procedury pozwalające im uzyskać od twórcy wszystkie odpowiednie informacje dotyczące produktów ubezpieczeniowych, które mają oni zamiar oferować swoim klientom, oraz w pełni zrozumieć te produkty ubezpieczeniowe, biorąc pod uwagę stopień złożoności i ryzyko związane z tymi produktami oraz charakter, skalę i złożoność odpowiedniej działalności dystrybutora.

Dystrybutorzy ubezpieczeń określają rozwiązania w zakresie dystrybucji produktów w dokumencie sporządzonym na piśmie, który udostępniają swojemu odpowiedniemu personelowi.

2. Rozwiązania w zakresie dystrybucji produktów:

a) mają na celu zapobieganie szkodom dla klienta lub ograniczanie ich dotkliwości;

b) ułatwiają właściwe zarządzanie konfliktami interesów;

▼B

c) zapewniają należyte uwzględnienie celów, interesów i cech klientów.

3. Rozwiązania w zakresie dystrybucji produktów zapewniają uzyskiwanie przez dystrybutorów ubezpieczeń informacji przekazywanych przez twórcę na podstawie art. 8 ust. 2.

4. Każda specjalna strategia dystrybucji ustanowiona lub stosowana przez dystrybutorów ubezpieczeń jest zgodna ze strategią dystrybucji i rynkiem docelowym określonymi przez twórcę.

5. Organ lub jednostka dystrybutorów ubezpieczeń odpowiedzialne za dystrybucję ubezpieczeń zatwierdzają rozwiązania w zakresie dystrybucji produktów i ponoszą ostateczną odpowiedzialność za ustanowienie, wdrażanie i dokonywanie przeglądów tych rozwiązań oraz prowadzą ciągłą weryfikację zgodności wewnętrznej z tymi rozwiązaniami.

6. Dystrybutorzy ubezpieczeń dokonują regularnych przeglądów swoich rozwiązań w zakresie dystrybucji produktów w celu zapewnienia ich ciągłej odpowiedniości i aktualności. W stosownych przypadkach wprowadzają oni zmiany w rozwiązaniach w zakresie dystrybucji produktów. W stosownych przypadkach dystrybutorzy ubezpieczeń, którzy ustanowili lub stosują specjalną strategię dystrybucji, zmieniają tę strategię w wyniku przeglądu rozwiązań w zakresie dystrybucji produktów. Dokonując przeglądu swoich rozwiązań w zakresie dystrybucji produktów, dystrybutorzy ubezpieczeń sprawdzają, czy produkty ubezpieczeniowe są dystrybuowane na określonym rynku docelowym.

Dystrybutorzy ubezpieczeń określają odpowiednie przedziały czasu dla okresowego przeglądu swoich rozwiązań w zakresie dystrybucji produktów, biorąc pod uwagę wielkość, skalę i złożoność poszczególnych produktów ubezpieczeniowych, których dotyczą takie rozwiązania.

Aby udzielić twórcom wsparcia w przeprowadzaniu przeglądów produktów, dystrybutorzy ubezpieczeń przekazują twórcom na ich wniosek istotne informacje dotyczące sprzedaży, w tym, w stosownych przypadkach, informacje dotyczące regularnych przeglądów rozwiązań w zakresie dystrybucji produktów.

Artykuł 11

Przekazywanie informacji twórcy

Gdy dystrybutorzy ubezpieczeń powezmą wiedzę, że produkt ubezpieczeniowy nie jest zgodny z interesami, celami i cechami określonego dla niego rynku docelowego, lub powezmą wiedzę o innych związanych z produktem okolicznościach, które mogą mieć negatywny wpływ na klienta, niezwłocznie informują o tym twórcę oraz, w stosownych przypadkach, wprowadzają zmiany w swojej strategii dystrybucji dotyczącej tego produktu ubezpieczeniowego.

▼B

Artykuł 12

Dokumentacja

Odpowiednie działania podejmowane przez dystrybutorów ubezpieczeń w związku z ich rozwiązaniami w zakresie dystrybucji produktów są odpowiednio dokumentowane, dokumentację zaś przechowuje się do celów audytu i udostępnia właściwym organom na ich wniosek.

ROZDZIAŁ IV

PRZEPISY KOŃCOWE

Artykuł 13

Wejście w życie i stosowanie

Niniejsze rozporządzenie wchodzi w życie dwudziestego dnia po jego opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

▼M1

Niniejsze rozporządzenie stosuje się od dnia, od którego państwa członkowskie mają stosować środki, o których mowa w art. 42 ust. 1 akapit pierwszy dyrektywy (UE) 2016/97.

▼B

Niniejsze rozporządzenie wiąże w całości i jest bezpośrednio stosowane we wszystkich państwach członkowskich.