Product governance

Onderwerpen

1. Relevantie huidig regime
2. Product governance onder IDD
3. Enkele aandachtspunten

Relevantie huidig regime

Huidig regime

Voorgeschiedenis:

1.AFM rapport voortdurende zorgplicht 2005

2.Openbare aanbeveling Ombudsman maart 2008:

"*Met andere woorden geformuleerd zou ten aanzien van de beleggingsverzekeringen* ***de (kwaliteits)eis*** *hebben moeten gelden, dat deze producten ook na kosteninhouding, in vergelijking met alternatieve financiële producten die gericht zijn op vermogensvorming, onder gemiddelde marktomstandigheden nog economisch nut voor de consument hebben.*"

Huidig regime

De **belangrijkste doelstellingen** die de Nederlandse wetgever voor ogen had bij de introductie van dit regime ten aanzien van het productontwikkelingsproces waren:

(i) het voorkomen van **misselling**; en,

(ii) het voorkomen van **massaclaims**.

Huidig regime

Artikel 32 Bgfo:

Een financiële onderneming als bedoeld in artikel 4:14 of 4:15 van de wet die financiële producten aanbiedt **of samenstelt** en in de markt verkrijgbaar stelt, beschikt over **adequate procedures en maatregelen** die

waarborgen dat bij de ontwikkeling van het financieel product op een **evenwichtige wijze rekening wordt gehouden** met de belangen van de consument, cliënt en, indien van toepassing, de begunstigde van het financieel product en dat

het financieel product **aantoonbaar het resultaat is van deze belangenafweging.**

AFM toetskader

Processen:

1. Verantwoordelijkheden
2. **Zelfkritisch vermogen**
3. **Doelgroepafbakening**
4. Scenarioanalyse
5. Aansluiting processen
6. Evaluatie

Arbeidsongeschiktheids-verzekeringen voor zelfstandigen

HART advocaten

AFM rapport juni 2011

Een propositie die daadwerkelijk het belang van de klant centraal stelt, dient te voldoen aan de uitgangspunten kostenefficiënt, nuttig, veilig en begrijpelijk.

kostenefficiënt: Biedt de propositie waar voor geld?

nuttig: Geeft de propositie invulling aan een gefundeerde behoefte van een doelgroep?

veilig: Doet de propositie wat ze beoogt in allerlei omstandigheden en is de uitkomst dan acceptabel voor de doelgroep?

begrijpelijk: Is de propositie niet onnodig ingewikkeld en kan de doelgroep de kwaliteit en de passendheid goed beoordelen?

Blijvend: aansluiten op behoefte gedurende looptijd (AFM leidraad verbeterde premieregeling)

Huidig AFM toetskader inhoud

AFM Guidance

HART advocaten

<u>Enkele voorbeelden:</u>

1. Natura-uitvaartverzekeringen (november 2014)
2. Woonlastenverzekering (januari 2015)
3. Zorgverzekeringen (november 2015)

Aandachtspunt 1

In welke mate is de uitkomst van de wettelijk voorgeschreven belangenafweging ter beoordeling van de instelling?

•“**De AFM heeft het volmachtkanaal beoordeeld op basis van het criterium kostenefficiëntie.** Kostenefficiëntie wordt bezien vanuit het perspectief van de klant. De AFM vindt dat een distributiekanaal ‘waar voor zijn geld’ moet bieden. De beoordeling van de kostenefficiëntie van het distributiekanaal wordt gemaakt door het te vergelijken met andere distributiekanalen. Substantiële prijsdifferentiatie is te verwachten in het geval het distributiekanaal meer of minder biedt of in geval de klant meer of minder zelf doet. **De AFM is vanuit het oogpunt van kostenefficiëntie geen voorstander van verkoop van uitvaartverzekeringen via het volmachtkanaal.** Het volmachtkanaal kan kostenverhogend werken bij uitvaartverzekeringen, vanwege de hogere provisie en de dubbele administratie.

•De AFM is van oordeel dat het verkopen van uitvaartverzekeringen via het **volmachtkanaal weinig toegevoegde waarde heeft voor de klant** ten opzichte van de verkoop via tussenpersonen.”

Bron: AFM onderzoek december 2011 (Onderzoek naar de distributie van uitvaartverzekeringen)

IDD-regime

Aandachtspunt 2

HART advocaten

Verschillende regimes

1. Wft-regime
2. MiFID II-regime
3. IDD-regime
4. Civielrechtelijk regime

Implementatie IDD-regime

Wettelijk kader:

1.IDD-Richtlijn: Art 25 lid 1 IDD – artikel 32 Bgfo
2.IDD-Richtlijn: Art 25 lid 2 IDD – Gedelegeerde verordening IDD
3.Gedelegeerde verordening IDD d.d. 21 september 2017
4.Artikel 32e Bgfo
5.EIOPA Technical Advice 1 februari 2017

Bron: consultatieversie implementatiebesluit Bgfo

Aanbieders

6 verplichtingen voor aanbieders:

1. Proces
2. Doelmarkt
3. Producttest
4. Monitoring en evaluatie
5. Distributie
6. Vastlegging

Aandachtspunt 3

Ontwikkelaar:

Een financiëledienstverlener die een verzekering aanbiedt of samenstelt en in de markt verkrijgbaar stelt.

EIOPA:

"Taking into account the characteristics of the insurance distribution and the specific role of insurance undertakings, **it should be assumed that an intermediary can be considered a manufacturer only when it has a decision-making role in the design and development of insurance products.** This depends on the specific circumstances of the individual case and an overall analysis of the respective activities that the insurance intermediary performs with regard to a specific product."

Aanbieders

1. Proces

Aanbieders dienen een productontwikkelingsproces in stand te houden voor niet alleen nieuw te ontwikkelen producten maar ook voor **significante wijzigingen** van bestaande verzekeringsproducten.

Enkele vereisten:

a. Het proces moet voorzien in maatregelen en procedures ten aanzien van de **ontwikkeling, monitoring, evaluatie (reviewing) en distributie** van verzekeringsproducten.

b. Het proces dient te voorzien in **correctiemaatregelen** ten aanzien van verzekeringsproducten die niet in het belang van verzekeringnemers zijn.

Bron: art. 4 gedelegeerde verordening

Aanbieders

1. Proces

c. Het proces moet uiteengezet worden in een **beleidsdocument** (beleid inzake producttoezicht en -governance) dat beschikbaar wordt gesteld aan de betrokken medewerkers.

d. Het proces dient onder andere te bewerkstelligen dat verzekerings-producten worden ontwikkeld die rekening houden met de **doelstellingen, belangen en kenmerken van de doelgroep** en dat de belangen van klanten niet worden geschaad.

e. Het proces dient een goed beheer van **belangenconflicten** te ondersteunen.

Bron: art. 4 gedelegeerde verordening

Aanbieders

1. Proces

Twee verantwoordelijkheden voor het **orgaan dat verantwoordelijk is** voor productontwikkelingsproces:

a. zorg dragen voor instellen, implementeren en herzien van proces.

b. doorlopend verifiëren dat in overeenstemming met proces wordt gehandeld.

Bron: art. 4 gedelegeerde verordening

Aanbieders

2. Doelmarkt

IDD

- Kenmerken
- Risicoprofiel
- Complexiteit
- Looptijd verzekeringsproduct

Voldoende gedetailleerd!
Verschillend per soort verzekering!

Bron: art. 5 gedelegeerde verordening

MiFID II

- Type klant
- Kennis en ervaring
- Financiële positie
- Doelstelling
- Negatieve doelgroep
- Distributie

Aanbieders

2. Doelmarkt

De te ontwikkelen producten moeten aansluiten op behoeften en wensen van klanten die tot doelmarkt behoren.

Aanbieders moeten hierbij rekening houden met:

a. De **productinformatie** die zal worden verschaft aan klanten

b. De **financiële geletterdheid** van de klanten behorend tot doelmarkt.

Bron: art. 5 gedelegeerde verordening

Aanbieders

2. Doelmarkt

Medewerkers van productontwikkelingsproces dienen te beschikken over de benodigde vaardigheden en kennis en ervaring om zowel de aan te bieden verzekeringsproducten als de wensen en behoeften van de consumenten te begrijpen

Bron: art. 5 gedelegeerde verordening

Aanbieders

3. Producttest

Aanbieders dienen te testen of het verzekeringsproduct gedurende de looptijd aansluit op de behoeften van de doelmarkt. Indien relevant, een scenario-analyse.

Indien uit de test blijkt dat het product niet aansluit op de financiële behoeften van de doelgroep, **mag de aanbieder het verzekeringsproduct niet op de markt mag brengen.**

Bron: art. 6 gedelegeerde verordening

Aanbieders

4. Monitoring en evaluatie

Aanbieders dienen **doorlopend** aangeboden verzekeringsproducten te monitoren. Gebeurtenissen identificeren die een materiële invloed kunnen hebben op:

a. de belangrijkste kenmerken

b. dekkingen

c. garanties van de desbetreffende producten

Aanbieders

4. Monitoring en evaluatie

Om vast te stellen dat:

a. verzekeringsproducten blijvend voldoen aan de financiële behoeften van de klanten die tot de doelmarkt behoren

b. de verzekeringsproducten niet gedistribueerd worden buiten die doelmarkt

Ad b: van tijd tot tijd dient vastgesteld te worden dat geen verandering optreedt of aangebracht moet worden in de wijze waarop de doelgroep is bepaald en dat verzekeringsproducten niet na verloop van tijd **buiten de desbetreffende doelgroep worden gedistribueerd.**

Bron: art. 7 gedelegeerde verordening

Aanbieders

4. Monitoring en evaluatie

Aanbieders zijn verplicht de door hen aangeboden verzekeringsproducten te *reviewen*. Bij het bepalen van de frequentie dient rekening gehouden te worden met:

- de omvang
- looptijd en complexiteit
- distributiewijze
- veranderende omstandigheden, zoals veranderingen in wet- en regelgeving, technische ontwikkelingen of veranderende marktomstandigheden

Bron: art. 7 gedelegeerde verordening

Aanbieders

4. Ingrijpen

Aanbieders dienen in te grijpen indien een door hen aangeboden verzekeringsproduct niet langer in het belang van de klant is

Geen nadere voorschriften over wijze van ingrijpen

De te nemen maatregelen dienen erop gericht te zijn om de risico's voor bestaande verzekeringnemers zoveel mogelijk te mitigeren en te voorkomen dat nieuwe verzekeringsnemers met die risico's worden geconfronteerd. Dit kan erin resulteren dat het verzekeringsproduct wordt aangepast of zelfs niet meer wordt aangeboden.

De gedelegeerde verordening schrijft wel voor dat de aanbieder de distributeurs alsmede klanten over de genomen maatregel dient te informeren.

Bron: art. 7 gedelegeerde verordening

Aanbieders

5. Distributie

<u>Selectie distributiekanalen:</u>

Aanbieders dienen zorgvuldig te bepalen op welke wijze de door hen aangeboden verzekeringsproducten gedistribueerd worden.

De wijze waarop producten gedistribueerd worden, dient verder afgestemd te worden op de vastgestelde doelgroep, waarbij rekening wordt gehouden met de kenmerken van het aangeboden verzekeringsproduct.

Bron: art. 8 gedelegeerde verordening

Aanbieders

5. Distributie

Informatieplicht van aanbieders jegens distributeurs:

a. Informatie over de verzekeringsproducten;

b. De afgebakende doelmarkt en de aanbevolen distributie (advies/execution-only);

c. De belangrijkste kenmerken van het verzekeringsproduct, met inbegrip van de risico's en (impliciete) kosten;

d. Omstandigheden die kunnen leiden tot een belangenconflict ten nadele van de klant.

Aanbieders

5. Distributie

Voorgesteld art. 32e Bgfo Besluit implementatie IDD:

"Een financiëledienstverlener die een verzekering aanbiedt of samenstelt en in de markt verkrijgbaar stelt, informeert de adviseur, bemiddelaar in verzekeringen, gevolmachtigde agent of ondergevolmachtigde agent die de verzekering distribueert **over de kenmerken van de verzekering, de procedures en maatregelen, bedoeld in artikel 32, eerste en tweede lid, de doelgroep en de distributiestrategie**"

Aanbieders

5. Distributie

Deze informatie dient duidelijk, volledig en actueel te zijn

Deze informatie dient de distributeur in staat te stellen om de verzekeringsproducten te begrijpen, de doelgroep en de distributeur in staat te stellen te bepalen voor welke klant het product niet geschikt is omdat het niet tegemoet komt aan hun wensen en behoeften.

Deze informatie dient de distributeur in staat te stellen om in het belang van de klant te handelen.

Bron: art. 8 gedelegeerde verordening

Aanbieders

5. Distributie

Aanbieders dienen er op toe te zien dat distributeurs in overeenstemming handelen met de doelstellingen van het productontwikkelingsproces.

Aanbieders dienen ervoor te zorgen dat de verzekeringsproducten gedistribueerd worden aan de afgebakende doelmarkt ter voorkoming van misselling.

Worden de producten niet gedistribueerd in overeenstemming met de uitkomst van het productontwikkelingsproces, dan dienen aanbieders in te grijpen.
Op welke wijze ingegrepen dient te worden, wordt niet nader voorgeschreven.

Bron: art. 8 gedelegeerde verordening

Aandachtspunt 4

De verhouding tussen aanbieder en distributeur is niet eenduidig

<u>Bijvoorbeeld:</u>

1. **Verkoopkanaal model:**
   (i) aanstellingsovereenkomst
   (ii) provisie door verzekeraar

2. **Adviseursmodel:**
   (i) in opdracht van klant
   (ii) betaald door klant

Aanbieders

6. Vastlegging

Aanbieders dienen alle relevante maatregelen die zijn genomen vast te leggen en op verzoek te verstrekken aan de daartoe bevoegde toezichthouder

Bron: art. 9 gedelegeerde verordening

Distributeurs

Drie verplichtingen voor distributeurs:

1: Distributiestrategie

2: Informatie aan aanbieders

3: Vastlegging

Distributeurs

1. Productdistributie

Distributeurs dienen te beschikken over distributiestrategie.

Art. 32e Bgfo Besluit implementatiewet IDD:

> De financiëledienstverlener die verzekeringen distribueert, beschikt over procedures en maatregelen om
>
> **(i) de informatie over de ontwikkeling van de verzekering te verkrijgen; en,**
>
> **(ii) de kenmerken van elke verzekering en de beoogde doelgroep te begrijpen**.

Deze informatie dient de distributeur in staat te stellen goed begrip te hebben van de gedistribueerde verzekeringen, rekening houdende met de complexiteit en risico's van het product, maar ook de aard, omvang en complexiteit van de distributie zelf.

Distributeurs

2. Informatieplicht jegens aanbieders

Aanbieders informeren indien distributeurs

a.constateren dat het verzekeringsproduct **niet langer aansluit** op de wensen en de financiële behoeften van de afgebakende doelmarkt.

b.waarnemen dat **productgerelateerde omstandigheden** zich voordoen die het belang van de klant kunnen schaden. In dit geval dient de distributeur ook zijn distributiestrategie aan te passen

Bron: art. 11 gedelegeerde verordening

Distributeurs

3. Vastlegging

Verplichting om:

a. in het kader van de productdistributie genomen maatregelen vast te leggen (mede voor audit doeleinden)

b. en op verzoek te verstrekken aan de daartoe bevoegde toezichthouder.

Bron: art. 12 gedelegeerde verordening

Wordt vervolgd.....