



Брюксел, 21.9.2017 г.  
C(2017) 6218 final

**ДЕЛЕГИРАН РЕГЛАМЕНТ (ЕС) .../... НА КОМИСИЯТА**

**от 21.9.2017 година**

**за допълване на Директива (ЕС) 2016/97 на Европейския парламент и на Съвета с изискванията към застрахователните посредници и застрахователните дружества във връзка с контрола и управлението на продуктите**

(текст от значение за ЕИП)

## ОБЯСНИТЕЛЕН МЕМОРАНДУМ

### **1. КОНТЕКСТ НА ДЕЛЕГИРАНИЯ АКТ**

С Директива (ЕС) 2016/97 от 20 януари 2016 г. относно разпространението на застрахователни продукти (наричана по-нататък „ДРЗП“) се заменя Директива 2002/92/ЕО от 9 декември 2002 г. относно застрахователното посредничество и се актуализира хармонизираната уредба на разпространението на застрахователни и презастрахователни продукти, включително на основаващите се на застраховане инвестиционни продукти.

С ДРЗП се цели да се повиши защитеността на потребителите и на индивидуалните инвеститори, които купуват застрахователни продукти или основаващи се на застраховане инвестиционни продукти, като от разпространителите на застрахователни продукти се изисква да повишат прозрачността по отношение на цените и разходите за своите продукти, да предоставят по-полезна и по-обстойна информация за продукта, както и да спазват по-строги етични правила, по-специално при консултациите. Новите разпоредби ще се прилагат към всички канали на разпространение, в т.ч. към преките продажби, извършвани от застрахователните дружества, с цел да се създадат еднакви условия на конкуренция за всички разпространители и да се осигурят единни високи стандарти на защита на потребителите.

С ДРЗП в правото на ЕС в областта на разпространението на застрахователни продукти се въвеждат общ контрол и управление на продуктите (КУП), за да се гарантира, че всички застрахователни продукти, продавани на клиентите, отговарят на потребностите на специфичния за тези продукти целеви пазар, така че още на ранен етап да се избегне и намали рискът от неспазване на нормите за защита на клиентите. Разпоредбите относно КУП ще бъдат насочени най-вече към създателите на застрахователни продукти и ще ги задължат да поддържат, прилагат и преразглеждат политика за КУП, за да се гарантира, че всички пускани на пазара застрахователни продукти във всеки един момент са подходящи за специфичния си целеви пазар. Разпространителите на застрахователни продукти трябва да подпомагат това, като прилагат механизми за разпространение на продуктите, чрез които да получават цялата необходима информация, за да продават продукта в съответствие с политиката за КУП, определена от създателя.

В настоящия делегиран регламент се посочват критериите и практическите подробности за прилагането на разпоредбите относно КУП.

### **2. КОНСУЛТАЦИИ ПРЕДИ ПРИЕМАНЕТО НА АКТА**

Комисията възложи на Европейският орган за застраховане и професионално пенсионно осигуряване (ЕОЗППО) да ѝ представи техническо становище относно евентуални делегирани актове по силата на ДРЗП. На 24 февруари 2016 г. службите на Комисията отправиха официално искане до ЕОЗППО за техническо становище относно евентуални делегирани актове по силата на ДРЗП.

На 4 юли 2016 г. ЕОЗППО публикува консултативен документ във връзка със своето техническо становище относно евентуални делегирани актове по силата на ДРЗП. Към 3 октомври 2016 г. ЕОЗППО беше получил 53 отговора. На 23 септември 2016 г. ЕОЗППО проведе публично изслушване относно проекта на своето техническо становище относно делегирани актове по силата на ДРЗП.

На 1 февруари 2017 г. ЕОЗППО предостави своето техническо становище. Настоящият делегиран регламент се основава на техническото становище, предоставено от ЕОЗППО. Заедно с техническото становище ЕОЗППО представи своята оценка на въздействието, която включва анализ на разходите и ползите във връзка с делегираните актове<sup>1</sup>.

През 2016 г. и първата половина на 2017 г. службите на Комисията проведоха многобройни срещи с различни заинтересовани страни, за да обсъдят бъдещите делегирани актове по силата на ДРЗП. Службите на Комисията също така обсъдиха делегираните актове при контакти с членовете на Комисията по икономически и парични въпроси на Европейския парламент и на срещи с Експертната група по банково дело, плащания и застраховане (формиране на застраховките) (ЕГБДПЗ). През юни 2017 г. по правните текстове на проекта на делегиран регламент с членовете на ЕГБДПЗ беше проведена консултация. Всички тези консултации доведоха до широк консенсус по основното съдържание на настоящия делегиран регламент.

На 20 юли 2017 г. Комисията публикува на портала „По-добро регулиране“ проекта на делегиран регламент. До крайния срок 17 август 2017 г. електронни формуляри за обратна информация бяха получени от 24 заинтересовани страни. В коментарите се излагаше най-вече вече позицията, която заинтересованите страни вече бяха изразили при горепосочения етап на консултации и която бе взета предвид при съставянето на проекта на делегиран регламент. Ограниченията в правомощието на Комисията не позволиха да бъдат взети предвид предложенията за специална разпоредба, с която застрахователните дружества и застрахователните посредници да се задължат да спазват принципа на пропорционалност, нито исканията за изясняване или потвърждаване на вече изложените в Директивата норми и принципи. От друга страна, в резултат на отбелязаните технически грешки и случаи на непоследователност, в проекта на делегиран регламент бяха внесени технически корекции (вж. например текста за каналите за разпространение в член 10 и съображение 8).

### **3. ПРАВНИ ЕЛЕМЕНТИ НА ДЕЛЕГИРАНИЯ АКТ**

#### **Глава I: Обхват и определения**

В тази глава се въвеждат основните понятия, които са специфични за контекста на КУП; в нея се съдържа и разпоредба, в която се посочват условията, съгласно които застрахователен посредник следва да се счита за създател с оглед на неговото влияние върху взимането на решения във връзка със създаването и разработването на даден застрахователен продукт.

#### **Глава II: Изисквания към създателите във връзка с продуктовото управление**

В тази глава се определя основното задължение за създателите да поддържат, прилагат и преразглеждат процедура за одобряване на продукт за всички новоразработени застрахователни продукти и за съществените адаптации на съществуващи застрахователни продукти. Тази процедура включва определянето на целеви пазар за всеки застрахователен продукт. Създателите се уверяват, че застрахователните продукти са неотклонно съгласувани с интересите, целите и характеристиките на

---

<sup>1</sup> Technical Advice on possible delegated acts concerning the Insurance Distribution Directive (Техническо становище относно евентуални делегирани актове, свързани с Директивата относно разпространението на застрахователни продукти), ЕИОРА-17/048, 1 февруари 2017 г., достъпно на адрес: <https://eiopa.europa.eu/Publications/Consultations/EIOPA%20Technical%20Advice%20on%20the%20IDD.pdf>.

клиентите от целевия пазар. Те са длъжни да извършват подходящо изпитване на застрахователните продукти, непрекъснато да наблюдават и редовно да преразглеждат своите продукти, както и да полагат необходимите грижи при подбора и контролирането на каналите за разпространение.

Глава III: Изисквания към разпространителите на застрахователни продукти във връзка с продуктовото управление

Главата относно изискванията за КУП за разпространителите на застрахователни продукти, продаващи застрахователни продукти, които не са създадени от тях, се основава на основното задължение за въвеждане на механизми за разпространение на продуктите, чрез които да получават от създателя цялата необходима информация за разбирането на продукта и на определения целеви пазар, както и за начина на разпространение на продукта в интерес на клиентите.

## ДЕЛЕГИРАН РЕГЛАМЕНТ (ЕС) .../... НА КОМИСИЯТА

от 21.9.2017 година

**за допълване на Директива (ЕС) 2016/97 на Европейския парламент и на Съвета с изискванията към застрахователните посредници и застрахователните дружества във връзка с контрола и управлението на продуктите**

(текст от значение за ЕИП)

ЕВРОПЕЙСКАТА КОМИСИЯ,

като взе предвид Договора за функционирането на Европейския съюз,

като взе предвид Директива (ЕС) 2016/97 на Европейския парламент и на Съвета от 20 януари 2016 г. относно разпространението на застрахователни продукти<sup>2</sup>, и по-специално член 25, параграф 2 от нея,

като има предвид, че:

- (1) С Директива (ЕС) 2016/97 Комисията се оправомощава да приема делегирани актове, с които да доуточнява определените в член 25 от посочената директива изисквания за контрол и управление на продуктите. За целите на ефективната защита на клиентите разпоредбите относно контрола и управлението на продуктите следва да се прилагат еднообразно към всички новоразработени застрахователни продукти и към съществените адаптации на съществуващите застрахователни продукти, независимо от вида на продукта, нито на приложимите изисквания на мястото за продажба. Чрез своята правна форма регламентът осигурява единна уредба за всички пазарни участници и предоставя оптимални гаранции за равнопоставеност, еднакви условия на конкуренция и подходящи стандарти на защита на потребителите.
- (2) В контекста на изискванията на Директива (ЕС) 2016/97 мерките за контрол и управление на продуктите следва да бъдат подбрани и прилагани по пропорционален и подходящ начин съобразно сложността на продукта и степента, в която може да бъде получена обществено достъпна информация, като се отчитат естеството на застрахователния продукт и рискът той да нанесе вреда на потребителя, характеристиките на целевия пазар и естеството, размера и сложността на съответната дейност на създателя или разпространителя. Пропорционалност означава, че тези мерки следва да бъдат относително леки за обикновените и некомплексни продукти, които са съвместими с потребностите и характеристиките на масовия пазар на дребно, включително съществуващите общозастрахователни продукти с ограничен и лесен за разбиране обхват. От друга страна, при по-сложните продукти с по-висок риск от вреда за потребителя, включително основаващите се на застраховане инвестиционни продукти, които не са обхванати от член 30, параграф 3 от Директива (ЕС) 2016/97, следва да се изискват по-строги мерки.

---

<sup>2</sup> ОВ L 26, 2.2.2016 г., стр. 19.

- (3) За целите на член 25, параграф 1 от Директива (ЕС) 2016/97 застрахователен посредник следва да се счита за създател на застрахователен продукт, когато в резултат на цялостен анализ на дейността му, проведен за всеки отделен случай, се оказва, че той самостоятелно взема решения във връзка със съществените характеристики и основните елементи на даден застрахователен продукт, включително покритието, разходите, рисковете, целевия пазар или правото на компенсация или гаранция. От друга страна дейностите, свързани единствено с адаптирането на съществуващи застрахователни продукти, в т.ч. случаите, в които посредникът има избор между различни варианти на даден продукт, различни договорни клаузи или варианти, или може да договори с клиента намалени премии или такси, не следва да се считат за създаване, тъй като в тези случаи основните решения за създаването и разработването на продукта се вземат от застрахователното дружество, а не от застрахователния посредник.
- (4) Когато застрахователен продукт се създава и разработва съвместно от застрахователен посредник и застрахователно дружество, като и двете страни участват във взимането на решения при създаването и разработването на този продукт, застрахователният посредник и застрахователното дружество следва да посочат в писмено споразумение характера на своето сътрудничество и съответните си роли, така че компетентните органи да бъдат в състояние да осъществяват надзор на спазването на нормативните изисквания.
- (5) Определянето на целевия пазар от създателя следва да се разбира като общо и абстрактно описание на група от клиенти с общи характеристики, за да може създателят да адаптира характеристиките на продукта към потребностите, характеристиките и целите на тази група от клиенти. Това определяне следва да се разграничава от индивидуалната оценка на мястото за продажба, с която се определя дали даден застрахователен продукт отговаря на изискванията и потребностите на отделен клиент или потенциален клиент, а когато е приложимо — дали даден основаващ се на застраховане инвестиционен продукт е подходящ или уместен за този клиент или потенциален клиент.
- (6) Детайлността, с която е определен целевият пазар, и използваните критерии за определянето на този целеви пазар и на подходящата стратегия за разпространение следва да бъдат съобразени с продукта и да позволяват да се прецени кои клиенти попадат в обхвата на целевия пазар. При опростените и по-често срещани продукти определянето на целевия пазар следва да е по-общо, а при по-сложните или по-рядко срещаните продукти — по-детайлно, тъй като при тях рискът от вреда за потребителите е по-висок.
- (7) С цел да се повиши защитеността на потребителите, по-специално при основаващите се на застраховане инвестиционни продукти, създателите следва да имат възможност да определят специфични групи от клиенти, за които застрахователният продукт обичайно не е подходящ.
- (8) Като част от механизмите за контрол и управление на продуктите създателите също така следва да изпитват по подходящ начин застрахователните продукти, а когато е приложимо и по-специално при основаващите се на застраховане инвестиционни продукти — да разработват сценарии, така че през целия си жизнен цикъл продуктът да отговаря на установените потребности, цели и характеристики на целевия пазар. Това следва по-специално да включва оценка на резултатите при продукта и на профила риск/възвръщаемост. Изискването за оценка на резултатите на продукта следва обаче да не се разбира като намеса в

свободата на създателите да определят премии или като каквато и да било форма на ценови контрол.

- (9) С цел на клиентите да се предоставят подходяща информация и консултации създателите следва да подбират разпространители на застрахователни продукти, които разполагат с необходимите знания, опит и компетентност, за да разбират характеристиките на съответния застрахователен продукт и определения целеви пазар. Поради същата причина те следва редовно да контролират и проучват, в рамките на приложимото национално законодателство, което урежда техните отношения с въпросните разпространители на застрахователни продукти, дали застрахователният продукт се разпространява съгласно целите на техните механизми за контрол и управление на продуктите и да предприемат подходящи коригиращи действия, когато считат, че случаят не е такъв. Това обаче не следва да възпрепятства разпространителите на застрахователни продукти да разпространяват застрахователни продукти сред клиенти, които не принадлежат към определения целеви пазар, стига индивидуалната оценка на мястото за продажба да обосновава заключението, че тези продукти отговарят на изискванията и потребностите на тези клиенти, а когато е приложимо — че основаващите се на застраховане инвестиционни продукти са подходящи или уместни за клиента.
- (10) С цел да се позволи на разпространителите на застрахователни продукти да разберат напълно продуктите, които възнамеряват да разпространяват, така че да могат да извършват това в интерес на клиентите си, по-специално като им дават професионални консултации, създателите следва да предоставят на разпространителите на застрахователни продукти цялата подходяща информация за тези застрахователни продукти, в т.ч. за процедурата за одобряване на продукт, за определения целеви пазар и за предложената стратегия за разпространение. От своя страна разпространителите на застрахователни продукти следва да разполагат с ефикасни механизми за получаване от създателите на необходимата информация.
- (11) Подходящото спазване на задълженията за управление на продукти налага разпространителите на застрахователни продукти редовно да информират създателите за опита си със застрахователните продукти. Поради това разпространителите на застрахователни продукти следва да предоставят на създателите необходимите данни за преразглеждане на застрахователния продукт и за проверка дали тези продукти продължават да отговарят на установените от създателя потребности, цели и характеристики на целевия пазар.
- (12) С цел да се избегне рискът от вреда за клиентите, създателите и разпространителите следва да предприемат подходящи действия, когато считат, че продуктът не е или вече не е съгласуван с интересите, целите и характеристиките на определения целеви пазар.
- (13) С цел да се позволи на компетентните органи и професионалните застрахователи да се адаптират към новите изисквания, определени в настоящия регламент, началната дата на прилагане на настоящия регламент следва да бъде съгласувана с датата на прилагане на националните мерки за транспониране на Директива (ЕС) 2016/97.

- (14) С Европейския орган за застраховане и професионално пенсионно осигуряване, създаден с Регламент (ЕС) № 1094/2010 на Европейския парламент и на Съвета<sup>3</sup>, бяха проведени консултации, в рамките на които органът предостави своето техническо становище<sup>4</sup>,

ПРИЕ НАСТОЯЩИЯ РЕГЛАМЕНТ:

## **Глава I**

### **Общи разпоредби**

#### *Член 1*

##### *Предмет*

С настоящия регламент се определят разпоредбите относно поддържането, прилагането и преразглеждането на механизмите за контрол и управление на продуктите при застрахователните продукти и съществените адаптации на съществуващите застрахователни продукти, преди тези продукти да бъдат пуснати на пазара или разпространени сред клиентите (наричани по-нататък „процедура за одобряване на продукт“), както и разпоредбите относно механизмите за разпространение на продуктите при тези застрахователни продукти.

#### *Член 2*

##### *Обхват*

Настоящият регламент се прилага за застрахователните дружества и застрахователните посредници, които създават застрахователни продукти, продавани на клиентите (наричани по-нататък „създатели“), както и за разпространителите на застрахователни продукти, които предоставят консултации за застрахователни продукти, които не са създадени от тях, или предлагат такива продукти.

#### *Член 3*

##### *Създаване на застрахователни продукти*

1. За целите на член 25, параграф 1 от Директива (ЕС) 2016/97 застрахователните посредници се считат за създатели, когато цялостен анализ на тяхната дейност показва, че участват във вземането на решения при създаването и разработването на даден застрахователен продукт, предназначен за пазара.
2. По-специално се приема, че е налице участие във вземането на решения, когато застрахователните посредници самостоятелно определят съществените характеристики и основните елементи на даден застрахователен продукт, включително неговото покритие, разходите, рисковете, целевия пазар и правото на компенсация или гаранция, които не се променят съществено от

<sup>3</sup> Регламент (ЕС) № 1094/2010 на Европейския парламент и на Съвета от 24 ноември 2010 г. за създаване на Европейски надзорен орган (Европейски орган за застраховане и професионално пенсионно осигуряване), за изменение на Решение № 716/2009/ЕО и за отмяна на Решение 2009/79/ЕО на Комисията (ОВ L 331, 15.12.2010 г., стр. 48).

<sup>4</sup> Technical Advice on possible delegated acts concerning the Insurance Distribution Directive (Техническо становище относно евентуални делегирани актове, свързани с Директивата относно разпространението на застрахователни продукти), ЕИОРА-17/048, 1 февруари 2017 г., достъпно на адрес: <https://eiopa.europa.eu/Publications/Consultations/EIOPA%20Technical%20Advice%20on%20the%20IDD.pdf>.



застрахователното дружество, което осигурява покритието за застрахователния продукт.

3. Не се счита за създаване персонализирането и адаптирането съобразно даден клиент на разпространяван съществуващ застрахователен продукт, нито създаването на специално пригоден договор по искане на отделен клиент.
4. Ако и застрахователен посредник, и застрахователно дружество са създатели по смисъла на член 2 от настоящия делегиран регламент, те подписват писмено споразумение, в което се посочва тяхното сътрудничество, с цел да бъдат спазени изискванията за създателите, посочени в член 25, параграф 1 от Директива (ЕС) 2016/97, процедурите, чрез които се договарят относно определянето на целевия пазар, и съответните им роли в процедурата за одобряване на продукт.

## **Глава II**

### **Изисквания към създателите във връзка с управлението на продуктите**

#### *Член 4*

#### *Процедура за одобряване на продукт*

1. За новоразработените застрахователни продукти и за съществените адаптации на съществуващи застрахователни продукти създателите поддържат, прилагат и преразглеждат процедура за одобряване на продукт. Този процес включва мерки и процедури за създаване, наблюдение, преразглеждане и разпространение на застрахователните продукти, както и за коригиращи действия по отношение на застрахователните продукти, които са в ущърб на клиентите. Мерките и процедурите са пропорционални на сложността и рисковете, свързани с продуктите, както и на естеството, размера и сложността на съответната дейност на създателя.
2. Процедурата за одобряване на продукт се документира писмено (документът се нарича „политика за контрол и управление на продуктите“), като документът се разпространява до съответния персонал.
3. С процедурата за одобряване на продукт:
  - а) се гарантира, че при създаването на застрахователните продукти са спазени следните критерии:
    - i) отчетени са целите, интересите и характеристиките на клиентите;
    - ii) клиентите не са засегнати по неблагоприятен начин;
    - iii) неблагоприятните последици за клиентите са предотвратени или ограничени;
  - б) се подпомага подходящото управление на конфликтите на интереси.
4. Органът или структурата на създателя, натоварени със създаването на застрахователни продукти, извършват следните действия:
  - а) одобряват и в крайна сметка носят отговорност за определянето, прилагането и преразглеждането на процедурата за одобряване на продукт;

- б) проверяват непрекъснато вътрешното спазване на тази процедура.
5. Създателите, които възлагат на трета страна да създава продукти от тяхно име, продължават да носят пълна отговорност за спазването на процедурата за одобряване на продукт.
  6. Създателите редовно преразглеждат своята процедура за одобряване на продукт, така че тя винаги да бъде валидна и актуална. При необходимост те изменят процедурата за одобряване на продукт.

*Член 5*  
*Целеви пазар*

1. С процедурата за одобряване на продукт се определят целевият пазар и групата от съвместими клиенти за всеки застрахователен продукт. Целевият пазар се определя достатъчно детайлно, като се отчитат характеристиките, рисковият профил, сложността и естеството на застрахователния продукт.
2. По-специално по отношение на основаващите се на застраховане инвестиционни продукти създателите могат да определят групи от клиенти, с чиито потребности, характеристики и цели застрахователният продукт като цяло е несъвместим.
3. Създателите създават и пускат на пазара само застрахователни продукти, които са съвместими с потребностите, характеристиките и целите на клиентите от целевия пазар. Когато оценяват дали даден застрахователен продукт е съвместим с целевия пазар, създателите се съобразяват с достъпната за клиентите от целевия пазар информация и с тяхната финансова грамотност.
4. Създателите се уверяват, че служителите, които участват в проектирането и създаването на застрахователни продукти, разполагат с необходимите знания, опит и компетентност, за да разберат правилно продаваните застрахователни продукти и интересите, целите и характеристиките на клиентите от целевия пазар.

*Член 6*  
*Изпитване на продуктите*

1. Създателите изпитват своите застрахователни продукти по подходящ начин, като при необходимост преди пускането на даден продукт на пазара или съществената му адаптация, или ако целевият пазар се е променил значително, разработват различни сценарии. При това изпитване на продуктите се оценява дали през своя жизнен цикъл застрахователният продукт отговаря на установените потребности, цели и характеристики на целевия пазар. Създателите изпитват своите застрахователни продукти по отношение на качеството и, в зависимост от вида и естеството на застрахователния продукт и свързания риск от ущърб за клиентите, по отношение на количеството.
2. Създателите не пускат на пазара застрахователен продукт, ако резултатите от изпитването му покажат, че той не отговаря на установените потребности, цели и характеристики на целевия пазар.

## Член 7

### *Наблюдение и преразглеждане на продуктите*

1. Създателите непрекъснато наблюдават и редовно преразглеждат застрахователните продукти, които са пуснали на пазара, за да установят събитията, които биха могли съществено да повлияят на основните характеристики, покритието на риска или гаранциите при тези продукти. Те проучват дали застрахователните продукти продължават да съответстват на потребностите, характеристиките и целите на определения целеви пазар и дали се разпространяват на този целеви пазар или достигат до клиенти извън него.
2. Създателите определят подходящи интервали за редовното преразглеждане на своите застрахователни продукти, като отчитат техния обем, размер, договорен срок и сложност, съответните канали за тяхното разпространение и всички съответни външни фактори като например промени в приложимата нормативна уредба, технологични новости или промени в пазарната конюнктура.
3. Създателите, които в рамките на жизнения цикъл на даден застрахователен продукт установят наличието на свързани със застрахователния продукт обстоятелства, които могат да засегнат по неблагоприятен начин клиента на този продукт, предприемат подходящи действия за подобряване на ситуацията и предотвратяване на повторното възникване на събитието с неблагоприятно въздействие. Създателите своевременно уведомяват съответните разпространители на застрахователни продукти и клиенти за предприетите коригиращи действия.

## Член 8

### *Канали за разпространение*

1. Създателите внимателно подбират канали за разпространение, които са подходящи за целевия пазар, като отчитат конкретните характеристики на съответните застрахователни продукти.
2. Създателите предоставят на разпространителите на застрахователни продукти цялата съответна информация за застрахователните продукти, за определения целеви пазар и за предложената стратегия за разпространение, в т.ч. за основните елементи и характеристики на застрахователните продукти, свързаните с тях риск и разходи, включително имплицитните разходи, и всички обстоятелства, които могат да породят конфликт на интереси в ущърб на клиента. Тази информация е ясна, пълна и актуална.
3. Информацията, посочена в параграф 2, позволява на разпространителите на застрахователни продукти да:
  - а) разберат застрахователните продукти;
  - б) разберат определения целеви пазар на застрахователните продукти;
  - в) идентифицират всички клиенти, с чиито потребности, характеристики и цели застрахователният продукт е несъвместим;
  - г) разпространяват съответния застрахователен продукт в съответствие с интересите на клиентите си, както е предвидено в член 17, параграф 1 от Директива (ЕС) 2016/97.

4. Създателите предприемат подходящи мерки, за да контролират дали разпространителите на застрахователни продукти действат в съответствие с целите на тяхната процедура за одобряване на продукт. По-специално те проверяват редовно дали застрахователните продукти се разпространяват на определения целеви пазар. Това задължение за контрол не обхваща общите нормативни изисквания, които разпространителите на застрахователни продукти трябва да спазват при разпространяването на застрахователни продукти сред отделни клиенти. Контролните мерки са обосновани и отчитат характеристиките и правната уредба на съответните канали за разпространение.
5. Създателите, които считат, че разпространението на техните застрахователни продукти не отговаря на целите на тяхната процедура за одобряване на продукт, предприемат подходящи коригиращи действия.

#### *Член 9*

#### *Документация*

Съответните действия, предприети от създателите във връзка с тяхната процедура за одобряване на продукт, се документират надлежно, съхраняват се за одитни цели и при поискване се предоставят на компетентните органи.

### **Глава III**

## **Изисквания към разпространителите на застрахователни продукти във връзка с управлението на продуктите**

#### *Член 10*

#### *Механизми за разпространение на продуктите*

1. Разпространителите на застрахователни продукти въвеждат механизми за разпространение на продуктите, които включват подходящи мерки и процедури с цел да получат от създателя цялата съответна информация за застрахователните продукти, които възнамеряват да предлагат на своите клиенти, и да разберат напълно тези застрахователни продукти като сложност и свързани с тях рискове, а и в контекста на естеството, размера и сложността на своята съответна дейност.  
  
Разпространителите на застрахователни продукти определят писмено механизмите за разпространение на продуктите и разпространяват документа до съответния си персонал.
2. Механизмите за разпространение на продуктите:
  - а) целят да предотвратят и ограничат вредите за клиентите;
  - б) подкрепят правилното управление на конфликтите на интереси;
  - в) осигуряват надлежно отчитане на целите, интересите и характеристиките на клиентите.
3. С механизмите за разпространение на продуктите се гарантира, че разпространителите на застрахователни продукти получават от създателя информацията, която трябва да бъде съобщена по силата на член 8, параграф 2.

4. Всяка специфична стратегия за разпространение, която разпространителите на застрахователни продукти въведат или прилагат, е в съответствие с установената от създателя стратегия за разпространение и с определения от него целеви пазар.
5. Органът или структурата на разпространителите на застрахователни продукти, натоварени с разпространението на застрахователните продукти, одобрява и в крайна сметка носи отговорност за определянето, прилагането и преразглеждането на механизмите за разпространение на продуктите и проверява непрекъснато вътрешното спазване на тези механизми.
6. Разпространителите на застрахователни продукти редовно преразглеждат своите механизми за разпространение на продуктите, така че те да бъдат винаги валидни и актуални. При необходимост те изменят механизмите за разпространение на продуктите. Когато е целесъобразно, разпространителите на застрахователни продукти, които са въвели или прилагат специфична стратегия за разпространение, изменят тази стратегия съобразно резултата от преразглеждането на механизмите за разпространение на продуктите. Когато преразглеждат своите механизми за разпространение на продуктите разпространителите на застрахователни продукти проверяват дали застрахователните продукти се разпространяват на определения целеви пазар.

Разпространителите на застрахователни продукти определят подходящи интервали за редовното преразглеждане на своите механизми за разпространение на продуктите, като отчитат обема, размера и сложността на различните обхванати застрахователни продукти.

С цел да подпомогнат преразглеждането на продуктите, което създателите извършват, при поискване от създателите разпространителите на застрахователни продукти им предоставят съответната информация за продажбите, а при необходимост — и информация за редовното преразглеждане на механизмите за разпространение на продуктите.

#### *Член 11*

##### *Уведомяване на създателя*

Ако разпространителите на застрахователни продукти узнаят, че даден застрахователен продукт не е в съответствие с интересите, целите и характеристиките на определения целеви пазар, или узнаят за други обстоятелства, свързани с даден продукт, които могат да засегнат клиента по неблагоприятен начин, те своевременно уведомяват създателя, а ако е необходимо — изменят своята стратегия за разпространение на този застрахователен продукт.

#### *Член 12*

##### *Документация*

Съответните действия, предприети от разпространителите на застрахователни продукти във връзка с техните механизми за разпространение на продуктите, се документират надлежно, съхраняват се за одитни цели и при поискване се предоставят на компетентните органи.

## **Глава IV**

### **Заклучителни разпоредби**

#### *Член 13*

#### *Влизане в сила и прилагане*

Настоящият регламент влиза в сила на двадесетия ден след деня на публикуването му в *Официален вестник на Европейския съюз*.

Той се прилага от 23 февруари 2018 г.

Настоящият регламент е задължителен в своята цялост и се прилага пряко във всички държави членки.

Съставено в Брюксел на 21.9.2017 година.

*За Комисията*  
*Председател*  
*Jean-Claude JUNCKER*