

Apdrošināšanas produktu pārraudzība un pārvaldība Regula (ES) 2017/2358

Indra Ērenpreisa

Apdrošināšanas un pensiju uzraudzības
departamenta vecākā uzraudzības eksperte

10.08.2022



1. Lūdzu norādīt Jūsu ieņemamo amatu:

37 

Valdes loceklis/filiāles vadītājs



11%

Atbildīgā persona par kādu no pamatfunkcijām



16%

Struktūrvienības vadītājs



11%

Darbinieks, kas iesaistīts apdrošināšanas produktu izstrādē



32%

Cits



30%



Apdrošinātājiem un starpniekiem sava
biznesa stratēģiju centrā ir jāizvirza
klienti

Gabriels Bernardino
EAAPI priekšsēdētājs 2016





Apskatāmās tēmas

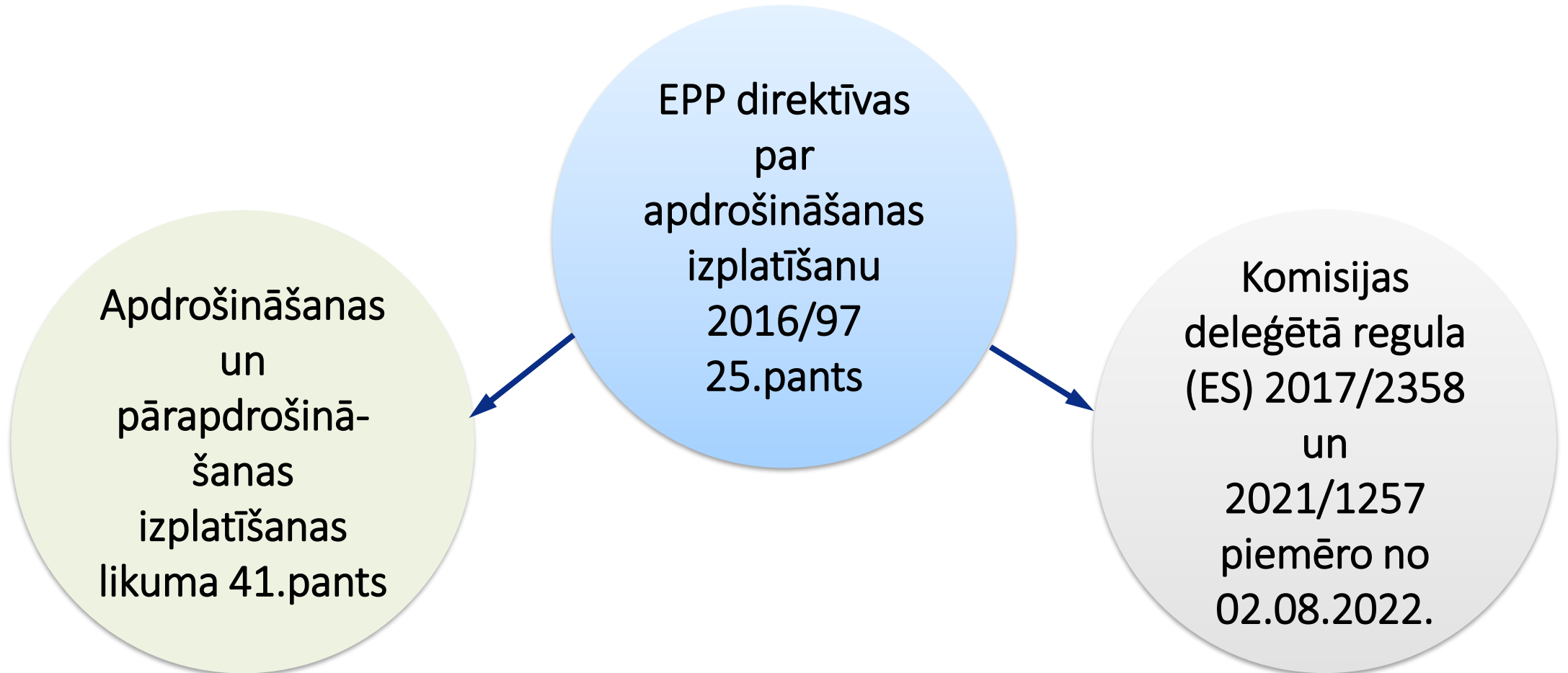
1. Normatīvais regulējums
2. Produktu pārraudzības un pārvaldības politika
3. Mērķtirgus
4. Produktu testēšana
5. Produktu uzraudzība un pārskatīšana
6. Izplatīšanas kanāli
7. Papildu informācijas avoti

1

Normatīvais regulējums



Normatīvais regulējums



2

Produktu pārraudzības un
pārvaldības (POG) politika



Apdrošinātāju pārbaudē biežāk konstatētās nepilnības

POG politika

Procesi aprakstīti ļoti vispārīgi vai nav dokumentēti

Nav noteikts, kā izvērtē un ņem vērā klientu **intereses**, mērķus un īpašības, produkta ietekmi uz klientiem

Nav definēts, kas ir būtiski produkta pielāgojumi



Vispārīgās prasības

POG politika

Nosaka mērķus, uzdevumus, to papildina ar procedūrām un procesa aprakstiem, nosaka izmērāmus sasniedzamos rezultātus

Atbildīgie darbinieki to pārziņa un ievēro savā darbībā

Par galvenajām funkcijām atbildīgajām personām ir noteikta konkrēta loma procedūrās un procesos

Regulāri izvērtē, vai politika joprojām ir atbilstoša, vai ir/nav jāveic izmaiņas

Apdrošinātāja vadība uzņemas galīgo atbildību par politiku

Tā ir ietverta iekšējās kontroles sistēmā





Vai produkts atbilst klientu mērķiem, **interesēm** un īpašībām, tostarp ar ilgtspēju saistītiem mērķiem

Produkta ietekme uz klientu, vai tas nerada klientam kaitējumu

Politikā jānosaka kārtība,
kā izvērtē

Vai potenciālais interešu konflikts ir pienācīgi pārvaldīts, tostarp zaļmaldināšana

Vai nepieciešami pasākumi iespējamā kaitējuma klientam mazināšanai un novēršanai



Procedūras un procesi ir **proporcionāli** un atbilstīgi produktu veidam un sarežģītībai

Pārvaldības pasākumi ir samērīgi ar riskiem, ko uzņemas apdrošinājuma ņēmējs saistībā ar produktu

Nosaka, kas ir būtiski pielāgojumi

Nosaka produkta sarežģītības pakāpi

3

Mērķtirgus



Apdrošinātāju pārbaudē biežāk konstatētās nepilnības

Mērķtirgus


Informācija
par mērķtirgu
nav
pietiekami
detalizēta

Nav noteikts
negatīvais
mērķtirgus


Nav klasificēti
produkti pēc
to sarežģītības
līmeņa



Mērķtirgus



Mērķtirgus - klientu grupas, kuriem ir **kopīgas** īpašības abstraktā un vispārīgā līmenī, ļauj pielāgot produkta iezīmes konkrētās klientu grupas vajadzībām, īpašībām un mērķiem



Negatīvais mērķtirgus - klientu grupas, kuru vajadzībām, īpašībām un mērķiem apdrošināšanas produkts visdrīzāk nav piemērots



Klientu grupas, kuru vajadzības, iezīmes un mērķi nav saderīgi ar apdrošināšanas produktiem ar ilgtspējas faktoriem – netiek noteiktas



Apzināšana

Mērķtirgus

Procesi ir detalizēti, lai tiem sekojot, var identificēt un noteikt mērķtirgu katram produktam

Mērķtirgus pazīmes ir **skaidras** un saprotamas un nav interpretējamās

Vienkāršāku, izplatītāku produktu gadījumā mērķtirgu apzina ne tik detalizēti

Sarežģītāku vai mazāk izplatītu produktu gadījumā mērķtirgu apzina detalizētāk

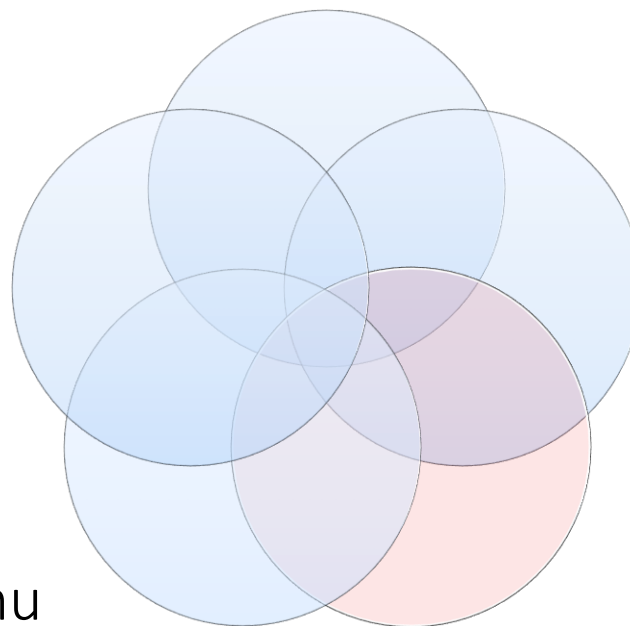


Sarežģīta produkta dažas pazīmes

Mērķtirgus

Iekļauti nosacījumi, kas ļauj
apdrošinātājam **mainīt**
produkta risku vai izmaksu
nosacījumus

Sarežģīti mehānismi
atlīdzību
aprēķināšanai



Klientam pārtraucot līgumu
pirms laika, tiek radīti
nesamērīgi zaudējumi

Daudz izņēmumu

un citas...

4

Produktu testēšana



Apdrošinātāju pārbaudē biežāk konstatētās nepilnības

Testēšana

Produkta testēšanu veic pēc tā izplatīšanas
uzsākšanas

Nav noteikti testēšanas veidi, metodes, sasniedzamie
rezultāti

Testēšana netiek veikta no klientu **skatu** punkta



Vispārīgās prasības

Testēšana

Nosaka kārtību produktu testēšanai – veidus, pielietojamās metodes, indikatorus rezultātu vērtēšanai, sasniedzamos rezultātus

Testēšanu veic pirms produkta izlaišanas tirgū, **pirms** būtisku izmaiņu ieviešanas, ja mainās mērķtirgus, ja mainās tirgus apstākļi

Apdrošināšanas produktus neizlaiž tirgū, ja produktu testēšanas rezultāti liecina, ka produkti neatbilst apzinātajām mērķtirgus vajadzībām, mērķiem un īpašībām



No **klientu** skatu punkta vērtē:

izstrādātā produkta
atbilstību apzinātā
mērktirgus vajadzībām,
mērķiem un īpašībām
visa produkta dzīves
cikla laikā

produkta radīto vērtību
klientam attiecībā pret
produkta cenu
Value for Money

vai klients saprot līguma
noteikumus un
ierobežojumus
u.c.

Mērķis– pārlicināties, ka produkts nerada zaudējumus klientam *cost – efficient*, ir derīgs klientam *useful* un saprotams

2. Lūdzu norādīt, kas Jūsu skatījumā ir izaicinošākā Regulā 2017/2358 noteiktā prasība:

34 

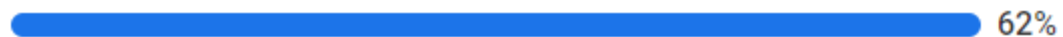
Klientu interešu ņemšana vērā produkta izstrādē



Mērķtirgus noteikšana



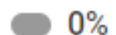
Produkta testēšana



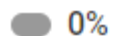
Produkta uzraudzība un pārskatīšana



Izplatīšanas kanālu izvēle



Visas Regulā noteiktās prasības ir saprotamas un skaidras



5

Produktu uzraudzība un pārskatīšana



Apdrošinātāju pārbaudē biežāk konstatētās nepilnības

Produktu uzraudzība

Uzraudzības process nav uz klientu **interesēm** orientēts

Nav noteikti izmērāmi rādītāji, pie kādiem ir jāveic izmaiņas produktā

Nav noteikta produkta pārskatīšanas regularitāte, *ad-hoc* gadījumi



Politikā nosaka **kārtību** produktu uzraudzībai un pārskatīšanai

Produktu uzraudzība

Veicamās aktivitātes un regulāri uzraugāmos un kontrolējamos darbības rādītājus, tajā skaitā no klienta viedokļa

Konkrētus izmērāmus **parametrus**, kuriem iestājoties, produkts jāpārskata, jāveic būtiski pielāgojumi vai produktu jāpārtrauc izplatīt

Notikumus, kuriem iestājoties produkta pārskatīšana jāveic pēc *ad hoc* principa



Politikā nosaka kārtību produktu uzraudzībai un pārskatīšanai

Produktu uzraudzība

Regularitāti, atbilstoši produkta sarežģītībai

Vērtēšanas elementus no **klienta** viedokļa:

- vai joprojām atbilst klientu vajadzībām un interesēm, tostarp ar ilgtspēju saistītiem mērķiem
- vai produkts ir klientam rentabls
- vai rada pievienoto vērtību
- vai ir drošs, nerada kaitējumu klientam
- vai ir saprotams
- apzinātais mērķtirgus ir precīzi definēts
- izplatīšanas stratēģija ir pareizi izvēlēta u.c.

Pasākumus, lai mazinātu kaitējumu klientam, ja šādi apstākļi ir konstatēti

6

Izplatīšanas kanāli



Apdrošinātāju pārbaudē biežāk konstatētās nepilnības

Izplatīšanas kanāli

Sniegtā informācija izplatītājam par produktu ne vienmēr ir pilnīga, skaidra, atjaunināta un savlaicīga

Komunikācija ar izplatītājiem nav **systemātiska**

Komunikācija nav abpusēja



Produkta izplatīšanas stratēģija

Izplatīšanas kanāli

Jābūt atbilstošiem procesiem un kontroles mehānismiem, kas nosaka veicamās darbības un kritērijus izplatīšanas stratēģijas izstrādei

Politikā jāiekļauj pietiekami daudz kritēriji noteikta produkta izplatītāju atlasei, lai nodrošinātu, ka izplatītājiem ir vajadzīgās zināšanas, pieredze un kompetence

Izplatīšanas kanāliem jābūt **piemērotiem** apzinātajam mērķtirgum un produkta īpašībām



Apdrošinātājam jānodrošina izplatītāja izpratne:

Izplatīšanas kanāli

par produktu,
tostarp
informāciju par
produkta
galvenajām
iezīmēm,
īpašībām,
iespējamiem
riskiem un
izmaksām

jebkādiem
apstākļiem, kas
var izraisīt
**interesu
konfliktu** un
kaitējumu
klientam

apzināto
mērķtirgu un
negatīvo
mērķtirgu

par izplatīšanas
stratēģiju



Informācijai par produktu jābūt pilnīgai, skaidrai, atjauninātai un savlaicīgai



Apdrošinātāja sadarbības līgumā ar izplatītāju nosaka:

Izplatīšanas kanāli

ka izplatītājs ievēros noteikto produkta izplatīšanas stratēģiju, apdrošinātāja politikas un procedūras, tiktāl, cik tas attiecas uz produktu izplatīšanu

ka apdrošinātājs var pielietot kontroles mehānismus, kas ļauj sekot izplatītāja aktivitātēm

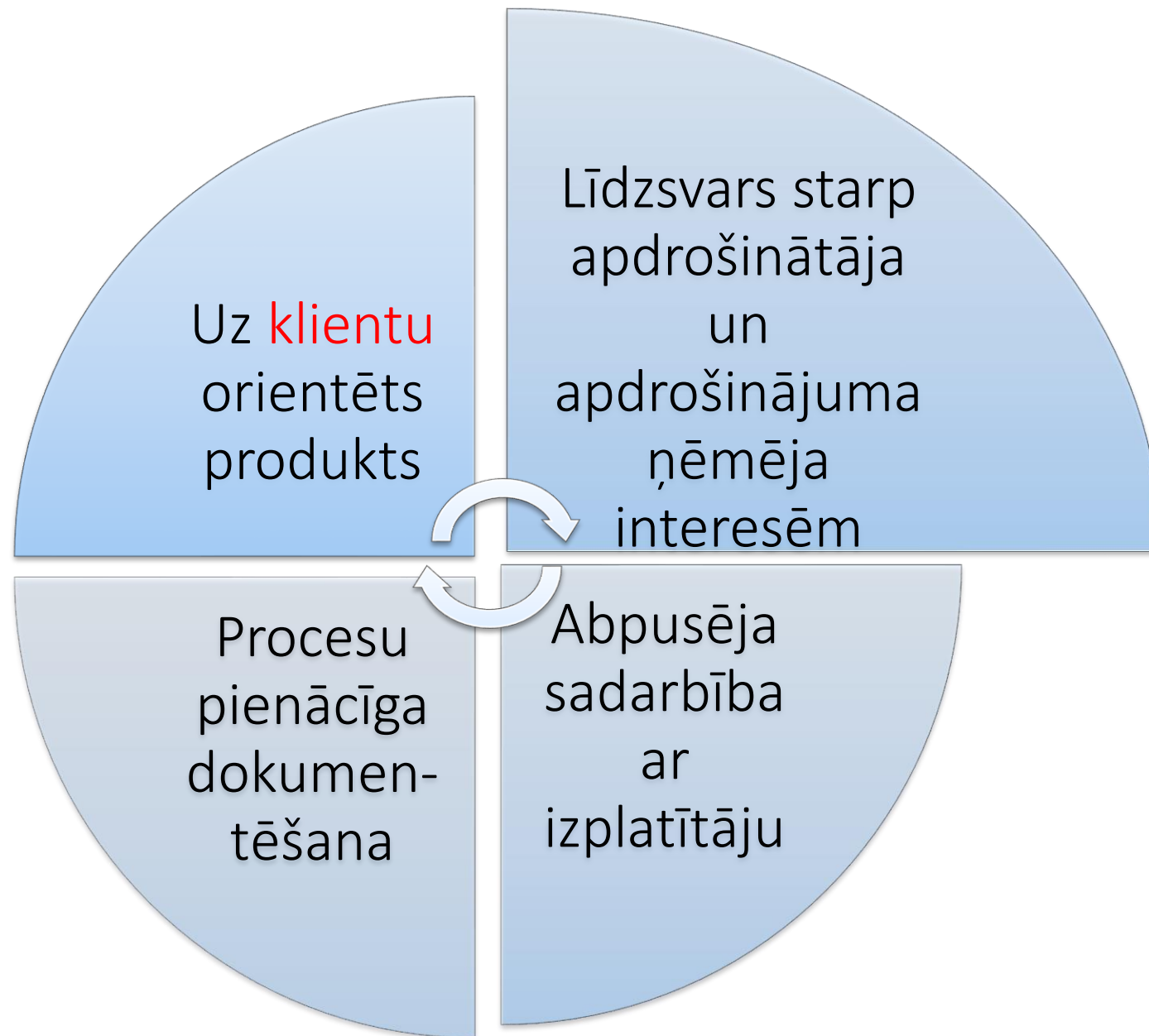
savstarpējās **informācijas** apmaiņas kārtību

atalgojumu (komisiju), kas nerosina interešu konfliktu



GALVENAIS

par Regulā
2017/2358
noteiktajām
prasībām



3. Lūdzu novērtējiet šodien seminārā dzirdēto:

32 

Es visu to jau zināju, esam ieviesuši un ievērojam

 0%

Sadzirdēju jaunas idejas un nianšes, bet neko būtiski uzlabojamu iekšējos procesos

 16%

Apdomāšu, kā seminārā dzirdētās idejas un nianšes labāk ieviest praksē, uzlabojot procesus

 81%

Paldies, bija interesanti, bet es īsti neko nesapratu

 3%

Pilnīgi nelietderīgi patērēju šeit savu laiku

 0%



7

Papildu informācijas avoti



Informācijas avoti

- Supervisory expectations on Product Oversight and Governance requirements amidst the COVID-19 situation (08.07.2020.)
https://www.eiopa.europa.eu/content/supervisory-expectations-product-oversight-and-governance-requirements-amidst-covid-19_en
- Supervisory statement on assessment of value for money of unit-linked insurance products under product oversight and governance (30.11.2021.) https://www.eiopa.europa.eu/document-library/supervisory-statement/supervisory-statement-assessment-of-value-money-of-unit_en
- Preparatory Guidelines on product oversight and governance arrangements by insurance undertakings and insurance distributors (01.01.2019.) https://www.eiopa.europa.eu/document-library/guidelines/preparatory-guidelines-product-oversight-and-governance-arrangements_en



Informācijas avoti

- EIOPA's approach to the supervision of product oversight and governance (08.10.2020.)
https://www.eiopa.europa.eu/sites/default/files/publications/reports/eiopa-approach-to-the-supervisions-of-product-oversight-governance_0.pdf
- Consumer Protection Issues in Travel Insurance (01.10.2019.)
https://www.eiopa.europa.eu/document-library/consumer-trends-report/consumer-protection-issues-travel-insurance_en
- BIPAR (Eiropas Apdrošināšanas starpnieku federācija) materiāls:
BIPAR - CMS BIPAR IDD briefing note on POG (11.2017.)
<https://www.bipar.eu/en/page/cms-bipar-idd-briefing-note-on-pog>
- EIOPA's Question and Answer
https://www.eiopa.europa.eu/browse/supervisory-convergence/qa-regulation_en



Paldies!

Jūsu jautājumi

6 7774800 | fktk@fktk.lv | www.fktk.lv |





6 7774800 | fktk@fktk.lv | www.fktk.lv |

