

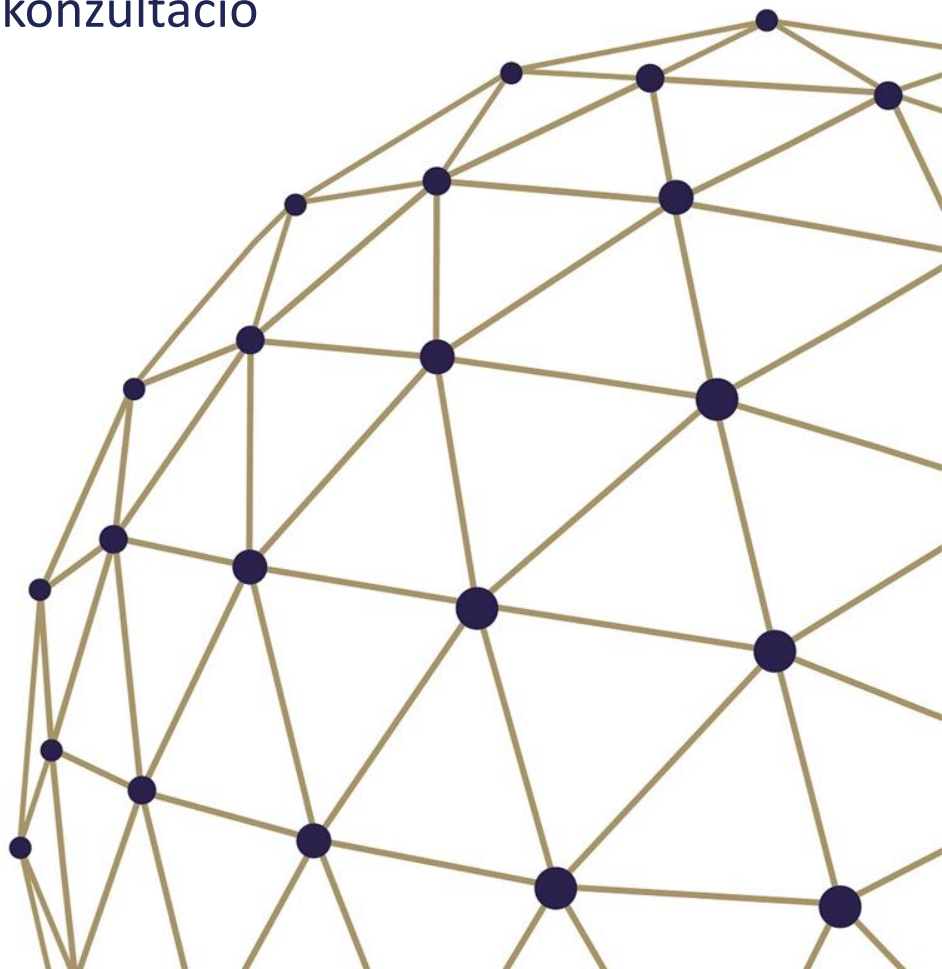


Termékfelügyeleti és irányítási intézkedések

Dr. Szebelédi Ferenc

MNB Biztosítási szakmai konzultáció

2016. december 9.





Termékirányítási koncepció előzményei

Biztosítási termékkontroll

- Előzetes termékengedélyezés
- Utólagos termékfelügyelet

Fogyasztóvédelmi gondolkodás

- kevés, jól körülhatárolt és szabályozott termék
- Sokféle termék, de fókuszban a tájékoztatás
- Tájékoztatás nem elég, terméknek ügyfél érdekét is szolgálni kell

Termékfelügyelet és irányítás



Szabályozók

IDD 25. cikk

- Átültetés legkésőbb 2018. február 23-ig

EIOPA Előkészítő iránymutatás

- Hatóságoknak szól
- Célja a bevezetés segítése
- Bevezetése az IDD átültetéséig



Termékfelügyelés célja és keretei

Cél

- ügyfélérdekek védelme, ami az SII fő célja is
- ügyfél károsodásának megelőzése, csökkentése
- érdekütközések kezelése
- ügyfelek érdekeinek, célkitűzéseinek figyelembe vétele

Szervezeti keretek

- Felelős: előállító vezető testülete
- Kiszervezhető, de felelősség változatlan
- Biztosítani kell a terméktervezésben részt vevők jártasságát, tudását és szakértelmét

Dokumentálás

- Megfelelő dokumentálás
- Termékfelügyelési és irányítási politika



Termékfelügyelés hatálya

Minden termékre kiterjed, kivéve nagykockázatokat
↓
jellemzően a lakossági szerződések

Termék jellegéhez, komplexitásához mérten arányos és megfelelő



Termékfelügyelés elemei 1.

1.) Célpiac meghatározása

- Célpiac meghatározása
- Csak a célpiacnak megfelelő termékek értékesítése
- Célpiac informáltságának, pénzügyi ismereteinek és teljesítőképességének figyelembe vétele

2.) Szegmens meghatározása, ahol nem megfelelő

- Azon ügyfélcsoportok azonosítása, akiknek a termék nem felel meg

3.) Termék tesztelése, stressz-elemzése

- Forgalombahozatal előtt, vagy célpiac változtatásakor
- Forgatókönyv-elemzések
- Nem hozható forgalomba, ha a teszt szerint nincs összhangban a célpiaccal
- Minőségi, illetve számszerűsített módon



Termékfelügyelés elemei 2.

4.) Termék- felülvizsgálat

- Folyamatos ellenőrzés, hogy még megfelel-e a célpiacnak

5.) Értékesítési csatornák meghatározása

- Termék konkrét jellemzőinek figyelembe vétele
- Értékesítők tájékoztatása a termék részleteiről is
- Értékesítőknek képesnek kell lenni a termék megértésére és a célpiac azonosítására

6.) Értékesítési csatornák felügyelete

- Rendszeresen vizsgálni, hogy tényleg a célpiac részére értékesítik
- Ha nem, akkor korrekciós intézkedések



Értékesítőikkel szembeni elvárások

Termékértékesítési intézkedések

Cél	Forma	Tartalom	Tájékoztatás
<ul style="list-style-type: none">• ügyfél károsodásának megelőzése, csökkentése• érdekütközések kezelése• ügyfelek érdekeinek, célkitűzéseinek figyelembe vétele	<ul style="list-style-type: none">• Írásba kell foglalni,• munkatársaknak át kell adni• Rendszeres felülvizsgálat	<ul style="list-style-type: none">• Információk beszerzése a célpiacokról• Információk beszerzése a termékről• Értékesítési stratégia	<ul style="list-style-type: none">• előállító részére, ha a termék már nincs összhangban a célpiac érdekeivel



Köszönöm a figyelmet!