

Kérdés azonosítószáma	3/2017.
Hivatkozott jogszabály	2014/65/EU irányelv (MiFID II); a Bizottság 2016. április 7-i (EU) 2017/593 felhatalmazáson alapuló Irányelve a 2014/65/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az ügyfelek pénzügyi eszközeinek és pénzeszközeinek védelme, a termékirányítási kötelezettségek, valamint a díjak, jutalékok vagy pénzbeli és nem pénzbeli juttatások nyújtására vagy átvételére alkalmazandó szabályok tekintetében történő kiegészítéséről (2017/593 EU Irányelv); a befektetési vállalkozás által alkalmazandó termékjövőahagyási folyamatról szóló 16/2017. (VI. 30.) NGM rendelet (16/2017. NGM Rendelet)
Témakör	Egyéb (termékirányítás)
Jogszabályhely pontos megnevezése	MiFID II 16. cikk (3) bekezdés, 24. cikk (2) bekezdés; 2017/593 EU Irányelv 9. cikke
Vonatkozó technikai sztenderd, ESMA Q&A, ESMA iránymutatás	ESMA Guidelines on MiFID II product governance requirements (Annex IV 48., 70.)
Kérdés	A pozitív célpiacon kívüli, de nem negatív célpiacra történő termék értékesítése, ajánlása, aktív értékesítése esetében megfelelő indokolásnak minősül-e, ha a figyelmeztetések ellenére az ügyfél továbbra is végre kívánta hajtani a tranzakciót?
Kérdés háttere	Az ESMA Guideline 48. pontja alapján az ajánlott, vagy aktívan értékesített (angolul: market) termék kapcsán teljes célpiaci vizsgálatot szükséges lefolytatni, továbbá a 70. pontja alapján a pénzügyi termékeket lehetőség van a pozitív célpiacon kívül is értékesíteni, de ezt megfelelő módon kell indokolni, és ezt dokumentálni is szükséges. Az előírások alapján, amennyiben az érintett tanácsadás kapcsán készül/készülnie kell alkalmassági nyilatkozatnak, akkor a pozitív célpiacon kívüli értékesítés indoklását abban is fel kell tüntetni.
MNB álláspont	Az ESMA Guideline 70. pontja értelmében: <i>„There might be situations where products could, under certain circumstances and where all other legal requirements are met (including those relating to disclosure, suitability or appropriateness, identification and management of conflicts of interest), be sold outside the positive target market. However, these instances should be justified by the individual facts of the case, the reason for the deviation should be <u>clearly documented and, where provided, included in the suitability report</u>”.</i> Az ESMA Guideline 72. pontja továbbá így fogalmaz: <i>„For example, the sale of products outside the target market could occur <u>as a result of non-advised sales (i.e. where clients approach a firm to purchase a certain product without any active marketing by the firm or having been influenced in any way by that firm)</u>, where the firm does not have all the necessary information to conduct a thorough assessment of whether the client falls within the target market, which might be the case, for instance, for execution platforms that only operate under the appropriate-</i>

ness regime. It is expected that in the context of product governance arrangements, firms analyse ex-ante situations such as the one described, and make a responsible decision on how they are going to address them should they occur, and that client-facing employees are informed of the approach defined at management body level, so that they can comply with it. Firms should also take into consideration the nature of the products included in the range of those they intend to offer to clients (for example, in terms of complexity/risk) and the existence of any conflicts of interest with clients (such as in the case of self-placement), as well as their business model. Some firms could, for example, consider the possibility of not allowing clients to operate if they fall within the negative target market, while letting other clients transact on a financial product that is in the 'grey' area, i.e. between the positive and negative target markets".

A fentiek alapján amennyiben egy ügyfél kifejezett kérésére a pozitív célpiacon kívüli értékesítésre kerülne sor, akkor a forgalmazó - minden egyéb vonatkozó jogi követelmény teljesítése mellett - dönthet az adott pénzügyi termék ügyfél részére való értékesítése mellett, feltéve, hogy egyértelműen dokumentálja az eltérés okait, szükség esetén az alkalmassági nyilatkozatban is. Az ESMA Guideline értelmében a forgalmazó dönthet úgy is, hogy a negatív célpiacba eső termékeket nem értékesíti az ügyfelek részére, és csak az ún. szürke zónába, vagyis a pozitív és a negatív célpiac közötti tartományba eső termékek értékesítését engedélyezi az ügyfelek számára.