



European Securities and
Markets Authority

Gairės

dėl tam tikrų FPRD II priimtimumo ir tik pavedimų vykdymo reikalavimų
aspektų



Turinys

I. Taikymo sritis	3
II. Nuorodos į teisės aktus ir sąvokų apibrėžtys	4
III. Tikslas	5
IV. Pareiga laikytis gairių ir apie tai pranešti	5
V. Gairės dėl tam tikrų FPRD II priimtumo ir tik pavedimų vykdymo reikalavimų aspektų .	6

I. Taikymo sritis

Kam taikomos šios gairės?

1. Šios gairės taikomos:
 - a. kompetentingoms institucijoms ir
 - b. įmonėms.

Koks šių gairių taikymo pagrindas?

2. Šios gairės taikomos atsižvelgiant į FPRD II 25 straipsnio 3 ir 4 dalis ir Deleguotojo reglamento 55–57 straipsnius. Šios gairės taip pat taikomos atsižvelgiant į FPRD II 16 straipsnio 2, 5–7 dalyse ir Deleguotojo reglamento 21, 72 ir 76 straipsniuose nustatytus organizacinius reikalavimus, taip pat atsižvelgiant į FPRD II 24 straipsnio 1, 4 ir 5 dalis ir 25 straipsnio 1, 5 ir 6 dalis tiek, kiek jos susijusios su priimtino vertinimu.

Nuo kada taikomos šios gairės?

3. Šios gairės taikomos praėjus šešiesiems mėnesiams nuo jų paskelbimo ESMA svetainėje visomis oficialiosiomis ES kalbomis.

II. Nuorodos į teisės aktus ir sąvokų apibrėžtys

Nuorodos į teisės aktus

<i>ESMA reglamentas</i>	2010 m. lapkričio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1095/2010, kuriuo įsteigiama Europos priežiūros institucija (Europos vertybinių popierių ir rinkų institucija) ir iš dalies keičiamas Sprendimas Nr. 716/2009/EB bei panaikinamas Komisijos sprendimas 2009/77/EB ¹
<i>FPRD II</i>	2014 m. gegužės 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2014/65/ES dėl finansinių priemonių rinkų, kuria iš dalies keičiamos Direktyva 2002/92/EB ir Direktyva 2011/61/ES ²
<i>Deleguotasis reglamentas</i>	2016 m. balandžio 25 d. Komisijos deleguotasis reglamentas (ES) 2017/565, kuriuo Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2014/65/ES papildoma nuostatomis dėl investicinių įmonių organizacinių reikalavimų bei veiklos sąlygų ir toje direktyvoje apibrėžtų terminų ³

Terminų apibrėžtys

<i>Investicinis produktas</i>	tai finansinė priemonė (kaip tai suprantama pagal FPRD II 4 straipsnio 1 dalies 15 punktą) arba struktūrizuotas indėlis (kaip tai suprantama pagal FPRD II 4 straipsnio 1 dalies 43 punktą).
<i>Įmonės</i>	investicinės įmonės (kaip apibrėžta FPRD II 4 straipsnio 1 dalies 1 punkte) ir kredito įstaigos (kaip apibrėžta FPRD II 4 straipsnio 1 dalies 27 punkte), teikiančios paslaugas, dėl kurių neteikiamos konsultacijos, ir išorės alternatyvaus investavimo fondų valdytojai (kaip apibrėžta AIFVD ⁴ 5 straipsnio 1 dalies a punkte), teikiantys nepagrindines paslaugas, nurodytas AIFVD 6 straipsnio 4 dalies b punkto iii papunktyje).

¹ OL L 331, 2010 12 15, p. 84.

² OL L 173, 2014 6 12, p. 349.

³ OL L 87, 2017 3 31, p. 1.

⁴ 2011 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2011/61/ES dėl alternatyvaus investavimo fondų valdytojų, kuria iš dalies keičiami direktyvos 2003/41/EB ir 2009/65/EB bei reglamentai (EB) Nr. 1060/2009 ir (ES) Nr. 1095/2010 (OL L 174, 2011 7 1, p. 1).

Paslaugos, dėl kurių neteikiamos konsultacijos i) investicinės paslaugos (kaip apibrėžta FPRD II 4 straipsnio 1 dalies 2 punkte), išskyrus konsultacijas dėl investavimo ir portfelio valdymą, ir ii) struktūrizuotų indėlių pardavimą.

III. Tikslas

4. Šių gairių pagrindas – ESMA reglamento 16 straipsnio 1 dalis. Šių gairių paskirtis – paaiškinti tam tikrų FPRD II priimtumo ir tik pavedimų vykdymo reikalavimų aspektų taikymą siekiant užtikrinti bendrą, vienodą ir nuoseklų atitinkamai FPRD II 25 straipsnio 3 dalies ir Deleguotojo reglamento 55 ir 56 straipsnių, taip pat FPRD II 25 straipsnio 4 dalies ir Deleguotojo reglamento 57 straipsnio taikymą.
5. ESMA tikisi, kad šiomis gairėmis pavyks paskatinti didesnę konvergenciją FPRD II priimtumo ir tik pavedimų vykdymo reikalavimų taikymo ir jų priežiūros metodų srityje, atkreipiant dėmesį į daugybę svarbių klausimų, kartu padidinant galiojančių standartų reikšmę. Padėdama užtikrinti, kad įmonės laikytųsi reguliavimo standartų, ESMA tikisi, kad kartu pavyks sustiprinti investuotojų apsaugą.

IV. Pareiga laikytis gairių ir apie tai pranešti

Gairių statusas

6. Pagal ESMA reglamento 16 straipsnio 3 dalį kompetentingos institucijos ir finansų rinkos dalyviai privalo dėti visas pastangas, siekdami laikytis šių gairių.
7. Kompetentingos institucijos, kurioms taikomos šios gairės, turėtų jų laikytis deramai įtraukdamos jas į savo nacionalinės teisės ir (arba) priežiūros sistemas, įskaitant atvejus, kai konkrečios gairės visų pirma skirtos finansų rinkų dalyviams. Šiuo atveju vykdydamos priežiūrą kompetentingos institucijos turėtų užtikrinti, kad įmonės laikytųsi gairių.

Pranešimo reikalavimai

8. Per du mėnesius nuo gairių visomis oficialiosiomis ES kalbomis paskelbimo ESMA interneto svetainėje dienos kompetentingos institucijos, kurioms taikomos šios gairės, privalo pranešti ESMA, ar jos i) laikosi, ii) nesilaiko, bet ketina laikytis arba iii) nesilaiko ir neketina laikytis gairių.
9. Be to, nesilaikymo atveju kompetentingos institucijos privalo per du mėnesius nuo gairių paskelbimo ESMA interneto svetainėje dienos visomis oficialiosiomis ES kalbomis pranešti, dėl kokių priežasčių jų nesilaiko.
10. Pranešimo šabloną galima rasti ESMA svetainėje. Užpildytas šablonas turi būti perduotas ESMA.

11. Įmonės neprivalo ESMA pranešti, ar jos laikosi šių gairių.

V. Gairės dėl tam tikrų FPRD II priimtimumo ir tik pavedimų vykdymo reikalavimų aspektų

KLIENTŲ INFORMAVIMAS APIE PRIIMTINUMO VERTINIMO TIKSLĄ IR TIK PAVEDIMŲ VYKDYMĄ

(FPRD II 24 straipsnio 1, 4 ir 5 dalys ir 25 straipsnio 3 ir 4 dalys)

1 gairė

12. Įmonės, pakankamai iš anksto prieš suteikdamos paslaugas, dėl kurių neteikiamos konsultacijos, turėtų aiškiai ir suprantama kalba informuoti savo klientus apie priimtimumo vertinimą ir jo tikslą, sudaryti sąlygas įmonei veikti geriausiai kliento interesais.
13. ESMA mano, kad šiuo atveju reikėtų:
- aiškiai paaiškinti, kad būtent įmonė privalo atlikti vertinimą, kad klientai suprastų priežastį, kodėl įmonė prašo pateikti tam tikrą informaciją ir kodėl svarbu, kad tokia pateikiama informacija būtų naujausia, tiksli ir išsami;
 - priminti, kad klientas yra suinteresuotas pateikti tikslus ir išsamius atsakymus į įmonės užduotus klausimus, susijusius su priimtimumo vertinimu;
 - pateikti informaciją apie atvejus, kai vertinimas nebus atliekamas (t. y. kai klientas nepateikia prašomos informacijos arba pateiktos informacijos nepakanka priimtimumo vertinimui atlikti, arba kai paslaugos teikiamos taikant tik pavedimų vykdymo išimtį⁵), ir to pasekmes. Tačiau ši informacija neturėtų sudaryti įspūdžio, kad klientas pagal nutylėjimą galėtų nepateikti informacijos apie save⁶;
 - glaustai paaiškinti investicinių paslaugų, dėl kurių teikiamos konsultacijos, ir investicinių paslaugų, dėl kurių neteikiamos konsultacijos, pagrindinius skirtumus, atsižvelgiant į taikomus reikalavimus, siekiant išvengti bet kokios painiavos tarp šių paslaugų.
14. Palaikydamos santykius su klientu, įmonės prieš suteikdamos paslaugą, dėl kurių neteikiamos konsultacijos. Tokiu atveju ši informacija turėtų būti pateikta prieš pirmą kartą suteikiant paslaugą, dėl kurios neteikiamos konsultacijos, o 13 dalies pirmose

⁵ Investicinės paslaugos, kurias sudaro tik kliento pavedimų, susijusių su FPRD II apibrėžtais nesudėtingais investiciniais produktais, vykdymu arba priėmimu ir perdavimu.

⁶ Taip pat žr. 28 punktą.

dviejose pastraipose nurodytą informaciją - visais atvejais, kai kliento prašoma atnaujinti informaciją apie jo žinių ir patirties lygį.

15. Įmonės turi teisę pačios nuspręsti, kaip informuoti savo klientus apie priimtino vertinimą. Tačiau klientų informavimo formatas turėtų būti toks, kad įmonės galėtų išsaugoti įrašus, susijusius su pateikta informacija⁷.
16. Įmonės turėtų vengti teigti arba sudaryti įspūdį, kad klientas pats gali priimti sprendimą dėl investicinės paslaugos arba produkto priimtino, arba klientas pats gali nustatyti, kuri paslauga arba produktas atitinka jo žinias ir patirtį. Įmonės iš viso neturėtų teikti klientams jokių klaidinančių teiginių, susijusių su įmonės pareiga atlikti priimtino vertinimą.
17. Be to, kad visa klientams pateikiama informacija turi atitikti nustatytus reikalavimus (įskaitant pareigą pateikti informaciją patvariojoje laikmenoje), įmonės taip pat turėtų atsakingai įvertinti, ar jų raštu atskleidžiama informacija yra parengta taip, kad būtų veiksminga (pvz., atskleidžiama informacija yra tiesiogiai prieinama klientams ir nėra paslėpta arba nesuprantama). Įmonės, kurios teikia internetines paslaugas, visų pirma gali:
 - pabrėžti svarbią informaciją (pvz., pasitelkiant išdėstymo funkcijas, kaip antai iškylančiuosius intarpus);
 - įvertinti, ar prie tam tikros informacijos turėtų būti pateikiamas interaktyvus tekstas (pvz., pasitelkiant išdėstymo funkcijas, kaip antai įrankių naudojimo patarimus) arba kitas priemones siekiant, kad papildomos informacijos ieškantiems klientams ji būtų pateikiama (pvz., tvarkant DUK skirsni).

PAŽINKITE SAVO KLIENTĄ IR SAVO PRODUKTĄ

Priemonės, reikalingos suprasti klientus

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis ir 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 55 straipsnis)

2 gairė

18. **Įmonės politika ir procedūros turėtų sudaryti sąlygas įmonėms surinkti visą informaciją, būtiną konkrečių siūlomų arba prašomų produktų tipų priimtino vertinimui atlikti⁸.**
19. Įmonės turėtų nustatyti, įgyvendinti ir palaikyti tinkamą politiką ir procedūras (įskaitant tinkamas priemones), kad klientas arba potencialus klientas pateiktų informaciją apie jo žinias ir patirtį investavimo srityje, kuri yra susijusi su konkrečiau tipo siūloma arba

⁷ Kartu atsižvelgiant į 11 gairę.

⁸ Kartu atsižvelgiant į 3 gairę.

prašoma investicine paslauga arba produktu ir įskaitant, kai taikoma, , Deleguotojo reglamento 55 straipsnio 1 dalyje išvardytą informaciją.

20. Šiuo tikslu įmonės politika ir procedūromis turėtų būti užtikrinama, kad įmonės nevengtų prašyti pateikti informaciją arba kuriuo nors kitu būdu neskatintų klientų ar potencialių klientų nepateikti informacijos apie jų žinias ir patirtį.
21. Įmonės privalo nustatyti priemones, skirtas paprašyti kliento pateikti informaciją apie jo žinias ir patirtį. Priimtino vertinimui jos galėtų naudoti klientų pildomus klausimynus (taip pat skaitmeniniu formatu) arba diskusijų su klientais metu surinktą informaciją. Tokiais atvejais įmonės turėtų užtikrinti, kad jų klientams užduodami klausimai būtų pakankamai konkretūs ir kad klientai juos suprastų teisingai, ir kad bet kuris kitas metodas informacijai rinkti, pvz., esamų klientų sandorių duomenų apie tam tikrų tipų produktus naudojimas siekiant įvertinti jų patirtį, yra sukurtas siekiant gauti būtiną informaciją apie kliento žinių ir patirties lygį. Tai ypač svarbu tais atvejais, kai įmonės informaciją renka internetiniu kanalu, nedalyvaujant žmogui.
22. Kurdamos klausimynus, skirtus surinkti informaciją apie savo klientus ir atlikti priimtino vertinimą, įmonės turėtų žinoti ir įvertinti pagrindines priežastis, dėl kurių investuotojams gali nepavykti teisingai atsakyti į klausimus. Visų pirma:
 - reikėtų atkreipti dėmesį į klausimyno aiškumą, išsamumą ir suprantamumą, vengti klaidinančių, painių, netikslių ir pernelyg techninių formuluočių (pvz., santrumpų);
 - įmonės turėtų atidžiai įvertinti klausimyno išdėstymą ir formatą, vengiant nukreipti investuotoją pasirinkti tam tikrą atsakymą (pvz., šriftas, eilučių intervalas ir pan.);
 - reikėtų vengti rinkti įvairaus pobūdžio informaciją užduodant vieną klausimą;
 - siekdamos efektyviai surinkti informaciją įmonės turėtų įdėmiai įvertinti klausimų uždavimo tvarką;
 - siekiant užkirsti kelią tam, kad klientas nespėliotų ir nepateiktų nepatikimos informacijos, klientas turėtų turėti galimybę atsakyti, kad jis nežino, kaip atsakyti į klausimą.
23. Įmonės turėtų turėti procedūras ir mechanizmus, kuriais ribotų reikalavimų apėjimo riziką ir užtikrintų, kad surinkta informacija tinkamai atsispindėtų kliento žinių ir patirties lygį. Pavyzdžiui, įmonės galėtų: įvertinti galimybę nustatyti, kiek kartų per tam tikrą laiko tarpą klientai galėtų užpildyti klausimyną (-us), dirbti su skirtingais klausimynų rinkiniais, kai klientas prašo iš naujo užpildyti klausimyną ir (arba) nustatyti pertraukos terminą iš naujo užpildyti klausimyną. Jei nustatomos tokios priemonės, klientui vis tiek galėtų būti leidžiama toliau atlikti sandorį, jeigu dėl sandorių, apie kuriuos klientas neturi pakankamai žinių ir patirties, pateikiamas įspėjimas⁹. Įmonės taip pat galėtų taikyti kitas

⁹ Žr. 9 gairę.

kontrolės priemonės, siekdamas užtikrinti, kad klientas negalėtų keletą kartų pildyti klausimyno, kad išsiaiškintų, kokius atsakymus reikia pateikti pageidaujama rezultatui gauti.

24. Kadangi įmonė yra atsakinga už tai, kad iš klientų būtų surinkta atitinkama informacija, įmonės turėtų imtis visų pagrįstų priemonių, kad pakankamai įvertintų savo klientų supratimą apie pagrindines savybes ir riziką, susijusią su konkrečių tipų įmonės siūlomais investiciniais produktais, arba bent jau produktų tipais, kuriais klientas domisi. Tai apima investicijų rizikos ir gražos santykio supratimą, pvz., naudojant klausimynus, kuriuose galima pasirinkti kelis atsakymo variantus, siekiant įvertinti realias kliento žinias apie konkrečių tipų investicinius produktus.
25. Vertindamos kliento žinias, įmonės visų pirma turėtų sukurti mechanizmus, kuriais užtikrintų, kad klientų nebūtų prašoma savęs vertinimą. Norint teisingai įvertinti kliento žinias ypač svarbu yra pašalinti riziką, susijusią su tuo, kad klientai gali būti linkę pervertinti savo žinias, ir užtikrinti kliento pateiktų atsakymų nuoseklumą¹⁰, labai svarbu teisingai įvertinti kliento žinias. Įmonės visų pirma turėtų vengti klausimų, į kuriuos atsakoma „taip“ arba „ne“ ir (arba) savęs vertinimo klausimų su žymimuoju langeliu, kai klientų klausiama, ar jis turi pakankamai žinių apie konkrečių tipų investicinių produktų ypatumus ir riziką (pvz., įmonės turėtų vengti pateikti investicinių produktų sąrašą klientui ir prašyti jį nurodyti produktus, kuriuos jis supranta). Savęs vertinimą turėtų atsverti papildomi objektyvūs kriterijai. Pavyzdžiui:
 - užuot paklaususi, ar klientas supranta konkrečių tipų investicinių produktų rizikos ir gražos santykio sąvoką, įmonė, pvz., turėtų užduoti klientams klausimų dėl kai kurių praktinių pavyzdžių, susijusių su realiomis situacijomis, pvz., pateikdama įtikinamomis prielaidomis pagrįstus grafikus arba teigiamų ir neigiamų scenarijų pavyzdžius;
 - užuot paklaususi, ar klientas turi pakankamai žinių apie pagrindinius konkrečių tipų investicinių produktų ypatumus ir riziką, įmonė, pvz., turėtų užduoti klausimus, kuriais siekiama įvertinti realias kliento žinias apie konkrečių tipų investicinių produktus, pvz., užduodama klientui klausimus, atsakydamas į kuriuose klientas iš kelių atsakymo variantų turėtų pasirinkti teisingą atsakymą.
26. Vertindama kliento patirtį, įmonė taip pat turėtų vengti pernelyg plačių klausimų, į kuriuos atsakoma „taip“ arba „ne“, ir (arba) vengti klausimų, į kuriuos atsakant pažymimas langelis. Užuot paklaususi kliento, ar jis jaučiasi pakankamai patyręs investuoti į tam tikrus produktus, įmonė turėtų, pvz., jo paklausti, su kokių konkrečių tipų investiciniais produktais klientas yra susipažinęs ir kokia yra jo naujausia patirtis ir dažnumas jais prekiaujant.

¹⁰ Žr. 4 gairę.

27. Jei teikiamos internetinės paslaugos, įmonės savo klausimynus turėtų sukurti atsižvelgdamos į šiuos veiksnius:
- ar klausimai yra pakankamai aiškūs ir (arba) ar klausimynas sudarytas taip, kad prireikus klientams būtų pateikiami papildomi paaiškinimai arba pavyzdžiai (pvz., naudojant tam tikras išdėstymo funkcijas, kaip antai įrankių naudojimo patarimus arba iškylančiuosius intarpus);
 - ar klientams atsakant į internetinį klausimyną užtikrinamas tam tikras žmogaus dalyvavimas / pagalba (įskaitant nuotolinį bendravimą e. paštu arba mobiliuoju telefonu);
 - ar imamasi veiksmų siekiant išspręsti su klientų atsakymų nenuoseklumu susijusias problemas (pvz., į klausimyną įtraukiant išdėstymo funkcijas, kuriomis siekiama atkreipti klientų dėmesį į galimą vidinį jų atsakymų nenuoseklumą ir pasiūlyti jiems peržiūrėti tokius atsakymus, arba įdiegiant sistemas, kuriose automatiškai pažymima akivaizdžiai nenuosekli kliento pateikta informacija, kad įmonė ją peržiūrėtų arba imtųsi dėl jos tolesnių veiksmų).
28. Įmonės neturėtų pateikti klientui įspėjimo, kad jos negali nustatyti, ar numatyta investicinė paslauga arba produktas yra priimtinas klientui, iš anksto nepaprašiusios kliento pateikti informacijos apie jo žinias ir patirtį. Įmonės taip pat neturėtų akcentuoti klientui, kad jis gali naudotis paslaugomis įmonei neatlikus įvertinimo. Toks įspėjimas turėtų būti pateikiamas tik tuo atveju, kai priimtino vertinimo negalima atlikti, nes klientas neatsakė į visus arba dalį klausimų¹¹.
29. Jeigu įmonės iš anksto parengia atsakymus, remdamosi kliento sandorių, sudarytų su ta įmone, istorija (pvz., teikiant kitą investicinę paslaugą), jos turėtų užtikrinti, kad būtų naudojama tik visiškai objektyvi, tinkama ir patikima informacija ir kad klientui būtų suteikta galimybė peržiūrėti ir prireikus ištaisyti ir (arba) papildyti kiekvieną įmonės iš anksto parengtų atsakymų siekiant užtikrinti bet kokios iš anksto užpildytos informacijos tikslumą. Įmonės taip pat neturėtų spėlioti kliento patirties, remdamosi prielaidomis.
30. Įmonės, atlikdamos priimtino vertinimą, turėtų atsižvelgti tik į informaciją apie kliento žinias ir patirtį. Įmonės turėtų stengtis klientams nesudaryti įspūdžio, kad atliekant priimtino vertinimą atsižvelgiama į visą renkama informaciją (išskyrus informaciją, susijusią su kliento žiniomis ir patirtimi), taip pat ir informaciją apie kliento finansinę padėtį ir investavimo tikslus, kuri gali būti renkama kitais tikslais (pvz., produktų valdymo arba tam pačiam klientui teikiant paslaugas, dėl kurių yra teikiamos konsultacijos).

¹¹ Kartu atsižvelgiant į 9 gairę.

Informacijos, kurią reikėtų rinkti iš klientų, apimtis (proporcingumas)**(FPRD II 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 55 straipsnis)***3 gairė*

31. **Nustatydamas prašomas pateikti informacijos apie kliento arba potencialaus kliento žinias ir patirtį apimtį, įmonės turėtų atsižvelgti į numatomų teikti investicinių produktų ar paslaugų tipą ir ypatumus (t. y. investicinių produktų ir paslaugų sudėtingumo ir rizikos lygį) ir kliento pobūdį.**
32. Pagal FPRD II 25 straipsnio 3 dalį, prieš suteikdama paslaugas, dėl kurių neteikiamos konsultacijos ir dėl kurių reikalaujama atlikti priimtino vertinimą, įmonės turi paprašyti kliento arba potencialaus kliento pateikti informaciją apie jo žinias ir patirtį investavimo srityje, susijusias su konkrečia siūloma arba prašoma investicine paslauga ar produktu, kad galėtų įvertinti, ar numatyta investavimo paslauga arba produktas yra priimtini klientui.
33. Įmonės turėtų užtikrinti, kad prašant pateikti informaciją, būtų atsižvelgiama į nagrinėtinų investicinių produktų ar paslaugų sudėtingumą ir riziką (t. y. investicinių produktų ir paslaugų sudėtingumo ir rizikos lygį) ir kliento pobūdį.
34. Visų pirma, siekdamas užtikrinti gebėjimą atlikti priimtino vertinimą pagal vienodus standartus, nepaisant nagrinėtino investicinio produkto ar paslaugos; suteikdamos prieigą prie sudėtingesnių ar rizikingesnių investicinių produktų, įmonės turėtų atidžiai įvertinti, ar jos privalo prašyti pateikti išsamesnę informaciją apie klientų žinias ir patirtį, lyginant su informacija, kurios būtų prašoma teikiant ne tokius sudėtingus ar rizikingus investicinius produktus. Tai turėtų leisti įmonėms, remiantis pateiktais atsakymais, įvertinti kliento gebėjimą suprasti su šiais instrumentais susijusią riziką. Dėl labai sudėtingų arba rizikingų investicinių produktų (pvz., išvestinių finansinių priemonių arba produktų su svertu) įmonės, remdamosi pateiktais atsakymais, turėtų atlikti patikimą kliento žinių ir patirties vertinimą, įskaitant, pvz., jo gebėjimą suprasti mechanizmus, dėl kurių investicinis produktas yra „sudėtingesnis arba rizikingesnis“, taip pat įvertinti, ar klientas jau prekiaavo tokiais produktais, prekybos jais trukmę ir pan.
35. Priklausomai nuo siūlomų investicinių produktų sudėtingumo lygio įmonė turėtų įvertinti kliento žinias ir patirtį išsamiau nei atsižvelgdama tik į produkto tipą (pvz., subordinuotoji paskola, o ne obligacijos apskritai).
36. Kai įmonės ketina teikti paslaugas, dėl kurių neteikiamos konsultacijos, ir kurioms būdingos konkrečios savybės, prieš suteikdamos tokią paslaugą, jos taip pat turėtų atlikti priimtino vertinimą, susijusį su šiomis konkrečiomis savybėmis. Tai, pvz., būtų svarbu, kai numatoma teikti paslaugų arba produktų paketą, dėl kurio įmonė, kaip to reikalaujama pagal FPRD II 25 straipsnio 3 dalį, privalo išnagrinėti viso paketo priimtinumą. Pavyzdžiui, jeigu įmonė ketina teikti pavedimų vykdymo paslaugas ir papildomą paskolų teikimo paslaugą, sudarančią sąlygas klientui įvykdyti sandorį, šis paslaugų paketas bus susijęs su kitokia rizika, palyginti su atskirų paketo paslaugų keliama rizika. Siekiant

atsižvelgti į šiuos skirtumus, atliekant priimtino vertinimą, vertinti reikėtų ne tik numatytus investicinius produktus, bet ir papildomą paskolų teikimo paslaugą, taip pat riziką dėl abiejų šių paslaugų junginio. Kitas pavyzdys – įmonė, kuri sudaro sąlygas atidaryti trumpąją poziciją parduodant investicinį produktą. Šiuo atveju įmonė turėtų konkrečiai įvertinti, ar klientas turi būtinų žinių ir patirties, kad suprastų su trumposiomis pozicijomis susijusią riziką.

37. Primintina, kad pagal Deleguotojo reglamento 56 straipsnio 1 dalies antrą pastraipą įmonei suteikiama teisė daryti prielaidą, kad profesionalus klientas turi būtiną patirtį ir žinių, reikalingų rizikai, susijusiai su tomis konkrečiomis investicinėmis paslaugomis arba sandoriais, arba sandorio ar investicinio produkto tipams, dėl kurių klientas yra priskirtas profesionalių klientų kategorijai, suprasti.

Informacijos apie klientą patikimumas

(FPRD II 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 55 straipsnio 3 dalis)

4 gairė

38. **Įmonės turėtų imtis pagrįstų veiksmų ir nustatyti tinkamas priemones siekdamas užtikrinti, kad klientų pateikta informacija būtų patikima ir nuosekli, nepagrįstai nesiremiamas klientų savarankišku vertinimu.**
39. Jei surinkta informacija yra nepakankamai patikima ir nuosekli, tai reikėtų, kad buvo gauta nepakankamai informacijos priimtino vertinimui atlikti ir įmonės turi įspėti klientą pagal FPRD II 25 straipsnio 3 dalies trečią pastraipą.
40. Įmonės turėtų imtis pagrįstų žingsnių, kad patikrintų apie klientus surinktos informacijos patikimumą, tikslumą ir nuoseklumą, o ne tik kliautis tuo, kad iš klientų tikimasi gauti teisingą, naujausią ir išsamią informaciją, kuri yra būtina priimtino vertinimui atlikti. Tokie žingsniai galėtų, pvz., apimti prašymą, kad klientas pateiktų papildomą paaiškinimą, kai iš surinktos informacijos apie jo žinias ir patirtį matyti, kad jis turi daugiau žinių apie sudėtingas obligacijas, o ne paprastas obligacijas.
41. Įmonės politika ir procedūromis turėtų būti siekiama įvertinti priemonių, naudojamų informacijai apie klientų arba potencialių klientų žinias ir patirtį surinkti, kokybę ir efektyvumą. Jeigu įmonės pasitelkia įrankius, kuriuos priimtino vertinimo metu naudoja klientai (pvz., internetinius klausimynus arba programinę įrangą, kurią naudojant įvertinama, ar investicinis produktas yra priimtinas, arba ar vietoje to reikėtų klientą įspėti, t. y. „profilio sudarymo programinę įrangą“), jos turėtų užtikrinti, kad būtų nustatytos tinkamos sistemos ir kontrolės priemonės siekiant įsitikinti, kad tie įrankiai yra tinkami ir kad jų naudojimo rezultatai yra pakankami. Įmonės turėtų nustatyti klausimynuose klientų pateiktų atsakymų nuoseklumo kontrolės priemones, kurios atkreiptų dėmesį į prieštaravimus tarp skirtingos surinktos informacijos.
42. Siekdamas užtikrinti informacijos apie klientus nuoseklumą įmonės turėtų įvertinti surinktos informacijos visumą. Įmonės turėtų atkreipti dėmesį į bet kokius svarbius

įvairios surinktos informacijos prieštaravimus, kad ištaisytų visus susijusius galimus neatitikimus arba netikslumus. Įmonės turėtų užtikrinti, kad renkamos informacijos apie jų klientus vertinimas būtų atliekamas nuosekliai, nepriklausomai nuo naudojamų informacijos rinkimo priemonių.

Rėmimasis naujausia informacija apie klientą

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis ir 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 55 straipsnio 3 dalis)

5 gairė

43. **Kai įmonės remiasi anksčiau surinkta informacija apie klientų žinias ir patirtį, jos turėtų nustatyti procedūras, kuriomis apibrėžiamas tokios informacijos atnaujinimo dažnumas, siekiant užtikrinti, kad priimtino vertinimui skirta informacija būtų nauja, tiksli ir išsami.**
44. Įmonės, atlikdamos priimtino vertinimą, galėtų surinkti informaciją apie kliento žinias ir patirtį kiekvieną kartą prieš pasiūlydamos investicinį produktą arba tuo atveju, kai jo prašoma (vienkartinių sandorių atveju), arba remtis anksčiau surinkta informacija, jeigu ji yra atnaujinta.
45. ESMA pripažįsta, kad informacijos atnaujinimo klausimas, atsižvelgiant į priimtino vertinimą, yra kitokio pobūdžio, palyginti su tinkamumo vertinimu, nes informacija apie kliento žinias ir patirtį bus mažiau kintanti, palyginti su kitais tinkamumo vertinimo elementais, o žinių ir patirties ilgainiui paprastai daugėja. Todėl pagal priimtino režimą informacija apie klientus gali būti atnaujinama rečiau nei pagal tinkamumo režimą. Įmonės turėtų parengti politiką, kad reguliariau įvertintų klientų, kurie laikomi labiau pažeidžiamais, grupių žinias ir patirtį.
46. Priimtino vertinimas turėtų būti atliktas remiantis patikima informacija apie kliento žinias ir patirtį. Įmonės turėtų įgyvendinti procedūras, kuriomis siekiama turėti naujausią informaciją apie kliento žinias ir patirtį, kai tik pasiūlomas produktas arba jo reikalaujama, pvz., prašydama klientų, su kuriais įmonė palaiko nuolatinis santykius, reguliariai informuoti įmonę apie bet kokius iš pradžių pateiktos informacijos pasikeitimus arba atnaujinimą. Įmonės taip pat turėtų nustatyti tinkamas procedūras, skirtas išspręsti situacijas, kai klientas neatsiliepia į jų prašymą informuoti apie iš pradžių pateiktos informacijos pasikeitimus arba atnaujinimą.
47. Informaciją galima atnaujinti, pvz., siunčiant klientams klausimynus arba pateikiant jiems įmonės turimą informaciją apie klientą ir prašant patvirtinti, kad ji yra tiksli, išsami ir naujausia. Jeigu tokia klausimyne įmonės naudoja iš anksto pateiktus atsakymus, pagrįstus kliento sandorių su ta įmone istorija, įmonės turėtų užtikrinti, kad iš anksto pateikiant šiuos atsakymus būtų naudojama tik visiškai objektyvi, susijusi ir patikima informacija ir kad klientui būtų suteikta galimybė peržiūrėti ir prireikus ištaisyti kiekvieną iš anksto pateiktą atsakymą ir jį papildyti. Atitinkami veiksmai po informacijos atnaujinimo

galėtų būti kliento rizikos žinių ir patirties lygio pakeitimas, padarytas remiantis naujausia gauta informacija.

48. Siekdamas išvengti atvejų, kai remiamasi neišsamia, netikslią arba pasenusia informacija apie klientą, įmonės turėtų turėti imtis priemonių, užtikrinančių, kad sužinojusios apie svarbų pakeitimą, kuris galėtų turėti įtakos jo žinioms ir (arba) patirčiai, jos paprašytų kliento atnaujinti informaciją apie jo žinias ir (arba) patirtį, sužinojus apie svarbų pakeitimą, kuris galėtų turėti įtakos jo žinioms ir (arba) patirčiai.
49. Įmonės taip pat turėtų patvirtinti priemones, kuriomis mažinama rizika, susijusi su kliento skatinimu atnaujinti savo žinių ar patirties lygį, kad tam tikras investicinis produktas, kuris kitu atveju jam nebūtų priimtinas, atrodytų priimtinas iš tiesų nepakeičiant kliento žinių ir patirties lygiui. Gerosios praktikos šalinant tokio tipo riziką pavyzdys yra procedūrų patvirtinimas, pagal kurias prieš sudarant sandorius arba juos sudarius tikrinama, ar kliento profilis nėra atnaujinamas pernelyg dažnai arba praėjus tik nedaug laiko po paskutinio atnaujinimo. Taigi apie tokias situacijas turėtų būti perspėjama arba pranešama atitinkamų kontrolės funkcijų vykdytojams. Ši politika ir procedūros yra ypač svarbios tais atvejais, kai kyla didesnė interesų konflikto rizika, pvz., savo išleistų finansinių priemonių platinimo atveju arba kai įmonė gauna skatinimo priemones už investicinio produkto platinimą. Dar vienas svarbus veiksnys, į kurį reikėtų atsižvelgti, yra bendravimo su klientu tipas (pvz., bendraujant asmeniškai arba atliekant automatinį vertinimą).

Kliento informavimas apie juridinius asmenis arba grupes

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis ir 25 straipsnio 3 dalis)

6 gairė

50. Įmonės turėtų parengti politiką, pagal kurią *ex ante* apibrėžiama, kaip atlikti priimtumo vertinimą tais atvejais, kai klientas yra juridinis asmuo arba dviejų ar daugiau fizinių asmenų grupė arba kai vienam ar daugiau fizinių asmenų atstovauja kitas fizinis asmuo. Tokią politiką reikėtų parengti pagal 6 gairę ir papildomas gaires, numatytas ESMA gairėse dėl tam tikrų FPRD II tinkamumo reikalavimų aspektų¹².
51. Tai, be kita ko, reiškia, kad pagal politiką reikėtų aiškiai atskirti atvejus, kai atstovas numatomas pagal taikytiną nacionalinę teisę, kaip, gali būti pvz., juridinių asmenų atveju, ir atvejus, kai atstovavimas nėra numatytas, ir sutelkti dėmesį į pastaruosius. Jeigu pagal politiką klientams leidžiama susitarti paskirti atstovą, jiems reikėtų aiškiai pranešti raštu apie poveikį, kurį tokie susitarimai gali turėti jų interesų apsaugai. Veiksmai, kurių įmonė imasi pagal savo politiką, turėtų būti tinkamai dokumentuojami *ex post* kontrolės atlikimo tikslais.

¹² ESMA gairės dėl tam tikrų FPRD II tinkamumo reikalavimų aspektų (nuoroda: ESMA35-43-1163).

52. Kai pagal taikomą nacionalinę teisę yra numatyta paskirti arba jis paskiriamas, informaciją apie žinias ir patirtį reikėtų surinkti iš to atstovo ir priimtino vertinimą reikėtų atlikti bendraujant su tuo atstovu.
53. Jeigu dviejų ar daugiau susijusių fizinių asmenų grupei sudėtinga nuspręsti, kurio asmens (-ų) žinias ir informaciją reikėtų vertinti, įmonė turėtų laikytis kuo apdairesnio požiūrio, atsižvelgdama į informaciją apie asmenį, kuris turi mažiausiai žinių ir patirties. Tokiais atvejais įmonės turėtų būti apdairios bent jau tais atvejais, kai įvairių grupės klientų žinių ir patirties lygiai labai skiriasi arba kai sandoris gali būti susijęs su investiciniais produktais turinčiais svertą ar neapibrėžtųjų įsipareigojimų sandoriais, dėl kurių kyla rizika patirti reikšmingus nuostolius, galinčius viršyti pirminę klientų grupės investicijos vertę, ir pasirinktas požiūris turėtų būti aiškiai dokumentuotas.
54. Kai įmonė nusprendžia prašyti pateikti informaciją, kad būtų įvertintas kiekvieno atskiro grupės kliento priimtumas, įmonės politikoje turėtų būti aiškiai nurodyta, kaip ji elgsis tais atvejais, kai tarp šių atskirų klientų žinių ir (arba) patirties yra didelių skirtumų. Šiuo atveju įmonė ir vėl turėtų laikytis kuo apdairesnio požiūrio atsižvelgdama į informaciją apie grupės klientus, kurie turi mažiausiai žinių ir patirties. Kita vertus, įmonės politikoje taip pat gali būti nustatyta, kad tokiais atvejais ji negalės įvertinti priimtumo. Atsižvelgiant į tai, reikėtų pažymėti, kad informacijos rinkimas apie visus grupės klientus ir vertinimo atlikimas remiantis vidutiniu visų klientų žinių ir patirties profiliu tikriausiai neatitiks FPRD II įtvirtinto pagrindinio principo veikti atsižvelgiant į geriausius klientų interesus.

Priemonės, būtinos išmanyti investicinius produktus

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis ir 25 straipsnio 3 dalis)

7 gairė

55. **Įmonės turėtų užtikrinti, kad yra įgyvendintos politika ir procedūros siekiant išmanyti investicinių produktų ypatumus, pobūdį ir savybes, kad galėtų įvertinti, ar tokie produktai yra priimtini jų klientams.**
56. Šiuo tikslu įmonės turėtų patvirtinti patikimas ir objektyvias procedūras ir priemones, kurios leistų joms tinkamai ir proporcingai įvertinti įvairius siūlomų arba prašomų investicinių produktų ypatumus ir susijusius rizikos veiksnius (pvz., kredito riziką, rinkos riziką, likvidumo riziką). Be kita ko, reikėtų atsižvelgti į įmonės analizę, kurią ji atliko vykdydama produktų valdymo pareigas¹³. Šiomis aplinkybėmis įmonės turėtų atidžiai įvertinti, kaip tam tikri investiciniai produktai galėtų funkcionuoti skirtingomis aplinkybėmis (pvz., konvertuojamos obligacijos, kurios gali virsti, pvz., akcijomis).
57. Ypač svarbu atsižvelgti į produktų „sudėtingumo“ lygį, kuris turėtų atitikti kliento žinių ir patirties informaciją. Nors sudėtingumas yra reliatyvi sąvoka, kuri priklauso nuo kelių

¹³ Visų pirma, pagal FPRD II reikalaujama, kad įmonės (kaip nustatyta 24 straipsnio 2 dalies antroje pastraipoje) turi „gerai išmanyti apie savo siūlomą ar rekomenduojamą finansinę priemonę“, kad galėtų įvykdyti savo pareigą užtikrinti siūlomų ar rekomenduojamų produktų ir atitinkamos tikslinės galutinių klientų rinkos suderinamumą.

veiksnių, įmonės be produktų priskyrimo sudėtingiems arba nesudėtingiems produktams, kaip to reikalaujama siekiant atskirti paslaugas, kurioms reikalingas priimtino vertinimas, ir nuo paslaugų, kurioms priimtino vertinimas nereikalingas, taip pat turėtų atsižvelgti į FPRD II nustatytus kriterijus ir principus tuo atveju, kai priimtino vertinimo tikslais apibrėžia ir tinkamai nustato sudėtingumo lygio, priskirtino investiciniams produktams, kategorijas.

58. Įmonės turėtų patvirtinti procedūras, kurias taikant būtų užtikrinama, kad informacija, naudojama siekiant teisingai klasifikuoti siūlomus investicinius produktus, būtų pakankamai patikima, tiksli, nuosekli ir aktuali. Šiose procedūrose reikėtų atsižvelgti į įvairius nagrinėjamų investicinių produktų ypatumus ir pobūdį. Be to, įmonės turėtų peržiūrėti naudojamą informaciją, kad galėtų įtraukti į ją visus svarbius pokyčius, kurie gali padaryti poveikį investicinio produkto klasifikacijai. Tai ypač svarbu atsižvelgiant į tolesnę finansų rinkų raidą ir didėjančią jos spartą.
59. Priimtino vertinimo tikslu skirstant į kategorijas investicinius produktus, įmonės turėtų užkrinti pakankamą išsamumo lygį, kad kartu būtų grupuojami tik pakankamai panašių ypatumų ir rizikos savybių investiciniai produktai, o klientų patirtis ir žinios būtų įvertintos remiantis tokiais ypatumais ir rizika. Įmonės turėtų apvarstyti įvairius pagrindinius skirstymo į kategorijas veiksnius (pvz., pasirenkamumo elementus (išvestinių finansinių priemonių arba produktų su įterptomis išvestinėmis finansinėmis priemonėmis atveju); finansinį svertą; tinkamumą išpirkti; subordinavimo sąlygas; galimybę stebėti pagrindinę finansinę priemonę (pvz., nežinomų arba neskaidrių indeksų naudojimas); pagrindinės sumos grąžinimo garantijos arba kapitalo apsaugos sąlygas; produkto likvidumą (t. y. galimybė prekiauti prekybos vietose, siūlomų ir prašomų kainų skirtumą, pardavimo apribojimus, išpirkimo mokesčius) ir investicinio produkto denominavimo valiuta).

KLIENTAMS PRIIMTINŲ PRODUKTŲ SIŪLYMAS

Priemonės, būtinos nuosekliam priimtino vertinimo užtikrinimui

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis ir 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 21 straipsnis ir 56 straipsnio 1 dalis)

8 gairė

60. Siekdamas įvertinti, ar numatyta investicinė paslauga arba produktas yra priimtinas klientui, įmonės turėtų nustatyti politiką ir procedūras ir užtikrinti, kad jose būtų nuosekliai atsižvelgiama į:

- visą gautą informaciją apie kliento žinias ir patirtį, būtiną įvertinti investicinio produkto priimtinumą;
- visus susijusius investicinio produkto, kurio priimtumas vertinamas, ypatumus ir riziką.

Įmonės turėtų nustatyti politiką ir procedūras, kurios sudarytų sąlygas joms pateikti aiškų ir neklaidinantį įspėjimą tuo atveju, jeigu jos mano, kad investicinė paslauga arba produktas nepriimtinas klientui arba potencialiam klientui.

61. Investicinio produkto, kai klientas atsisako investicijų, pardavimas neturėtų sukelti būtinybės įmonei atlikti priimtino vertinimą.

62. Įmonės, kurios, atlikdamos priimtino vertinimą, pasikliauja automatizuotomis priemonėmis, turėtų turėti tinkamas sistemas ir kontrolės priemones, kuriomis užtikrintų, kad priemonės atitiktų paskirtį ir duotų pakankamus rezultatus derinant kliento ir investicinio produkto savybes.

63. Šiuo požiūriu įrankius reikėtų kurti taip, kad juos taikant būtų atsižvelgiama į visus svarbius kiekvieno kliento arba investicinio produkto ypatumus. Pavyzdžiui, priemonės, kuriomis klientai (pagal jų žinių ir patirties lygį) arba investiciniai produktai klasifikuojami pernelyg plačiai, neatitiktų tikslo.

64. Įmonės turėtų aiškiai apibrėžti ir dokumentuoti taikomą metodiką, kuri buvo naudojama nustatant priimtino vertinimo rezultata. Jeigu įmonė naudoja apibrėžtą vertinimo balais sistemą, kad graduotų ir įvertintų priimtinumą, naudojama metodika, metrika ir formulės turėtų būti aiškios, vienareikšmės ir dokumentuojamos.

65. Priimtino vertinimo metu vertindama, ar klientas supranta konkrečių siūlomų ar prašomų investicinių produktų pagrindinius ypatumus ir riziką, įmonė turėtų išnagrinėti visą surinktą informaciją apie kliento žinias ir patirtį, kad iš esmės įvertintų jo supratimą apie investicinius produktus ir su numatytais sandoriais susijusią riziką.

66. Atitinkami darbuotojai turėtų turėti pakankamai ir vienareikšmių gairių, kad atliktų priimtino vertinimą, siekiant užtikrinti, kad jiems nebūtų suteikta netinkama diskrecija

atliekant šį vertinimą ir kad jie sugebėtų *ex post* pagrįsti savo sprendimą. Įmonės turėtų užtikrinti, kad priimtino vertinimui patvirtintos priemonės ir procedūros būtų sukurtos taip, kad kliento profilis neatitiktų tų investicinių produktų tipų, dėl kurių jo patirtis ir (arba) žinios nebuvo įvertintos, arba dėl kurių klientas neparodė pakankamo žinių ir (arba) patirties lygio, ir kad klientas atitinkamai būtų įspėtas.

67. Siekiant užtikrinti automatinėmis priemonėmis atlikto priimtino vertinimo nuoseklumą (net jeigu automatizuotose sistemose nevyksta sąveika su klientais), algoritmai, kuriais nustatomas siūlomų arba prašomų investicinių produktų priimtumas, turėtų būti tinkamai dokumentuojami ir nuolat stebimi bei išbandomi. Nustatydamos tokius algoritmus įmonės turėtų atsižvelgti į klientams siūlomų investicinių produktų pobūdį ir charakteristikas. Visų pirma, įmonės turėtų bent jau:

- rengti tinkamą sistemos projekcinę dokumentaciją, kurioje būtų aiškiai apibrėžiamas algoritmų tikslas, taikymo sritis ir struktūra. Tam tikrais atvejais tokiuose dokumentuose turėtų būti pateikiamos sprendimų priėmimo schemas arba taisyklės;
- turėti dokumentuotą testavimų strategiją, kurioje būtų paaiškinta algoritmų testavimo apimtis. Į ją reikėtų įtraukti testavimo planus, testavimų scenarijus, testavimo rezultatus, trūkumų šalinimo sprendimus (jei reikia) ir galutinius testavimo rezultatus;
- nustatyti tinkamą politiką ir procedūras, skirtas valdyti algoritmo pakeitimus, įskaitant tokių pakeitimų stebėseną ir dokumentavimą. Tai apima saugumo priemones, skirtas stebėti algoritmo naudojimą ir užkirsti kelią neleistinam naudojimui;
- peržiūrėti ir atnaujinti algoritmus, skirtus užtikrinti, kad į juos būtų įtraukti visi svarbūs pakeitimai (pvz., rinkos pokyčiai ir taikytinų įstatymų pakeitimai), kurie gali padaryti poveikį jų veiksmingumui;
- nustatyti politiką ir procedūras, leidžiančias nustatyti algoritmo klaidas ir tinkamai jas pašalinti, pvz., sustabdydamos paslaugų teikimą, jeigu dėl klaidos gali būti sudarytas netinkamas sandoris ir (arba) pažeistas taikytinas įstatymas ir (arba) reglamentas;
- turėti pakankamus išteklius, įskaitant žmogiškuosius ir techninius išteklius, tinkamai ir laiku peržiūrėti teikiamas paslaugas stebėti ir prižiūrėti algoritmų veiklos rezultatus, ir
- turėti tinkamą vidaus patvirtinimo procesą, leidžiantį užtikrinti, kad būtų įvykdyti pirmiau išdėstyti veiksmai.

Įspėjimų veiksmingumas

(FPRD II 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 56 straipsnio 2 dalis)

9 gairė

68. **Tam, kad įmonės įspėjimas klientams, kurie nepateikia arba pateikia nepakankamai informacijos apie savo žinias ar patirtį, arba jeigu įvertinus tokią informaciją matyti, kad siūlomas arba prašomas investicinis produktas nėra tinkamas klientui, būtų veiksmingas, jis turi būti matomas, aiškus ir neklaidinantis.**
69. Įmonės turėtų imtis pagrįstų priemonių siekdamos užtikrinti, kad jų klientams pateikti įspėjimai būtų tinkamai gauti ir suprasti kaip tokie. Šiuo tikslu įspėjimai turėtų būti matomi. Tai, pvz., būtų galima daryti naudojant kitokią įspėjimo žinutės spalvą, palyginti su kita pateikta informacija, arba, jeigu pavedimas pateikiamas telefonu, paaiškinant įspėjimą ir jo poveikį klientui, kartu atsakant į bet kokius kliento klausimus, siekiant užtikrinti, kad klientas tinkamai gautų ir suprastų įspėjimą.
70. Įmonių pateiktuose įspėjimuose turėtų būti aiškiai nurodyta kliento įspėjimo priežastis, t. y. kad klientas nepateikė jokios informacijos arba surinktos informacijos nepakanka ir kad dėl šios priežasties įmonė neturi galimybių nustatyti numatyto sandorio priimtumo arba kad iš kliento pateiktos informacijos vertinimo matyti, kad numatytas sandoris klientui nepriimtinas. Pavyzdžiui, reikėtų vengti dviprasmiškų žinučių, kuriose nurodoma, kad produktas yra priimtinas „baziniams/ vidutiniams/ ekspertams klientams“. Panašiai, įmonės turėtų vengti pateikti įspėjimus, kuriuose vartojama netiksliai kalba (pvz., pareiškiant, kad produktas arba paslauga klientui „gali būti nepriimtina“), nes vargu, ar tokia kalba padės klientui pakankamai suprasti su sandorio vykdymu susijusią riziką. Įmonės taip pat turėtų vengti pernelyg ilgų įspėjimų, kuriuose nustelbiama pagrindinė žinutė, kad klientas neturi ar neparodė turįs būtinų žinių ir patirties, susijusios su investicine paslauga arba produktu.
71. Įmonės neturėtų nuvertinti įspėjimų svarbos ir neturėtų skatinti kliento jų ignoruoti (pvz., pokalbių telefonu metu arba įspėjime vartojamą stilių).
72. Įmonės turėtų vengti įspėjimuose žinučių, kurios galėtų paskatinti klientą toliau vykdyti sandorį, pakartotinai atlikti priimtumo vertinimą arba paprašyti atnaujinti profilį į profesionalaus kliento. Pavyzdžiui, įmonės galėtų įgyvendinti procedūrą, kurios metu prieš tęsdamas sandorį klientas, turėtų patvirtinti, kad jis žino įspėjime pateiktą informaciją.
73. Jeigu klientui, kuris neturi reikiamų žinių ir patirties, pasiūlomos švietimo priemonės, internetiniai seminarai arba demonstracinės prekybos platformos, siekiant pagerinti jo žinias, įmonė paskui turėtų nustatyti, ar klientas turi būtinų žinių, susijusių su numatyta investicine paslauga arba produktu, atlikdamas kitą priimtumo vertinimą, kuriame daugiausia dėmesio skiriama jo žinių lygiui. Tokių švietimo priemonių struktūra neturėtų būti tokia, kad jomis būtų konkrečiai siekiama pagerinti kliento gebėjimą pateikti teisingus atsakymus į iš anksto parengtų klausimų rinkinį, nes taip gali būti apeinama įmonės pareiga įvertinti kliento žinias ir patirtį apie siūlomą arba prašomą investicinį produktą.
74. Jeigu įmonių politikoje ir procedūrose numatyta galimybė priimti savo klientų prašymus tęsti sandorį po įspėjimo, įmonės turėtų *ex post* įvertinti bendrą pateiktų įspėjimų

veiksmingumą, pvz., nustatydamos įspėjimų, po kurių sandoris buvo vykdomas, ir visų pateiktų įspėjimų skaičiaus santykį ir prireikus turėtų patikslinti savo atitinkamą politiką ir procedūras.

75. Be to, įmonės, laikydamosi gerosios patirties, galėtų parengti politiką ir procedūras, kuriose nustatomos bet kokios sąlygos ir kriterijai, kuriais remiantis kliento prašymą toliau vykdyti sandorį gavus įspėjimą būtų galima patenkinti arba atmesti. Pavyzdžiui, įmonė galėtų atsižvelgti į situacijas, kai esama padidėjusios interesų konflikto rizikos, nes įmonė parduoda savo investicinius produktus (arba tos pačios grupės subjektų išleistus investicinius produktus) arba aktyviai prekiauja investiciniais produktais iš įmonės asortimento. Kitas veiksnys, kurį būtų galima įvertinti, yra didelis siūlomų arba prašomų produktų sudėtingumo lygis arba rizika.

KITI SUSIJĘ REIKALAVIMAI

Įmonės darbuotojų kvalifikacija

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis ir 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 21 straipsnio 1 dalies d punktas)

10 gairė

76. **Darbuotojai, dalyvaujantys atliekant priimtino vertinimą, turėtų suprasti savo vaidmenį, atliekamą šiame vertinime, ir turėti pakankamą įgūdžių, žinių ir kompetencijos lygį, įskaitant pakankamas žinias apie atitinkamus reguliavimo reikalavimus ir procedūras, kad galėtų įvykdyti savo pareigas. Šiuo tikslu įmonės turėtų reguliariai mokyti savo darbuotojus.**
77. ESMA pabrėžia, kad darbuotojai teikiantys klientams informaciją apie investicinius produktus, investicines paslaugas arba papildomas paslaugas, privalo turėti būtinas žinias ir kompetenciją, kaip reikalaujama pagal FPRD II 25 straipsnio 1 dalį (kuri detalizuojama ESMA gairėse dėl žinių ir kompetencijos vertinimo¹⁴), taip pat priimtino vertinimo srityje.
78. Įmonės taip pat turėtų užtikrinti, kad kiti darbuotojai, kurie tiesiogiai nebendrauja su klientais, tačiau dalyvauja atliekant priimtino vertinimą bet kuriuo kitu būdu, vis tiek turėtų turėti būtinus įgūdžius, žinias ir kompetenciją, kurios reikalaujama atsižvelgiant į jų konkretų vaidmenį priimtino vertinimo procese. Tai, pvz., gali būti susiję su klausimynų rengimu, priimtino vertinimo valdymo algoritmų kūrimu arba kitais aspektais, kurie yra būtini atliekant priimtino vertinimą ir kontroliuojant priimtino reikalavimų įvykdymą.

¹⁴ ESMA Žinių ir kompetencijos vertinimo gairės (nuoroda: ESMA71-1154262120-153 LT (rev)).

79. Tais atvejais, kai yra naudojami automatiniai įrankiai (įskaitant hibridinius įrankius) įmonės turėtų užtikrinti, kad jų darbuotojai, dalyvaujantys su tokių įrankių kūrimu susijusioje veikloje:
- tinkamai suprastų technologiją ir algoritmus, naudojamus atliekant automatizuotą vertinimą (visų pirma darbuotojai turėtų suvokti pagrindimą, riziką ir taisykles, kuriomis grindžiami su automatizuotu vertinimu susiję algoritmai), ir
 - gebėtų suprasti ir peržiūrėti algoritmų generuojamas automatizuotą vertinimą.

Informacijos saugojimas

(FPRD II 16 straipsnio 6 ir 7 dalys, 25 straipsnio 5 ir 6 dalys ir Deleguotojo reglamento 56 straipsnio 2 dalis ir 72 ir 76 straipsniai)

11 gairė

80. **Vykdydamos savo pareigą saugoti informaciją apie priimtino vertinimą, nurodytą Deleguotojo reglamento 56 straipsnio 2 dalyje, įmonės turėtų bent jau:**
- **palaikyti tinkamas įrašymo ir saugojimo priemonės, kad būtų užtikrintas tvarkingas ir skaidrus informacijos apie priimtino vertinimą saugojimas, įskaitant informacijos iš kliento ir informacijos apie paslaugas, dėl kurių neteikiamos konsultacijos, rinkimą;**
 - **užtikrinti, kad informacijos saugojimo priemonės būtų parengtos taip, kad būtų galima nustatyti su priimtino vertinimu susijusius trūkumus;**
 - **užtikrinti, saugoma informacija būtų prieinama atitinkamiems asmenims įmonėje ir kompetentingoms institucijoms;**
 - **sukurti tinkamus procesus, kad pašalintų visus informacijos saugojimo trūkumus arba apribojimus.**
81. Įmonių taikomos informacijos saugojimo priemonės turėtų būti sukurtos taip, kad sudarytų sąlygas įmonėms *ex post* stebėti:
- priimtino vertinimo rezultata, įskaitant jo loginį pagrindą, t. y. aiškų ir tiesioginį ryšį tarp surinktos ir įvertintos informacijos apie klientą ir vertinimo rezultato;
 - bet kokį įmonės pateiktą įspėjimą, kai investicinė paslauga arba produktas buvo įvertinti kaip potencialiai nepriimtini klientui arba kai klientas nepateikė pakankamai informacijos, kad įmonė galėtų atlikti priimtino vertinimą (nepaisant to, ar klientas prašė toliau vykdyti sandorį, ar ne);
 - ar klientas prašė toliau vykdyti sandorį, nepaisydamas įspėjimo, ir

- ar įmonė priėmė kliento prašymą toliau vykdyti sandorį pagal patvirtintas atitinkamas procedūras.
82. Todėl įmonė turėtų saugoti visą svarbią informaciją apie priimtino vertinimą, pvz., informaciją apie klientą (įskaitant informaciją apie tai, kaip ji naudojama ir interpretuojama nustatant kliento žinių ir patirties profilį), ir informaciją apie klientui siūlomus investicinius produktus. Į tokią saugomą informaciją reikėtų įtraukti:
- bet kokią atnaujintą informaciją, pateiktą atliekant priimtino vertinimą, visų pirma tai pasakytina apie bet kokius kliento žinių ir patirties profilio pakeitimus;
 - tą profilį atitinkančių investicinių produktų tipus ir tokio įvertinimo pagrindimą bei jų pakeitimus ir jų priežastis.
83. Įmonės turėtų turėti priemones, kurios sudarytų sąlygas joms suprasti ir sumažinti papildomą riziką, kuri galėtų daryti poveikį investicinių paslaugų teikimui internete arba naudojant skaitmenines priemones, pvz., kenkėjiška kibernetinė veikla¹⁵.
84. Įmonių patvirtintos informacijos saugojimo priemonės gali būti skirtingos, priklausomai nuo platinimo kanalo, naudojamo paslaugoms, dėl kurių neteikiamos konsultacijos, teikti. Pvz., Įmonės turėtų:
- sukurti IT priemones, kurias naudojant būtų stebima ir saugoma informacija, jeigu paslaugos teikiamos internete;
 - kai paslaugos teikiamos telefonu, imtis atitinkamų priemonių, užtikrinančių, kad įmonė galėtų susieti bet kurį pateiktą įspėjimą su galimu kliento, nusprendusio toliau vykdyti sandorį nepaisant įspėjimo, sudarytu sandoriu;
 - kai paslaugos teikiamos individualiai, rinkti ir saugoti visas susijusias formas ir dokumentus, naudojamus priimtino procese, visų pirma kliento ir (arba) įmonės darbuotojo pasirašytus dokumentus.

Situacijų, kuriose reikia atlikti priimtino vertinimą, nustatymas

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis, 25 straipsnio 3 ir 4 dalys ir Deleguotojo reglamento 57 straipsnis)

12 gairė

¹⁵ Įmonės turėtų atsižvelgti į tokią riziką ne tik pagal šioje gairėje išdėstytas nuostatas, bet ir pagal FPRD II 16 straipsnio 4 dalyje nustatytas įmonės pareigas teikiant investicines paslaugas ir vykdant veiklą imtis pagrįstų veiksmų siekiant užtikrinti investicinių paslaugų ir veiklos tęstinumą bei reguliarumą, taip pat pagal atitinkamus su šiais aspektais susijusius Deleguotajame akte nustatytus reikalavimus.

85. Įmonės turėtų nustatyti tinkamas priemones, užtikrinančias, kad jos galėtų nustatyti situacijas, kuriose reikia atlikti priimtino vertinimą, ir vengti atlikti priimtino vertinimą tais atvejais, kai reikia atlikti tinkamumo vertinimą.
86. Įmonės turėtų turėti procedūras ir kontrolės priemones, susijusias su parduodančių darbuotojų ir klientų bendravimu, kuriomis remiantis būtų vykdomas ir dokumentuojamas¹⁶ bendravimas ir užtikrinama aiški atskirtis tarp, viena vertus, sandorių, dėl kurių teikiamos konsultacijos, ir sandorių, dėl kurių neteikiamos konsultacijos, ir, kita vertus, tarp sandorių, kurioms taikoma tik pavedimų vykdymo išimtis, ir kitų sandorių, dėl kurių neteikiamos konsultacijos.
87. Įmonės turėtų turėti politiką ir procedūras, kuriomis užtikrintų, kad būtų įvykdytos FPRD II 25 straipsnio 4 dalyje nustatytos sąlygos teikiant „tik pavedimų vykdymo paslaugą“, kai priimtino vertinimas neatliekamas¹⁷.
88. Įmonės turėtų parengti, įgyvendinti ir atnaujinti politiką ir procesus, kad nustatytų, kurie jų investiciniai produktai gali būti laikomi „sudėtingais“ ir „nesudėtingais“ atsižvelgiant į priimtino reikalavimus. Išskyrus atvejus, kai „kitos nesudėtingos finansinės priemonės“, nurodytos FPRD II 25 straipsnio 4 dalies a punkto vi papunktyje, įvertintos atsižvelgiant į Deleguotojo reglamento 57 straipsnyje nustatytus kriterijus ir juos atitinka, tokios priemonės turėtų būti laikomos sudėtingomis.
89. Įmonių politika ir procesais turėtų būti užtikrinama, kad investiciniai produktai, kurie tiksliai neįtraukti į FPRD II 25 straipsnio 4 dalies a punkto i–v papunkčių nesudėtingų priemonių sąrašą, bet kuriuo atveju nebūtų vertinami atsižvelgiant į FPRD II deleguotojo reglamento 57 straipsnyje nustatytus kriterijus siekiant jas priskirti prie nesudėtingų investicinių produktų priimtino vertinimo tikslais.
90. Įmonės turėtų turėti galimybę atsekti, ar klientas savo pavedimą pateikė reaguodamas į tiesioginį bendravimą su juo, ar įmonės vardu. Tokiais atvejais įmonė neturėtų sandorį pripažinti vykdomu pagal „tik pavedimų vykdymo“ išimtį.

¹⁶ Kartu atsižvelgiant į 1 gairę.

¹⁷ Tai neužkerta kelio įmonėms atlikti visų rūšių sudėtingų ir nesudėtingų produktų priimtino vertinimo.

Kontrolė

(FPRD II 16 straipsnio 2 dalis, 16 straipsnio 5 dalies antra pastraipa ir 25 straipsnio 3 dalis ir Deleguotojo reglamento 76 straipsnis)

13 gairė

91. **Įmonės turėtų turėti nustatytas tinkamas stebėsenos ir kontrolės priemones, kad užtikrintų atitiktį priimtino reikalavimams.**
92. Kai įmonės priimtino procese pasikliauja automatizuotomis sistemomis arba priemonėmis (pvz., klientų profilių nustatymo priemonėmis, kurių veikimas pagrįstas žiniomis ir patirtimi, automatiniiais įspėjimais arba investicinių produktų sudėtingumo kontrolės priemonėmis), šios sistemos turėtų atitikti paskirtį ir turėtų būti periodiškai stebimos. Įmonės turėtų saugoti informaciją apie šią stebėseną¹⁸.
93. Įmonės, kurios priimtino vertinimo procese naudoja automatizuotas kontrolės priemones, turėtų užtikrinti, kad šių kontrolės priemonių nebūtų įmanoma apeiti¹⁹, ir jos turėtų periodiškai stebėti, ar šios automatizuotos kontrolės priemonės tinkamai veikia. Įmonės turėtų turėti tinkamą politiką ir procedūras, kad ankstyvame etape aptiktų IT problemas.
94. Įmonės, atlikdamos priimtino vertinimą, ypatingą dėmesį turėtų skirti investicinių produktų sudėtingumui. Pavyzdžiui, duomenų bazės, kuriose yra priimtino vertinimo priemonėse naudojami sudėtingumo kodai, turėtų būti reguliariai peržiūrimos ir nuolat atnaujinamos.
95. Kai priimtino vertinimas atliekamas individualių susitikimų metu arba telefonu ir kai tokia vertinime dalyvauja žmogus, įmonės turėtų į savo įprastus kontrolės procesus įtraukti individualių susitikimų ar pokalbių telefonu įrašus, kad galėtų stebėti, ar parduodantys darbuotojai laikosi savo pareigų, susijusių su priimtino vertinimu. Įmonės turėtų stebėti šiuos susitikimų ar pokalbių telefonu įrašus vykdydamos savo kontrolės procedūras.
96. Siekdamas įvertinti bendrą pateiktų įspėjimų veiksmingumą, įmonės turėtų stebėti tokius dalykus, kaip įspėjimų, po kurių sandoris buvo įvykdytas, ir visų pateiktų įspėjimų santykį.

¹⁸ Taip pat žr. 11 gairę

¹⁹ Išimties turėtų būti numatytos atsižvelgiant į konkrečias aplinkybes, nustatytas įmonės procedūrose, ir turint konkrečius hierarchine tvarka išduodamus leidimus.