



European Securities and
Markets Authority

Pamatnostādnes

par noteiktiem aspektiem FITD II prasībās attiecībā uz atbilstību un tikai ar izpildi saistītiem pakalpojumiem



Satura rādītājs

I. Piemērošanas joma	3
II. Normatīvās atsauces un definīcijas	4
III. Mērķis	5
IV. Atbilstība un ziņošanas pienākumi	5
V. Pamatnostādnes par noteiktiem aspektiem FITD II prasībās attiecībā uz atbilstību un tikai ar izpildi saistītiem pakalpojumiem	6

I. Piemērošanas joma

Kam paredzētas šīs pamatnostādnes?

1. Šīs pamatnostādnes ir piemērojamas:
 - a. kompetentajām iestādēm un
 - b. sabiedrībām.

Ko nosaka šīs pamatnostādnes?

2. Šīs pamatnostādnes tiek piemērotas saistībā ar FITD II 25. panta 3. un 4. punktu un Deleģētās regulas 55.–57. pantu. Šīs pamatnostādnes tiek piemērotas arī organizatoriskajām prasībām, kas noteiktas FITD II 16. panta 2. un 5.–7. punktā un Deleģētās regulas 21., 72. un 76. pantā, kā arī FITD II 24. panta 1., 4. un 5. punktā un 25. panta 1., 5. un 6. punktā, ciktāl tās attiecas uz atbilstības novērtējumu.

Kad šīs pamatnostādnes piemēro?

3. Šo pamatnostādņu piemērošanu sāk sešus mēnešus pēc dienas, kad tās ir publicētas EVTI tīmekļa vietnē visās ES oficiālajās valodās.

II. Normatīvās atsauces un definīcijas

Normatīvās atsauces

<i>EVTI regula</i>	Eiropas Parlamenta un Padomes 2010. gada 24. novembra Regula (ES) Nr. 1095/2010, ar ko izveido Eiropas Uzraudzības iestādi (Eiropas Vērtspapīru un tirgu iestādi), groza Lēmumu Nr. 716/2009/EK un atceļ Komisijas Lēmumu 2009/77/EK ¹
<i>FITD II</i>	Eiropas Parlamenta un Padomes 2014. gada 15. maija Direktīva 2014/65/ES par finanšu instrumentu tirgiem un ar ko groza Direktīvu 2002/92/EK un Direktīvu 2011/61/ES ²
<i>Deleģētā regula</i>	Komisijas 2016. gada 25. aprīļa Deleģētā regula (ES) 2017/565, ar ko papildina Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2014/65/ES attiecībā uz ieguldījumu brokeru sabiedrību organizatoriskām prasībām un darbības nosacījumiem un jēdzienu definīcijām minētās direktīvas mērķiem ³

Definīcijas

<i>Ieguldījumu produkts</i>	ir finanšu instruments (FITD II 4. panta 1. punkta 15. apakšpunkta nozīmē) vai strukturētais noguldījums (FITD II 4. panta 1. punkta 43. apakšpunkta nozīmē).
<i>Sabiedrības</i>	ir ieguldījumu brokeru sabiedrības (kā definēts FITD II 4. panta 1. punkta 1. apakšpunktā) un kredītiestādes (kā definēts FITD II 4. panta 1. punkta 27. apakšpunktā), kad tās sniedz pakalpojumus bez konsultācijas, un ārējie alternatīvo ieguldījumu fondu pārvaldnieki (AIFP) (kā definēts AIFPD ⁴ 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā, kad tie sniedz AIFPD 6. panta 4. punkta b) apakšpunkta iii) daļā minēto blakuspakalpojumu.
<i>Pakalpojumi konsultācijas</i>	<i>bez</i> ir i) ieguldījumu pakalpojumi (FITD II 4. panta 1. punkta 2. apakšpunkta nozīmē), izņemot ieguldījumu konsultācijas un portfeļa pārvaldību; un ii) strukturēto noguldījumu pārdošana.

¹ OV L 331, 15.12.2010., 84. lpp.

² OV L 173, 12.6. 2014., 349. lpp.

³ OV L 87, 31.3.2017., 1. lpp.

⁴ Eiropas Parlamenta un Padomes 2011. gada 8. jūnija Direktīva 2011/61/ES par alternatīvo ieguldījumu fondu pārvaldniekiem un par grozījumiem Direktīvā 2003/41/EK, Direktīvā 2009/65/EK, Regulā (EK) Nr. 1060/2009 un Regulā (ES) Nr. 1095/2010 (OV L 174, 1.7.2011., 1. lpp.).

III. Mērķis

4. Šīs pamatnostādnes ir sagatavotas saskaņā ar EVTI regulas 16. panta 1. punktu. Šo pamatnostādņu mērķis ir precizēt, kā piemēro noteiktus aspektus FITD II prasībās attiecībā uz atbilstību un tikai ar izpildi saistītiem pakalpojumiem, lai nodrošinātu attiecīgi FITD II 25. panta 3. punkta un FITD II Deleģētās regulas 55. un 56. panta, kā arī FITD II 25. panta 4. punkta un FITD II Deleģētās regulas 57. panta kopīgu, vienotu un konsekventu piemērošanu.
5. EVTI paredz, ka šīs pamatnostādnes veicinās lielāku konvergenci, piemērojot FITD II prasības attiecībā uz atbilstību un tikai ar izpildi saistītiem pakalpojumiem, un uzraudzības pieejas šīm prasībām, uzsverot vairākus svarīgus jautājumus un tādējādi paaugstinot esošo standartu vērtību. Palīdzot nodrošināt, ka sabiedrības ievēro šos reglamentējošos standartus, EVTI vēlas atbilstoši pastiprināt ieguldītāju aizsardzību.

IV. Atbilstība un ziņošanas pienākumi

Pamatnostādņu statuss

6. Saskaņā ar EVTI regulas 16. panta 3. punktu kompetentajām iestādēm un finanšu tirgu dalībniekiem ir jā dara viss iespējamais, lai ievērotu šīs pamatnostādnes.
7. Kompetentajām iestādēm, uz kurām attiecas šīs pamatnostādnes, jānodrošina atbilstība, attiecīgi iekļaujot tās savā valsts tiesiskajā regulējumā un/vai uzraudzības sistēmā, tostarp gadījumos, kad konkrētas pamatnostādnes ir prioritāri adresētas finanšu tirgus dalībniekiem. Šādos gadījumos kompetentajām iestādēm, veicot uzraudzību, ir jānodrošina, ka sabiedrības ievēro attiecīgās pamatnostādnes.

Ziņošanas prasības

8. Divu mēnešu laikā pēc pamatnostādņu publicēšanas EVTI tīmekļa vietnē visās ES oficiālajās valodās kompetentajām iestādēm, uz kurām attiecas šīs pamatnostādnes, ir jāinformē EVTI par to, vai tās i) ievēro, ii) neievēro, bet plāno ievērot, vai iii) neievēro un neplāno ievērot pamatnostādnes.
9. Neievērošanas gadījumā kompetentajām iestādēm divu mēnešu laikā no dienas, kad šīs pamatnostādnes publicētas EVTI tīmekļa vietnē visās ES oficiālajās valodās, jāpaziņo EVTI arī pamatnostādņu neievērošanas iemesli.
10. Paziņojumu veidne ir pieejama EVTI tīmekļa vietnē. Pēc veidnes aizpildīšanas to nosūta EVTI.
11. Sabiedrībām nav jāziņo par to, vai tās ievēro šīs pamatnostādnes.

V. Pamatnostādnes par noteiktiem aspektiem FITD II prasībās attiecībā uz atbilstību un tikai ar izpildi saistītiem pakalpojumiem

INFORMĀCIJA KLIENTIEM PAR ATBILSTĪBAS NOVĒRTĒJUMA MĒRĶI UN PAR TIKAI AR IZPILDI SAISTĪTIEM PAKALPOJUMIEM

(FITD II 24. panta 1. punkts, 24. panta 4. punkts, 24. panta 5. punkts, 25. panta 3. punkts un 25. panta 4. punkts)

1. pamatnostādne

12. **Sabiedrībām laikus pirms pakalpojumu bez konsultācijas sniegšanas skaidriem un vienkāršiem vārdiem ir jāinformē savi klienti par atbilstības novērtējumu un tā mērķi – nodrošināt sabiedrībai iespēju darboties klienta interesēs.**
13. EVTI uzskata, ka šajā informācijā jāiekļauj:
 - saprotams paskaidrojums, ka sabiedrības pienākums ir veikt šādu novērtējumu, lai klienti izprastu, kādēļ sabiedrība viņiem prasa kādu konkrētu informāciju un kādēļ ir svarīgi, ka šī informācija ir aktuāla, precīza un pilnīga;
 - atgādinājums, ka klienta interesēs ir sniegt precīzas un pilnīgas atbildes uz sabiedrības uzdotajiem jautājumiem, lai veiktu atbilstības novērtējumu;
 - informācija par situācijām, kad novērtējums netiks veikts (t. i., ja klients nesniegs pieprasīto informāciju vai ja ar iesniegto informāciju nepietiks atbilstības novērtējuma veikšanai, vai ja pakalpojumi tiek sniegti tikai ar izpildi saistīta atbrīvojuma ietvaros⁵), un kādas tādā gadījumā būs sekas. Tomēr šādai informācijai nevajadzētu radīt iespaidu, ka klients automātiski var atturēties no savas informācijas iesniegšanas⁶;
 - īss paskaidrojums par galvenajām atšķirībām starp ieguldījumu pakalpojumiem ar un bez konsultācijas, ņemot vērā piemērojamās prasības, lai nepieļautu to abu sajaukšanu.
14. Ja ar klientu ir izveidotas pastāvīgas attiecības, sabiedrībām nav jāsniedz iepriekš minētā informācija pirms katra pakalpojuma bez konsultācijas. Šādā gadījumā minēto informāciju var sniegt pirms sākotnējā pakalpojuma bez konsultācijas un – attiecībā uz informāciju, kas minēta 13. punkta pirmajās divās aizzīmēs, – ikreiz, kad klientam lūdz atjaunināt informāciju par viņa zināšanu un pieredzes līmeni.

⁵ Ieguldījumu pakalpojumi, kas paredz tikai klienta rīkojumu izpildi vai saņemšanu un pārsūtīšanu attiecībā uz ieguldījumu produktiem, kas saskaņā ar FITD II definēti kā "vienkārši".

⁶ Skatīt arī 28. punktu.

15. Sabiedrības var pašas izlemt, kā tās informē savus klientus par atbilstības novērtējumu. Tomēr formātam, ko izmanto klientu informēšanai, ir jānodrošina, lai sabiedrības spētu veikt iesniegtās informācijas uzskaiti⁷.
16. Sabiedrībām jāizvairās apgalvot vai radīt iespaidu, ka klients ir tas, kurš lemj par ieguldījumu pakalpojuma vai produkta atbilstību vai nosaka, kurš pakalpojums vai produkts atbilst viņa zināšanām un pieredzei. Kopumā sabiedrības nedrīkst sniegt klientiem maldinošu informāciju saistībā ar sabiedrību pienākumu veikt atbilstības novērtējumu.
17. Ja visa informācija, ko sniedz klientiem, atbilst attiecīgajām prasībām (tostarp izpildot pienākumu iesniegt informāciju uz pastāvīga informācijas nesēja), sabiedrībām arī rūpīgi jāizvērtē, vai rakstiski sniegtā informācija ir sagatavota tā, lai tā būtu iedarbīga (piemēram, vai šī informācija tiek iesniegta tieši klientiem un vai tā nav apslēpta vai nesaprotama). Sabiedrības, kas sniedz tiešsaistes pakalpojumus, jo īpaši var:
 - uzsvērt būtisko informāciju (piemēram, izmantojot tādus noformējuma elementus kā uznirstošos logus);
 - izvērtēt, vai kādai konkrētai informācijai nav jāpievieno interaktīvs teksts (piemēram, tādi noformējuma elementi kā paskaidres) vai kādā citā veidā jāsniedz papildu informācija tiem klientiem, kuri meklē plašāku informāciju (piemēram, veidojot jautājumu un atbilžu sadaļas).

IEPAZĪT KLIENTU UN PĀRZINĀT SAVU PRODUKTU

Pasākumi, kas jāveic, lai iepazītu klientus

(FITD II 16. panta 2. punkts un 25. panta 3. punkts, kā arī Deleģētās regulas 55. pants)

2. pamatnostādne

18. **Sabiedrību politikai un procedūrām jābūt vērstām uz to, lai sabiedrības varētu savākt visu informāciju, kas nepieciešama atbilstības novērtējumam saistībā ar konkrētiem piedāvājumiem vai pieprasījumiem produktu veidiem⁸.**
19. Sabiedrības izstrādā, ievieš un nodrošina atbilstošas politikas un procedūras (tostarp attiecīgus rīkus), lai lūgtu klientam vai potenciālajam klientam sniegt informāciju par šīs personas zināšanām un pieredzi ieguldījumu jomā attiecībā uz konkrēto piedāvātā vai pieprasītā ieguldījumu pakalpojuma vai produkta veidu, vajadzības gadījumā iekļaujot elementus, kas uzskaitīti Deleģētās regulas 55. panta 1. punktā.

⁷ Vienlaikus ņemot vērā 11. pamatnostādni.

⁸ Vienlaikus ņemot vērā 3. pamatnostādni.

20. Šajā nolūkā sabiedrību politikai un procedūrām jānodrošina, ka tās neatturas no informācijas pieprasīšanas un nekādā veidā neattur klientus vai potenciālos klientus sniegt informāciju par viņu zināšanām un pieredzi.
21. Sabiedrības pašas var noteikt veidus, kā lūgt klientu iesniegt informāciju par viņa zināšanām un pieredzi. Lai veiktu atbilstības novērtējumu, sabiedrības var izmantot anketas (arī digitālā formātā), ko aizpilda klienti, vai informāciju, kas iegūta sarunās ar klientiem. Šādos gadījumos sabiedrībām jānodrošina, lai jautājumi, ko tās uzdod klientiem, būtu pietiekami konkrēti un, visticamāk, tiktu pareizi saprasti, un lai jebkura cita metode, ko izmanto informācijas iegūšanai no esoša klienta, piemēram, darījumu datu izmantošana par noteikta veida produktiem, kas ļauj novērtēt viņa pieredzi, būtu piemērota nepieciešamās informācijas iegūšanai par klienta zināšanu un pieredzes līmeni. Tas ir īpaši svarīgi, ja sabiedrības vāc informāciju tiešsaistes kanālā bez cilvēka līdzdalības.
22. Izstrādājot anketas, kas paredzētas informācijas iegūšanai par klientiem, lai veiktu atbilstības novērtējumu, sabiedrībām jāapzina un jāizvērtē biežāk sastopamie iemesli, kādēļ ieguldītāji varētu neatbildēt pareizi uz anketas jautājumiem. Konkrēti:
 - jāpievērš uzmanība tam, lai anketas jautājumi būtu precīzi, izsmeļoši un visaptveroši, izvairoties no maldinoša, neskaidra, neprecīza un tehniski pārlietu sarežģīta izteiksmes veida (piemēram, saīsinājumiem);
 - sabiedrībām rūpīgi jāpārdomā anketu izkārtojums un formāts, un tās nedrīkst ietekmēt ieguldītāju izvēles (piemēram, ar fontu, rindstarpām utt.);
 - nedrīkst vākt informāciju par vairākām vienībām, uzdodot vienu jautājumu;
 - sabiedrībām rūpīgi jāpārdomā jautājumu uzdošanas secība, lai informāciju iegūtu efektīvi;
 - lai klients nenodarbotos ar minēšanu un tādējādi nesniegtu neuzticamu informāciju, viņam jānodrošina iespēja norādīt, ka viņš nezina atbildi uz jautājumu.
23. Sabiedrībām jāievieš procedūras un mehānismi, kas ierobežo prasību apiešanas risku, nodrošinot, ka savāktā informācija pietiekami plaši raksturo klienta zināšanu un pieredzes līmeni. Piemēram, sabiedrības var apsvērt iespēju ierobežot to, cik reižu klienti noteiktā laika periodā var atbildēt uz anketas(-u) jautājumiem, un tās var izmantot atšķirīgas anketas gadījumos, kad klienti lūdz iespēju atkārtoti aizpildīt anketu un/vai izmantot nogaidīšanas perioda iespēju. Ja tiek noteiktas šādas prasības, klientam tomēr var ļaut turpināt darījumu, nosūtot viņam brīdinājumu, ka attiecīgajā darījumā viņam nav pietiekamu zināšanu un pieredzes⁹. Sabiedrības var ieviest arī citus kontroles

⁹ Skatīt 9. pamatnostādni.

pasākumus, lai nodrošinātu, ka klients nevar vairākas reizes atkārtot anketas aizpildīšanu un “pārbaudīt”, kuras atbildes ir vajadzīgas vēlāmā rezultāta iegūšanai.

24. Tā kā sabiedrības pienākums ir censties ievākt attiecīgo informāciju no klientiem, tām jāveic visi pamatotie pasākumi, lai pietiekami novērtētu savu klientu izpratni par galvenajām iezīmēm un riskiem, kas saistīti ar konkrētiem sabiedrības piedāvāto ieguldījumu produktu veidiem vai vismaz tiem produktu veidiem, kuros klients ir ieinteresēts. Tas attiecas arī uz izpratni par saistību starp ieguldījumu risku un ienesīgumu, piemēram, izmantojot anketas ar atbilžu variantiem, kuru mērķis ir novērtēt klienta patiesās zināšanas par konkrētiem ieguldījumu produktu veidiem.
25. Novērtējot klienta zināšanas, sabiedrībām jāievieš mehānismi, kas nodrošina, ka klientiem netiek lūgts veikt pašnovērtējumu. Lai pareizi novērtētu klienta zināšanas, īpaši svarīgi ir novērst risku, ko rada klientu centieni pārvērtēt savas zināšanas, un nodrošināt klienta sniegto atbilžu konsekvenci¹⁰. Jautājot klientam, vai viņam ir pietiekamas zināšanas par konkrētu ieguldījumu produktu veidu galvenajām iezīmēm un riskiem, sabiedrības jo īpaši nedrīkst izmantot “jā vai nē” jautājumus un/vai pašnovērtējumu, ko veic, atzīmējot izvēles rūtiņas (piemēram, sabiedrības nedrīkst iesniegt klientam ieguldījumu produktu sarakstu un lūgt norādīt, kurus produktus viņš saprot). Pašnovērtējums ir jālīdzsvaro ar objektīviem kritērijiem. Piemēram:
- tā vietā, lai jautātu klientam, vai viņš izprot jēdzienus “līdzsvars starp risku un ienesīgumu” konkrētiem ieguldījumu produktu veidiem, sabiedrībai jāuzdod klientam jautājumi, piemēram, par dažiem praktiskiem situāciju piemēriem, ar ko var saskarties praksē, izmantojot diagrammas vai pozitīvus un negatīvus scenārijus, kas balstīti uz pamatotiem pieņēmumiem;
 - tā vietā, lai jautātu klientam, vai viņam ir pietiekamas zināšanas par konkrētu ieguldījumu produktu veidu galvenajām iezīmēm un riskiem, sabiedrībai, piemēram, jāuzdod jautājumi, kuru mērķis ir novērtēt klienta patiesās zināšanas par konkrētiem ieguldījumu produktu veidiem, piemēram, uzdodot jautājumus ar atbilžu variantiem, uz kuriem klientam jāsniedz pareiza atbilde.
26. Novērtējot klienta pieredzi, sabiedrība arī nedrīkst uzdot pārāk plašus jautājumus ar jā/nē atbildēm un/vai izmantot ļoti plašu izvēles rūtiņu metodi. Tā vietā, lai jautātu klientam, vai, viņaprāt, viņš ir pietiekami pieredzējis, lai ieguldītu noteiktos produktos, sabiedrībai, piemēram, jāuzdod jautājumi klientam, kādus konkrētus ieguldījumu produktus viņš zina un kāda ir viņa nesēnā un biežākā tirdzniecības pieredze ar tiem.

¹⁰ Skatīt 4. pamatnostādni.

27. Tiešsaistes pakalpojumu gadījumā sabiedrībām jāizstrādā savas anketas, ņemot vērā šādus faktoros:
- vai anketas jautājumi ir pietiekami skaidri un/vai anketa ir izstrādāta tā, lai vajadzības gadījumā klientiem sniegtu papildu paskaidrojumus vai piemērus (piemēram, izmantojot tādus noformējuma elementus kā paskaidres vai uznirstošie logi);
 - vai, atbildot uz tiešsaistes anketas jautājumiem, klientiem ir pieejama cilvēka palīdzība/atbalsts (tostarp attālināta iesaistīšanās, izmantojot e-pastu vai mobilo tālruni);
 - vai ir veikti pasākumi, lai novērstu nekonsekvenci klientu atbildēs (piemēram, integrējot anketā noformējuma elementus, kas brīdina klientus, ja viņu atbildes šķiet savstarpēji nesaderīgas, un ierosina viņiem pārskatīt šādas atbildes; vai ieviešot sistēmas, kas automātiski atzīmē šķietami nesaderīgu informāciju, ko sniedzis klients, lai sabiedrība to vēlāk varētu izvērtēt vai pārbaudīt).
28. Sabiedrības nedrīkst nosūtīt klientam brīdinājumu, ka tās nevar noteikt, vai paredzētais ieguldījumu pakalpojums vai produkts ir viņam atbilstošs, iepriekš nepieprasot klientam informāciju par viņa zināšanām un pieredzi. Sabiedrībām arī jāatturas no apgalvojuma, ka klients var turpināt rīkoties arī bez šāda novērtējuma. Šādās situācijās brīdinājums ir nosūtāms tikai tad, ja atbilstības novērtējuma iznākumu nevar noteikt, jo klients nav atbildējis uz visiem jautājumiem vai daļu no tiem.¹¹
29. Ja sabiedrības jau iepriekš aizpilda atbildes, pamatojoties uz klienta darījumu vēsturi ar šo sabiedrību (piemēram, izmantojot kādu citu ieguldījumu pakalpojumu), tām jānodrošina, ka tiek izmantota tikai pilnībā objektīva, piemērota un uzticama informācija un ka klientam tiek dota iespēja pārskatīt un, ja nepieciešams, izlabot un/vai pārrakstīt katru no iepriekš aizpildītajām atbildēm, lai nodrošinātu visas iepriekš aizpildītās informācijas precizitāti. Sabiedrībām arī jāatturas prognozēt klientu pieredzi, pamatojoties uz pieņēmumiem.
30. Atbilstības novērtējuma nolūkā sabiedrībām jāņem vērā tikai informācija par klienta zināšanām un pieredzi. Sabiedrības nedrīkst radīt klientiem priekšstatu, ka, veicot atbilstības novērtējumu, tiek ņemta vērā cita savāktā informācija, nevis tā, kas attiecas uz klienta zināšanām un pieredzi, jo īpaši attiecībā uz klienta finansiālo stāvokli un ieguldījumu mērķiem, un kas var būt savākta citiem mērķiem (piemēram, saistībā ar produktu pārvaldību vai konsultāciju pakalpojumiem, kas sniegti tam pašam klientam).

¹¹ Vienlaikus ņemot vērā 9. pamatnostādni.

No klientiem iegūstamās informācijas apjoms (samērīgums)**(FITD II 25. panta 3. punkts un Delegētās regulas 55. pants)***3. pamatnostādne*

31. **Nosakot informācijas apjomu, kas jāiegūst par klienta vai potenciālā klienta zināšanām un pieredzi, sabiedrībām jāņem vērā attiecīgo ieguldījumu produktu vai pakalpojumu veids un īpašības (t. i., ieguldījumu produktu vai pakalpojumu sarežģītības un riska līmenis) un klienta veids.**
32. Saskaņā ar FITD II 25. panta 3. punktu, pirms tiek sniegti pakalpojumi bez konsultācijas, kuriem ir nepieciešams atbilstības novērtējums, sabiedrības lūdz klientam vai potenciālajam klientam sniegt informāciju par viņa zināšanām un pieredzi ieguldījumu jomā saistībā ar piedāvātā vai pieprasītā ieguldījumu pakalpojuma vai produkta konkrēto veidu, lai sabiedrība varētu novērtēt, vai paredzētais ieguldījumu pakalpojums vai produkts ir piemērots klientam.
33. Sabiedrībām jānodrošina, ka tās pieprasa informāciju, kurā tiek ņemts vērā attiecīgā ieguldījumu produkta vai pakalpojuma veids un īpašības (t. i., ieguldījumu produkta vai pakalpojuma sarežģītības un riska līmenis) un klienta veids.
34. Jo īpaši, lai nodrošinātu, ka sabiedrības spēj veikt atbilstības novērtējumu saskaņā ar vienu un to pašu standartu, neatkarīgi no attiecīgā ieguldījumu produkta vai ieguldījumu pakalpojuma, nodrošinot piekļuvi sarežģītākiem vai riskantākiem ieguldījumu produktiem, tām rūpīgi jāapsver, vai ir nepieciešams lūgt plašāku informāciju par klienta zināšanām un pieredzi, nekā sabiedrības pieprasītu attiecībā uz mazāk sarežģītiem vai ne tik riskantiem ieguldījumu produktiem. Tas ļautu sabiedrībām, pamatojoties uz sniegtajām atbildēm, novērtēt klienta spēju izprast ar šādiem instrumentiem saistītos riskus. Attiecībā uz šādiem ieguldījumu produktiem ar augstu sarežģītības vai riska līmeni (piemēram, atvasinātajiem instrumentiem vai aizņemto līdzekļu produktiem) sabiedrībām, pamatojoties uz sniegtajām atbildēm, jāveic ticams klienta zināšanu un pieredzes novērtējums, tostarp, piemēram, novērtējot viņa spēju izprast mehānismus, kas ieguldījumu produktu padara “sarežģītāku vai riskantāku”, vai klients jau ir tirgojies ar šādiem produktiem, cik ilgi viņš ar tiem ir tirgojies u. tml.
35. Atkarībā no iesaistīto ieguldījumu produktu sarežģītības līmeņa sabiedrībai klienta zināšanas un pieredze jānovērtē konkrētāk, nevis tikai pēc veida, pie kura produkts pieder (piemēram, pakārtotiem parāda instrumentiem, nevis obligācijām kopumā).
36. Ja sabiedrība plāno sniegt pakalpojumu bez konsultācijas, kam ir īpaši elementi, tai pirms šāda pakalpojuma sniegšanas ir jāveic arī atbilstības novērtējums saistībā ar minētajiem konkrētajiem elementiem. Tas, piemēram, ir svarīgi, ja ir paredzēts piedāvāt pakalpojumu vai produktu kopumu, attiecībā uz kuru sabiedrībai saskaņā ar FITD II 25. panta 3. punktu jāapsver vispārējās apvienotās paketes lietderība. Piemēram, ja sabiedrība plāno sniegt gan izpildes pakalpojumus, gan aizdevumu piešķiršanas papildpakalpojumu, nodrošinot klientam iespēju veikt darījumu, šim pakalpojumu

kopumam būs atšķirīgi riski nekā katram komponentam atsevišķi. Lai ņemtu vērā šīs atšķirības, veicot atbilstības novērtējumu, tam jāatteicas ne tikai uz paredzētajiem ieguldījumu produktiem, bet arī uz aizdevumu piešķiršanas papildpakalpojumiem un riskiem, kas izriet no abu pakalpojumu apvienošanas. Cits piemērs ir sabiedrība, kas ļauj klientiem atvērt īso pozīciju, pārdodot ieguldījumu produktu. Šajā kontekstā sabiedrībai īpaši jānovērtē, vai klientam ir nepieciešamās zināšanas un pieredze, lai izprastu ar īsajām pozīcijām saistītos riskus.

37. Jāatgādina, ka saskaņā ar Deleģētās regulas, ar ko papildina FITD II, 56. panta 1. punkta otro daļu sabiedrībai ir tiesības pieņemt, ka profesionālam klientam ir vajadzīgā pieredze un zināšanas, lai saprastu riskus, kas saistīti ar šiem konkrētajiem ieguldījumu pakalpojumiem vai darījumiem, vai darījumu vai ieguldījumu produktu veidiem, attiecībā uz kuriem klients ir klasificēts kā profesionāls klients.

Informācijas par klientu ticamība

(FITD II 25. panta 3. punkts un Deleģētās regulas 55. panta 3. punkts)

4. pamatnostādne

38. **Sabiedrībām jāveic pamatoti pasākumi un jāizmanto attiecīgi rīki, lai nodrošinātu, ka no klientiem iegūtā informācija ir ticama un atbilstoša, nepamatoti nepaļaujoties uz klientu pašnovērtējumu.**
39. Ja savāktā informācija nav pietiekami ticama un atbilstoša, tas nozīmē, ka nav saņemta pietiekama informācija, lai varētu veikt atbilstības novērtējumu, un sabiedrība nosūta klientam brīdinājumu saskaņā ar FITD II 25. panta 3. punkta trešo daļu.
40. Sabiedrībām ir jāveic pamatoti pasākumi, lai pārbaudītu par klientiem savāktās informācijas ticamību, precizitāti un atbilstību, nevis tikai jāpaļaujas uz prasību, ka klientiem ir jāiesniedz pareiza, atjaunināta un pilnīga informācija, kas nepieciešama atbilstības novērtējumam. Šādi pasākumi var ietvert, piemēram, lūgumu klientam sniegt papildu skaidrojumu, ja informācija, kas savākta par viņa zināšanām un pieredzi, liecina, ka viņam ir vairāk zināšanu par sarežģītām obligācijām nekā par tradicionālajām obligācijām.
41. Sabiedrību politikām un procedūrām jābūt vērstām uz to līdzekļu kvalitātes un efektivitātes novērtēšanu, kuri tiek izmantoti informācijas vākšanai par klientu vai potenciālo klientu zināšanām un pieredzi. Ja sabiedrības atbilstības novērtēšanas procesā lieto rīkus, kas jāizmanto klientiem (piemēram, tiešsaistes anketas vai programmatūras, ar kurām novērtē, vai ieguldījumu produkts ir piemērots, vai arī tā vietā ir jānosūta brīdinājums, t. i., "profilēšanas programmatūras"), tām jānodrošina attiecīgas sistēmas un kontroles pasākumi, lai pārliecinātos, ka minētie rīki atbilst mērķim un sniedz apmierinošus rezultātus. Sabiedrībām jāveic arī konsekvences kontroles pasākumi attiecībā uz klientu sniegtajām atbildēm anketās, lai konstatētu pretrunas starp dažādām savāktajām ziņām.

42. Lai nodrošinātu klienta sniegtās informācijas konsekvenci, sabiedrībām jāskata iegūtā informācija kopumā. Sabiedrībām jāuzmanās no ikvienas attiecīgas pretrunas iegūtās informācijas dažādās daļās, lai novērstu ikvienu būtisku potenciālo neatbilstību vai neprecizitāti. Sabiedrībām jānodrošina, ka par klientiem iegūtās informācijas novērtējums tiek veikts konsekventi, neatkarīgi no līdzekļiem, kas izmantoti šīs informācijas ieguvei.

Aktualizētas klientu informācijas izmantošana

(FITD II 16. panta 2. punkts un 25. panta 3. punkts, kā arī FITD II Deleģētās regulas 55. panta 3. punkts)

5. pamatnostādne

43. **Ja sabiedrības izmanto iepriekš apkopotu informāciju par klientu zināšanām un pieredzi, tām jāizstrādā procedūras, kas nosaka šādas informācijas atjaunināšanas biežumu, lai nodrošinātu, ka informācija vienmēr ir atjaunināta, precīza un pilnīga atbilstības novērtējuma vajadzībām.**
44. Atbilstības novērtējuma vajadzībām sabiedrības var vai nu vākt informāciju par klienta zināšanām un pieredzi katru reizi, pirms tiek piedāvāts vai pieprasīts ieguldījumu produkts (vienreizēju darījumu gadījumā), vai arī izmantot iepriekš savāktu informāciju, ja tā ir atjaunināta.
45. EVTI atzīst, ka jautājumam par informācijas atjaunināšanu saistībā ar atbilstības novērtējumu ir atšķirīgs raksturs, salīdzinot ar piemērotības novērtējumu, jo informācija par klienta zināšanām un pieredzi nebūs tik mainīga, kā citi piemērotības novērtējuma elementi, un zināšanas un pieredze laika gaitā parasti palielinās. Tāpēc atbilstības režīma ietvaros informācijas par klientiem atjaunināšanas biežums var būt mazāks nekā atbilstības režīma ietvaros. Sabiedrībām jāizstrādā politika, kā regulārāk novērtēt zināšanas un pieredzi attiecībā uz tām klientu grupām, kuras tiek uzskatītas par neaizsargātākām.
46. Atbilstības novērtējums jāveic, pamatojoties uz ticamu informāciju par klienta zināšanām un pieredzi. Sabiedrībām jāievieš procedūras ar mērķi nodrošināt, ka to rīcībā ir jaunākā informācija par klienta zināšanām un pieredzi ikreiz, kad produkts tiek piedāvāts vai pieprasīts, piemēram, lūdzot klientus, ar kuriem sabiedrībai ir pastāvīgas attiecības, regulāri informēt to par jebkurām izmaiņām vai atjauninājumiem sākotnēji sniegtajā informācijā. Sabiedrībām ir vajadzīgas arī piemērotas procedūras, kā risināt situācijas, kad klients neatbild uz jautājumiem par izmaiņām vai atjauninājumiem sākotnēji sniegtajā informācijā.
47. Informāciju var atjaunināt, piemēram, nosūtot klientiem aptaujas anketu vai sabiedrībai pieejamo klienta informāciju ar pieprasījumu sniegt apstiprinājumu, ka tā joprojām ir precīza, pilnīga un aktuāla. Ja šādā anketā sabiedrības ievieto iepriekš aizpildītas atbildes, kuru pamatā ir klienta darījumu vēsture ar attiecīgo sabiedrību, tām jānodrošina, ka šo atbilžu iepriekšējai aizpildīšanai tiek izmantota tikai pilnībā objektīva, piemērota un

ticama informācija un ka klientam ir iespēja pārskatīt un, ja nepieciešams, izlabot jebkuru iepriekš aizpildīto atbildi un papildināt to. Pēc atjaunināšanas var veikt attiecīgas darbības, tostarp mainīt klienta zināšanu un pieredzes līmeni, pamatojoties uz iegūto atjaunināto informāciju.

48. Lai nepieļautu, ka tiek izmantota klienta informācija, kas ir nepilnīga, neprecīza vai novecojusi, sabiedrībām jāievieš pasākumi, lai nodrošinātu, ka klientam tiek lūgts atjaunināt informāciju par zināšanām un/vai pieredzi, kolīdz viņš uzzina par būtiskām izmaiņām, kas var ietekmēt viņa zināšanu un/vai pieredzes līmeni.
49. Sabiedrībām jāveic pasākumi, lai mazinātu risku, ka klients tiek mudināts atjaunināt savu zināšanu vai pieredzes līmeni tā, lai konkrēts ieguldījumu produkts šķistu atbilstošs, ja citādi tas klientam nebūtu piemērots bez reālām izmaiņām klienta zināšanu un pieredzes līmenī. Kā labas prakses piemēru šāda veida riska novēršanai var minēt procedūras, kā pirms vai pēc darījuma veikšanas pārbaudīt, vai klienta profils nav atjaunināts pārāk bieži vai arī tikai īsu brīdi pēc iepriekšējo izmaiņu veikšanas. Tāpēc par šādām situācijām jāveic pastiprināta kontrole vai jāziņo atbildīgajai uzraudzības funkcijai. Šīs politikas un procedūras ir īpaši svarīgas situācijās, kad pastāv paaugstināts interešu konflikta risks, piemēram, pašu emitēto finanšu instrumentu situācijās vai kad sabiedrība saņem pamudinājumus par ieguldījumu produkta izplatīšanu. Šajā kontekstā ir jāņem vērā vēl viens būtisks faktors, proti, kādā veidā notiek mijiedarbība ar klientu (piemēram, klātienē vai ar automatizētu novērtējumu).

Informācija par klientu, kas ir juridiska persona vai grupa

(FITD II 16. panta 2. punkts un 25. panta 3. punkts)

6. pamatnostādne

50. **Sabiedrībām jāizstrādā politika, ar ko *ex ante* nosaka, kā veikt atbilstības novērtējumu situācijās, kad klients ir juridiska persona vai divu vai vairāku fizisku personu grupa, vai kad cita fiziska persona pārstāv vienu vai vairākas fiziskas personas. Šāda politika jāizstrādā saskaņā ar 6. vispārīgo pamatnostādni un atbalsta pamatnostādnēm, kas ietvertas EVTI Pamatnostādnēs par noteiktiem FITD II piemērotības prasību aspektiem¹².**
51. Tostarp tas nozīmē, ka minētajā politikā skaidri jānošķir situācijas, kad prasība par pārstāvi ir paredzēta piemērojamos valsts tiesību aktos, kā tas var būt, piemēram, juridisku personu gadījumā, un situācijas, kad pārstāvis nav vajadzīgs, kā arī politikā jāpievērš uzmanība tieši šai konkrētajai situācijai. Ja šī politika atļauj klientiem vienoties par pārstāvja izraudzīšanu, tad ir skaidri un rakstveidā jānorāda, kādas sekas šāda vienošanās var radīt attiecībā uz viņu attiecīgo interešu aizsardzību. Pasākumi, ko sabiedrība veic, īstenojot savu politiku, ir pienācīgi jādokumentē, lai pēc tam būtu iespējams veikt *ex post* pārbaudes.

¹² EVTI Pamatnostādnes par noteiktiem FITD II piemērotības prasību aspektiem (atsauce: ESMA35-43-1163).

52. Ja pārstāvis ir paredzēts saskaņā ar piemērojamiem valsts tiesību aktiem vai ir izraudzīts, informācija par zināšanām un pieredzi jāiegūst no šā pārstāvja un ir jāveic atbilstības novērtējums attiecībā uz minēto pārstāvi.
53. Ja divu vai vairāku iesaistīto fizisko personu grupai ir grūtības izlemt par personu(-ām), attiecībā uz kuru(-ām) jānovērtē informācija par zināšanām un pieredzi, sabiedrībai jāizmanto vispiesardzīgākā pieeja, ņemot vērā informāciju par personu ar vismazākajām zināšanām un pieredzi. Šādos gadījumos sabiedrībām vienmēr jāizvēlas piesardzīga pieeja, ja klientu grupas dažādu dalībnieku zināšanu un pieredzes līmenis ievērojami atšķiras vai kad paredzētais darījums var ietvert aizņemtu līdzekļu ieguldījumu produktus vai iespējamu saistību darījumus, kas rada risku, ka zaudējumi būs ievērojami, iespējams, pārsniedzot klientu grupas sākotnējā ieguldījuma apmēru, un tām precīzi jādokumentē izvēlēta pieeja.
54. Kad sabiedrība nolemj pieprasīt informāciju, lai novērtētu katra atsevišķā grupas klienta atbilstību, sabiedrības politikā ir jābūt skaidri norādītam, kā tā rīkosies šādās situācijās, kad pastāv būtiskas atšķirības starp atsevišķo klientu zināšanu un/vai pieredzes līmeni. Arī šādā gadījumā sabiedrībai jāizvēlas vispiesardzīgākā pieeja, ņemot vērā informāciju par to klientu grupas dalībnieku, kuram ir visvājākās zināšanas un vismazākā pieredze. Cita iespēja – sabiedrības politikā var arī norādīt, ka šādā situācijā tā nespēs novērtēt atbilstību. Šajā kontekstā jāpiebilst, ka informācijas iegūšana par visiem klientu grupas dalībniekiem un novērtējuma vajadzībām sastādītais visu dalībnieku zināšanu un pieredzes līmeņa vidējais profils, visticamāk, būs pretrunā ar FITD II pamatprincipu – rīkoties klienta interesēs.

Pasākumi, kas vajadzīgi, lai izprastu ieguldījumu produktus

(FITD II 16. panta 2. punkts un 25. panta 3. punkts)

7. pamatnostādne

55. **Sabiedrībām jānodrošina, ka tiek īstenota politika un procedūras, kas ļauj izprast ieguldījumu produktu īpašības, būtību un elementus, lai tās varētu novērtēt, vai šādi produkti ir atbilstoši to klientiem.**
56. Šim nolūkam sabiedrībām jāizstrādā uzticamas un objektīvas procedūras un rīki, kas tām ļauj attiecīgi un samērīgi ņemt vērā piedāvāto vai pieprasīto ieguldījumu produktu dažādās īpašības un attiecīgos riska faktoros (piemēram, kredītrisku, tirgus risku un likviditātes risku). Tostarp jāņem vērā analīze, ko sabiedrība ir veikusi, lai pildītu produktu pārvaldības prasības¹³. Līdz ar to sabiedrībām rūpīgi jāizvērtē, kā noteikti ieguldījumu produkti var darboties dažādos apstākļos (piemēram, konvertējamās obligācijas, ko var pārvērst par akcijām).

¹³ Jo īpaši FITD II nosaka, ka sabiedrība (saskaņā ar 24. panta 2. punkta otro daļu) "saproto finanšu instrumentus, kurus tā piedāvā vai iesaka", lai varētu izpildīt pienākumu nodrošināt saderību starp piedāvātajiem vai ieteiktajiem produktiem un attiecīgo gala klientu mērķa tirgu.

57. Noteikt produktu “sarežģītības” līmeni ir īpaši svarīgi, un tam ir jāatbilst klienta informācijai par zināšanām un pieredzi. Lai gan sarežģītība ir relatīvs jēdziens, kas ir atkarīgs no vairākiem faktoriem, papildus to produktu novērtējumam, kas ir tik sarežģīti vai vienkārši, cik nepieciešams, lai varētu atšķirt pakalpojumus, kuriem nepieciešams atbilstības novērtējums, no tiem, kuriem novērtējums nav nepieciešams, sabiedrībām jāņem vērā arī kritēriji un principi, kas noteikti FITD II, definējot un attiecīgi iedalot sarežģītības līmeņus, kas attiecināmi uz ieguldījumu produktiem, lai veiktu atbilstības novērtējumu.
58. Sabiedrībām jāizstrādā procedūras, kas nodrošina, ka informācija, ko izmanto, lai pareizi klasificētu produktu piedāvājumā iekļautos ieguldījumu produktus, ir pietiekami ticama, precīza, konsekventa un aktuāla. Šādās procedūrās jāņem vērā attiecīgo ieguldījumu produktu atšķirīgās īpašības un veidi. Turklāt sabiedrībām jāpārskata izmantotā informācija, lai spētu ņemt vērā jebkuras būtiskas izmaiņas, kas var ietekmēt ieguldījumu produkta klasifikāciju. Tas ir jo īpaši svarīgi, ņemot vērā finanšu tirgu nepārtraukto attīstību aizvien straujākā tempā.
59. Iedalot ieguldījumu produktus kategorijās, lai veiktu atbilstības novērtējumu, sabiedrībām jāparedz pietiekams detalizācijas līmenis, lai nodrošinātu, ka vienā grupā tiek iekļauti tikai ieguldījumu produkti ar pietiekami līdzīgām īpašībām un riska elementiem un ka tiek novērtēta klienta pieredze un zināšanas par šādām īpašībām un riskiem. Sabiedrībām, veicot iedalīšanu kategorijās, jāņem vērā vairāki svarīgi faktori, piemēram, izvēles elementi (attiecībā uz atvasinātiem instrumentiem vai produktiem ar iegulstiem atvasinātiem instrumentiem), finanšu sviras, tiesības uz iekšējo rekapitalizāciju, subordinācijas klauzulas, pamatā esošā instrumenta novērojamība (piemēram, vai tiek izmantoti nepazīstami vai nepārredzami indeksi), pamatsummas atmaksas garantijas vai kapitāla aizsardzības klauzulas, produkta likviditāte (t. i., tā tirgojamība tirdzniecības vietās, piedāvājuma un pieprasījuma starpība, pārdošanas ierobežojumi un izstāšanās maksas) un ieguldījumu produkta valūtas denominācija.

KLIENTAM ATBILSTOŠU PRODUKTU NOTEIKŠANA

Pasākumi, kas nepieciešami, lai nodrošinātu konsekventu atbilstības novērtējumu

(FITD II 16. panta 2. punkts un 25. panta 3. punkts, kā arī Delegētās regulas 21. pants un 56. panta 1. punkts)

8. pamatnostādne

60. **Novērtējot, vai paredzētais ieguldījumu pakalpojums vai produkts ir atbilstošs klientam, sabiedrībām jāizstrādā politika un procedūras, lai nodrošinātu, ka tās konsekventi ņem vērā:**

- visu iegūto informāciju par klienta zināšanām un pieredzi, kas nepieciešama, lai novērtētu, vai ieguldījumu produkts ir atbilstošs;
- visas ieguldījumu produktu būtiskās īpašības un riskus, kas izvērtēti atbilstības novērtējumā.

Sabiedrībām jāizstrādā politika un procedūras, kas tām ļauj sniegt skaidru un nemaldinošu brīdinājumu, ja tās uzskata, ka ieguldījumu pakalpojums vai produkts nav klientam vai potenciālajam klientam atbilstošs.

61. Tāda ieguldījumu produkta pārdošana, kas līdzinās klienta ieguldīšanas darbības izbeigšanai, nedrīkst sabiedrībām radīt vajadzību veikt atbilstības novērtējumu.

62. Sabiedrībām, kas, veicot atbilstības novērtējumu, izmanto automatizētus rīkus, jābūt attiecīgām sistēmām un kontroles ierīcēm, lai nodrošinātu, ka šie rīki ir derīgi savam mērķim un sniedz apmierinošus rezultātus, saskaņojot klienta un ieguldījumu produkta īpašības.

63. Šajā aspektā rīki jāizstrādā tā, lai tajos ņemtu vērā katra klienta vai ieguldījumu produkta visas attiecīgās īpatnības. Piemēram, rīki, kas pārāk plaši klasificē klientus (pēc viņu zināšanu un pieredzes līmeņa) vai ieguldījumu produktus, nebūs derīgi savam mērķim.

64. Sabiedrībām skaidri jādefinē un jādokumentē piemērojamā metodika, kas tiek izmantota, nosakot atbilstības novērtējuma rezultātus. Ja sabiedrība izmanto noteiktu punktu piešķiršanas sistēmu, lai klasificētu un novērtētu atbilstību, izmantotajai metodikai, rādītājiem un formulai jābūt skaidriem, nepārprotamiem un dokumentētiem.

65. Atbilstības novērtējuma ietvaros novērtējot klienta izpratni par piedāvāto vai pieprasīto ieguldījumu produktu konkrēto veidu galvenajām īpašībām un riskiem, sabiedrībai jāņem vērā informācija, ko tā ir savākusi par klienta zināšanām un pieredzi, kā arī vispārējais vērtējums par viņa izpratni par ieguldījumu produktiem un riskiem, kas saistīti ar plānotajiem darījumiem.

66. Attiecīgais personāls jānodrošina ar pietiekamiem un nepārprotamiem norādījumiem par to, kā veikt atbilstības novērtējumu, lai panāktu, ka, veicot šo novērtējumu, darbiniekiem

nav pārmērīgas rīcības brīvības, un lai viņi spētu *ex post* pamatot savu lēmumu. Sabiedrībām jānodrošina, ka atbilstības novērtēšanai izmantotie rīki un procedūras ir izstrādātas tā, lai klients netiktu piesaistīts tiem ieguldījumu produktu veidiem, attiecībā uz kuriem nav novērtēta klienta pieredze un/vai zināšanas vai attiecībā uz kuriem klients nav apliecinājis pietiekamu zināšanu un/vai pieredzes līmeni, un ka līdz ar to tiek nosūtīts attiecīgs brīdinājums.

67. Lai nodrošinātu konsekvenci atbilstības novērtējumā, kas veikts ar automatizētu rīku palīdzību (pat ja mijiedarbība ar klientiem nenotiek, izmantojot automatizētas sistēmas), algoritmi, kas nosaka piedāvāto vai pieprasīto ieguldījumu produktu atbilstību, ir pienācīgi jādokumentē un regulāri jāuzrauga un jāpārbauda. Nosakot šādus algoritmus, sabiedrībām jāņem vērā piedāvājumā klientiem iekļauto ieguldījumu produktu veids un īpašības. Jo īpaši sabiedrībām vismaz:
- jāievieš attiecīga sistēmas noformējuma dokumentācija, kurā skaidri norādīts algoritmu nolūks, tvērums un noformējums. Šajā dokumentācijā attiecīgi jāiekļauj lēmumu pieņemšanas shēmas vai lēmumu pieņemšanas noteikumi;
 - jāievieš dokumentēta testēšanas stratēģija, kurā paskaidrots algoritmu testēšanas tvērums. Tajā jāiekļauj testu plāni, testu gadījumi, testu rezultāti, nepilnību novēršana (ja attiecināms), kā arī galīgie testu rezultāti;
 - jāievieš attiecīgas politikas nostādnes un procedūras, ko piemēro jebkuru algoritma izmaiņu pārvaldībai, tostarp jebkuru šādu izmaiņu uzraudzība un dokumentēšana. Turklāt ir jābūt ieviestiem drošības mehānismiem, ko piemēro, lai uzraudzītu un novērstu neatļautu piekļuvi algoritmam;
 - jāpārskata un jāatjaunina algoritmi, lai nodrošinātu, ka tajos ņem vērā visas attiecīgās izmaiņas (piemēram, tirgus pārmaiņas un piemērojamo tiesību aktu grozījumus), kas var ietekmēt to efektivitāti;
 - jāievieš politika un procedūras, kas nodrošina iespēju atklāt algoritmā jebkuras kļūdas un attiecīgi tās labot, tostarp, piemēram, atliekot pakalpojumu sniegšanu, ja kļūda var izraisīt neatbilstoša darījuma slēgšanu un/vai attiecīga tiesību akta/noteikumu pārkāpšanu;
 - jānodrošina pietiekami līdzekļi, tostarp cilvēkresursi un tehniskie līdzekļi, lai varētu uzraudzīt un pārraudzīt algoritmu veiktspēju, laikus veicot pienācīgu sniegtā pakalpojuma pārskatīšanu; un
 - jāievieš attiecīgs iekšējās izrakstīšanās process, lai nodrošinātu, ka tiek izpildītas iepriekš minētās darbības.

Brīdinājumu efektivitāte

(FITD II 25. panta 3. punkts un Deleģētās regulas 56. panta 2. punkts)

9. pamatnostādne

68. **Lai nodrošinātu brīdinājuma efektivitāti, ja sabiedrība to nosūta gadījumā, kad klients nav sniedzis informāciju par savām zināšanām vai pieredzi vai ir sniedzis nepietiekamu informāciju, vai kad šādas informācijas novērtējums liecina, ka piedāvātais vai pieprasītais ieguldījumu pakalpojums vai produkts nav atbilstošs klientam, brīdinājumam jābūt pamanāmam, skaidram un nemaldinošam.**
69. Sabiedrībām jāveic pamatoti pasākumi, lai nodrošinātu, ka brīdinājumi, ko tās nosūta klientiem, tiek pareizi saņemti un saprasti. Tādēļ brīdinājumiem jābūt pamanāmiem. To var izdarīt, piemēram, izmantojot brīdinājuma ziņojumam tādu krāsu, kas atšķiras no pārējās sniegtās informācijas krāsas, vai, ja rīkojums tiek iesniegts pa tālruni, izskaidrojot klientam brīdinājumu un tā ietekmi un vienlaikus atbildot uz visiem klienta jautājumiem, lai pārliecinātos, ka klients ir pareizi saņēmis un sapratis attiecīgo brīdinājumu.
70. Sabiedrību sniegtajos brīdinājumos ir skaidri jānorāda klienta brīdināšanas iemesls – vai nu klients nav sniedzis informāciju, vai arī savāktā informācija ir nepietiekama un sabiedrība tādēļ nevar noteikt plānotā darījuma atbilstību, vai arī klienta sniegtās informācijas novērtējums liecina, ka plānotais darījums ir klientam neatbilstošs. Piemēram, nedrīkst lietot neskaidrus apgalvojumus, norādot, ka produkts ir atbilstošs “pamatlīmeņa/vidēja līmeņa/eksperta līmeņa klientiem”. Tāpat sabiedrībām jāizvairās no tādu brīdinājumu sniegšanas, kas satur neprecīzus formulējumus (piemēram, norādi, ka produkts vai pakalpojums klientam “var nebūt atbilstošs”), jo tie, visticamāk, neļaus klientam pietiekami apzināties riskus, kas saistīti ar darījuma turpināšanu. Sabiedrībām arī jāizvairās no pārāk gariem brīdinājumiem, kas aizēno galveno vēstījumu, ka klientam nav ieguldījumu pakalpojumam vai produktam nepieciešamo zināšanu un pieredzes, vai arī viņš nav pierādījis, ka viņam tādas ir.
71. Sabiedrības nedrīkst noniecināt brīdinājumu nozīmību un mudināt klientus tos ignorēt (piemēram, tālruņa sarunu laikā vai brīdinājumā lietotajos formulējumos).
72. Sabiedrības savos brīdinājumos nedrīkst izmantot tādas vēstījumus, kas var mudināt klientu turpināt darījumu, atkārtoti veikt atbilstības novērtējumu vai pieprasīt statusa maiņu, pārejot profesionāla klienta kategorijā. Piemēram, sabiedrības var ieviest procesu, kurā klientam pirms darījuma turpināšanas jāapstiprina, ka viņš ir saņēmis brīdinājumā norādīto informāciju.
73. Ja klientam, kuram nav nepieciešamo zināšanu un pieredzes, tiek piedāvāti izglītojoši rīki, tīmekļa semināri vai “demo” tirdzniecības platformas ar mērķi uzlabot viņa zināšanas, sabiedrībai pēc tam ir jānosaka, vai klients ir apguvis nepieciešamās zināšanas par plānoto ieguldījumu pakalpojumu vai produktu, veicot citu atbilstības novērtējumu, kas vērsts uz viņa zināšanu līmeni. Šādus izglītojošus rīkus nedrīkst strukturēt tā, lai to konkrētais mērķis būtu uzlabot klienta spēju sniegt pareizas atbildes

uz iepriekš noteiktiem jautājumiem, jo tas var ļaut apiet sabiedrības pienākumu novērtēt klienta zināšanas un pieredzi par piedāvājumiem vai pieprasītajiem ieguldījumu produktiem.

74. Ja sabiedrības politika un procedūras paredz iespēju pieņemt klienta pieprasījumu turpināt darījumu arī pēc brīdinājuma saņemšanas, sabiedrībai *ex post* jāizvērtē izteikto brīdinājumu vispārējā efektivitāte, piemēram, novērtējot attiecību starp to brīdinājumu skaitu, kuriem sekoja darījums, un visu izteikto brīdinājumu kopskaitu, un vajadzības gadījumā sabiedrībai jāveic korekcijas attiecīgajā politikā un procedūrās.
75. Turklāt, ievērojot labu praksi, sabiedrībām var būt tādas politikas nostādnes un procedūras, ar ko paredz jebkādus nosacījumus un kritērijus, saskaņā ar kuriem klienta lūgums turpināt darījumu pēc brīdinājuma saņemšanas var tikt pieņemts vai nepieņemts. Piemēram, sabiedrība var ņemt vērā situācijas, kurās pastāv paaugstināts interešu konflikta risks, jo sabiedrība pārdod pati savus ieguldījumu produktus (vai ieguldījumu produktus, ko radījušas tās pašas grupas vienības) vai aktīvi tirgo ieguldījumu produktus no sabiedrības iekšējā piedāvājuma. Var ņemt vērā arī tādu faktoru kā piedāvāto vai pieprasīto produktu augstais sarežģītības vai riska līmenis.

CITAS SAISTĪTAS PRASĪBAS

Sabiedrības darbinieku kvalifikācija

(FITD II 16. panta 2. punkts un 25. panta 3. punkts, kā arī Deleģētās regulas 21. panta 1. punkta d) apakšpunkts)

10. pamatnostādne

76. **Atbilstības novērtēšanā iesaistītajiem darbiniekiem ir jāsaprot, kādi pienākumi viņiem ir šajā novērtējumā, un viņiem ir jābūt atbilstošam prasmju, zināšanu un kompetences līmenim, tostarp pietiekamām zināšanām par attiecīgajām normatīvajām prasībām un procedūrām, lai varētu pildīt savus pienākumus. Šim nolūkam sabiedrībām regulāri jāapmāca savi darbinieki.**
77. EVTI uzsver, ka darbiniekiem, kuri sabiedrības vārdā sniedz klientiem informāciju par ieguldījumu produktiem, ieguldījumu pakalpojumiem vai papildpakalpojumiem, jābūt vajadzīgajām zināšanām un kompetencei, kā prasīts FITD II 25. panta 1. punktā (un sīkāk izklāstīts EVTI Pamatnostādnēs zināšanu un kompetences izvērtēšanai¹⁴), tostarp saistībā ar atbilstības novērtējumu.
78. Sabiedrībām arī jānodrošina, ka citiem darbiniekiem, kuri tieši nesaskaras ar klientiem, bet ir jebkādā citā veidā iesaistīti atbilstības novērtēšanā, arī ir vajadzīgās prasmes, zināšanas un kompetence atkarībā no viņu konkrētajiem pienākumiem atbilstības procesā. Tā var būt, piemēram, anketu izstrāde, novērtējuma vadības algoritmu

¹⁴ EVTI Pamatnostādnēs zināšanu un kompetences izvērtēšanai (atsauce: ESMA71-1154262120-153 EN (groz.)).

noteikšana vai citi aspekti, kas vajadzīgi, lai veiktu atbilstības novērtējumu un uzraudzītu atbilstības prasību ievērošanu.

79. Attiecīgi izmantojot automatizētus rīkus (tostarp hibrīdrīkus), sabiedrībām jānodrošina, ka darbinieki, kuri iesaistīti darbībās, kas saistītas ar šo rīku izstrādi:
- pienācīgi izprot tehnoloģiju un algoritmus, kas izmantoti, lai veiktu automatizētu novērtēšanu (jo īpaši darbiniekiem jāspēj izprast automatizētā novērtējuma pamatā esošo algoritmu loģisko pamatojumu, riskus un noteikumus); un
 - spēj izprast un pārskatīt algoritmu ģenerēto automatizēto novērtējumu.

Uzskaitē

(FITD II 16. panta 6. punkts, 16. panta 7. punkts, 25. panta 5. punkts un 25. panta 6. punkts, kā arī Deleģētās regulas 56. panta 2. punkts, 72. pants un 76. pants)

11. pamatnostādne

80. **Saistībā ar pienākumu saglabāt atbilstības novērtējuma reģistrācijas ierakstus, kas minēti FITD II Deleģētās regulas 56. panta 2. punktā, sabiedrībām vismaz:**
- jāveic atbilstoši uzskaites un saglabāšanas pasākumi, lai nodrošinātu sakārtotu un pārredzamu uzskaiti attiecībā uz atbilstības novērtēšanu, tostarp informācijas vākšanu no klienta un sniegto pakalpojumu bez konsultācijas;
 - jānodrošina, ka uzskaites kārtība ir izstrādāta tā, lai varētu konstatēt nepilnības saistībā ar atbilstības novērtējumu;
 - jānodrošina, ka saglabātie ieraksti ir pieejami attiecīgām sabiedrības amatpersonām un kompetentajām iestādēm;
 - jāievieš atbilstoši procesi, lai novērstu ikvienu uzskaites kārtības trūkumu vai ierobežojumu.
81. Sabiedrību ieviestā uzskaites kārtība jāizstrādā tā, lai sabiedrības varētu *ex post* izsekot:
- atbilstības novērtējuma rezultātu, tostarp tā pamatojumu, t. i., skaidru un tiešu saikni starp savāktu un izvērtētu klienta informāciju un novērtējuma rezultātu;
 - jebkuru sabiedrības izteikto brīdinājumu, ja ieguldījumu pakalpojums vai produkts ticis novērtēts kā klientam potenciāli neatbilstošs vai ja klients netika iesniedzis pietiekamu informāciju, lai sabiedrība varētu veikt atbilstības novērtējumu (neatkarīgi no tā, vai klients ir vai nav lūdzis turpināt darījumu);
 - vai klients lūdzis turpināt darījumu, neraugoties uz brīdinājumu; un

- vai sabiedrība apstiprinājusi klienta lūgumu turpināt darījumu saskaņā ar pieņemtajām saistītajām procedūrām.
82. Tādējādi sabiedrībai jāreģistrē visa būtiskā informācija par atbilstības novērtējumu, piemēram, informācija par klientu (tostarp, kā šī informācija tiek izmantota un interpretēta, lai noteiktu klienta zināšanu un pieredzes profilu) un informācija par klientam piedāvātajiem ieguldījumu produktiem. Šajā uzskaites reģistrā jāiekļauj:
- jebkuri atjauninājumi informācijā, kas sniegta saistībā ar atbilstības novērtējumu, jo īpaši jebkuras izmaiņas klienta zināšanu un pieredzes profilā;
 - ieguldījumu produktu veidi, kas atbilst šim profilam, un pamatojums šādam novērtējumam, kā arī jebkuras izmaiņas un šo izmaiņu pamatojums.
83. Sabiedrībām jāievieš pasākumi, kas ļauj izprast un mazināt papildu riskus, kas var ietekmēt ieguldījumu pakalpojumu sniegšanu, izmantojot tiešsaistes vai digitālos rīkus, piemēram, ļaunprātīgas kiberdarbības¹⁵.
84. Sabiedrību pieņemtā uzskaites kārtība var atšķirties atkarībā no izplatīšanas kanāla, ko izmanto pakalpojumu bez konsultācijas sniegšanai. Piemēram, sabiedrībām:
- jāizstrādā IT rīki informācijas izsekošanai un uzglabāšanai, ja pakalpojumus sniedz tiešsaistē;
 - jāveic attiecīgi pasākumi, lai nodrošinātu, ka sabiedrība spēj sasaistīt jebkuru tās izteiktu brīdinājumu ar iespējamo darījumu, ko veicis klients, kurš nolēmis turpināt, neraugoties uz šo brīdinājumu, ja pakalpojumus sniedz pa tālruni;
 - jāsavāc un jāreģistrē visas attiecīgās veidlapas un dokumenti, kas izmantoti atbilstības procesā, jo īpaši tie, ko parakstījis klients un/vai sabiedrības darbinieki, ja pakalpojumus sniedz klātienē.

¹⁵ Sabiedrībām ir jāņem vērā šādi riski ne tikai saistībā ar noteikumiem, kas izklāstīti pamatnostādņē, bet arī pildot plašākus sabiedrības pienākumus, kas noteikti FITD II 16. panta 4. punktā, lai veiktu pamatotus pasākumus un nodrošinātu ieguldījumu pakalpojumu un darbību izpildes nepārtrauktību un regularitāti, kā arī pildot ar to saistīto deleģēto aktu attiecīgās prasības.

Situāciju noteikšana, kurās nepieciešams atbilstības novērtējums

(FITD II 16. panta 2. punkts, 25. panta 3. punkts un 25. panta 4. punkts, kā arī Deleģētās regulas 57. pants)

12. pamatnostādne

85. **Sabiedrībām jāveic attiecīgi pasākumi, lai nodrošinātu, ka tās spēj noteikt situācijas, kurās jāveic atbilstības novērtējums, un nepieļautu tā veikšanu situācijās, kad ir jāveic piemērotības novērtējums.**
86. Sabiedrībām jāievieš procedūras un jāveic kontroles pasākumi attiecībā uz mijiedarbību starp pārdošanas darbiniekiem un klientiem, lai virzītu un dokumentētu 16 šo mijiedarbību un nodrošinātu, ka tiek skaidri nošķirti ieteiktie un neieteiktie darījumi, no vienas puses, un darījumi, uz kuriem attiecas atbrīvojums tikai ar izpildi saistītiem pakalpojumiem, un citi neieteikti darījumi, no otras puses.
87. Sabiedrībām jāievieš politika un procedūras, lai nodrošinātu, ka tiek ievēroti FITD II 25. panta 4. punktā paredzētie nosacījumi, lai sniegtu “tikai ar izpildi saistītu pakalpojumu”, kuram netiek veikts atbilstības novērtējums¹⁷.
88. Sabiedrībām ir jāizstrādā, jāievieš un jāatjaunina politikas nostādnes un procesi, lai noteiktu, kurus no to ieguldījumu produktiem atbilstības prasību nolūkos var uzskatīt par “sarežģītiem” un kurus – par “vienkāršiem”. “Citi vienkārši finanšu instrumenti”, kas minēti FITD II 25. panta 4. punkta a) apakšpunkta vi) punktā, jāklasificē kā sarežģīti, ja vien tie nav novērtēti saskaņā ar FITD II Deleģētās regulas 57. panta kritērijiem un nav atbilduši visiem šiem kritērijiem.
89. Sabiedrību politikai un procesiem jānodrošina, ka ieguldījumu produkti, kas ir skaidri izslēgti no FITD II 25. panta 4. punkta a) apakšpunkta iv) punktā minēto vienkāršo instrumentu saraksta, nekādā gadījumā netiek novērtēti saskaņā ar FITD II Deleģētās regulas 57. pantā noteiktajiem kritērijiem, lai atbilstības novērtējuma nolūkos tos varētu klasificēt kā vienkāršus ieguldījumu produktus.
90. Sabiedrībām jāspēj izsekot, vai klients ir iesniedzis savu rīkojumu, atbildot uz personalizētu paziņojumu no sabiedrības vai sabiedrības vārdā. Šādos gadījumos sabiedrībai ir jādiskvalificē darījums, piemērojot atbrīvojumu “tikai ar izpildi saistītiem pakalpojumiem”.

¹⁶ Vienlaikus ņemot vērā 11. pamatnostādni.

¹⁷ Tas neliedz sabiedrībām veikt atbilstības novērtējumu visu veidu produktiem, gan sarežģītiem, gan vienkāršiem.

Kontroles pasākumi

(FITD II 16. panta 2. punkts, 16. panta 5. punkta otrā daļa un 25. panta 3. punkts, kā arī Delegētās regulas 76. pants)

13. pamatnostādne

91. **Sabiedrībām jāizstrādā attiecīga uzraudzības kārtība un kontroles pasākumi, lai nodrošinātu atbilstības prasību ievērošanu.**
92. Ja sabiedrības atbilstības novērtēšanas procesā izmanto automatizētas sistēmas vai rīkus (piemēram, klientu profilēšanas rīkus, kuru pamatā ir zināšanas un pieredze, automatiskus brīdinājumus vai ieguldījumu produktu sarežģītības kontroles pasākumus), šīm sistēmām vai rīkiem ir jābūt piemērotiem savam mērķim un tie periodiski jāuzrauga. Sabiedrībām ir jādokumentē šī uzraudzība¹⁸.
93. Ja atbilstības novērtējumā tiek izmantoti automatizēti kontroles mehānismi, sabiedrībām jānodrošina, ka šos automatizētos kontroles mehānismus nav iespējams apiet¹⁹, un tām periodiski jāuzrauga šo automatizēto kontroles mehānismu pareiza darbība. Sabiedrībām jāievieš attiecīgas politika nostādnes un procedūras, lai jau agrīnā posmā konstatētu IT problēmas.
94. Saistībā ar atbilstības novērtējumu sabiedrībām īpaša uzmanība jāpievērš ieguldījumu produktu sarežģītībai. Piemēram, datubāzes ar sarežģītības kodiem, ko izmanto atbilstības novērtēšanas rīkiem, ir regulāri jāpārskata un jāatjaunina.
95. Ja atbilstības novērtējums tiek veikts klātienē sanāksmēs vai telefoniski un tādā gadījumā notiek cilvēka iejaukšanās, sabiedrībām savos regulārajos kontroles procesos jāizmanto rakstiski ieraksti no klātienē sanāksmēm vai tālruņa sarunām, lai uzraudzītu, vai pārdošanas personāls izpilda savus pienākumus saistībā ar atbilstības novērtējumu. Sabiedrībām jāuzrauga šie rakstiskie ieraksti vai telefonsarunu ieraksti kontroles procedūru ietvaros.
96. Sabiedrībām jāuzrauga tādi aspekti kā attiecība starp to brīdinājumu skaitu, kam sekoja darījums, un visu izteikto brīdinājumu kopskaitu, lai novērtētu izteikto brīdinājumu vispārējo efektivitāti.

¹⁸ Skatīt arī 11. pamatnostādni.

¹⁹ Izņēmumi jāparedz tikai īpašos apstākļos, kādi noteikti sabiedrības procedūrās, un tiem nepieciešama īpaša amatpersonu hierarhijas izsniegta atļauja.