



Per e-mail verstuurd aan info@nvga.org

T.a.v. de heer R. Gardenier

Postbus 1354

3800BJ AMERSFOORT

Datum	23 april 2020
Ons kenmerk	RéGg-20034001
Pagina	1 van 5
E-mail	IDD@afm.nl
Betreft	Productontwikkelingsnormen

Geachte heer Gardenier,

Sinds 1 januari 2013 gelden voor financiële ondernemingen - waaronder (onder)gevolmachtigde agenten (hierna: gevolmachtigde agenten) - de **PARP-normen**¹. Daarnaast moeten marktpartijen sinds 1 oktober 2018 voldoen aan de normen vanuit de Insurance Distribution Directive (**IDD**), de Europese richtlijn voor verzekeringsdistributie. Onderdeel hiervan is de rechtstreeks werkende Gedelegeerde Verordening over producttoezicht en -governance (**Gedelegeerde Verordening**).² De genoemde normen zijn van toepassing op gevolmachtigde agenten, wanneer zij verzekeringsproducten ontwikkelen en/of distribueren.

In de tweede helft van 2019 heeft de AFM bij een aantal gevolmachtigde agenten die kwalificeerden als productontwikkelaar, onderzoek gedaan of zij de productontwikkelingsnormen op de juiste wijze naleefden. Gebleken is dat bijna alle onderzochte ontwikkelaars in meer of minder mate niet voldeden aan deze normen, leidend tot diverse waarschuwingsbrieven van de AFM. Om die reden lichten we in deze brief de belangrijkste van toepassing zijnde productontwikkelingsnormen toe. We verzoeken u vriendelijk deze brief onder uw leden te verspreiden.

Wanneer bent u als gevolmachtigd agent een productontwikkelaar?

Veel gevolmachtigd agenten ontwikkelen (mede) financiële producten. Volgens artikel 3 van de Gedelegeerde Verordening wordt u als ontwikkelaar beschouwd als uit een algemene analyse van uw activiteiten blijkt dat u een rol speelt bij de besluitvorming over het onderwerp en de ontwikkeling van een verzekeringsproduct voor de markt. Deze rol wordt in ieder geval aangenomen als u autonoom wezenlijke kenmerken en belangrijkste onderdelen van een verzekeringsproduct vaststelt. Bijvoorbeeld de dekking, de kosten, het risico, de doelgroep of vergoedings- of garantierechten. Het personaliseren en aanpassen van bestaande verzekeringen voor individuele cliënten, alsmede het uitwerken van maatwerkcontracten, geldt niet als ontwikkelen.³

¹ PARP: Product Approval en Reviewproces (productontwikkelings- en reviewproces), vastgelegd in artikel 32 van het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (**BGfo**).

² Gedelegeerde Verordening (EU) 2017/2358 inzake producttoezicht en -governance.

³ Te denken valt aan gevallen waar de tussenpersoon de keuze heeft tussen verschillende varianten van een product, verschillende contractuele bepalingen of opties, of met de cliënt afspraken kan maken over kortingen op premies of kosten.

Productontwikkelingsnormen voor ontwikkelaars

Hieronder (bij de punten 1 t/m 7) gaan we dieper in op de belangrijkste productontwikkelingsnormen voor ontwikkelaars zoals beschreven in de artikelen 5, 6, 7 en 8 van de Gedelegeerde Verordening en artikel 32e BGfo. In brede zin geldt dat overwegingen, onderbouwingen en gemaakte keuzes voor nieuw ontwikkelde verzekeringsproducten en/of voor significante aanpassingen van bestaande verzekeringsproducten, schriftelijk moeten worden vastgelegd in het productgoedkeuringsproces (zie de Gedelegeerde Verordening artikel 4). De ontwikkelaar moet zowel een beleid opstellen als dit op proportionele wijze uitvoeren en evalueren.

1. Baken de doelgroep af

- Borg dat u als ontwikkelaar per verzekering de doelgroep op voldoende gedetailleerd niveau vaststelt en analyseert, inclusief de behoeften, kenmerken en de doelstellingen van de cliënten van deze doelgroep. U kunt tevens, zeker daar waar het gaat om verzekering gebaseerde beleggingsproducten, een negatieve doelgroep formuleren, aan wie het product in beginsel niet mag worden verkocht.
- U houdt daarbij rekening met de kenmerken, het risicoprofiel, de complexiteit en de aard van het verzekeringsproduct. Hoe ingewikkelder en risicovoller een product is, des te diepgaander u de doelgroep vaststelt.
- Ook houdt u rekening met de mate waarin informatie voor de doelgroep beschikbaar is en of de desbetreffende consumenten voldoende financieel onderlegd zijn ('hun financiële geletterdheid').
- Ook bij de product review analyseert u de werking van het product en kijkt u opnieuw naar de doelgroep. Zo kan bijvoorbeeld bij voorgenomen wijzigingen van (onderdelen van) het product worden vastgesteld welke gevolgen een aanpassing van (een onderdeel van) het product heeft voor de consument. Bij ingrijpende effecten op de werking van het product (bijvoorbeeld bij specifieke wijzigingen in dekkingen of uitsluitingen) zult u als ontwikkelaar dan mogelijk opnieuw de doelgroep en doelstelling moeten vaststellen.
- Als ontwikkelaar zorgt u ervoor dat uw personeel dat betrokken is bij het ontwerp en de ontwikkeling van verzekeringsproducten over de nodige vaardigheden, kennis en deskundigheid beschikt om het verkochte product en de belangen, doelstellingen en kenmerken van de tot de doelmarkt behorende cliënten te kunnen begrijpen.

2. Stel scenarioanalyses op

- Zorg dat u elk door u ontwikkeld verzekeringsproduct test met relevante scenarioanalyses. U kijkt daarbij of het product gedurende de hele levensduur voldoet aan de vastgestelde behoeften, kenmerken en doelstellingen van de doelgroep. Een mogelijke uitkomst is bijvoorbeeld dat de doelgroep moet worden aangepast.
- Ook bij de product review moet u de werking van het product analyseren met behulp van verschillende scenario's. Dat kunt u bijvoorbeeld doen aan de hand van schadeclaims en -uitbetalingen, (Kifid)klachten en andere ervaringen van klanten en adviseurs. Hetzelfde geldt voor (voorgenomen) productwijzigingen, die in het nadeel van de consument kunnen zijn.
- U mag verzekeringsproducten niet in de handel brengen indien uit de tests blijkt dat de producten niet zijn afgestemd op de vastgestelde belangen, doelstellingen en kenmerken van de doelmarkt.

3. Stem de distributiestrategie en productinformatie af op de doelgroep

- Bepaal voor het desbetreffende verzekeringsproduct de distributiestrategie die voor de doelgroep geschikt is, waar de distributiekanaal onderdeel van zijn. U dient daarbij rekening te houden met de bijzondere kenmerken van het verzekeringsproduct.
- De distributiestrategie moet ervoor zorgen dat het verzekeringsproduct bij de doelgroep terechtkomt en niet daarbuiten. Het kan zijn, zeker bij complexe producten, dat de onderneming aanvullende waarborgen moet inbouwen om dit te kunnen borgen, zoals een kennis- en ervaringstoets - ook voor verzekeringen waarvoor dit niet reeds verplicht is.
- Ook moet u de productinformatie afstemmen op de doelgroep; dat kan bijvoorbeeld door toetsing door een klantpanel/leespanel.
- Bij de product review gaat u na of de distributiestrategie en de productinformatie nog steeds zijn afgestemd op de doelgroep, zodat u weet dat producten niet buiten de doelgroep worden verkocht.

4. Wissel informatie uit met distributeurs

- In de distributieketen van een gevolmachtigde agent is er vaak een tussenliggende distributeur, ook als er sprake is van een huisvolmacht of 'execution only'-bemiddelaar.
- U stelt distributeurs (de adviseur of bemiddelaar) in staat om het verzekeringsproduct aan de juiste doelgroep te distribueren, in overeenstemming met het belang van de cliënten. Dit doet u door distributeurs volledige, heldere en actuele informatie te geven over:
 - de belangrijkste eigenschappen en kenmerken van het product, de risico's en kosten daarvan (ook de impliciete kosten)
 - de kenmerken en doelstellingen van de afgebakende (negatieve) doelgroep
 - de distributiestrategie
 - omstandigheden die tot een belangenconflict kunnen leiden ten nadele van de cliënt
- Maak afspraken met de distributeur over de geschikte benadering van de doelgroep.
- Daarnaast dient u de benodigde stappen te nemen om te monitoren dat de distributeurs handelen in overeenstemming met uw eigen productgoedkeuringsproces.
- De AFM vindt het van belang dat ontwikkelaars blijvend aandacht hebben voor de informatie-uitwisseling met hun distributiepartners, ook bij de product review.

5. Bepaal wanneer er aanleiding is voor een product review

- U bepaalt als ontwikkelaar wanneer een reviewproces wordt doorlopen: periodiek, en wanneer daar aanleiding toe is, bijvoorbeeld bij een (voorgenomen) impactvolle wijziging van het product zoals specifieke wijzigingen in dekkingen of uitsluitingen. Leg daarbij vast welke externe omstandigheden zoals marktontwikkelingen, wet- en regelgeving en input/feedback van stakeholders zijn meegenomen.
- U monitort op signalen die aanleiding kunnen zijn voor het uitvoeren van een (tussentijdse) product review. Deze aanleiding kan zowel uit (de onderdelen van) het product zelf voortkomen, als uit externe omstandigheden zoals een ingrijpende wetswijziging of een toename van het aantal klachten.
- Uit de review moet duidelijk blijken welke opvolging gegeven gaat worden aan de uitkomsten. U dient vast te stellen dat het product aan de doelstellingen van de doelgroep voldoet, indien nodig na aanpassing van het product, de doelgroep en/of de distributie.

6. Bepaal vooraf wie bij het PARP-proces betrokken moeten zijn

- Bepaal voorafgaand aan de product approval en de product review welke personen en welke afdelingen betrokken moeten zijn.
- Daarbij is het belangrijk dat naar voren komt wat de inbreng en het oordeel van de betrokken afdelingen is geweest en hoe een belangenafweging is gemaakt. Het klantbelang moet aantoonbaar meegewogen worden in de belangenafweging.

7. Meer complexiteit betekent meer diepgang

- Naarmate sprake is van een complexer en impactvoller product moet het productontwikkelingsproces diepgaander worden doorlopen dan wanneer sprake is van een eenvoudig product. Ook een in de basis eenvoudig product, zoals een WA-autoverzekering, kan een complexer product worden, bijvoorbeeld wanneer de rijstijl wordt gemeten en de productvoorwaarden hierop zijn aangepast.

Productontwikkelingsnormen voor distributeurs

Hieronder gaan we in op de belangrijkste productontwikkelingsnormen voor distributeurs uit de Gedelegeerde Verordening, vanuit de artikelen 10 en 11. In algemene zin geldt dat distributeurs beschikken over schriftelijke regels voor productdistributie, die passende maatregelen en procedures bevatten om van de ontwikkelaar alle passende informatie te ontvangen over de verzekeringsproducten die ze voornemens zijn aan hun cliënten aan te bieden, en om een volledig inzicht te krijgen in die verzekeringsproducten.

1. Richt uw productdistributieproces zorgvuldig in

- Zorg dat u alle benodigde informatie van de ontwikkelaar ontvangt, zodat u de kenmerken van het product en de vastgestelde doelgroep begrijpt. Uw distributiestrategie is hiermee in lijn.
- Uit de distributiestrategie moet blijken op welke wijze u borgt dat het product binnen de door de ontwikkelaar vastgestelde doelgroep wordt verkocht. Leg het vast als u buiten de vastgestelde doelgroep verkoopt.

2. Evalueer periodiek het productdistributieproces

- Verifieer of de verzekeringsproducten zijn verkocht aan de vastgestelde doelgroep.
- Indien u meer dan incidenteel buiten de vastgestelde doelgroep verkoopt, is uw distributiestrategie mogelijk niet in lijn met de vastgestelde doelgroep. Pas zo nodig het productdistributieproces aan.

3. Verstrek informatie aan de ontwikkelaar

- U voorziet de ontwikkelaar op zijn verzoek van verkoopinformatie over het verzekeringsproduct en van informatie over de uitkomsten van de periodieke evaluatie van het productdistributieproces, voor zover de ontwikkelaar die nodig heeft om het verzekeringsproduct te evalueren. Denk bijvoorbeeld aan informatie over verkoop buiten de doelgroep, soort cliënten en ontvangen klachten.
- Mocht u ontdekken dat een product niet bij de geïdentificeerde doelgroep past, informeert u direct de ontwikkelaar van het product en past u zo nodig uw distributiestrategie aan.

Datum 23 april 2020
Ons kenmerk RéGg-20034001
Pagina 5 van 5

Tot slot

De AFM vraagt gevolmachtigd agenten (mede) aan de hand van deze brief kritisch naar de inrichting en toepassing van de productontwikkelingsnormen binnen hun onderneming te kijken, en waar nodig verbeteringen door te voeren. De beschrijving van de productontwikkelingsnormen in deze brief is niet uitputtend. De AFM rekent erop dat u kennis neemt van alle vereisten zoals beschreven in het van toepassing zijnde wettelijke kader. In 2020 gaat de AFM door met toezichtonderzoeken naar de naleving van de productontwikkelings- en IDD-normen door gevolmachtigde agenten.

Als u vragen heeft over deze brief, dan kunt u een e-mail sturen naar idd@afm.nl.

Hoogachtend,
Autoriteit Financiële Markten

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R.E.P. van Leeuwen', with a horizontal line underneath.

drs. R.E.P. van Leeuwen
Manager
Verzekeren en Pensioenen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J.E. Berndsen', with a horizontal line underneath.

drs. J.E. Berndsen RBA
Hoofd
Verzekeren en Pensioenen