

Datum 15 januari 2020

Ons kenmerk JaDn-19121067

Pagina 1 van 11

Email pg_mifid2@afm.nl

Betreft Norminformerende brief inzake productgovernance

Geachte heer/mevrouw,

U ontvangt deze brief omdat uw beleggingsonderneming financiële instrumenten distribueert. Om ervoor te zorgen dat u producten distribueert aan cliënten aan wiens kenmerken, behoeften en doelstellingen de producten voldoen, is een goede inbedding van de productgovernancevereisten binnen uw onderneming belangrijk.

Met deze brief informeert de AFM u over (het belang van) de productgovernancevereisten en wat zij van uw onderneming daaromtrent verwacht.

Aanleiding productgovernancevereisten

Binnen Europa zijn verschillende productaffaires en ‘*misselling*’ van producten voorgekomen die tot grote maatschappelijke schade en onrust hebben geleid. Het ging hierbij om complexe en risicovolle producten die zijn verkocht aan consumenten bij wie dit product niet pasten. Denk daarbij in Nederland aan beleggingsverzekeringen, de aandelenleaseproducten en, recenter, de rentederivaten.

Om dergelijke affaires in de toekomst te voorkomen en om de kwaliteit van beleggingsproducten te verbeteren, zijn binnen Europa de productgovernancevereisten geïntroduceerd. De kern van deze vereisten is dat de beleggingsonderneming verantwoordelijk is om de juiste doelgroep voor het product vast te stellen en vervolgens om via een daarop afgestemde distributiestrategie te borgen dat producten niet (structureel) buiten de doelgroep belanden. Deze vereisten gelden zowel voor beleggingsondernemingen in de rol van ontwikkelaar van producten als in de rol van distributeur van producten¹.

Wetgeving productgovernance

Per 3 januari 2018 zijn de vereisten inzake productgovernance in werking getreden. Deze vereisten beogen dat alleen financiële instrumenten (hierna: producten) worden ontwikkeld die in het belang van de cliënt zijn en worden aangeboden aan de juiste doelgroep. In artikel 4:14, tweede lid, aanhef en onderdeel c, van de Wet op het financieel toezicht (hierna: Wft) juncto de artikelen 32 tot en met 32c van het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (hierna: BGfo), zijn de productgovernancevereisten

¹ Deze norminformerende brief is gericht op distributeurs van beleggingsproducten die onder artikel 32b BGfo vallen. Indien u ontwikkelaar bent van beleggingsproducten, wijzen wij u erop dat er ook specifieke productgovernancevereisten zijn voor ontwikkelaars. Deze vereisten zijn neergelegd in artikel 32 en 32a BGfo en nader uitgewerkt in artikel 9 van de Gedelegeerde Richtlijn en de ESMA Richtsnoeren. De AFM rekent erop dat, indien van toepassing, u ook kennis neemt van deze vereisten en hiervoor gepaste maatregelen treft.

opgenomen. Deze vereisten vloeien voort uit de artikelen 16, derde lid en 24, tweede lid, van Richtlijn 2014/65/EG (hierna: MiFID II)² en artikel 10 van de gedelegeerde richtlijn tot aanvulling van MiFID II (hierna: Gedelegeerde Richtlijn)³, zoals geïmplementeerd in artikel 32b BGfo en bijbehorende nota van toelichting.

Ter verduidelijking van deze regels heeft de European Securities and Markets Authority (hierna: ESMA) Richtsnoeren voor productgovernanceverplichtingen van MiFID II opgesteld (hierna: Richtsnoeren), die van toepassing zijn op ondernemingen waarop de productgovernancevereisten van MiFID II van toepassing zijn. De AFM past deze Richtsnoeren toe in het toezicht op de naleving van de relevante gedragsregels uit de Wft en het BGfo.⁴

Hieronder zullen wij achtereenvolgens ingaan op het belang van een goede toepassing en inrichting van de productgovernancevereisten en wat de AFM van uw onderneming verwacht. Vervolgens lichten wij in bijlage 1 van deze brief de productgovernancevereisten op beknopte wijze toe. In bijlage 2 hebben wij voor de volledigheid de tekst van artikel 32b en artikel 32c BGfo opgenomen met een verwijzing naar de Gedelegeerde Richtlijn en de Richtsnoeren.

Het belang van een goede inrichting en toepassing van de productgovernancevereisten

Het is voor de AFM van groot belang dat productaffaires en 'misselling' van producten niet meer voorkomen. Een goede naleving van de productgovernancevereisten draagt hier in belangrijke mate aan bij. Productgovernance is daarom een belangrijk aandachtspunt voor de AFM. In dat kader hebben we reeds in de markt op verschillende manieren voorbereid op de komst van deze vereisten.⁵ Ook heeft de AFM in en 2019 onderzoeken uitgevoerd naar de mate waarin de productgovernancevereisten door beleggingsondernemingen worden nageleefd. Naar aanleiding van dit onderzoek hebben wij de volgende belangrijke aandachtspunten geïdentificeerd:

- Let erop dat u de doelgroep voldoende (diepgaand) afbakent. Denk er bijvoorbeeld aan dat u de vijf doelgroepcategorieën⁶ uit de Richtsnoeren altijd meeneemt en de doelgroep voldoende uitwerkt. Hoe ingewikkelder en risicovoller een product is, hoe diepgaander u de doelgroep vaststelt;
- Zorg voor een goed uitgewerkte distributiestrategie, waarmee u borgt dat producten niet structureel buiten de doelgroep worden verkocht. Hier houdt u dus ook rekening met alle doelgroepcategorieën uit de Richtsnoeren. Denk er bijvoorbeeld bij online-verkoop aan dat de

² Richtlijn nr. 2014/65/EU van het Europees Parlement en de Raad van 15 mei 2014 betreffende markten voor financiële instrumenten en tot wijziging van Richtlijn 2002/92/EG en Richtlijn 2011/61/EU (herschikking) (PbEU 2014, L 173).

³ Gedelegeerde Richtlijn (EU) 2017/593 van de Commissie van 7 april 2016 tot aanvulling van Richtlijn 2014/65/EU van het Europees Parlement en de Raad met betrekking tot het vrijwaren van financiële instrumenten en geldmiddelen die aan cliënten toebehoren, productgovernanceverplichtingen en de regels die van toepassing zijn op het betalen of het ontvangen van provisies, commissies en geldelijke of niet-geldelijke tegemoetkomingen (PB L 87, 31.3.2017, blz 500-517).

⁴ U kunt de Engelse versie van de Richtsnoeren vinden op: https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esma35-43620_report_on_guidelines_on_product_governance.pdf.

⁵ Door middel van rondetafelsessies, seminars, workshops en beantwoorden van vragen.

⁶ De vijf doelgroepcategorieën zijn als volgt: 1) type cliënt voor wie het product bedoeld is 2) kennis en ervaring 3) financiële situatie met focus op het vermogen om verliezen te dragen 4) risicotolerantie en verenigbaarheid van het risico/rendementsprofiel van het product met de doelmarkt en 5) doelstellingen en behoeften van cliënten.

manier waarop de producten aan cliënten worden gepresenteerd in de online-omgeving ook onderdeel zou moeten zijn van de distributiestrategie. Zo kan uw onderneming ervoor kiezen bepaalde ingewikkelde en risicovolle producten alleen te tonen aan en toegankelijk te maken voor de beleggers die tot de doelgroep behoren. Daarnaast kan bijvoorbeeld voor het moment van aankoop van een product de bijbehorende (negatieve) doelgroep worden getoond, waarvan de cliënt moet nagaan of hij daarvan onderdeel uitmaakt, mits dit eraan bijdraagt dat producten bij de vastgestelde doelgroep terechtkomen;

- Evalueer de doelgroep en de effectiviteit van de distributiestrategie, zodat u weet dat producten niet structureel buiten de doelgroep terechtkomen. De wijze waarop u deze evaluatie(s) uitvoert, legt u vast in uw productgovernancebeleid;
- Leg overwegingen, onderbouwingen en gemaakte keuzes bij de vaststelling van de doelgroep en distributiestrategie goed vast;
- Besef dat productgovernance geldt naast, en onafhankelijk van, de regels voor passendheid en geschiktheid. Waar deze laatste twee uitgevoerd worden op het moment van verkoop, wordt productgovernance al uitgevoerd bij het ontwikkelen van producten of het vaststellen van het productassortiment, nog vóór enige verkoop plaatsvindt. Dit is dus al relevant op het moment dat u overweegt welke producten u waarom opneemt in het assortiment en welke u niet opneemt.

Wat verwacht de AFM van u?

De AFM vindt het niet alleen belangrijk dat producten van voldoende kwaliteit zijn, maar ook dat deze producten bij de juiste doelgroep terechtkomen. Om dit te bereiken is het nodig dat beleggingsondernemingen hun productgovernance goed inrichten. Wij zijn namelijk van oordeel dat het toepassen van een goed ingerichte productgovernance een belangrijke voorwaarde is voor het verbeteren van de kwaliteit van beschikbare producten. Tevens zal de toepassing ervan ervoor moeten zorgen dat cliënten producten afnemen die aansluiten bij de doelgroep waartoe die cliënten behoren. Wanneer dit niet het geval is, dan dienen beleggingsondernemingen dit tijdig te signaleren en hierop te acteren.

Daarom vragen wij u aan de hand van deze brief kritisch naar de inrichting en toepassing van productgovernance binnen uw onderneming te kijken en waar nodig verbeteringen door te voeren. De bovenstaande aandachtspunten en de beknopte toelichting op de productgovernancevereisten (bijlage 1) helpen u te beoordelen in hoeverre uw onderneming reeds voldoet aan de productgovernancevereisten.

In 2020 gaat de AFM door met toezichtsonderzoeken naar de naleving van de productgovernancevereisten door beleggingsondernemingen. Het is mogelijk dat uw onderneming wordt meegenomen in een dergelijk onderzoek. De AFM zal in dat geval contact met uw onderneming opnemen.

Heeft u vragen over de productgovernancevereisten?

Indien u vragen heeft over deze brief, kunt u deze mailen naar pg_mifid2@afm.nl.

Bijlage 1: beknopte toelichting op de productgovernancevereisten

In deze bijlage geven we een algemene en beknopte toelichting op de productgovernancevereisten uit artikel 32b BGfo en de nadere invulling daarvan door ESMA in de Richtsnoeren.⁷ Deze vereisten dienen proportioneel nageleefd te worden. Dit betekent dat hoe ingewikkelder en risicovoller uw producten zijn, hoe diepgaander de vereisten uitgewerkt en toegepast moeten worden in beleid en praktijk.

Voor de leesbaarheid lichten wij de productgovernancevereisten hieronder in een andere volgorde toe, dan artikel 32b BGfo aanhoudt. We hanteren een chronologische volgorde vanuit het perspectief van de beleggingsonderneming, wanneer die start met het vaststellen van haar productassortiment en vervolgens de doelgroep en distributiestrategie. Waar nodig verwijzen we in de tekst naar de relevante paragrafen uit de Richtsnoeren.⁸

Voor de goede orde merken we op dat de productgovernancevereisten gelden in aanvulling op de passendheid- en geschiktheidstoets. Waar deze toetsen van toepassing zijn op het moment van verkoop aan een individuele klant, zijn de productgovernancevereisten al in een eerder stadium van toepassing, namelijk bij het bepalen van het productassortiment (welke producten neemt u waarom op in uw assortiment en welke niet?) (Richtsnoer 33). Wel kunnen een passendheid- en geschiktheidstoets onderdeel uitmaken van de distributiestrategie, mits deze voldoende zijn toegespitst op de doelgroepbepaling van de producten.

Het opstellen van een productgovernancebeleid (artikel 32b, eerste lid, BGfo)

Om ervoor te zorgen dat producten nu en in de toekomst aan de juiste doelgroep worden verkocht, is een goed productgovernancebeleid binnen uw onderneming noodzakelijk. Het beleid beschrijft op welke wijze de productgovernancevereisten in uw onderneming zijn geborgd en hoe deze in de praktijk toegepast moeten worden. Dit betekent bijvoorbeeld dat duidelijk moet zijn wie, wanneer, waarvoor verantwoordelijk is en hoe uw onderneming de doelgroep en bijbehorende distributiestrategie moet vaststellen voor de producten die uw onderneming distribueert. Zo moet bijvoorbeeld duidelijk zijn op basis van welke criteria producten aan uw productassortiment toegevoegd kunnen worden en welke (belangen)afwegingen u daarbij maakt. Ook is belangrijk om vast te stellen hoe u producten en de distributie daarvan aan de doelgroep evalueert en wie daarbij betrokken is.

Daarnaast is het van belang dat u de gemaakte keuzes rondom onder meer de distributiestrategie en doelgroepafbakening goed onderbouwt in het beleid. Hieruit moet bijvoorbeeld blijken welke (belangen)afwegingen zijn gemaakt die tot de gekozen distributiestrategie hebben geleid en hoe dit eraan bijdraagt dat producten aan de juiste doelgroep worden verkocht. Een zorgvuldige vastlegging van

⁷ Voor een meer volledige en gedetailleerde uitleg van de geldende productgovernancevereisten verwijzen wij naar artikel 32b, BGfo, de bijbehorende nota van toelichting en de Richtsnoeren.

⁸ Omwille van de leesbaarheid zijn we niet volledig in de verwijzingen naar de Richtsnoeren. Wij raden u aan om de Richtsnoeren daarom goed door te nemen voor een volledige en juiste naleving van de productgovernancevereisten.

gemaakte keuzes helpt betrokkenen goed te begrijpen waarom bepaalde keuzes ten aanzien van productgovernance (in het verleden) zijn gemaakt.

Het verkrijgen van informatie van de ontwikkelaar (artikel 32b, derde lid, BGfo)

Uw onderneming dient informatie van de ontwikkelaars te verkrijgen van wie u producten distribueert. Het gaat onder andere om informatie over het product, de doelgroep en bijbehorende distributiestrategie. Deze informatie heeft uw onderneming nodig om als distributeur bijvoorbeeld de juiste doelgroep en distributiestrategie te kunnen vaststellen. Dit betekent wel dat de informatie die u van de ontwikkelaar verkrijgt voldoende uitgewerkt en begrijpelijk moet zijn, zodat bijvoorbeeld ondubbelzinnig is welke specifieke kennis en ervaring volgens de ontwikkelaar benodigd is. De wijze waarop u borgt dat u deze informatie van de ontwikkelaar verkrijgt en begrijpt, is onderdeel van uw beleid.

Als een ontwikkelaar waarvan u producten distribueert niet onder het bereik van MiFID II valt en geen invulling heeft gegeven aan de productgovernancevereisten, dient u in dat geval ook voldoende stappen te ondernemen om eerdergenoemde informatie te verkrijgen en op basis daarvan onder andere een doelgroep vast te stellen (Richtsnoeren 60 – 63). Dit kan bijvoorbeeld door het sluiten van een overeenkomst met de ontwikkelaar of via publiek beschikbare en betrouwbare bronnen (Richtsnoer 61). Indien u in deze situatie niet in staat bent om voldoende informatie te verkrijgen om onder meer de doelgroep goed vast te stellen en een distributiestrategie op te stellen, dan mag u deze producten niet aanbieden (Richtsnoer 63).

Het bepalen van de doelgroep en negatieve doelgroep (artikel 32b, tweede en zesde lid, BGfo) Het is belangrijk dat producten alleen terechtkomen bij cliënten aan wiens kenmerken, behoeften en doelstellingen de producten voldoen. Daarom moet uw onderneming voor ieder individueel product een goed afgebakende doelgroep vaststellen. Alleen indien producten voldoende gelijke productkenmerken hebben, is het mogelijk om producten te clusteren zodat voor het cluster dezelfde doelgroep bepaald kan worden (Richtsnoer 22). Het is daarbij belangrijk dat u goed onderbouwt waarom deze producten, gelet op de specifieke productkenmerken, geclusterd kunnen worden. In uw beleid legt u vast wanneer uw onderneming clustering toepast en hoe de doelgroep bepaald moet worden.

U dient bij vaststelling van de doelgroep de doelgroepbepaling van de ontwikkelaar als uitgangspunt te nemen. Daar waar de ontwikkelaar de doelgroep op een meer abstract niveau bepaalt, dient u deze kritisch te beoordelen en, waar nodig, verder te verfijnen (Richtsnoeren 36 - 38).⁹ Hierbij gebruikt u, net zoals de ontwikkelaar, tenminste de vijf doelgroepcategorieën (Richtsnoeren 18 en 34). Naarmate producten ingewikkelder en risicovoller zijn, dient u de doelgroep diepgaander vast te stellen (Richtsnoeren 21 – 24 en 41).

⁹ Het verbreden van de doelgroep zoals die door de ontwikkelaar is vastgesteld mag dus niet zonder meer (Richtsnoeren 36 en 38).

Het (waar nodig) verfijnen van de doelgroep van de ontwikkelaar doet u op basis van relevante (geaggregeerde) informatie en kennis die u heeft over uw cliëntenbestand (Richtsnoeren 36 en 37). Bij execution only dienstverlening heeft u vaak alleen informatie over de kennis en ervaring van uw cliëntenbestand, waardoor u veelal alleen de doelgroepcategorie 'kennis en ervaring' verder kunt verfijnen.¹⁰ Bij vermogensbeheer en/of advies beschikt u over informatie van alle doelgroepcategorieën. Verwacht wordt dat u op basis van deze informatie alle doelgroepcategorieën, zoals door de ontwikkelaar vastgesteld, verder verfijnt als dit nodig is (Richtsnoer 37).

Daarnaast moet u voor elk product de negatieve doelgroep vaststellen: de doelgroep waarvoor het product nadrukkelijk niet passend is. Voor het vaststellen van de negatieve doelgroep gelden dezelfde uitgangspunten als voor het vaststellen van de (positieve) doelgroep (zie hierboven).

Het vaststellen van de distributiestrategie (artikel 32b, zesde lid, BGfo)

Het doel van de productgovernancevereisten is dat producten alleen terechtkomen bij cliënten aan wiens kenmerken, behoeften en doelstelling de producten voldoen. Daarom is het belangrijk dat u een distributiestrategie ontwikkelt, die borgt dat producten alleen bij de eerder vastgestelde doelgroep terechtkomen en dat (structurele) verkoop er buiten wordt voorkomen. Bij het vaststellen van uw distributiestrategie, dient u de door de ontwikkelaar vastgestelde distributiestrategie als uitgangspunt te nemen en deze kritisch te beoordelen (Richtsnoer 49). U stelt waar nodig een meer prudente distributiestrategie op, bijvoorbeeld als uw (potentiële) cliënten zodanige kenmerken hebben dat hun belangen het beste worden beschermd met een prudentere distributiestrategie (Richtsnoer 50).¹¹ Het verbreden van de distributiestrategie (minder prudente benadering) van de ontwikkelaar is in principe niet toegestaan (Richtsnoer 51).

Om te borgen dat producten alleen bij de doelgroep terechtkomen en niet structureel daar buiten, dient u in uw distributiestrategie rekening te houden met de vijf doelgroepcategorieën uit de doelgroepbepaling. Dit kan op verschillende manieren, bijvoorbeeld door het aanbrengen van sturingselementen in de (online) keuzeomgeving¹², het inwinnen van informatie bij de cliënt en het nadrukkelijk informeren van cliënten over de doelgroep van het product. Bij beheer en advies kan de geschiktheidstoets, mits voldoende toegespitst op de specifieke kenmerken van de doelgroep en van voldoende kwaliteit, onderdeel zijn van de distributiestrategie. De wijze waarop de distributiestrategie ingericht moet worden, met bijbehorende onderbouwing hoe deze strategie de verkoop aan de juiste doelgroep borgt, legt u vast.

¹⁰ Bijvoorbeeld de informatie over kennis en ervaring die uw onderneming door middel van de passendheidstoets heeft verkregen.

¹¹ Bijvoorbeeld (potentiële) cliënten met zeer beperkte beleggingskennis en/of een onstabiele financiële situatie, waardoor het execution only kanaal niet voldoende kan borgen dat producten bij de juiste doelgroep terechtkomen, en u daarom voor het advies- en/of vermogenskanaal kiest. Let wel dat het distributiekanaal slechts een onderdeel is van de inrichting van uw distributiestrategie.

¹² Voorbeelden van sturingselementen: het aanbod van financiële instrumenten (bijvoorbeeld het aanbod beperken op basis van een 'onboarding' traject) of de wijze waarop kenmerken van de belegger worden ingewonnen (bijvoorbeeld via 'onboarding' of een objectieve vragenlijst). Sturingselementen in de (online) keuzeomgeving kunnen in positieve zin, maar ook in negatieve zin, bijdragen aan de distributiestrategie. Onderbouw daarom goed in uw beleid waarom de door u ingezette sturingselementen bijdragen aan de verkoop aan de juiste doelgroep.

Het uitgangspunt is dat producten alleen aan de doelgroep verkocht mogen worden en niet daar buiten. Bij advies en beheer mag echter als uitzondering op de hoofdregel in een aantal specifieke situaties buiten de doelgroep worden verkocht. Zo mag vanwege diversificatie- en hedgingdoeleinden buiten de doelgroep worden verkocht, mits de portefeuille in zijn geheel of de combinatie van een product met zijn hedge geschikt is voor de cliënt (Richtsnoeren 52 en 53). Let wel dat verkoop aan de *negatieve* doelgroep, zelfs in geval van hedging of diversificatie, zelden mag voorkomen (Richtsnoer 55).

Het evalueren van het beleid, financiële instrumenten en verleende diensten (artikel 32b, zevende en achtste lid, BGfo).

Met het beleid borgt uw onderneming dat een goede doelgroep wordt afgebakend voor elk product en dat het product ook alleen daar terecht komt. Om zeker te weten dat het beleid goed werkt en blijft werken, is periodiek een evaluatie nodig. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat de distributiestrategieën voor verschillende producten niet goed blijken te werken of dat omstandigheden veranderen. Tevens evalueert uw onderneming periodiek of als daar aanleiding toe is of de producten nog voldoen aan de behoeften, kenmerken en doelstellingen van de doelgroep en of de distributiestrategie nog aansluit bij de doelgroep (Richtsnoer 56). Hierbij is het bijvoorbeeld belangrijk dat wordt nagegaan of producten daadwerkelijk bij de beoogde doelgroep terechtkomen. Mocht bijvoorbeeld blijken dat producten structureel buiten de doelgroep worden verkocht, dan dient u mogelijk de distributiestrategie aan te passen.

Het verstrekken van informatie aan ontwikkelaars (artikel 32b, negende lid, BGfo)

Uw onderneming dient relevante informatie aan de ontwikkelaar(s) over de verkoop van het product en de uitkomsten van de periodieke beleids- en productevaluaties te verstrekken. Daarbij dient u de informatie te verstrekken die de ontwikkelaar nodig heeft om het product te evalueren en om na te gaan of het product nog voldoet aan de behoeften, kenmerken en doelstellingen van de doelgroep zoals bepaald door de ontwikkelaar. Dit betekent dat u bijvoorbeeld informatie over verkopen buiten de doelgroep en aan de negatieve doelgroep met de ontwikkelaar moet delen (Richtsnoeren 56 – 59) of als de doelgroep niet juist is afgebakend.¹³

Het adviseren over of beheren van individuele vermogens (artikel 32b BGfo, vijfde lid, BGfo)

Indien uw onderneming advies verleent of individuele vermogens beheert, moet u ervoor zorgen dat uw medewerkers die adviseren of individuele vermogens beheren, beschikken over de benodigde kennis over de kenmerken en risico's van de producten, de beleggingsdiensten en over de behoeften, kenmerken en doelstellingen van de doelgroep.

¹³ Verkopen buiten de doelgroep hoeft u niet aan de ontwikkelaar te melden indien de verkoop plaatsvond in het kader van hedging- of diversificatiedoeleinden en het geheel geschikt is voor de cliënt (Richtsnoer 54).

Het uitoefenen van controle door dagelijks beleidsbepalers (artikel 32b, vierde lid, BGfo) Het leidinggevend orgaan binnen uw onderneming dient controle uit te oefenen over het productgovernancebeleid door toe te zien op de naleving hiervan. Ook dient zij periodiek verslagen te ontvangen over de producten die uw onderneming distribueert en de verleende beleggingsdiensten. Hierdoor wordt zij geïnformeerd over de distributie aan de doelgroep.

Bijlage 2: Het juridisch kader

Artikel 32b BGfo¹⁴

1. Een beleggingsonderneming die financiële instrumenten distribueert, beschikt over adequate procedures en maatregelen die waarborgen dat de financiële instrumenten voldoen aan de behoeften, kenmerken en doelstellingen van de doelgroep en de distributiestrategie aansluit bij de desbetreffende doelgroep.
2. De beleggingsonderneming stelt vast voor welke doelgroep een bepaald financieel instrument niet passend is.
3. De beleggingsonderneming beschikt over procedures en maatregelen om informatie over de kenmerken en risico's van elk financieel instrument, de kenmerken en doelstellingen van de doelgroep en de distributiestrategie te verkrijgen en de beoogde doelgroep te begrijpen.
4. De dagelijks beleidsbepalers van de beleggingsonderneming oefenen controle uit over de procedures en maatregelen, bedoeld in het eerste lid, en ontvangen periodiek verslagen over de financiële instrumenten die zijn gedistribueerd en de verleende beleggingsdiensten.
5. Werknemers van de beleggingsonderneming die adviseren of individuele vermogens beheren, beschikken over de benodigde kennis over de kenmerken en risico's van de financiële instrumenten, de beleggingsdiensten en over de behoeften, kenmerken en doelstellingen van de doelgroep.
6. De beleggingsonderneming bepaalt op basis van de informatie, bedoeld in artikel 32a, eerste lid, en informatie over haar eigen cliënten de doelgroep en de distributiestrategie.
7. De beleggingsonderneming evalueert periodiek de procedures en maatregelen, bedoeld in het eerste en derde lid, en past indien nodig de procedures en maatregelen aan.
8. De beleggingsonderneming evalueert periodiek of als daar aanleiding toe is of de financiële instrumenten en de diensten die zij verleent, voldoen aan de doelstelling van de doelgroep en de distributiestrategie nog aansluit bij de doelgroep en past zo nodig de doelgroep of de distributiestrategie aan.

¹⁴ De regels uit artikel 32b BGfo vloeien voort uit de artikelen 16, derde lid en 24, tweede lid, van MiFID II en artikel 10 van de Gedelegeerde Richtlijn tot aanvulling van MiFID II, zoals geïmplementeerd in artikel 32b BGfo en bijbehorende nota van toelichting. Ter verduidelijking van deze regels heeft de European Securities and Markets Authority (ESMA) Richtsnoeren voor productgovernanceverplichtingen opgesteld. De Engelse versie van deze Richtsnoeren is te vinden op: https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esma35-43620_report_on_guidelines_on_product_governance.pdf.

9. De beleggingsonderneming verstrekt relevante informatie over de distributie van het financieel instrument en over de uitkomsten van periodieke evaluaties, bedoeld in het zevende en achtste lid, aan de beleggingsonderneming die het financieel instrument uitgeeft, ontwikkelt of samenstelt.

Artikel 32c BGfo

1. Indien beleggingsondernemingen samenwerken die zelf niet de financiële instrumenten uitgeven, ontwikkelen of samenstellen, voldoet de beleggingsonderneming die rechtstreeks contact heeft met de cliënt aan artikel 32b.
2. Indien sprake is van een situatie als bedoeld in het eerste lid voldoen de beleggingsondernemingen aan artikel 10, tiende lid, onderdelen a tot en met c, van de gedelegeerde uitvoeringsrichtlijn markten voor financiële instrumenten 2014.