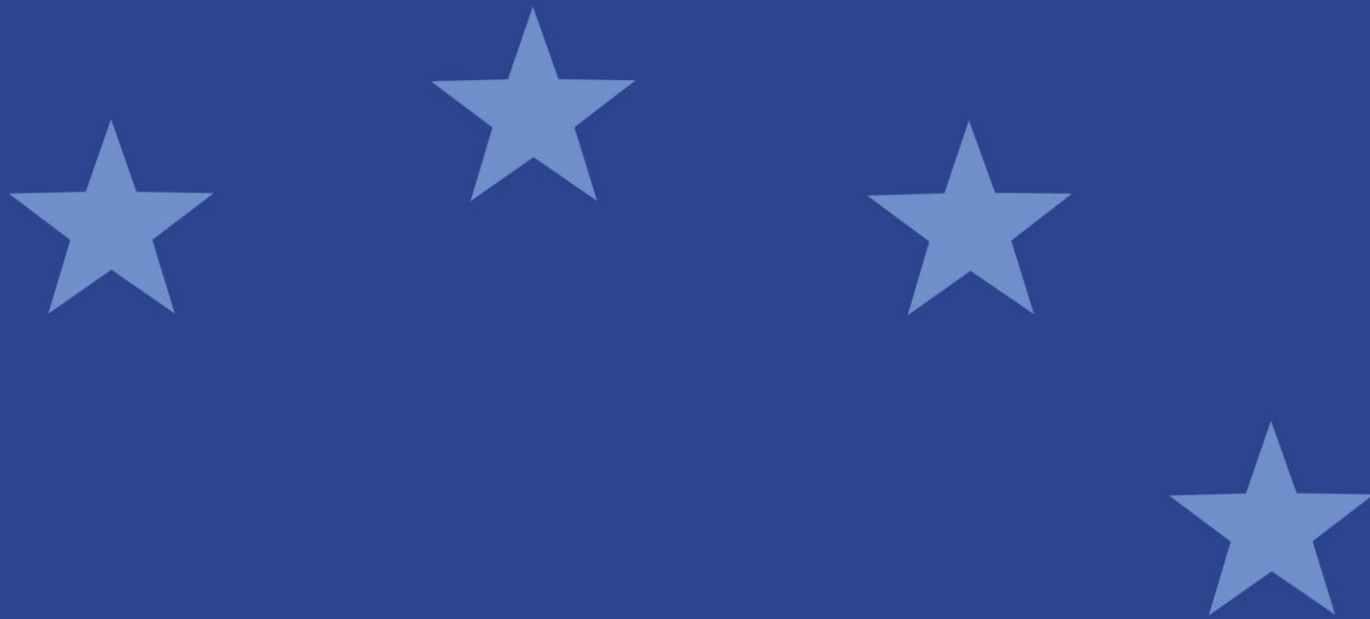


# Obecné pokyny

**k některým aspektům požadavků směrnice MiFID II ohledně  
přiměřenosti a režimu execution only**



## Obsah

I. Oblast působnosti .....	3
II. Odkazy na právní předpisy a definice .....	4
III. Účel .....	5
IV. Dodržování předpisů a oznamovací povinnost .....	5
V. Obecné pokyny k některým aspektům požadavků směrnice MiFID II ohledně přiměřenosti a režimu execution only .....	6

## I. Oblast působnosti

### Dotčené subjekty

1. Tyto obecné pokyny se vztahují na:
  - a. příslušné orgány a
  - b. podniky.

### Předmět

2. Tyto obecné pokyny se uplatňují ve vztahu k čl. 25 odst. 3 a 4 směrnice MiFID II a k článkům 55 až 57 nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II. Tyto obecné pokyny se rovněž uplatňují ve vztahu k organizačním požadavkům čl. 16 odst. 2 a 5 až 7 směrnice MiFID II a článků 21, 72 a 76 nařízení v přenesené pravomoci, jakož i k čl. 24 odst. 1, 4 a 5 a čl. 25 odst. 1, 5 a 6 směrnice MiFID II, pokud se týkají posuzování přiměřenosti.

### Časový rámec

3. Tyto obecné pokyny se použijí po uplynutí šesti měsíců ode dne jejich zveřejnění na internetových stránkách orgánu ESMA ve všech úředních jazycích EU.

## II. Odkazy na právní předpisy a definice

### Odkazy na právní předpisy

<i>Nařízení o orgánu ESMA</i>	nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1095/2010 ze dne 24. listopadu 2010 o zřízení Evropského orgánu dohledu (Evropského orgánu pro cenné papíry a trhy), o změně rozhodnutí č. 716/2009/ES a o zrušení rozhodnutí Komise 2009/77/ES <sup>1</sup>
<i>MiFID II</i>	směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/65/EU ze dne 15. května 2014 o trzích finančních nástrojů a o změně směrnic 2002/92/ES a 2011/61/EU <sup>2</sup>
<i>Nařízení v přenesené pravomoci</i>	nařízení Komise v přenesené pravomoci (EU) 2017/565 ze dne 25. dubna 2016, kterým se doplňuje směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/65/EU, pokud jde o organizační požadavky a provozní podmínky investičních podniků a o vymezení pojmů pro účely zmíněné směrnice <sup>3</sup>

### Definice

<i>investičním produktem</i>	se rozumí finanční nástroj (ve smyslu čl. 4 odst. 1 bodu 15 směrnice MiFID II) nebo strukturovaný vklad (ve smyslu čl. 4 odst. 1 bodu 43 směrnice MiFID II).
<i>podniky</i>	se rozumí investiční podniky (ve smyslu čl. 4 odst. 1 bodu 1 směrnice MiFID II) a úvěrové instituce (ve smyslu čl. 4 odst. 1 bodu 27 směrnice MiFID II) při poskytování služeb bez poradenství a správci nesamosprávných alternativních investičních fondů (ve smyslu čl. 5 odst. 1 písm. a) směrnice o správcích alternativních investičních fondů <sup>4</sup> ) při poskytování vedlejších služeb ve smyslu čl. 6 odst. 4 písm. b) bodu iii) směrnice o správcích alternativních investičních fondů.
<i>službami bez poradenství</i>	se rozumí i) investiční služby (ve smyslu čl. 4 odst. 1 bodu 2 směrnice MiFID II) kromě investičního poradenství a správy portfolií a ii) prodej strukturovaných vkladů.

---

<sup>1</sup> Úř. věst. L 331, 15.12.2010, s. 84.

<sup>2</sup> Úř. věst. L 173, 12.6. 2014, s. 349.

<sup>3</sup> Úř. věst. L 87, 31.3.2017, s. 1.

<sup>4</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/61/EU ze dne 8. června 2011 o správcích alternativních investičních fondů a o změně směrnic 2003/41/ES a 2009/65/ES a nařízení (ES) č. 1060/2009 a (EU) č. 1095/2010 (Úř. věst. L 174, 1.7.2011, s. 1).

### III. Účel

4. Tyto obecné pokyny vycházejí z čl. 16 odst. 1 nařízení o orgánu ESMA. Účelem těchto obecných pokynů je objasnit použití některých aspektů týkajících se požadavků směrnice MiFID II ohledně přiměřenosti a režimu execution only s cílem zajistit společné, jednotné a důsledné uplatňování čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a článků 55 a 56 nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II, jakož i čl. 25 odst. 4 směrnice MiFID II a článku 57 nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II.
5. Orgán ESMA od těchto obecných pokynů očekává, že podpoří větší jednotnost při uplatňování požadavků směrnice MiFID II ohledně přiměřenosti a režimu execution only a v případech v oblasti dohledu, pokud jde o tyto požadavky, a to tím, že zdůrazní řadu významných otázek, čímž posílí hodnotu stávajících norem. Orgán ESMA očekává, že díky tomu, že pomůže zajistit, aby podniky dodržovaly regulační normy, dosáhne příslušného posílení ochrany investorů.

### IV. Dodržování předpisů a oznamovací povinnost

#### Status obecných pokynů

6. V souladu s čl. 16 odst. 3 nařízení o orgánu ESMA musí příslušné orgány a účastníci finančního trhu vynaložit veškeré úsilí, aby se těmito obecnými pokyny řídili.
7. Příslušné orgány, na které se tyto obecné pokyny vztahují, by měly zajistit soulad s nimi tak, že je začlení do svých vnitrostátních právních řádů a/nebo ve vhodných případech do rámců postupů dohledu, a to i tehdy, pokud jsou konkrétní obecné pokyny určeny především účastníkům finančního trhu. V tomto případě by příslušné orgány měly zajistit v rámci svého dohledu, aby podniky tyto obecné pokyny dodržovaly.

#### Oznamovací povinnosti

8. Do dvou měsíců od zveřejnění těchto obecných pokynů na internetových stránkách orgánu ESMA ve všech úředních jazycích EU příslušné orgány, na které se tyto obecné pokyny vztahují, musí oznámit orgánu ESMA, zda se obecnými pokyny i) řídí, ii) neřídí, ale hodlají se jimi řídit, nebo iii) neřídí a nehodlají se jimi řídit.
9. Pokud se jimi neřídí, příslušné orgány musí orgánu ESMA rovněž do dvou měsíců od zveřejnění obecných pokynů na internetových stránkách orgánu ESMA ve všech úředních jazycích EU oznámit důvody, proč se obecnými pokyny neřídí.
10. Vzor oznámení je k dispozici na internetových stránkách orgánu ESMA. Po vyplnění je formulář zaslán orgánu ESMA.
11. Podniky nejsou povinny oznamovat, zda se těmito obecnými pokyny řídí.

## V. Obecné pokyny k některým aspektům požadavků směrnice MiFID II ohledně přiměřenosti a režimu execution only

### INFORMACE PRO ZÁKAZNÍKY O ÚČELU POSOUZENÍ PŘIMĚŘENOSTI A O REŽIMU EXECUTION ONLY

(Čl. 24 odst. 1, 4 a 5 a čl. 25 odst. 3 a 4 směrnice MiFID II)

*Obecný pokyn č. 1*

12. **Podniky by měly v dostatečném předstihu před poskytnutím služby bez poradenství informovat své zákazníky jasným a jednoduchým jazykem o posouzení přiměřenosti a jeho účelu, a to umožnit podniku jednat v nejlepším zájmu zákazníka.**
13. Orgán ESMA se domnívá, že by tyto informace měly zahrnovat:
  - jasné vysvětlení, že je povinností podniku toto posouzení provést, aby zákazníci pochopili důvod, proč od nich podnik požaduje poskytnutí určitých informací a proč je důležité, aby tyto informace byly aktuální, přesné a úplné,
  - upozornění, že je v zájmu zákazníků poskytnout přesné a úplné odpovědi na otázky položené podnikem za účelem posouzení přiměřenosti,
  - informace týkající se situací, kdy se nebude žádné posouzení provádět (tj. zákazník neposkytne požadované informace, nebo tyto informace pro provedení posouzení přiměřenosti nejsou dostatečné, nebo jsou služby poskytovány podle výjimky v režimu execution only<sup>5</sup>) a následky vyplývající z těchto situací. Tyto informace by však neměly vytvářet dojem, že standardní možností zákazníka je tyto informace neposkytnout<sup>6</sup>,
  - stručné vysvětlení hlavních rozdílů mezi investičními službami s poradenstvím a bez poradenství zohledňující příslušné požadavky s cílem zabránit jejich záměně.
14. V případě trvalého vztahu se zákazníkem by podniky neměly poskytovat výše uvedené informace před poskytnutím každé ze služeb bez poradenství. V takovém případě by tyto informace mohly být poskytnuty před poskytnutím první služby bez poradenství a s ohledem na informace uvedené v prvních dvou odrážkách odstavce 13, kdykoliv je zákazník požádán o aktualizaci informací o své úrovni znalostí a zkušeností.

---

<sup>5</sup> Investiční služby, které spočívají jen v provádění nebo přijímání a předávání pokynů zákazníkům týkajících se investičních produktů definovaných ve smyslu směrnice MiFID II jako „nekomplexní“.

<sup>6</sup> Viz rovněž odstavec 28.

15. Podniky se mohou rozhodnout, jak budou své zákazníky o posouzení přiměřenosti informovat. Formát použitý k informování zákazníků by nicméně měl podnikům umožnit uchovávat záznamy o poskytnutých informacích<sup>7</sup>.
16. Podniky by se měly vyvarovat toho, aby zákazníkům sdělovaly nebo navozovaly dojem, že o přiměřenosti investiční služby nebo produktu rozhoduje zákazník nebo že zákazník určuje, které služby nebo produkty odpovídají jeho znalostem a zkušenostem. Obecně platí, že by podniky neměly zákazníkům činit zavádějící prohlášení týkající se povinnosti podniku provádět posouzení přiměřenosti.
17. Za předpokladu, že jsou všechny informace poskytnuté zákazníkům v souladu s příslušnými ustanoveními (včetně povinností poskytovat informace na trvalém nosiči dat), měly by podniky rovněž pečlivě zvážit, zda jsou jimi poskytovaná písemná sdělení navržena tak, aby byla efektivní (tj. sdělení jsou zpřístupněna přímo zákazníkům a nejsou skrytá nebo nesrozumitelná). V případě podniků poskytujících zejména on-line služby by mělo být zahrnuto následující:
  - důraz na relevantní informace (například prostřednictvím užívání designových prvků, jako jsou vyskakovací okénka),
  - zvážení, zda by neměly být některé informace doplněny interaktivním textem (například využitím designových prvků, jako jsou tooltips – nápovědy zobrazující se po najetí myši) nebo jinými prostředky s cílem poskytnout další podrobnosti zákazníkům, kteří tyto další informace hledají (např. prostřednictvím oddílu častých otázek a odpovědí).

## JE TŘEBA ZNÁT SVÉHO ZÁKAZNÍKA A PRODUKT

### Opatření nezbytná k porozumění zákazníkům

**(Čl. 16 odst. 2 a čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a článek 55 nařízení v přenesené pravomoci)**

*Obecný pokyn č. 2*

18. **Strategie a postupy podniků by si především měly klást za cíl umožnit podnikům, aby shromažďovaly všechny informace nezbytné k provedení posouzení přiměřenosti ve vztahu ke konkrétním nabízeným nebo poptávaným typům produktů<sup>8</sup>.**
19. Podniky musí vytvořit, zavést a udržovat vhodné strategie a postupy (včetně přiměřených nástrojů), které jim umožní požádat zákazníka nebo potenciálního zákazníka o poskytnutí informací o vlastních znalostech a zkušenostech v oblasti investic v souvislosti s určitým typem nabízené nebo poptávané služby nebo produktu,

---

<sup>7</sup> Při zohlednění obecného pokynu č. 11.

<sup>8</sup> Při zohlednění obecného pokynu č. 3.

- a je-li to vhodné, včetně prvků uvedených v čl. 55 odst. 1 nařízení v přenesené pravomoci.
20. Za tímto účelem by strategie a postupy podniků měly zajistit, aby nedocházelo k tomu, že podniky nepožádají o informace, a aby žádným způsobem neodrazovaly zákazníky nebo potenciální zákazníky od poskytování informací o vlastních znalostech a zkušenostech.
  21. Je na podnicích, aby určily, jakým způsobem bude zákazník požádán o poskytnutí informací o svých znalostech a zkušenostech. Za účelem provedení posouzení přiměřenosti by podniky mohly používat dotazníky (rovněž v digitálním formátu) vyplněné jejich zákazníky nebo informace shromážděné během rozhovorů s nimi. V takových případech by měly podniky zajistit, aby otázky, které pokládají svým zákazníkům, byly dostatečně konkrétní a bylo pravděpodobné, že jim zákazníci správně porozumí, a aby jakákoliv jiná metoda použitá ke shromáždění informací, například využití údajů o obchodech týkajících se určitých typů produktů stávajícího zákazníka k posouzení jeho zkušeností, byla navržena s cílem získat nezbytné informace o úrovni znalostí a zkušeností zákazníka. To je důležité zejména v případě, kdy podniky shromažďují informace prostřednictvím online kanálu bez jakékoli lidské interakce.
  22. Při tvorbě dotazníků, jejichž cílem je shromáždit informace o zákaznících za účelem provedení posouzení přiměřenosti, by podniky měly mít na paměti a uvážit nejčastější důvody, proč by investoři na dotazník nemuseli odpovědět správně. Zejména:
    - je třeba dbát na jasnost, úplnost a srozumitelnost dotazníku a je třeba se vyhnout zavádějícímu, matoucímu, nepřesnému nebo příliš technickému jazyku (například zkratkám),
    - podniky by měly pečlivě uvážit uspořádání a formát dotazníků a měly by se vyhnout směřování voleb investorů (pomocí typu písma, řádkování...),
    - je třeba se vyhnout shromažďování informací o řadě položek pomocí jediné otázky,
    - podniky by měly pečlivě zvážit pořadí, v němž pokládají otázky, s cílem efektivně shromáždit informace,
    - zákazník by měl mít možnost odpovědět, že na danou otázku odpovědět nezná, aby se zamezilo tomu, že zákazník bude odpověď odhadovat, a poskytne tak nespolehlivé informace.
  23. Podniky by měly mít zavedeny postupy a mechanismy ke snížení rizika obcházení požadavků a měly by zajistit, aby shromážděné informace odpovídajícím způsobem odrážely úroveň znalostí a zkušeností zákazníka. Podniky by například mohly zvážit to, zdali by zákazníci během určité doby neměli být omezeni v tom, kolikrát mohou vyplnit dotazník/y, a rovněž by mohly pracovat s různými soubory dotazníků, když zákazník požádá o opětovné vyplnění dotazníku a/nebo využije lhůtu na rozmyšlenou. I při uložení takovýchto opatření lze zákazníkovi nadále umožnit obchod provést, a to za



předpokladu, že je poskytnuto upozornění týkající se obchodů, u kterých zákazník nemá dostatečné znalosti a zkušenosti<sup>9</sup>. K tomu, aby podniky zabránily zákazníkovi vyplnit dotazník opakovaně a „otestovat“ si tak, jaké typy odpovědí jsou zapotřebí k dosažení požadovaného výsledku, mohou rovněž zavést další kontroly.

24. Vzhledem k tomu, že je odpovědností podniků usilovat o shromažďování příslušných informací od zákazníků, měly by učinit veškeré přiměřené kroky k dostatečnému posouzení toho, nakolik jejich zákazníci rozumějí hlavním charakteristikám a rizikům spojeným s konkrétními typy investičních produktů nabízených podnikem nebo alespoň s typem produktu, o které má zákazník zájem. To zahrnuje pochopení vztahu mezi rizikem a návratností investic, což lze zajistit například využitím dotazníků s výběrem z více odpovědí, jejichž cílem je posoudit skutečné znalosti zákazníka o konkrétních typech investičních produktů.
25. Při posuzování znalostí zákazníka by podniky měly zavést mechanismy, které zajistí, že zákazníci nebudou požádáni o provedení sebehodnocení. Pro správné posouzení znalostí zákazníka je zvláště důležité řešit riziko, že zákazníci mohou mít tendenci přeceňovat své znalosti, a zajistit soudržnost odpovědí poskytnutých zákazníkem<sup>10</sup>. Podniky by se zejména měly vyhnout používání otázek, na něž lze odpovědět ano či ne, a/nebo přístupu založeného na sebehodnocení a zaškrtování políček, kdy je zákazník dotázán, zda má dostatečné znalosti o hlavních charakteristikách a rizicích konkrétních typů investičních produktů (podniky by se měly například vyhnout předkládání seznamu investičních produktů zákazníkovi s žádostí, aby uvedl, kterým produktům rozumí). Sebehodnocení je třeba vyvážit objektivními kritérii. Například:
  - Místo dotazu, zda zákazník rozumí pojmu kompromisu mezi rizikem a výnosy konkrétního investičního produktu, by podnik měl například klást zákazníkům otázky týkající se praktických případů situací, které mohou v praxi nastat, například pomocí grafů nebo prostřednictvím pozitivního a negativního scénáře, které jsou založeny na přiměřených předpokladech,
  - místo dotazu, zda mají zákazníci dostatečnou znalost hlavních charakteristik a rizik konkrétních typů investičních produktů, by měl podnik například klást otázky zaměřené na posouzení skutečných znalostí zákazníka o konkrétních typech investičních produktů, a to třeba kladením otázek s možností výběru z více odpovědí, na které by měl zákazník správně odpovědět,
26. při posuzování zkušeností zákazníka by se podnik měl rovněž vyvarovat používání příliš širokých otázek, na něž lze odpovědět ano/ne, nebo otázek s příliš širokým přístupem založeným na zaškrtování políček. Místo otázky, zda se zákazník domnívá, že je dostatečně zkušený, aby investoval do určitých produktů, by se podnik mohl zákazníka například zeptat, s jakými konkrétními druhy investičních produktů je obeznámen a kdy naposledy a jak často s nimi obchodoval.

---

<sup>9</sup> Viz obecný pokyn č. 9.

<sup>10</sup> Viz obecný pokyn č. 4.

27. Při tvorbě dotazníků v případě online služeb by podniky měly zohlednit zejména:
- zda jsou otázky dostatečně jasné a/nebo zda je dotazník vypracován tak, aby zákazníkům poskytl dodatečná vysvětlení nebo příklady, je-li to nezbytné (např. prostřednictvím designových prvků, jako jsou nápovědy zobrazující se po najetí myší nebo vyskakující rámečky),
  - zda mají zákazníci při odpovídání na online dotazník možnost lidské interakce/podpory (včetně interakce na dálku prostřednictvím elektronické pošty nebo mobilních telefonů),
  - zda byly podniknuty kroky s cílem zabývat se rozpornými odpověďmi zákazníků (jako je začlenění designových prvků do dotazníku, které upozorní zákazníky v případě, že se jejich odpovědi jeví jako vnitřně rozporné, a které jim doporučí tyto odpovědi ještě jednou zvážit, nebo zavedení systémů, které automaticky vyznačí zjevně rozporné informace poskytnuté zákazníkem pro revizi nebo kontrolu prováděné podnikem).
28. Podniky by neměly zákazníka upozorňovat na to, že nemohou určit, zda předpokládaná investiční služba nebo produkt jsou pro něj přiměřené, aniž by se jej zeptaly na jeho znalosti a zkušenosti. Podniky by rovněž neměly zdůrazňovat, že by zákazník mohl pokračovat bez tohoto posouzení. V těchto situacích by dané upozornění mělo být poskytnuto pouze v tom případě, že výsledek posouzení přiměřenosti nelze stanovit, protože zákazník neodpověděl na všechny otázky, nebo odpověděl pouze na jejich část<sup>11</sup>.
29. Pokud podniky předvyplní odpovědi na základě historie obchodů zákazníka s tímto podnikem (například v rámci jiné investiční služby), měly by zajistit, že se použijí pouze objektivní, relevantní a spolehlivé informace a že zákazník dostane příležitost přezkoumat a v případě potřeby opravit a/nebo doplnit každou z předvyplněných odpovědí, aby byla zajištěna přesnost všech předvyplněných informací. Podniky by rovněž neměly předpovídat zkušenosti zákazníků na základě domněnek.
30. Pro účely posouzení přiměřenosti by měly podniky brát v úvahu pouze informace o znalostech a zkušenostech zákazníka. Podniky by rovněž neměly u zákazníků vytvářet dojem, že se při posuzování přiměřenosti zohledňují jiné shromážděné informace než ty, které se týkají znalostí a zkušeností zákazníka, zejména informace týkající se finanční situace a investičních cílů zákazníka, které mohou být shromažďovány pro jiné účely (tj. v souvislosti se správou produktů nebo v souvislosti s poradenskými službami stejnému zákazníkovi).

---

<sup>11</sup> Při zohlednění obecného pokynu č.9.

**Rozsah informací, které je třeba získat od zákazníků (proporcionalita)****(Čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a článek 55 nařízení v přenesené pravomoci)***Obecný pokyn č. 3*

31. **Při určování rozsahu informací, které mají být požadovány o znalostech a zkušenostech zákazníka nebo potenciálního zákazníka, by podniky měly vzít v úvahu typ a charakteristiky zvažovaných investičních produktů nebo služeb (tj. úroveň složitosti a rizika investičního produktu nebo služeb) a povahu zákazníka.**
32. V souladu s čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II podnik před poskytnutím služeb bez poradenství, pro které se požaduje posouzení přiměřenosti, požádá zákazníka nebo potenciálního zákazníka o poskytnutí informací o znalostech a zkušenostech v investiční oblasti relevantní pro konkrétní typ nabízené nebo poptávané investiční služby nebo produktu, aby mohl posoudit, zda navrhovaná investiční služba nebo produkt jsou pro zákazníka přiměřené.
33. Podniky by měly zajistit, že budou požadovat informace, které zohledňují typ a vlastnosti zvažovaných investičních produktů nebo služeb (tj. úroveň složitosti a rizika investičních produktů nebo služeb), a rovněž povahu zákazníka.
34. S cílem zajistit, že budou schopny provést posouzení přiměřenosti na stejné úrovni bez ohledu na zvažovaný investiční produkt nebo investiční službu, měly by podniky při poskytování přístupu ke složitějším nebo rizikovějším investičním produktům pečlivě zvážit, zda potřebují více podrobných informací o znalostech a zkušenostech zákazníka, než kolik by požadovaly v případě méně složitých či méně rizikových investičních produktů. To by podnikům mělo umožnit posoudit na základě poskytnutých odpovědí schopnost zákazníka porozumět rizikům spojeným s těmito nástroji. U těchto vysoce složitých nebo rizikových investičních produktů (například derivátů nebo spekulativních produktů) by měly podniky na základě poskytnutých odpovědí provést důkladné posouzení znalostí a zkušeností zákazníka, například jeho schopnosti pochopit mechanismy, kvůli kterým je investiční produkt „více složitý a riskantní“, zda zákazník už s takovými produkty obchodoval, časové období, po které s těmito produkty obchodoval, atd.
35. V závislosti na úrovni složitosti investičních produktů, kterých se to týká, by podnik měl posoudit zákaznickou znalost a zkušenost konkrétnějším způsobem, než pouze na základě druhu, k němuž nástroj patří (například podřízený dluh místo dluhopisů obecně).
36. Zamýšlí-li podnik poskytovat služby bez poradenství, které mají specifické vlastnosti, měl by rovněž před poskytnutím takovéto služby provést posouzení přiměřenosti týkající se těchto specifických vlastností. To by například bylo relevantní v případě, kdy je předpokládán balíček služeb nebo produktů, u nichž podnik v souladu s čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II posoudí, zda je celkový balíček přiměřený. Pokud podnik například hodlá poskytovat služby provádění pokynů a doplňkové služby spočívající v poskytování půjček, které zákazníkovi umožní provést transakci, pak tento balíček služeb bude nést

jiná rizika než každá ze složek posuzovaných jednotlivě. Aby se tyto rozdíly při provádění posouzení přiměřenosti zohlednily, neměly by se týkat pouze předpokládaných investičních produktů, ale rovněž doplňkových služeb spočívajících v poskytování půjček a rizik vyplývajících z kombinace těchto služeb. Dalším příkladem může být podnik, který prodejem investičního produktu umožní zákazníkům otevřít krátkou pozici. V této souvislosti by měl podnik konkrétně posoudit, zda má zákazník nezbytné znalosti a zkušenosti, aby pochopil rizika spojená s krátkými pozicemi.

37. Je třeba připomenout, že podle čl. 56 odst. 1 druhého pododstavce nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II je podnik oprávněn předpokládat, že profesionální zákazník disponuje potřebnými zkušenostmi a znalostmi k tomu, aby porozuměl rizikům souvisejícím s konkrétními investičními službami nebo obchody anebo s určitým typem obchodu či investičního produktu, které spadají do jeho kategorie profesionálního zákazníka.

### Spolehlivost informací zákazníka

#### (Čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a čl. 55 odst. 3 nařízení v přenesené pravomoci)

##### *Obecný pokyn č. 4*

38. **Podniky by měly učinit přiměřené kroky a mít přiměřené nástroje k zajištění toho, aby informace poskytnuté jejich zákazníky byly spolehlivé a ucelené, aniž by přehnaně spoléhaly na sebehodnocení zákazníka.**
39. Pokud shromážděné informace nejsou dostatečně spolehlivé a ucelené, znamenalo by to, že podnik neobdržel dostatečné informace k provedení posouzení přiměřenosti a musí zákazníkovi v souladu s čl. 25 odst. 3 třetím pododstavcem směrnice MiFID II poskytnout upozornění.
40. Podniky by k ověření spolehlivosti, přesnosti a soudržnosti shromážděných informací o zákaznících měly přijmout přiměřené kroky a neměly by se jen spoléhat na skutečnost, že se od zákazníků očekává, že poskytnou správné, aktuální a úplné informace, které jsou k provedení posouzení přiměřenosti nezbytné. Takové kroky by například mohly zahrnovat žádost o další upřesnění ze strany zákazníka, pokud se na základě shromážděných informací o jeho znalostech a zkušenostech ukáže, že má více znalostí o složitých dluhopisech než o standardních dluhopisech.
41. Strategie a postupy podniků by se měly rovněž zaměřit na posouzení kvality a účinnosti prostředků používaných ke sběru informací o znalostech a zkušenostech zákazníků nebo potenciálních zákazníků. Pokud podniky spoléhají na nástroje, které mají používat zákazníci v rámci procesu posuzování přiměřenosti (jako jsou online dotazníky nebo software pro posouzení, zda je investiční produkt přiměřený nebo zda by místo toho mělo být vydáno upozornění, tj. „software pro profilování“), měly by zajistit, aby měly přiměřené systémy a kontroly s cílem zajistit, že tyto nástroje budou plnit svůj účel a přinášet uspokojivé výsledky. Podniky by měly zahrnout kontroly soudržnosti odpovědí

poskytovaných zákazníky v dotaznících za účelem zjištění rozporů mezi různými shromážděnými informacemi.

42. Aby byla zajištěna soudržnost informací o zákaznících, měly by podniky nahlížet na shromážděné informace jako na jeden celek. Podniky by měly být ostražitě, pokud jde o jakékoliv relevantní rozpory mezi jednotlivými shromážděnými informacemi, s cílem vyřešit jakékoliv relevantní možné rozpory a nepřesnosti. Podniky by měly zajistit, aby posuzování shromážděných informací o zákaznících probíhalo konzistentně bez ohledu na prostředky použité ke shromáždění těchto informací.

### **Spoléhání se na aktuální informace od zákazníka**

**(Čl. 16 odst. 2 a čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a čl. 55 odst. 3 nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II)**

*Obecný pokyn č. 5*

43. **Pokud se podniky opírají o dříve shromážděné informace o znalostech a zkušenostech zákazníka, měly by stanovit postupy vymezující četnost aktualizace těchto informací, aby se zajistilo, že tyto informace zůstanou pro účely posouzení přiměřenosti aktuální, přesné a úplné.**
44. Pro účely posouzení přiměřenosti mohou podniky shromáždit informace o znalostech a zkušenostech zákazníka buď předtím, než je investiční produkt nabízen nebo poptáván (v případě jednorázových transakcí), nebo, za předpokladu, že jsou stále aktuální, spoléhat na již dříve shromážděné informace.
45. Orgán ESMA uznává, že otázka aktualizace informací v rámci posouzení přiměřenosti má jinou povahu než v případě posouzení vhodnosti, protože informace o znalostech a zkušenostech zákazníka bývají méně nestálé než jiné prvky posouzení vhodnosti a protože znalosti a zkušenosti obecně v průběhu času rostou. Z tohoto důvodu by četnost aktualizací informací o zákaznících mohla být v rámci režimu přiměřenosti nižší než v rámci režimu vhodnosti. Podniky měly vypracovat strategii k pravidelnějšímu posuzování znalostí a zkušeností, pokud jde o skupiny zákazníků pokládaných za zranitelnější.
46. Posouzení přiměřenosti by mělo být provedeno na základě spolehlivých informací o znalostech a zkušenostech zákazníka. Podniky by měly svými postupy dbát o to, aby vždy, když je nabízen nebo poptáván produkt, měly k dispozici aktuální informace o znalostech a zkušenostech zákazníků, a to například tím, že ty zákazníky, s nimiž má podnik trvalý vztah, požádá, aby jej pravidelně informovali o každé změně nebo aktualizaci původně poskytnutých informací. Podniky by rovněž měly mít odpovídající postupy k řešení situací, kdy zákazník na jejich otázky týkající se změn nebo aktualizací poskytnutých informací neodpoví.
47. Informace může podnik aktualizovat například tak, že zákazníkům zašle dotazník nebo jim poskytne informace, které má o nich k dispozici, a požádá je o potvrzení, že jsou

nadále přesné, úplné a aktuální. Pokud v takovémto dotazníku podniky využívají předvyplněných odpovědí založených na historii transakcí zákazníka s podnikem, měly by zajistit, aby byly předvyplněny pouze objektivní, relevantní a spolehlivé informace a aby měl zákazník možnost přezkoumat a v případě potřeby opravit každou předvyplněnou odpověď a případně ji mohl doplnit. Mezi příslušné kroky po aktualizaci informací může patřit též změna úrovně znalostí a zkušeností zákazníka na základě shromážděných aktualizovaných informací.

48. Aby podniky nespoléhalo na informace zákazníka, které jsou neúplné, nepřesné a neaktuální, měly by mít zavedena opatření, která zajistí, že požádají zákazníka o aktualizaci informací o znalostech a/nebo zkušenostech, jakmile se dozvědí o relevantní změně, která může ovlivnit úroveň znalostí a/nebo zkušeností.
49. Podniky by měly přijmout opatření ke snížení rizika, že zákazník bude vybízen k aktualizaci úrovně znalostí nebo zkušeností tak, aby se určitý investiční produkt, který by pro něj jinak byl nepřiměřený, jevil přiměřeným, aniž by došlo ke skutečné změně úrovně znalostí a zkušeností zákazníka. Příklad správné praxe, jak předcházet vzniku rizika tohoto druhu, je přijetí postupů s cílem ověřit, ať už před uzavřením obchodu, nebo později, zda zákazníkův profil nebyl aktualizován příliš často nebo pouze krátce po provedení poslední změny. Takovéto situace by tudíž měly být eskalovány nebo oznámeny příslušným pracovníkům odpovědným za kontrolu. Tyto strategie a postupy jsou zvláště důležité v případě, kdy existuje zvýšené riziko střetu zájmů, tj. v případě prodeje vlastních produktů, nebo pokud podnik dostává pobídky za distribuci investičního produktu. Dalším relevantním faktorem, který je třeba v této souvislosti zohlednit, je druh interakce se zákazníkem (například přímá osobní interakce nebo prostřednictvím automatizovaného posouzení).

### Informace o zákaznících v případě právnických osob nebo skupin

#### (Čl. 16 odst. 2 a čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II)

##### Obecný pokyn č. 6

50. **Podniky by měly mít zavedenou strategii, která *ex ante* stanoví, jak provádět posouzení přiměřenosti v případě, že zákazníkem je právnická osoba nebo skupina dvou či více fyzických osob nebo pokud jedna nebo více fyzických osob jsou zastoupeny jinou fyzickou osobou. Taková strategie by měla být vypracována v souladu s obecným pokynem č. 6 a podpůrnými obecnými pokyny v Obecných pokynech k některým aspektům požadavků směrnice MiFID II ohledně vhodnosti<sup>12</sup>.**
51. To mimo jiné znamená, že by tato strategie měla jasně rozlišovat mezi situacemi, kdy je zástupce stanoven v souladu s platným vnitrostátním právem, jak tomu může být například u právnických osob, a situacemi, kdy zástupce není stanoven, a měla by se zaměřovat na druhý typ uvedených situací. Pokud strategie umožňuje zákazníkům

---

<sup>12</sup> Obecné pokyny k některým aspektům požadavků směrnice MiFID II ohledně vhodnosti (Ref: ESMA35-43-1163).

souhlasit se jmenováním zástupce, je třeba je jasně a písemně uvědomit o důsledcích, které by tyto dohody mohly mít s ohledem na ochranu jejich příslušných zájmů. Kroky, které podnik činí v souladu se svou strategií, by měly být náležitě zdokumentovány, aby bylo možné provádět kontroly *ex post*.

52. Když je zástupce stanoven platným vnitrostátním právem nebo je jmenován, měly by být informace o znalostech a zkušenostech shromažďovány od tohoto zástupce a posouzení přiměřenosti by se mělo činit s ohledem k tomuto zástupci.
53. Pokud skupina dvou nebo více zúčastněných fyzických osob má potíže učinit rozhodnutí na osobě (osobách), od nichž se mají shromažďovat informace o znalostech a zkušenostech, měl by podnik přijmout co nejbezpečnější přístup spočívající v tom, že zohlední informace o osobě s nejmenšími znalostmi a zkušenostmi. Podniky by měly být obezřetné přinejmenším v takových případech, kdy existuje významný rozdíl v úrovni znalostí a zkušeností jednotlivých zákazníků, kteří tvoří součást skupiny, nebo pokud předpokládané obchody mohou zahrnovat spekulativní investiční produkty nebo obchody s podmíněnými závazky, které představují riziko významných ztrát, jež by mohly být vyšší než původní investice skupiny zákazníků, a měly by jasně zdokumentovat zvolený přístup.
54. Pokud se podnik rozhodne požádat o informace k posouzení přiměřenosti každého jednotlivého zákazníka, který je součástí skupiny, strategie podniku by měla jasně určit, jak bude řešit situace, kdy existují významné rozdíly mezi úrovní znalostí a/nebo zkušeností těchto jednotlivých zákazníků. I zde by podnik měl zaujmout co nejbezpečnější přístup spočívající v tom, že zohlední informace o zákazníkovi ve skupině, který má nejmenší znalosti a zkušenost. Alternativně může strategie podniku též stanovit, že v těchto situacích nebude možné posuzovat přiměřenost. V této souvislosti je třeba upozornit, že shromažďování informací o všech zákaznících ve skupině a zvažování průměrného profilu úrovně jejich znalostí a zkušeností pro účely posouzení by pravděpodobně nebylo v souladu se zastřešující zásadou směrnice MiFID II jednat v nejlepším zájmu zákazníků.

### **Opatření nezbytná k porozumění investičním produktům**

#### **(Čl. 16 odst. 2 a čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II)**

##### *Obecný pokyn 7*

55. **Podniky by měly zajistit, aby strategie a postupy byly prováděny za účelem porozumění charakteristikám, povaze a rysům investičních produktů, aby jim umožnily posoudit, zda tyto produkty jsou pro jejich zákazníky přiměřené.**
56. Za tímto účelem by podniky měly přijmout spolehlivé a objektivní postupy a nástroje, které jim umožní náležitě a přiměřeným způsobem zvážit jednotlivé charakteristiky a příslušné rizikové faktory (jako je úvěrové riziko, tržní riziko, riziko likvidity) nabízených nebo poptávaných investičních produktů. To by mělo zahrnovat zohlednění analýzy

podniku provedené pro účely povinností v oblasti řízení produktů<sup>13</sup>. V této souvislosti by podniky měly pečlivě posoudit, jak by se mohly určité investiční produkty chovat za různých okolností (např. konvertibilní dluhopisy, které se mohou například směnit za akcie).

57. Je zvláště důležité posoudit úroveň „složitosti“ produktů a porovnat ji s informacemi o znalostech a zkušenostech zákazníka. Ačkoliv složitost je relativní pojem, který záleží na několika faktorech, měly by podniky (vedle posouzení, zda jsou produkty komplexní, nebo nekomplexní, což je nutné pro rozdělení služeb na ty, které vyžadují posouzení přiměřenosti, a na ty, které ne) při definování a náležitém odstupňování úrovně složitosti, kterou je třeba přiřadit investičním produktům pro účely posouzení přiměřenosti, rovněž zohlednit kritéria a zásady stanovené ve směrnici MiFID II.
58. Podniky by měly přijmout postupy, které zajistí, že informace použité k správnému klasifikování investičních produktů začleněných do jejich nabídky produktů budou dostatečně spolehlivé, přesné, ucelené a aktuální. Tyto postupy by měly zohlednit jednotlivé charakteristiky a povahu zvažovaných investičních produktů. Kromě toho by podniky měly přezkoumat použité informace, aby byly schopné zohlednit jakékoliv příslušné změny, které mohou mít dopad na klasifikaci investičního produktu. To je zvláště důležité vzhledem k neustálému vývoji a zvyšující se rychlosti finančních trhů.
59. Podniky by měly při kategorizaci investičních produktů za účelem posouzení přiměřenosti produkty dostatečně rozčlenit, aby zajistily, že pouze investiční produkty s dostatečně srovnatelnými charakteristikami a rizikovými prvky budou seskupeny dohromady a že zkušenosti a znalosti zákazníka budou posuzovány ve vztahu k těmto charakteristikám a rizikům. Podniky by měly při kategorizaci uvážit více klíčových faktorů (například volitelné prvky (v případě derivátů nebo produktů s vloženými deriváty), finanční páku, způsobilost k rekapitalizaci z vnitřních zdrojů, doložky o podřízenosti, pozorovatelnost podkladového materiálu (tj. použití neznámých nebo neprůhledných indexů), záruky hlavních splátek nebo ustanovení o ochraně kapitálu, likviditu produktu (tj. obchodovatelnost v obchodním systému, rozpětí nabídka/poptávka, omezení prodeje, výstupní poplatky) a denominaci měny investičního produktu).

---

<sup>13</sup> Podle směrnice MiFID II musí podnik (podle čl. 24 odst. 2 druhého pododstavce) „rozumět finančním nástrojům, které nabízí nebo doporučuje“, aby mohl dostát povinnosti zajistit slučitelnost mezi nabízenými nebo doporučovanými produkty a souvisejícím cílovým trhem pro konečné zákazníky.



## NALÉZÁNÍ PŘIMĚŘENÝCH PRODUKTŮ PRO ZÁKAZNÍKY

### Nezbytná opatření k zajištění důsledného posouzení přiměřenosti

(Čl. 16 odst. 2 a čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a článek 21 a čl. 56 odst. 1 nařízení v přenesené pravomoci)

Obecný pokyn č. 8

60. Aby posoudily, zda jsou předpokládaná investiční služba nebo produkt pro zákazníka přiměřené, měly by podniky stanovit strategie a postupy s cílem zajistit, že důsledně zohlední:

- veškeré získané informace o znalostech a zkušenostech zákazníka nezbytné k posouzení, zda je daný investiční produkt přiměřený,
- veškeré podstatné charakteristiky a rizika investičních produktů zvažovaných v rámci posouzení přiměřenosti.

**Podniky by měly stanovit strategie a postupy, které jim umožní poskytnout jasné a nikoliv zavádějící upozornění v případě, kdy se domnívají, že je investiční produkt pro zákazníka nebo potenciálního zákazníka nepřiměřený.**

61. Prodej investičního produktu, který znamená zrušení investice zákazníkem, by pro podnik neměl mít za následek povinnost provést posouzení přiměřenosti.
62. Podniky, které se při provádění posouzení přiměřenosti spoléhají na automatizované nástroje, by měly mít přiměřené systémy a kontroly s cílem zajistit, aby byly nástroje pro daný účel vhodné a přinášely uspokojivé výsledky při porovnávání charakteristik zákazníka a investičního produktu.
63. V této souvislosti by nástroje měly být navrženy tak, aby zohledňovaly veškeré případné zvláštnosti každého zákazníka nebo investičního produktu. Například nástroje, které klasifikují zákazníky (podle jejich úrovně znalostí a zkušeností) nebo investiční produkty příliš obecně, by danému účelu nesloužily.
64. Podniky by měly jasně definovat a zdokumentovat metodiku používanou pro určení výstupu posouzení přiměřenosti. Pokud podnik pro klasifikaci a posouzení přiměřenosti používá vymezený bodovací systém, použitá metodika, metrika a vzorce by měly být jasné, jednoznačné a zdokumentované.
65. Když podnik během provádění posouzení přiměřenosti posuzuje, jak zákazník rozumí hlavním charakteristikám a rizikům konkrétních typů nabízených nebo poptávaných investičních produktů, měl by rovněž zvážit veškeré informace, které o znalostech a zkušenostech zákazníka shromáždil, aby celkově zhodnotil, jak zákazník rozumí investičním produktům a rizikům spojeným s předpokládanými obchody.

66. Příslušní zaměstnanci by měli mít dostatečné a jednoznačné pokyny, jak provádět posouzení přiměřenosti, s cílem zajistit, aby při provádění tohoto posouzení neměli přílišnou volnost a byli schopni následně odůvodnit své rozhodnutí. Podniky by měly zajistit, že nástroje a postupy přijaté pro posouzení přiměřenosti budou navrženy tak, aby nedošlo k tomu, že bude zákazník spárován s typy investičních produktů, pro které jeho znalosti a/nebo zkušenosti nebyly posouzeny nebo pro které neprokázal dostatečnou úroveň znalostí a/nebo zkušeností, a že bude poskytnuto odpovídající upozornění.
67. S cílem zajistit důslednost posouzení přiměřenosti provedeného pomocí automatizovaných nástrojů (i v případě, že k interakci se zákazníky nedochází prostřednictvím automatizovaných systémů) by se měly pravidelně sledovat a testovat algoritmy, které určují přiměřenost nabízeného nebo poptávaného investičního produktu. Při definování těchto algoritmů by podniky měly zohlednit povahu a charakteristiky investičních produktů začleněných do jejich nabídky určené zákazníkům. Podniky by měly přinejmenším:
- stanovit přiměřenou dokumentaci návrhu systému, která jasně stanoví účelu, rozsah a návrh algoritmů. Součástí této dokumentace by případně měly být rozhodovací stromy nebo pravidla pro učinění rozhodnutí,
  - mít zdokumentovanou strategii testování, která vysvětluje rozsah testování algoritmů. Její součástí by měly být plány testů, testovací případy, výsledky testů, (případná) chybná řešení a konečné výsledky testu,
  - mít zavedeny vhodné strategie a postupy pro řízení změn algoritmu, včetně sledování a vedení záznamů o těchto změnách. Součástí těchto strategií a postupů je to, že podnik má zavedena bezpečnostní opatření za účelem sledování a zabránění neoprávněnému přístupu k algoritmu,
  - přezkoumávat a aktualizovat algoritmy s cílem zajistit, aby odrážely veškeré případné změny (např. změny trhu a změny příslušných právních předpisů), které mohou ovlivnit jejich účinnost,
  - mít zavedeny strategie a postupy, které umožňují zjistit jakoukoliv chybu v algoritmu a náležitě ji vyřešit, včetně například pozastavení poskytování služeb, pokud by bylo pravděpodobné, že chyba povede k nepřiměřenému obchodu a/nebo k porušení příslušného práva/regulace,
  - mít zavedeny vhodné zdroje, včetně lidských a technologických zdrojů, s cílem sledovat a dohlížet na výkon algoritmů prostřednictvím dostatečného a včasného přezkumu poskytnuté služby a
  - mít zaveden přiměřený interní postup závěrečné kontroly s cílem zajistit, aby se podnik řídil výše uvedenými kroky.

## Účinnost upozornění

(Čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a čl. 56 odst. 2 nařízení v přenesené pravomoci)

Obecný pokyn č. 9

68. **V případě, že zákazník neposkytne žádné nebo poskytne nedostatečné informace o svých znalostech a zkušenostech, nebo v případě, že posouzení těchto informací ukazuje, že nabízená nebo poptávaná investiční služba nebo produkt nejsou pro zákazníka přiměřené, musí být upozornění poskytnuté podniky výrazné, jasné a neklamavé, aby se zajistila jeho účinnost.**
69. Podniky by rovněž měly učinit přiměřená opatření, aby zajistily, že jimi poskytnutá upozornění zákazníkům budou přijata a pochopena správně. Za tímto účelem by upozornění měla být výrazná. To lze zajistit například tak, že se pro písemné upozornění použije jiná barva než pro zbytek informací, nebo pokud je pokyn zadán telefonicky, vysvětlením upozornění a jeho dopadu na zákazníka za zodpovězení se všech zákaznickových dotazů, aby se zajistilo, že zákazník upozornění správně přijal a pochopil.
70. Upozornění poskytnutá podnikem by měla jasně uvádět důvod, proč je zákazník upozorňován: buď že zákazník žádné informace neposkytl, nebo že shromážděné informace jsou nedostatečné, a proto podnik nemůže určit přiměřenost předpokládaného obchodu, nebo že posouzení informací poskytnutých zákazníkem ukazuje, že předpokládaný obchod není pro zákazníka přiměřený. Například by se podnik měl vyhnout nejednoznačným oznámením uvádějícím, že produkt je přiměřený pro „základní/střední/expertní“ zákazníky. Podobně by se podniky měly vyhnout upozorněním, která obsahují nepřesná sdělení (například těm, v nichž se uvádí, že produkt nebo služba „nemusí být vhodné“ pro zákazníka), protože není pravděpodobné, že by zákazníka dostatečně informovaly o rizicích spojených s uskutečněním obchodu. Podniky by se rovněž měly vyhnout příliš dlouhým upozorněním, která zakrývají klíčové sdělení, že zákazník nemá nebo neprokázal potřebné znalosti nebo zkušenosti pro investiční službu nebo produkt.
71. Podniky by neměly zlehčovat význam upozornění a neměly by nabádat zákazníka, aby je ignoroval (například během telefonického rozhovoru nebo způsobem formulace upozornění).
72. Podniky by se měly v upozornění vyhnout používání sdělení, která by mohla zákazníka motivovat, aby uskutečnil obchod, znovu provedl posouzení přiměřenosti nebo požadoval přeřazení do kategorie profesionálního zákazníka. Podniky by například mohly zavést postup, kdy zákazník musí potvrdit, že se seznámil s poskytnutými informacemi předtím, než bude moci uskutečnit obchod.
73. Pokud jsou zákazníci, který nemá nutné znalosti a zkušenosti, nabídnuty vzdělávací nástroje, webináře nebo zkušební obchodní platformy s cílem zlepšit jeho znalosti, měl by podnik následně zjistit na základě provedení dalšího posouzení přiměřenosti zaměřeného na zákaznickou úroveň znalostí, zda zákazník má nutné znalosti týkající se

předpokládané investiční služby nebo produktu. Tyto vzdělávací nástroje by neměly být vytvářeny tak, aby jejich konkrétním cílem bylo zlepšit schopnost zákazníka poskytnout správné odpovědi na předem připravený soubor otázek, protože to by mohlo vést k obcházení povinnosti podniku posuzovat zákaznickovy znalosti a zkušenosti týkající se nabízených a poptávaných investičních produktů.

74. Pokud strategie a postupy podniku umožňují přijmout žádosti zákazníků o provedení obchodu poté, co bylo poskytnuto upozornění, podniky by měly následně hodnotit celkovou účinnost poskytnutých upozornění, například posouzením poměru upozornění, po nichž následoval obchod, k celkovému počtu poskytnutých upozornění, a v případě potřeby provést úpravy příslušných strategií a postupů.
75. Navíc, jako příklad dobré praxe, by podniky měly mít strategie a postupy k identifikaci veškerých podmínek a kritérií, v rámci kterých lze nebo nelze přijmout žádost zákazníka poté, co obdržel upozornění. Podnik by například mohl zohlednit situace, kdy existuje zvýšený střet zájmů, protože podnik prodává své vlastní investiční produkty (nebo investiční produkty vydané subjekty stejné skupiny) nebo aktivně propaguje investiční produkty v rámci nabídky podniku. Další faktor, který by se mohl zvážit, je vysoká úroveň složitosti nebo rizika nabízených nebo poptávaných produktů.

## JINÉ SOUVISEJÍCÍ NÁSTROJE

### Kvalifikace zaměstnanců podniku

**(Čl. 16 odst. 2 a čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a čl. 21 odst. 1 písm. d) nařízení v přenesené pravomoci)**

*Obecný pokyn č. 10*

76. **Zaměstnanci zapojení do posouzení přiměřenosti by měli rozumět úloze, kterou zastávají v rámci posouzení, a mít odpovídající úroveň dovedností, znalostí a odborných vědomostí, včetně dostatečných znalostí o příslušných regulatorních požadavcích a postupech, aby mohli vykonávat své povinnosti. Za tímto účelem by měly podniky své zaměstnance pravidelně školit.**
77. Orgán ESMA zdůrazňuje, že zaměstnanci, kteří poskytují jménem podniku zákazníkům informace o investičních produktech, investičních nebo doplňkových službách, musí mít nezbytné znalosti a dovednosti požadované podle čl. 25 odst. 1 směrnice MiFID II (a dále upřesněné v Obecných pokynech orgánu ESMA k posuzování znalostí a dovedností<sup>14</sup>), mimo jiné s ohledem na posuzování přiměřenosti.
78. Podniky by měly také zajistit, aby jiní zaměstnanci, kteří nepřicházejí přímo do kontaktu se zákazníky, ale jakkoliv jinak se podílejí na posouzení přiměřenosti, přesto měli nezbytné dovednosti, znalosti a odborné vědomosti požadované v závislosti na jejich konkrétní úloze v procesu posuzování přiměřenosti. To se může týkat například

---

<sup>14</sup> Obecné pokyny k posuzování znalostí a dovedností (Ref: ESMA71-1154262120-153 CS (rev)).

sestavování dotazníků, definice algoritmů, jimiž se řídí posouzení přiměřenosti, nebo jiných aspektů nezbytných k provádění posouzení přiměřenosti a kontrolování souladu s požadavky týkajícími se posouzení přiměřenosti.

79. V případě využívání automatizovaných nástrojů (včetně hybridních nástrojů) by podniky měly případně zajistit, aby jejich zaměstnanci podílející se na činnostech spojených s vývojem těchto nástrojů:

- dostatečně rozuměli technologii a algoritmům používaným k provedení automatizovaného posouzení přiměřenosti (zejména aby byli zaměstnanci schopni porozumět důvodům, rizikům a pravidlům stojícím za algoritmy, které jsou základem automatizovaného posouzení) a
- byli schopni pochopit a přezkoumat automatizované posouzení vytvořené těmito algoritmy.

#### Vedení záznamů

**(Čl. 16 odst. 6 a 7, čl. 25 odst. 5 a 6 směrnice MiFID II a čl. 56 odst. 2 a články 72 a 76 nařízení v přenesené pravomoci)**

*Obecný pokyn č. 11*

80. **Jako součást své povinnosti vést záznamy o posouzení přiměřenosti podle čl. 56 odst. 2 nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II by podniky měly alespoň:**

- **udržovat odpovídající opatření týkající se vedení záznamů a jejich uchování s cílem zajistit řádné a transparentní vedení záznamů, pokud jde o posouzení přiměřenosti, včetně shromažďování informací od zákazníka a o poskytnutých službách bez poradenství,**
- **zajistit, aby opatření týkající se vedení záznamů byla navržena tak, aby umožnila odhalení selhání s ohledem na posouzení přiměřenosti,**
- **zajistit, aby vedené záznamy byly dostupné příslušným osobám v podniku a příslušným orgánům,**
- **mít zavedeny dostatečné postupy, aby zmírnily veškeré nedostatky nebo omezení týkající se opatření o vedení záznamů.**

81. Opatření týkající se vedení záznamů přijatá podniky musí být navržena tak, aby umožnila podnikům následně sledovat:

- **výsledek posouzení přiměřenosti včetně jeho zdůvodnění, tj. jasné a přímé spojení mezi získanou a posuzovanou informací od zákazníka a výstupem posouzení,**

- jakékoliv upozornění poskytnuté podnikem, kde investiční služba nebo produkt byly posouzeny jako pro zákazníka potenciálně nepřiměřené nebo kde zákazník neposkytl dostatečné informace, které by umožnily podniku provést posouzení přiměřenosti (bez ohledu na to, zda zákazník požádal o provedení operace nebo ne),
  - zda zákazník i přes upozornění požádal o provedení operace a
  - zda podnik přijal žádost zákazníka uskutečnit obchod v souladu s přijatými souvisejícími postupy.
82. Podnik by proto měl uchovávat veškeré důležité informace o posouzení přiměřenosti, jako jsou informace o zákazníkovi (včetně toho, jak se informace používají a vykládají k vymezení profilu znalostí a zkušeností zákazníka) a informace o investičních produktech nabízených zákazníkovi. Mezi tyto záznamy by měly patřit:
- veškeré aktualizace informací poskytnutých v souvislosti s posouzením přiměřenosti, zejména pak veškeré změny zákaznickova profilu znalostí a zkušeností,
  - druhy investičních produktů, které vyhovují danému profilu, a odůvodnění tohoto posouzení, jakož i veškeré změny a jejich důvody.
83. Podniky by měly mít zavedena opatření, která jim umožní pochopit a zmírnit dodatečná rizika, která by mohla ovlivnit poskytování investičních služeb prostřednictvím online nebo digitálních nástrojů, jako je škodlivá kybernetická činnost<sup>15</sup>.
84. Opatření přijatá podniky, která se týkají vedení záznamů, se mohou lišit v závislosti na distribučním kanálu používaném pro poskytování služeb bez poradenství. Například by podniky měly:
- v případě online služeb vytvořit IT nástroje určené ke sledování a uchovávání informací,
  - v případě služeb po telefonu přijmout přiměřená opatření, která zajistí, že podnik bude schopen spojit jakékoli jím vydané upozornění s možným obchodem, který se zákazník rozhodl provést i přes toto upozornění,
  - v případě služeb poskytovaných osobně shromáždit a zaznamenat všechny příslušné formuláře a dokumenty použité při procesu posouzení přiměřenosti, zejména ty, které podepsal zákazník a/nebo zaměstnanci podniku.

---

<sup>15</sup> Podniky by tato rizika měly zvážit nejen v souvislosti s ustanoveními uvedenými v těchto obecných pokynech, ale též v rámci širších povinností podniku podle čl. 16 odst. 4 směrnice MiFID II přijmout přiměřená opatření k zajištění nepřerušeno a řádného poskytování investičních služeb a výkonu investičních činností a v rámci souvisejících požadavků příslušného aktu v přenesené pravomoci.

## Určení situací, kdy je vyžadováno posouzení přiměřenosti

(Čl. 16 odst. 2, čl. 25 odst. 3 a 4 směrnice MiFID II a článek 57 nařízení v přenesené pravomoci)

Obecný pokyn č. 12

85. **Podniky by měly zavést odpovídající opatření, aby zajistily, že budou schopné určit situace, kdy je třeba provést posouzení přiměřenosti, a neprováděly ho v situacích, kdy je třeba provést posouzení vhodnosti.**
86. Podniky by měly mít zavedeny postupy a kontroly týkající se interakce mezi prodejci a zákazníky k vedení a zaznamenání<sup>16</sup> interakcí a zajistit, aby existovala jasná dělící linie mezi obchody s poradenstvím a obchody bez poradenství na jedné straně a mezi obchody, na které se vztahuje výjimka režimu execution only, a jinými obchody bez poradenství na straně druhé.
87. Podniky by měly mít zavedeny strategie a postupy, aby zajistily, že budou splněny podmínky podle čl. 25 odst. 4 směrnice MiFID II pro poskytování služby v režimu „execution only“, kde se posouzení přiměřenosti neprovádí<sup>17</sup>.
88. Pro účely požadavků přiměřenosti by podniky měly navrhnout, provádět a aktualizovat strategie a postupy, aby zjistily, které z jejich investičních produktů lze považovat za „komplexní“ a které za „nekomplexní“. „Jiné nekomplexní finanční nástroje“ ve smyslu čl. 25 odst. 4 písm. a) bodu vi) směrnice MiFID II by se měly kategorizovat jako komplexní, ledaže by byly posouzeny podle všech kritérií článku 57 nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II a uvedená kritéria splňovaly.
89. Strategie a postupy podniků by měly zajistit, aby investiční produkty výslovně vyloučené ze seznamu nekomplexních nástrojů podle čl. 25 odst. 4 písm. a) bodů i)–v) nebyly v žádném případě posuzovány podle kritérií stanovených v článku 57 nařízení v přenesené pravomoci doplňujícího směrnici MiFID II, aby pro účely posouzení přiměřenosti nebyly potenciálně kategorizovány jako nekomplexní investiční produkty.
90. Podniky by měly být schopny zjistit, zda zákazník svůj pokyn odeslal v reakci na sdělení podniku nebo jménem podniku. V takových případech by podnik měl vyloučit obchod pro účely výjimky režimu „execution only“.

---

<sup>16</sup> Při zohlednění obecného pokynu č. 11.

<sup>17</sup> To nebrání podnikům vykonávat posouzení přiměřenosti pro všechny druhy produktů, komplexních a nekomplexních.

## Kontroly

### **(Čl. 16 odst. 2, čl. 16 odst. 5 druhý pododstavec a čl. 25 odst. 3 směrnice MiFID II a článek 76 nařízení v přenesené pravomoci)**

#### *Obecný pokyn č. 13*

91. **Podniky by měly mít zavedena přiměřená opatření sledování a kontroly, aby zajistily soulad s požadavky přiměřenosti.**
92. Pokud se podniky při posuzování přiměřenosti spoléhají na automatizované systémy nebo nástroje (například nástroje pro profilování zákazníků založené na znalostech a zkušenostech, automatizovaná upozornění nebo kontroly složitosti investičních produktů), měly by být tyto systémy nebo nástroje pro daný účel vhodné a měly by být pravidelně sledovány. O tomto sledování by si firmy měly vést záznamy<sup>18</sup>.
93. Při využívání automatizovaných kontrol v rámci posouzení přiměřenosti by podniky měly zajistit, že automatizované kontroly nelze obejít<sup>19</sup> a rovněž by měly pravidelně sledovat správné fungování těchto automatizovaných kontrol. Podniky by měly mít zavedeny přiměřené strategie a postupy, aby problémy v oblasti informačních technologií odhalily co nejdříve.
94. V rámci posouzení přiměřenosti by podniky měly věnovat zvýšenou pozornost složitosti investičních produktů. Například databáze s kódy složitosti používanými pro nástroje posouzení přiměřenosti by měly být pravidelně přezkoumávány a aktualizovány.
95. Když se posouzení přiměřenosti provede na osobní schůzce se zákazníkem nebo po telefonu, tj. v případech lidské interakce, měly by podniky do svých pravidelných kontrolních procesů zahrnout písemné záznamy z osobních schůzek nebo telefonní nahrávky, aby sledovaly, zda prodejci plní své povinnosti v souvislosti s posouzením přiměřenosti. Podniky by tyto písemné záznamy a telefonní nahrávky měly sledovat v rámci svých kontrolních postupů.
96. Pro zhodnocení celkové účinnosti poskytnutých upozornění by podniky měly sledovat záležitosti, jako je například poměr upozornění, po kterých následoval obchod, k celkovému počtu poskytnutých upozornění.

---

<sup>18</sup> Viz rovněž obecný pokyn č. 11.

<sup>19</sup> Výjimky by měly být vyhrazeny pro konkrétní okolnosti stanovené v postupech podniku a se zvláštním hierarchickým povolením.