



European Securities and  
Markets Authority

# Ghid

**cu privire la anumite aspecte ale cerințelor MiFID II privind caracterul  
corespunzător și legate exclusiv de executare**



## Cuprins

I. Domeniu de aplicare .....	3
II. Referințe legislative și definiții.....	4
III. Scop.....	5
IV. Obligații de conformare și de raportare.....	5
V. Ghid cu privire la anumite aspecte ale cerințelor MiFID II privind caracterul corespunzător și legate exclusiv de executare.....	6

## I. Domeniu de aplicare

### Cui i se aplică?

1. Prezentul ghid se aplică:
  - a. autorităților competente și
  - b. firmelor.

### Ce se aplică?

2. Prezentul ghid se aplică în raport cu articolul 25 alineatele (3) și (4) din MiFID II și cu articolele 55-57 din Regulamentul delegat. Prezentul ghid se aplică, de asemenea, în ceea ce privește cerințele organizatorice prevăzute la articolul 16 alineatele (2), (5)-(7) din MiFID II și la articolele 21, 72 și 76 din Regulamentul delegat, precum și la articolul 24 alineatele (1), (4) și (5) și la articolul 25 alineatele (1), (5) și (6) din MiFID II, în măsura în care acestea se referă la evaluarea caracterului corespunzător.

### Când se aplică?

3. Prezentul ghid se aplică după șase luni de la data publicării sale pe site-ul ESMA în toate limbile oficiale ale UE.



## II. Referințe legislative și definiții

### Referințe legislative

<i>Regulamentul ESMA</i>	Regulamentul (UE) nr. 1095/2010 al Parlamentului European și al Consiliului din 24 noiembrie 2010 de instituire a Autorității europene de supraveghere (Autoritatea europeană pentru valori mobiliare și piețe), de modificare a Deciziei nr. 716/2009/CE și de abrogare a Deciziei 2009/77/CE a Comisiei <sup>1</sup>
<i>MiFID II</i>	Directiva 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 15 mai 2014 privind piețele instrumentelor financiare și de modificare a Directivei 2002/92/CE și a Directivei 2011/61/UE <sup>2</sup>
<i>Regulamentul delegat</i>	Regulamentul delegat (UE) 2017/565 al Comisiei din 25 aprilie 2016 de completare a Directivei 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului în ceea ce privește cerințele organizatorice și condițiile de funcționare aplicabile firmelor de investiții și termenii definiți în sensul directivei menționate <sup>3</sup>

### Definiții

<i>firme</i>	firmele de investiții [astfel cum sunt definite la articolul 4 alineatul (1) punctul (1) din MiFID II] și instituțiile de credit [astfel cum sunt definite la articolul 4 alineatul (1) punctul (27) din MiFID II] atunci când acestea furnizează servicii fără consultanță, precum și administratorii de fonduri de investiții alternative externe (AFIA) [astfel cum sunt definiți la articolul 5 alineatul (1) litera (a) din Directiva AFIA <sup>4</sup> ] atunci când furnizează serviciul conex menționat la articolul 6 alineatul (4) litera (b) punctul (iii) din Directiva AFIA].
<i>produs de investiții</i>	un instrument financiar [în sensul articolului 4 alineatul (1) punctul (15) din MiFID II] sau un depozit structurat [în sensul articolului 4 alineatul (1) punctul (43) din MiFID II].
<i>servicii fără consultanță</i>	(i) servicii de investiții [în sensul articolului 4 alineatul (1) punctul (2) din MiFID II], altele decât consultanța de investiții și administrarea portofoliului; și (ii) vânzarea de depozite structurate.

---

<sup>1</sup> JO L 331, 15.12.2010, p. 84.

<sup>2</sup> JO L 173, 12.6. 2014, p. 349.

<sup>3</sup> JO L 87, 31.3.2017, p. 1.

<sup>4</sup> Directiva 2011/61/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2011 privind administratorii fondurilor de investiții alternative și de modificare a Directivelor 2003/41/CE și 2009/65/CE și a Regulamentelor (CE) nr. 1060/2009 și (UE) nr. 1095/2010 (JO L 174, 1.7.2011, p. 1).

### **III. Scop**

4. Ghidul este elaborat în temeiul articolului 16 alineatul (1) din Regulamentul ESMA. Scopul prezentului ghid este de a clarifica aplicarea anumitor aspecte ale cerințelor MiFID II privind caracterul corespunzător și legate exclusiv de executare, pentru a asigura aplicarea comună, uniformă și consecventă a articolului 25 alineatul (3) din MiFID II și, respectiv, a articolelor 55 și 56 din Regulamentul delegat MiFID II, precum și a articolului 25 alineatul (4) din MiFID II și a articolului 57 din Regulamentul delegat MiFID II.
5. ESMA se așteaptă ca prezentul ghid să promoveze o mai mare convergență în ceea ce privește aplicarea și abordările în materie de supraveghere ale cerințelor MiFID II privind caracterul corespunzător și legate exclusiv de executare, subliniind o serie de aspecte importante și sporind, astfel, valoarea standardelor existente. Prin contribuția sa la garantarea respectării standardelor de reglementare de către firme, ESMA anticipează sporirea corespunzătoare a protecției investitorilor.

### **IV. Obligații de conformare și de raportare**

#### **Statutul ghidului**

6. În conformitate cu articolul 16 alineatul (3) din Regulamentul ESMA, autoritățile competente și participanții la piețele financiare trebuie să depună toate eforturile pentru a respecta prezentul ghid.
7. Autoritățile competente cărora li se aplică prezentul ghid trebuie să se conformeze prin includerea lui în cadrele lor juridice și/sau de supraveghere naționale, după caz, inclusiv în cazul în care ghiduri specifice vizează, în principal, participanții la piețele financiare. În acest caz, autoritățile competente trebuie să asigure, prin activități de supraveghere, respectarea ghidului de către firme.

#### **Cerințe de raportare**

8. În decurs de două luni de la data publicării ghidului pe site-ul ESMA în toate limbile oficiale ale UE, autoritățile competente cărora li se aplică prezentul ghid trebuie să notifice ESMA dacă (i) respectă, (ii) nu respectă, dar intenționează să respecte, sau (iii) nu respectă și nu intenționează să respecte ghidul.
9. În caz de neconformitate, autoritățile competente trebuie, de asemenea, să informeze ESMA în decurs de două luni de la data publicării ghidului pe site-ul ESMA în toate limbile oficiale ale UE cu privire la motivele de neconformare cu ghidul.
10. Pe site-ul ESMA este disponibil un model de notificare. După completare, modelul va fi transmis la ESMA.
11. Firmele nu sunt obligate să raporteze dacă respectă sau nu prezentul ghid.

## V. Ghid cu privire la anumite aspecte ale cerințelor MiFID II privind caracterul corespunzător și legate exclusiv de executare

### INFORMAREA CLIENȚILOR CU PRIVIRE LA SCOPUL EVALUĂRII CARACTERULUI CORESPUNZĂTOR ȘI CU PRIVIRE LA CARACTERUL EXCLUSIV DE EXECUTARE

[articolul 24 alineatele (1), (4) și (5) și articolul 25 alineatele (3) și (4) din MiFID II]

#### *Orientarea 1*

12. **Înainte de furnizarea serviciilor fără consultanță, firmele trebuie să-și informeze clienții, utilizând un limbaj clar și simplu, cu privire la evaluarea caracterului corespunzător și la scopul acesteia, care este de a permite firmei să acționeze în interesul clientului.**
13. ESMA consideră că aceasta trebuie să cuprindă următoarele:
  - o explicație clară a faptului că efectuarea evaluării este responsabilitatea firmei, astfel încât clienții să înțeleagă motivul pentru care li se cere să furnizeze anumite informații și importanța furnizării de informații actualizate, exacte și complete;
  - o reamintire a faptului că este în interesul clientului să ofere răspunsuri exacte și complete la întrebările adresate de firmă în scopul evaluării caracterului corespunzător;
  - informații privind situațiile în care nu se va efectua nicio evaluare (și anume, în cazul în care clientul nu furnizează informațiile solicitate sau astfel de informații nu sunt suficiente pentru a efectua evaluarea caracterului corespunzător sau în cazul în care serviciile sunt furnizate în baza scutirii în cazul exclusiv al executării<sup>5</sup>) și consecințele ce decurg din aceasta. Cu toate acestea, astfel de informații nu trebuie să dea impresia că, drept opțiune standard, clientul ar putea evita transmiterea informațiilor sale<sup>6</sup>;
  - o scurtă explicație a principalelor diferențe dintre serviciile de investiții cu consultanță și cele fără consultanță, ținând seama de cerințele aplicabile, pentru a evita orice confuzie între cele două.
14. În cazul unei relații continue cu clientul, firmele nu trebuie să transmită informațiile menționate mai sus înainte de furnizarea fiecărui serviciu fără consultanță. Într-un astfel de caz, aceste informații ar putea fi transmise înainte de furnizarea serviciului inițial fără consultanță și, în ceea ce privește informațiile menționate la primele două puncte de la

---

<sup>5</sup> Servicii de investiții care cuprind doar executarea sau primirea și transmiterea ordinelor clienților referitoare la produsele de investiții definite în MiFID II ca fiind „necomplexe”.

<sup>6</sup> Vezi și punctul 28.

punctul 13, ori de câte ori i se solicită clientului să actualizeze informațiile privind nivelul său de cunoștințe și experiență.

15. Este la latitudinea firmelor să decidă modul în care își vor informa clienții cu privire la evaluarea caracterului corespunzător. Cu toate acestea, formatul utilizat pentru informarea clienților trebuie să permită firmelor să țină evidența informațiilor furnizate<sup>7</sup>.
16. Firmele trebuie să evite să afirme sau să dea impresia că clientul este cel care decide cu privire la caracterul corespunzător al serviciului sau produsului de investiții sau cel care stabilește care serviciu sau produs corespunde propriilor cunoștințe și experiențe. În general, firmele nu trebuie să prezinte clienților declarații înșelătoare în legătură cu obligația firmelor de a efectua evaluarea caracterului corespunzător.
17. Cu condiția ca toate informațiile furnizate clienților să respecte dispozițiile relevante (inclusiv obligațiile privind furnizarea de informații pe suport durabil), firmele trebuie, de asemenea, să analizeze cu atenție dacă informațiile divulgate în scris sunt concepute astfel încât să fie eficace (de exemplu, informațiile divulgate sunt puse în mod direct la dispoziția clienților și nu sunt ascunse sau de neînțeles). Pentru firmele care furnizează în special servicii online, acestea pot include:
  - evidențierea informațiilor relevante (de exemplu, prin utilizarea unor caracteristici de proiectare cum ar fi casetele pop-up);
  - posibilitatea ca anumite informații să fie însoțite de text interactiv (de exemplu, prin utilizarea unor caracteristici de proiectare cum ar fi sugestiile) sau alte mijloace pentru a oferi mai multe detalii clienților care caută informații suplimentare (de exemplu, printr-o secțiune de „Întrebări frecvente”).

## CUNOAȘTE-ȚI CLIENTUL ȘI CUNOAȘTE-ȚI PRODUSUL

### Măsuri necesare pentru a înțelege clienții

**[articolul 16 alineatul (2) și articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 55 din Regulamentul delegat].**

#### *Orientarea 2*

18. **Politicile și procedurile firmelor trebuie să urmărească să le permită să colecteze toate informațiile necesare pentru a efectua evaluarea caracterului corespunzător în ceea ce privește tipurile de produse specifice oferite sau solicitate<sup>8</sup>.**
19. Firmele stabilesc, pun în aplicare și mențin politici și proceduri adecvate (inclusiv instrumente adecvate) pentru a solicita clientului sau clientului potențial să furnizeze informații cu privire la cunoștințele și experiența persoanei respective în domeniul investițiilor relevante pentru tipul specific de serviciu sau produs de investiții oferit sau

---

<sup>7</sup> Ținând seama de orientarea 11.

<sup>8</sup> Ținând seama de orientarea 3.

solicitat și incluzând, după caz, elementele enumerate la articolul 55 alineatul (1) din Regulamentul delegat.

20. În acest scop, politicile și procedurile firmelor trebuie să garanteze că acestea nu se abțin de la solicitarea de informații și nu descurajează în niciun fel clienții sau clienții potențiali să furnizeze informații cu privire la cunoștințele și experiența lor.
21. Este la latitudinea firmelor să stabilească mijloacele prin care se solicită clientului să furnizeze informații cu privire la cunoștințele și experiența sa. Pot folosi chestionare (inclusiv în format digital) completate de clienții lor sau informații colectate în timpul discuțiilor cu aceștia pentru a realiza evaluarea caracterului corespunzător. În aceste cazuri, firmele trebuie să se asigure că întrebările pe care le adresează clienților lor sunt suficient de specifice și pot fi înțelese corect și că orice altă metodă utilizată pentru colectarea de informații, cum ar fi utilizarea datelor de tranzacționare privind anumite tipuri de produse de la un client existent pentru a evalua experiența acestuia, este concepută pentru a obține informațiile necesare cu privire la nivelul de cunoștințe și experiență al clientului. Acest lucru este deosebit de important atunci când firmele colectează informațiile printr-un canal online, fără interacțiune umană.
22. La elaborarea chestionarelor pentru colectarea de informații despre clienții lor în scopul unei evaluări a caracterului corespunzător, firmele trebuie să cunoască și să ia în considerare cele mai frecvente motive pentru care investitorii ar putea să nu răspundă corect la chestionare. În special:
  - trebuie să se acorde atenție clarității, exhaustivității și inteligibilității chestionarului, evitând limbajul înșelător, confuz, imprecis și excesiv de tehnic (de exemplu, abrevieri);
  - firmele trebuie să acorde o atenție deosebită modelului și formatului chestionarelor și să evite orientarea alegerilor investitorilor (de exemplu, font, spațiere...);
  - trebuie să se evite colectarea de informații cu privire la o serie de elemente printr-o singură întrebare;
  - firmele trebuie să analizeze cu atenție ordinea în care pun întrebările pentru a colecta informații într-un mod eficace;
  - pentru a împiedica un client să ghicească și, prin urmare, să furnizeze informații nefiabile, clientul trebuie să poată răspunde că nu știe răspunsul la o întrebare.
23. Firmele trebuie să dispună de proceduri și mecanisme pentru a limita riscul de eludare a cerințelor, asigurându-se că informațiile colectate reflectă în mod adecvat nivelul de cunoștințe și experiență al clientului. De exemplu, firmele ar putea: să ia în considerare limitarea numărului de cazuri în care clienții pot răspunde la chestionar (chestionare) într-o anumită perioadă de timp, să lucreze cu seturi diferite de chestionare atunci când un client solicită din nou completarea chestionarului și/sau să utilizeze o perioadă de reflecție. În cazul în care se impun astfel de măsuri, clientului i se poate permite în continuare să efectueze tranzacția, cu condiția să se emită o avertizare în cazul



tranzacțiilor în legătură cu care clientul nu are suficiente cunoștințe și experiență<sup>9</sup>. De asemenea, firmele ar putea aplica alte controale pentru a se asigura că un client nu poate repeta chestionarul de mai multe ori pentru a „testa” ce tip de răspunsuri sunt necesare pentru a obține rezultatul dorit.

24. Întrucât este responsabilitatea firmei să urmărească colectarea informațiilor relevante de la clienți, firmele trebuie să ia toate măsurile rezonabile pentru a evalua în mod suficient înțelegerea de către clienții lor a principalelor caracteristici și a riscurilor legate de tipurile specifice de produse de investiții oferite de firmă sau cel puțin de tipurile de produse în care clientul are un interes. Aceasta include o înțelegere a relației dintre risc și randamentul investițiilor, de exemplu prin utilizarea chestionarelor cu întrebări cu variante multiple de răspuns, menite să evalueze cunoștințele reale ale clientului cu privire la tipurile specifice de produse de investiții.
25. Atunci când evaluează cunoștințele clientului, firmele trebuie să instituie mecanisme pentru a se asigura că nu se solicită clienților să realizeze o autoevaluare. Abordarea tendinței clienților de a-și supraestima cunoștințele și asigurarea coerenței răspunsurilor furnizate de client<sup>10</sup> sunt deosebit de importante pentru evaluarea corectă a cunoștințelor clientului. În special, firmele trebuie să evite să utilizeze întrebări de tip „da” sau „nu” și/sau o abordare de autoevaluare de tip „bifare” atunci când întreabă clientul dacă are suficiente cunoștințe despre principalele caracteristici și riscuri ale anumitor tipuri de produse de investiții (de exemplu, firmele trebuie să evite să transmită clientului o listă de produse de investiții și să îi solicite să indice produsele pe care le înțelege). Autoevaluarea trebuie să fie contrabalansată de criterii obiective. De exemplu:
- În loc să întrebe dacă un client înțelege noțiunile de analiză comparativă risc/randament al anumitor tipuri de produse de investiții, firma trebuie, de exemplu, să adreseze întrebări clienților cu privire la unele exemple practice de situații care ar putea apărea în realitate, de exemplu prin grafice sau scenarii pozitive și negative care se bazează pe ipoteze rezonabile;
  - În loc să întrebe un client dacă are suficiente cunoștințe despre principalele caracteristici și riscuri ale anumitor tipuri de produse de investiții, firma trebuie, de exemplu, să adreseze întrebări menite să evalueze cunoștințele reale ale clientului cu privire la tipurile specifice de produse de investiții, cum ar fi adresând clientului întrebări cu variante multiple de răspuns, la care clientul trebuie să ofere răspunsul corect;
26. Atunci când evaluează experiența unui client, o firmă trebuie, de asemenea, să evite utilizarea unor întrebări excesiv de generale cu un tip de răspuns da/nu și cu o abordare foarte largă de tip „bifare”. În loc să întrebe un client dacă se consideră suficient de experimentat pentru a investi în anumite produse, firma trebuie, de exemplu, să întrebe clientul cu ce tipuri specifice de produse este familiarizat și cât de recentă și frecventă este experiența sa de tranzacționare cu acestea.

---

<sup>9</sup> Vezi orientarea 9.

<sup>10</sup> Vezi orientarea 4.

27. În cazul serviciilor online, firmele trebuie să-și elaboreze chestionarele ținând seama de factori precum:
- dacă întrebările sunt suficient de clare și/sau dacă scopul chestionarului este să furnizeze clienților clarificări suplimentare sau exemple, atunci când este necesar (de exemplu, prin utilizarea unor caracteristici de proiectare, cum ar fi sugestii sau casete pop-up);
  - dacă un anumit tip de interacțiune/sprijin uman (inclusiv interacțiunea de la distanță prin e-mail sau telefon mobil) este disponibil clienților atunci când răspund la chestionarul online;
  - dacă au fost luate măsuri pentru a trata răspunsurile inconsecvente ale clienților (cum ar fi încorporarea în elaborarea chestionarului a unor caracteristici de avertizare a clienților atunci când răspunsurile lor par inconsecvente la nivel intern și sugerarea revizuirii unor astfel de răspunsuri; sau implementarea unor sisteme de semnalare automată a informațiilor aparent inconsecvente furnizate de client, pentru examinarea sau monitorizarea de către firmă).
28. Firmele trebuie să se abțină de la a transmite clientului o avertizare cu privire la faptul că nu sunt în măsură să stabilească dacă serviciul sau produsul de investiții avut în vedere este corespunzător pentru ei, fără a solicita în prealabil clientului informații cu privire la cunoștințele și experiența sa. De asemenea, firmele trebuie să se abțină de la a sublinia faptul că un client ar putea acționa fără o astfel de evaluare. În aceste situații, o asemenea avertizare trebuie emisă numai dacă rezultatul evaluării caracterului corespunzător nu poate fi determinat deoarece clientul nu a răspuns la toate întrebările sau la o parte din întrebări<sup>11</sup>.
29. În cazul în care firmele completează în prealabil răspunsuri bazate pe istoricul tranzacțiilor clientului cu firma respectivă (de exemplu, prin alt serviciu de investiții), acestea trebuie să se asigure că se utilizează numai informații pe deplin obiective, pertinente și fiabile și că se dă clientului posibilitatea de a revizui și, dacă este necesar, de a corecta și/sau completa fiecare dintre răspunsurile completate în prealabil pentru a asigura exactitatea informațiilor precompletate. De asemenea, firmele trebuie să se abțină de la anticiparea experienței clienților pe bază de ipoteze.
30. În scopul evaluării caracterului corespunzător, firmele trebuie să ia în considerare numai informațiile privind cunoștințele și experiența clientului. Firmele trebuie să evite să dea clienților impresia că informațiile colectate, altele decât cele care se referă la cunoștințele și experiența unui client, în special în ceea ce privește situația financiară și obiectivele de investiții ale clientului, care pot fi colectate în alte scopuri (de exemplu, în contextul guvernantei produsului sau în contextul serviciilor cu consultanță pentru același client), sunt luate în considerare la efectuarea evaluării caracterului corespunzător.

### **Volumul de informații care trebuie colectate de la clienți (proporționalitate)**

---

<sup>11</sup> Ținând seama de orientarea 9.

**[articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 55 din Regulamentul delegat]**

*Orientarea 3*

31. **Pentru a determina amploarea informațiilor care trebuie solicitate cu privire la cunoștințele și experiența clientului sau ale clientului potențial, firmele trebuie să ia în considerare tipul și caracteristicile produselor sau serviciilor de investiții care urmează să fie luate în considerare (și anume, nivelul de complexitate și de risc al produselor sau serviciilor de investiții) și natura clientului.**
32. În conformitate cu articolul 25 alineatul (3) din MiFID II, înainte de a furniza servicii fără consultanță pentru care este necesară o evaluare a caracterului corespunzător, firmele solicită clientului sau potențialului client să furnizeze informații cu privire la cunoștințele și experiența lor în domeniul investițiilor relevante pentru tipul specific de servicii de investiții sau de produse de investiții oferite sau solicitate, ca să permită firmei să evalueze dacă serviciul sau produsul de investiții avut în vedere îi este potrivit clientului.
33. Firmele trebuie să se asigure că solicită informații care țin seama de tipul și caracteristicile produselor sau serviciilor de investiții avute în vedere (și anume, nivelul de complexitate și riscul produselor sau serviciilor de investiții) și de natura clientului.
34. În special, pentru a se asigura că sunt în măsură să efectueze evaluarea caracterului corespunzător la același standard, indiferent de produsul de investiții sau de serviciul de investiții avut în vedere, atunci când oferă acces la produse de investiții mai complexe sau mai riscante, firmele trebuie să analizeze cu atenție dacă trebuie să solicite informații mai detaliate cu privire la cunoștințele și experiența clientului decât ar solicita când este vorba despre produse de investiții mai puțin complexe sau mai puțin riscante. Acest lucru trebuie să permită firmelor să evalueze, pe baza răspunsurilor furnizate, capacitatea clientului de a înțelege riscurile asociate acestor instrumente. Pentru astfel de produse de investiții cu grad mare de complexitate sau de risc (de exemplu, instrumente derivate sau produse cu efect de levier), firmele trebuie să efectueze, pe baza răspunsurilor furnizate, o evaluare fiabilă a cunoștințelor și experienței clientului, inclusiv, de exemplu, a capacității sale de a înțelege mecanismele care fac produsul de investiții „mai complex sau mai riscant”, dacă respectivul client a făcut deja tranzacții cu astfel de produse, perioada de timp în care le-a tranzacționat etc.
35. În funcție de gradul de complexitate al produselor de investiții implicate, firma trebuie să evalueze cunoștințele și experiența clientului mai detaliat decât numai pe baza tipului căruia îi aparține produsul (de exemplu, creanțele subordonate în locul obligațiunilor în general).

36. În cazul în care firma intenționează să furnizeze un serviciu fără consultanță care are caracteristici specifice, firma trebuie, de asemenea, înainte de furnizarea unui astfel de serviciu, să efectueze o evaluare a caracterului corespunzător în raport cu astfel de caracteristici specifice. Acest lucru ar fi relevant, de exemplu, în cazul în care se are în vedere un pachet de servicii sau produse pentru care, conform articolului 25 alineatul (3) din MiFID II, firma analizează dacă pachetul combinat în ansamblul său este corespunzător. De exemplu, dacă o firmă intenționează să furnizeze atât servicii de executare, cât și servicii auxiliare de acordare de împrumuturi care îi permit clientului să efectueze tranzacția, un astfel de pachet de servicii va avea riscuri diferite față de fiecare dintre componentele luate în considerare separat. Pentru a ține seama de aceste diferențe când se efectuează evaluarea caracterului corespunzător, aceasta trebuie să se refere nu numai la produsele de investiții avute în vedere, ci și la serviciul auxiliar de acordare a împrumuturilor și la riscurile care rezultă din combinarea celor două. Alt exemplu ar fi o firmă care le permite clienților să deschidă o poziție scurtă prin vânzarea unui produs de investiții. În acest context, firma trebuie să evalueze în mod specific dacă respectivul client deține cunoștințele și experiența necesară pentru a înțelege riscurile asociate pozițiilor scurte.
37. Se reamintește că, în conformitate cu articolul 56 alineatul (1) al doilea paragraf din Regulamentul delegat MiFID II, o firmă are dreptul de a presupune că un client profesional are experiența și cunoștințele necesare pentru a înțelege riscurile implicate în legătură cu respectivele servicii sau tranzacții de investiții sau tipuri de tranzacții sau produse de investiții pentru care clientul este clasificat drept client profesional.

#### **Fiabilitatea informațiilor privind clienții**

#### **[articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 55 alineatul (3) din Regulamentul delegat]**

##### *Orientarea 4*

38. **Firmele trebuie să adopte măsuri rezonabile și să dispună de instrumentele adecvate pentru a se asigura că informațiile furnizate de clienții lor sunt de încredere și coerente, fără a se baza în mod excesiv pe autoevaluarea clienților.**
39. Dacă informațiile colectate nu sunt suficient de fiabile și de coerente, ar însemna că nu s-au primit suficiente informații pentru a efectua evaluarea caracterului corespunzător, iar firmele vor emite o avertizare clientului în conformitate cu articolul 25 alineatul (3) al treilea paragraf din MiFID II.
40. Firmele trebuie să adopte măsuri rezonabile pentru a verifica fiabilitatea, exactitatea și coerența informațiilor colectate cu privire la clienți și nu doar să se bazeze pe preconizarea faptului că clienții vor furniza informații corecte, actualizate și complete, după cum este necesar pentru evaluarea caracterului corespunzător. Astfel de măsuri ar putea include, de exemplu, solicitarea de clarificări suplimentare clientului în cazul în care informațiile colectate cu privire la cunoștințele și experiența sa arată că are mai multe cunoștințe despre obligațiuni complexe decât despre obligațiuni clasice („plain vanilla”).

41. Politicile și procedurile firmelor trebuie să vizeze evaluarea calității și a eficacității mijloacelor utilizate pentru colectarea de informații privind cunoștințele și experiența clienților sau ale clienților potențiali. Dacă firmele se bazează pe instrumente care urmează să fie utilizate de clienți ca parte a procedurii de evaluare a caracterului corespunzător (cum ar fi chestionare online sau software care evaluează dacă un produs de investiții este corespunzător sau dacă, în schimb, trebuie emisă o avertizare, și anume „software de stabilire de profiluri”), acestea trebuie să se asigure că dispun de sisteme și controale adecvate pentru a se asigura că instrumentele sunt adecvate scopului și produc rezultate satisfăcătoare. Firmele trebuie să includă controale privind coerența răspunsurilor furnizate de clienți în chestionare, pentru a evidenția contradicțiile dintre diferitele informații colectate.
42. Pentru a asigura coerența informațiilor clienților, firmele trebuie să analizeze informațiile colectate în ansamblu. Firmele trebuie să fie atente la orice contradicții relevante între diferitele informații colectate pentru a remedia eventualele neconcordanțe sau inexactități relevante. Firmele trebuie să se asigure că evaluarea informațiilor colectate despre clienții lor se face într-o manieră adecvată, indiferent de mijloacele utilizate pentru colectarea acestor informații.

#### **Prevalarea de informații actualizate privind clienții**

**[articolul 16 alineatul (2) și articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 55 alineatul (3) din Regulamentul delegat MiFID II]**

#### *Orientarea 5*

43. **Atunci când se bazează pe informațiile colectate anterior cu privire la cunoștințele și experiența clienților, firmele trebuie să stabilească proceduri care să definească frecvența actualizării acestor informații pentru a se asigura că informațiile rămân actualizate și sunt exacte și complete în scopul evaluării caracterului corespunzător.**
44. În scopul evaluării **caracterului corespunzător**, firmele ar putea să colecteze informații privind cunoștințele și experiența unui client de fiecare dată înainte ca un produs de investiții să fie oferit sau solicitat (în cazul tranzacțiilor unice), fie să se bazeze pe informațiile colectate anterior, cu condiția ca acestea să fie actualizate.
45. ESMA recunoaște că problema actualizării informațiilor în contextul evaluării caracterului corespunzător are o natură diferită de cea a evaluării caracterului adecvat, deoarece informațiile privind cunoștințele și experiența unui client vor avea tendința de a fi mai puțin volatile decât alte elemente ale evaluării caracterului adecvat, iar cunoștințele și experiența cresc, în general, în timp. Prin urmare, frecvența actualizării informațiilor privind clienții ar putea fi mai mică în regimul de caracter corespunzător decât în regimul de caracter adecvat. Firmele trebuie să elaboreze o politică de evaluare mai regulată a cunoștințelor și a experienței în ceea ce privește categoriile de clienți considerați mai vulnerabili.

46. Evaluarea caracterului corespunzător trebuie efectuată pe bază de informații fiabile cu privire la cunoștințele și experiența clientului. Firmele trebuie să aplice proceduri concepute pentru a avea la dispoziție informații actualizate cu privire la cunoștințele și experiența clientului ori de câte ori un produs este oferit sau solicitat, de exemplu solicitând clienților cu care firma are o relație permanentă să o informeze periodic cu privire la orice modificare sau actualizare a informațiilor furnizate inițial. Firmele trebuie, de asemenea, să dispună de proceduri adecvate pentru a face față situațiilor în care clientul nu răspunde la întrebările lor privind modificările sau actualizările informațiilor furnizate inițial.
47. Informațiile pot fi actualizate, de exemplu, printr-un chestionar trimis clienților sau furnizând clienților informațiile despre client aflate la dispoziția firmei și solicitând confirmarea faptului că rămân exacte, complete și actualizate. Dacă, într-un asemenea chestionar, firmele utilizează răspunsuri completate în prealabil pe baza istoricului tranzacțiilor clientului cu firma respectivă, acestea trebuie să se asigure că se folosesc numai informații pe deplin obiective, pertinente și fiabile pentru completarea prealabilă a răspunsurilor respective și că clientul are posibilitatea de a revizui și, dacă este necesar, de a corecta fiecare dintre răspunsurile completate în prealabil și de a le completa. Acțiunile relevante în urma actualizării ar putea include modificarea nivelului de cunoștințe și experiență al clientului pe baza informațiilor actualizate colectate.
48. Pentru a evita să se bazeze pe informații incomplete, inexacte sau depășite ale clienților, firmele trebuie să dispună de mecanisme pentru a se asigura că solicită clientului să actualizeze informațiile privind cunoștințele și/sau experiența sa când iau cunoștință de o schimbare relevantă care i-ar putea afecta nivelul de cunoștințe și/sau experiență.
49. Firmele trebuie să adopte măsuri de atenuare a riscului de a-l determina pe client să-și actualizeze nivelul de cunoștințe sau experiență astfel încât să pară corespunzător un anumit produs de investiții care altfel ar fi necorespunzător pentru acesta, fără să existe o modificare reală a nivelului de cunoștințe și experiență al clientului. Un exemplu de bună practică pentru eliminarea acestui tip de risc este adoptarea de proceduri pentru a verifica, înainte sau după efectuarea tranzacțiilor, dacă profilul unui client a fost actualizat prea frecvent sau numai după o scurtă perioadă de la ultima modificare. Astfel de situații ar fi semnalate în consecință sau ar fi raportate funcției de control relevante. Aceste politici și proceduri sunt deosebit de importante în situații în care există un risc mărit de conflict de interese, de exemplu în situații de auto-plasamente sau dacă firma primește stimulente pentru distribuirea unui produs de investiții. Un alt factor relevant de luat în considerare în acest context este tipul de interacțiune cu clientul (de exemplu, față în față sau prin evaluare automatizată).

## Informațiile referitoare la clienți pentru entitățile sau grupurile juridice

### [articolul 16 alineatul (2) și articolul 25 alineatul (3) din MiFID II]

#### *Orientarea 6*

50. **Firmele trebuie să aibă o politică care să definească ex ante modalitatea de efectuare a evaluării caracterului corespunzător în situațiile în care un client este o persoană juridică sau un grup de două sau mai multe persoane fizice sau în cazul în care una sau mai multe persoane fizice sunt reprezentate de altă persoană fizică. O astfel de politică trebuie să fie elaborată în conformitate cu orientarea generală 6 și cu orientările aferente consacrate în Ghidul ESMA cu privire la anumite aspecte ale cerințelor MiFID privind adecvarea<sup>12</sup>.**
51. Aceasta implică, printre altele, că o astfel de politică trebuie să facă o distincție clară între situațiile în care este prevăzut un reprezentant în legislația națională aplicabilă, cum ar fi, de exemplu, cazul persoanelor juridice și situațiile în care nu este prevăzut niciun reprezentant, și trebuie să se concentreze asupra celei din urmă situații. În cazul în care politica le permite clienților să convină asupra desemnării unui reprezentant, aceștia trebuie informați în mod clar și în scris despre efectele pe care astfel de acorduri le-ar putea avea în ceea ce privește protejarea intereselor fiecăruia dintre ei. Măsurile luate de firmă în conformitate cu politica sa trebuie documentate corespunzător pentru a permite controalele ex post.
52. În cazul în care un reprezentant este prevăzut de legislația națională aplicabilă sau este desemnat, informațiile privind cunoștințele și experiența trebuie colectate de la reprezentantul respectiv, iar evaluarea caracterului corespunzător trebuie efectuată cu privire la reprezentantul respectiv.
53. Dacă grupul de două sau mai multe persoane fizice implicate întâmpină dificultăți în a decide cu privire la persoana (persoanele) cu privire la care trebuie evaluate informațiile privind cunoștințele și experiența, firma trebuie să adopte cea mai prudentă abordare, luând în considerare informațiile privind persoana cu cel mai scăzut nivel de cunoștințe și experiență. În aceste cazuri, firmele trebuie cel puțin să fie prudente ori de câte ori există o diferență semnificativă în ceea ce privește nivelul de cunoștințe și experiență al diferiților clienți care fac parte din grup sau atunci când tranzacția preconizată poate include produse de investiții cu efect de levier sau tranzacții cu angajamente condiționale care prezintă un risc de pierderi semnificative care pot depăși investiția inițială a grupului de clienți și trebuie să documenteze în mod clar abordarea aleasă.
54. În cazul în care o firmă decide să solicite informații pentru a evalua caracterul corespunzător pentru fiecare client individual care face parte din grup, politica firmei trebuie să specifice clar cum va trata situațiile în care există diferențe semnificative între nivelul de cunoștințe și/sau de experiență al respectivilor clienți individuali. În acest caz,

---

<sup>12</sup> Ghid ESMA cu privire la anumite aspecte ale cerințelor MiFID privind adecvarea (Ref: ESMA35-43-1163).

de asemenea, firma trebuie să adopte abordarea cea mai prudentă, luând în considerare informațiile despre clientul parte din grup care are cele mai puține cunoștințe și experiență. Ca alternativă, politica firmei poate specifica, de asemenea, că în această situație nu va putea evalua caracterul corespunzător. În acest context, trebuie remarcat că colectarea de informații despre toți clienții care fac parte din grup și luarea în considerare, în scopul evaluării, a unui profil mediu al nivelului de cunoștințe și experiență al tuturor este puțin probabil să fie în conformitate cu principiul general al MiFID II de a servi cât mai bine interesele clienților.

## **Măsuri necesare pentru a înțelege produsele de investiții**

### **[articolul 16 alineatul (2) și articolul 25 alineatul (3) din MiFID II]**

#### *Orientarea 7*

55. **Firmele trebuie să se asigure că sunt puse în aplicare politici și proceduri pentru a înțelege caracteristicile, natura și funcțiile produselor de investiții, în scopul de a le permite să evalueze dacă aceste produse sunt corespunzătoare pentru clienții lor.**
56. În acest scop, firmele trebuie să adopte proceduri și instrumente fiabile și obiective care să le permită să analizeze în mod corespunzător și proporțional diferitele caracteristici și factori de risc relevanți (cum ar fi riscul de credit, riscul de piață, riscul de lichiditate) privind produsele de investiții oferite sau solicitate. Aceasta trebuie să includă luarea în considerare a analizei firmei efectuate în scopul obligațiilor de guvernare a produselor<sup>13</sup>. În acest context, firmele trebuie să evalueze cu atenție modul în care anumite produse de investiții s-ar putea comporta în diferite circumstanțe (de exemplu, obligațiuni convertibile care pot, de exemplu, să-și schimbe natura în acțiuni).
57. Luarea în considerare a nivelului de „complexitate” a produselor este deosebit de importantă și trebuie să fie însoțită de informațiile clienților privind cunoștințele și experiența. Deși complexitatea este un termen relativ, care depinde de mai mulți factori, firmele trebuie – în urma evaluării produselor ca fiind complexe sau necomplexe, după cum se prevede pentru a face distincția între serviciile care necesită o evaluare a caracterului corespunzător și cele care nu necesită – să țină seama, de asemenea, de criteriile și principiile identificate în MiFID II, când definesc și perfecționează în mod corespunzător nivelul de complexitate care trebuie atribuit produselor de investiții în scopul evaluării caracterului corespunzător.
58. Firmele trebuie să adopte proceduri pentru a se asigura că informațiile utilizate pentru a clasifica corect produsele de investiții incluse în oferta lor de produse sunt suficient de fiabile, exacte, coerente și actualizate. Aceste proceduri trebuie să țină seama de caracteristicile și natura produselor de investiții avute în vedere. În plus, firmele trebuie să revizuiască informațiile utilizate pentru a putea reflecta orice schimbări relevante care

---

<sup>13</sup> În special, MiFID II impune firmelor [în temeiul articolului 24 alineatul (2) al doilea paragraf] să „înțeleagă instrumentele financiare pe care le oferă sau le recomandă” pentru a-și putea respecta obligația de a asigura compatibilitatea dintre produsele oferite sau recomandate și piața-țintă aferentă a clienților finali.



ar putea influența clasificarea produsului de investiții. Acest lucru este deosebit de important având în vedere evoluția continuă și viteza crescândă a piețelor financiare.

59. Atunci când clasifică produsele de investiții în scopul evaluării caracterului corespunzător, firmele trebuie să utilizeze un nivel suficient de granularitate pentru a se asigura că sunt grupate numai produsele de investiții cu caracteristici și funcții de risc suficient de comparabile și că experiența și cunoștințele clientului sunt evaluate cu privire la astfel de caracteristici și riscuri. Firmele trebuie să ia în considerare mai mulți factori-cheie pentru clasificare [cum ar fi, de exemplu, elementele de opționalitate (în cazul instrumentelor derivate sau al produselor cu instrumente derivate încorporate); efectul de levier financiar; eligibilitatea pentru recapitalizarea internă; clauzele de subordonare; observabilitatea instrumentului-suport (de exemplu, utilizarea unor indici nefamiliari sau opaci); garanții de rambursare a principalului sau clauze de protecție a capitalului; lichiditatea produsului (și anume, tranzacționabilitatea în locurile de tranzacționare, marja de licitație, restricțiile de vânzare, comisioanele de răscumpărare); și moneda în care este denominat produsul de investiții].

## **FURNIZAREA DE PRODUSE CORESPUNZĂTOARE FIECĂRUI CLIENT**

### **Măsuri necesare pentru a asigura o evaluare consecventă a caracterului corespunzător**

**[articolul 16 alineatul (2) și articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 21 și articolul 56 alineatul (1) din Regulamentul delegat]**

#### *Orientarea 8*

60. **Pentru a evalua dacă un serviciu sau un produs de investiții avut în vedere este corespunzător pentru client, firmele trebuie să stabilească politici și proceduri pentru a se asigura că iau în considerare în mod consecvent:**

- **toate informațiile obținute cu privire la cunoștințele și experiența clientului necesare pentru a evalua dacă un produs de investiții este corespunzător;**
- **toate caracteristicile și riscurile relevante ale produselor de investiții luate în considerare în evaluarea caracterului corespunzător.**

**Firmele trebuie să stabilească politici și proceduri care să le permită să emită o avertizare clară și neînșelătoare în cazul în care consideră că serviciul sau produsul de investiții nu este corespunzător pentru client sau pentru clientul potențial.**

61. Vânzarea unui produs de investiții care echivalează cu o dezinvestiție a clientului nu trebuie să atragă după sine necesitatea ca firmele să efectueze o evaluare a caracterului corespunzător.
62. Firmele care se bazează pe instrumente automatizate când efectuează o evaluare a caracterului corespunzător trebuie să dispună de sisteme și controale adecvate pentru

a se asigura că instrumentele sunt adecvate scopului și obțin rezultate satisfăcătoare când corelează caracteristicile clientului cu cele ale produsului de investiții.

63. În acest sens, instrumentele trebuie concepute astfel încât să țină seama de toate caracteristicile relevante ale fiecărui client sau produs de investiții. De exemplu, instrumentele care clasifică clienții (în funcție de nivelul lor de cunoștințe și experiență) sau produsele de investiții într-o manieră generală nu ar fi adecvate scopului.
64. Firmele trebuie să definească și să documenteze în mod clar metodologia aplicabilă utilizată pentru a determina rezultatul evaluării caracterului corespunzător. În cazul în care o firmă utilizează un sistem de notare definit pentru a clasifica și a evalua caracterul corespunzător, metodologia, indicatorii și formula utilizate trebuie să fie clare, lipsite de ambiguitate și documentate.
65. Atunci când evaluează – în cursul efectuării unei evaluări a caracterului corespunzător – înțelegerea de către un client a principalelor caracteristici și riscuri ale tipurilor specifice de produse de investiții oferite sau solicitate, o firmă trebuie să ia în considerare informațiile pe care le-a colectat cu privire la cunoștințele și experiența clientului pentru evaluarea generală a înțelegerii produselor de investiții și a riscurilor implicate de tranzacțiile avute în vedere.
66. Personalul relevant trebuie să dispună de orientări suficiente și lipsite de ambiguitate cu privire la modul de efectuare a evaluării caracterului corespunzător, pentru a se asigura că nu dispune de puteri discreționare nejustificate când efectuează această evaluare și pentru a fi în măsură să-și justifice decizia ex post. Firmele trebuie să se asigure că instrumentele și procedurile adoptate pentru evaluarea caracterului corespunzător sunt concepute astfel încât unui client să nu i se ofere tipurile de produse de investiții pentru care nu au fost evaluate experiența și/sau cunoștințele clientului sau pentru care clientul nu a demonstrat un nivel suficient de cunoștințe și/sau experiență și că se emite o avertizare corespunzătoare în consecință.
67. Pentru a asigura coerența evaluării caracterului corespunzător efectuate prin instrumente automatizate (chiar dacă interacțiunea cu clienții nu are loc prin sisteme automate), algoritmi care determină caracterul corespunzător al produselor de investiții oferite sau solicitate trebuie să fie documentați în mod corespunzător și să fie monitorizați și testați periodic. La definirea acestor algoritmi, firmele trebuie să țină seama de natura și caracteristicile produselor de investiții incluse în oferta lor către clienți. În special, firmele trebuie cel puțin:
  - să stabilească o documentație adecvată privind proiectarea sistemului care să stabilească în mod clar scopul, domeniul de aplicare și modul de proiectare a algoritmilor. Schemele decizionale ramificate sau regulile decizionale trebuie să facă parte din această documentație, dacă este cazul;
  - să aibă o strategie de testare documentată, care să explice domeniul de aplicare a testării algoritmilor. Aceasta trebuie să includă planuri de testare, cazuri de testare, rezultate ale testelor, remediarea defecțiunilor (dacă este cazul) și rezultatele finale ale testelor;

- să dispună de politici și proceduri adecvate pentru gestionarea modificărilor aduse unui algoritm, inclusiv monitorizarea și păstrarea evidențelor privind astfel de modificări. Aceasta include implementarea unor măsuri de securitate pentru a monitoriza și a împiedica accesul neautorizat la algoritm;
- să revizuiască și să actualizeze algoritmi pentru a se asigura că aceștia reflectă orice schimbări relevante (de exemplu, modificările de pe piață și modificările aduse legislației aplicabile) care le-ar putea afecta eficacitatea;
- să dispună de politici și proceduri care să permită detectarea oricărei erori în cadrul algoritmului și soluționarea ei în mod adecvat, inclusiv, de exemplu, suspendarea furnizării de servicii dacă eroarea poate duce la o tranzacție necorespunzătoare și/sau la o încălcare a legislației/regulamentului relevant(e);
- să dispună de resurse adecvate, inclusiv resurse umane și tehnologice, pentru a monitoriza și a supraveghea performanța algoritmilor prin revizuirea la timp și adecvată a serviciilor furnizate; și
- să dispună de un proces adecvat de aprobare internă, pentru a se asigura că pașii de mai sus au fost respectați.

### **Eficacitatea avertizărilor**

**[articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 56 alineatul (2) din Regulamentul delegat]**

#### *Orientarea 9*

68. **Pentru a asigura eficacitatea acestuia, avertizarea emisă de firme în cazul în care clientul nu furnizează informații sau furnizează informații insuficiente cu privire la cunoștințele sau experiența sa sau în cazul în care evaluarea acestor informații arată că serviciul de investiții sau produsul oferit sau solicitat nu este corespunzător pentru client, trebuie să fie bine evidențiat, clar și neînșelător.**
69. Firmele trebuie să ia măsuri rezonabile pentru a se asigura că avertizările pe care le emit clienților sunt primite corect și înțelese ca atare. În acest scop, avertizările trebuie să fie bine evidențiate. Acest lucru ar putea fi realizat, de exemplu, folosind o culoare diferită pentru mesajul de avertizare față de restul informațiilor furnizate sau, în cazul în care ordinul este transmis la telefon, explicând avertizarea și a impactului său clientului, răspunzând la orice întrebare din partea clientului pentru a se asigura că a primit și a înțeles corect avertizarea.
70. Avertizările emise de firme trebuie să indice clar motivul pentru care clientul este avertizat: fie că nu au fost furnizate informații de către client, fie că informațiile colectate sunt insuficiente și că, prin urmare, firma nu este în măsură să stabilească caracterul corespunzător al tranzacției avute în vedere, fie că evaluarea informațiilor furnizate de client demonstrează că tranzacția avută în vedere este necorespunzătoare pentru client. De exemplu, trebuie evitate mesajele ambigue care afirmă că produsul este

necorespunzător pentru „clienții de bază/intermediari/experti”. În mod similar, firmele trebuie să evite emiterea de avertizări care conțin un limbaj imprecis (de exemplu, afirmând că produsul sau serviciul „s-ar putea să nu fie corespunzător” pentru client), deoarece este puțin probabil ca acestea să informeze suficient clientul cu privire la riscurile de a continua tranzacția. De asemenea, firmele trebuie să evite avertizările excesiv de lungi care ascund mesajul-cheie conform căruia clientul nu deține sau nu a demonstrat că deține cunoștințele și experiența necesară pentru serviciul sau produsul de investiții.

71. Firmele nu trebuie să minimizeze importanța avertizărilor și nu trebuie să încurajeze clientul să le ignore (de exemplu, în convorbiri telefonice sau prin limbajul utilizat în avertizare).
72. Firmele trebuie să evite utilizarea în avertizări a mesajelor care ar putea încuraja clientul să efectueze tranzacția, să efectueze din nou evaluarea caracterului corespunzător sau să solicite o actualizare clientului profesional. De exemplu, firmele ar putea aplica un proces conform căruia clientul trebuie să confirme că are cunoștință de informațiile furnizate în avertizare înainte să poată efectua tranzacția.
73. Dacă un client care nu are cunoștințele și experiența necesară, i se oferă instrumente educaționale, webinare sau platforme de tranzacționare „demo” cu scopul de a-și îmbunătăți cunoștințele, firma trebuie, ulterior, să stabilească dacă respectivul client are cunoștințele necesare cu privire la serviciul sau produsul de investiții avut în vedere, prin efectuarea unei alte evaluări a caracterului corespunzător axate pe nivelul său de cunoștințe. Aceste instrumente educaționale nu trebuie structurate astfel încât să vizeze în mod specific îmbunătățirea capacității clientului de a da răspunsuri corecte la un set predefinit de întrebări, deoarece acest lucru poate duce la eludarea obligației firmei de a evalua cunoștințele și experiența clientului cu privire la produsele de investiții oferite sau solicitate.
74. Dacă politicile și procedurile firmelor prevăd posibilitatea de a accepta cererile clienților lor de a continua tranzacția după emiterea unei avertizări, firmele trebuie să evalueze eficacitatea globală a avertizărilor emise ex post, de exemplu evaluând raportul dintre avertizările care au fost urmate de o tranzacție și numărul total de avertizări emise și trebuie să-și adapteze politicile și procedurile relevante, dacă este necesar.
75. În plus, prin intermediul bunelor practici, firmele ar putea dispune de politici și proceduri care să identifice orice condiții și criterii pe baza cărora ar putea fi acceptată sau nu cererea unui client de a efectua o tranzacție după ce a primit o avertizare. De exemplu, o firmă ar putea lua în considerare situațiile în care există un risc mărit de conflicte de interese deoarece firma își vinde propriile produse de investiții (sau produse de investiții emise de entități din același grup) sau comercializează în mod activ produse de investiții din gama firmei. Alt factor care ar putea fi luat în considerare este un grad mare de complexitate sau de risc al produselor oferite sau solicitate.

## ALTE CERINȚE CONEXE

### Calificările personalului firmei

**[articolul 16 alineatul (2) și articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 21 alineatul (1) litera (d) din Regulamentul delegat]**

#### *Orientarea 10*

76. **Personalul implicat în evaluarea caracterului corespunzător trebuie să înțeleagă rolul pe care îl joacă în această evaluare și să aibă un nivel adecvat de competențe, cunoștințe și expertiză, inclusiv cunoștințe suficiente cu privire la cerințele și procedurile de reglementare relevante în vederea îndeplinirii responsabilităților care îi revin. În acest scop, firmele trebuie să-și instruiască în mod regulat personalul.**
77. ESMA subliniază că personalul care furnizează clienților informații cu privire la produsele de investiții, serviciile de investiții sau serviciile auxiliare în numele firmei trebuie să dețină cunoștințele și competențele necesare prevăzute la articolul 25 alineatul (1) din MiFID II (și specificate în continuare în Ghidul ESMA cu privire la evaluarea cunoștințelor și a competențelor<sup>14</sup>), inclusiv în ceea ce privește evaluarea caracterului corespunzător.
78. Firmele trebuie, de asemenea, să se asigure că alți membri ai personalului care nu tratează direct cu clienții, dar sunt implicați în evaluarea caracterului corespunzător în alt mod trebuie să posede, de asemenea, aptitudinile, cunoștințele și competențele necesare în funcție de rolul lor specific în procesul de evaluare a caracterului corespunzător. Aceasta poate viza, de exemplu, stabilirea chestionarelor, definirea algoritmilor care să guverneze evaluarea sau alte aspecte necesare pentru a efectua evaluarea caracterului corespunzător și a controla conformitatea cu cerințele în materie de caracter corespunzător.
79. Dacă este cazul, când folosesc instrumente automatizate (inclusiv instrumente hibride), firmele trebuie să se asigure că angajații implicați în activitățile legate de dezvoltarea acestor instrumente:
- înțeleg corect tehnologia și algoritmii utilizați pentru a efectua o evaluare automatizată (în special, angajații trebuie să fie capabili să înțeleagă raționamentul, riscurile și regulile din spatele algoritmilor care stau la baza evaluării automatizate); și
  - sunt capabili să înțeleagă și să revizuiască evaluarea automatizată generată de algoritmi.

---

<sup>14</sup> Ghid ESMA cu privire la evaluarea cunoștințelor și a competențelor [Ref: ESMA71-1154262120-153 EN (rev)].

## **Păstrarea evidenței și înregistrărilor**

**[articolul 16 alineatele (6) și (7) și articolul 25 alineatele (5) și (6) din MiFID II și articolul 56 alineatul (2) și articolele 72 și 76 din Regulamentul delegat]**

### *Orientarea 11*

80. **Ca parte a obligației de a păstra evidențele și înregistrările evaluării caracterului corespunzător menționate la articolul 56 alineatul (2) din Regulamentul delegat MiFID II, firmele trebuie cel puțin:**
- să mențină măsuri adecvate de înregistrare și de păstrare pentru a asigura păstrarea unei evidențe sistematice și transparente în ceea ce privește evaluarea caracterului corespunzător, inclusiv colectarea de informații de la client și serviciul fără consultanță furnizat;
  - să se asigure că măsurile de păstrare a evidenței și înregistrărilor sunt proiectate pentru a permite detectarea erorilor în ceea ce privește evaluarea caracterului corespunzător;
  - să se asigure că evidențele și înregistrările păstrate sunt accesibile pentru persoanele relevante din cadrul firmei și pentru autoritățile competente;
  - să dispună de procese adecvate pentru a diminua orice deficiențe sau limitări ale măsurilor de păstrare a evidenței și înregistrărilor.
81. Măsurile de păstrare a evidenței și înregistrărilor adoptate de firme trebuie să fie astfel concepute încât să permită firmelor să urmărească ex-post:
- rezultatul evaluării caracterului corespunzător, inclusiv justificarea acesteia, și anume o legătură clară și directă între informațiile colectate și evaluate referitoare la client și la rezultatul evaluării;
  - orice avertizare emisă de firmă în cazul în care serviciul sau produsul de investiții a fost evaluat ca potențial necorespunzător pentru client sau în cazul în care clientul nu a furnizat suficiente informații pentru a permite firmei să efectueze o evaluare a caracterului corespunzător (indiferent dacă clientul a solicitat sau nu să efectueze tranzacția);
  - dacă clientul a solicitat să continue tranzacția în pofida avertizării; și
  - dacă firma a acceptat cererea clientului de a continua tranzacția în conformitate cu procedurile aferente adoptate.
82. Prin urmare, o firmă trebuie să înregistreze toate informațiile relevante cu privire la evaluarea caracterului corespunzător, cum ar fi informațiile despre client (inclusiv modul în care aceste informații sunt utilizate și interpretate pentru a defini profilul de cunoștințe și experiență al clientului), precum și informații despre produsele de investiții oferite clientului. Aceste înregistrări trebuie să includă:

- orice actualizare a informațiilor furnizate în contextul evaluării caracterului corespunzător, în special orice modificare a profilului de cunoștințe și experiență al clientului;
  - tipurile de produse de investiții care corespund profilului și raționamentul unei astfel de evaluări, precum și orice modificări și motivarea acestora.
83. Firmele trebuie să dispună de mecanisme care să le permită să înțeleagă și să atenueze riscurile suplimentare care ar putea afecta furnizarea de servicii de investiții prin instrumente online sau digitale, de exemplu activități cibernetice ostile<sup>15</sup>.
84. Sistemele de păstrare a evidenței și înregistrărilor adoptate de firme pot varia în funcție de canalul de distribuție utilizat pentru furnizarea de servicii fără consultanță. De exemplu, firmele trebuie:
- în cazul în care serviciile sunt furnizate online, să dezvolte instrumente informatice pentru a urmări și a stoca informațiile;
  - în cazul în care serviciile sunt furnizate prin telefon, să adopte măsurile adecvate pentru a se asigura că firma poate să coreleze orice avertizare emisă de aceasta cu o posibilă tranzacție efectuată de clientul care decide să procedeze în pofida avertizării respective;
  - în cazul în care serviciile sunt furnizate față în față, să colecteze și să înregistreze toate formularele și documentele relevante utilizate în procesul de evaluare a caracterului corespunzător, în special cele semnate de client și/sau de personalul firmei.

### **Stabilirea situațiilor în care este necesară evaluarea caracterului corespunzător**

**[articolul 16 alineatul (2) și articolul 25 alineatele (3) și (4) din MiFID II și articolul 57 din Regulamentul delegat]**

#### *Orientarea 12*

85. **Firmele trebuie să adopte măsuri adecvate pentru a se asigura că sunt în măsură să determine situațiile în care trebuie efectuată o evaluare a caracterului corespunzător și să evite efectuarea ei în situații în care trebuie efectuată o evaluare a caracterului adecvat.**
86. Firmele trebuie să dispună de proceduri și controale în ceea ce privește interacțiunea dintre personalul responsabil de vânzări și clienți pentru a orienta și a înregistra<sup>16</sup> interacțiunea și pentru a se asigura că există o distincție clară între, pe de o parte,

---

<sup>15</sup> Firmele trebuie să ia în considerare aceste riscuri nu numai în ceea ce privește dispozițiile formulate în ghid, ci și în cadrul obligațiilor mai extinse ale unei firme în temeiul articolului 16 alineatul (4) din MiFID II de a lua măsuri rezonabile pentru a asigura continuitatea și regularitatea în prestarea serviciilor și activităților de investiții, precum și cerințele actului delegat corespunzător legate de acest ghid.

<sup>16</sup> Ținând seama de orientarea 11.

tranzacțiile cu consultanță și cele fără consultanță și, pe de altă parte, între tranzacțiile care fac obiectul scutirii în cazul exclusiv de executare și alte tranzacții fără consultanță.

87. Firmele trebuie să dispună de politici și proceduri pentru a se asigura că sunt îndeplinite condițiile prevăzute la articolul 25 alineatul (4) din MiFID II pentru furnizarea unui „serviciu exclusiv de executare” în cazul în care nu se efectuează o evaluare a caracterului corespunzător<sup>17</sup>.
88. Firmele trebuie să conceapă, să pună în aplicare și să actualizeze politici și procese pentru a identifica care dintre produsele lor de investiții pot fi considerate „complexe” și „necomplexe” în sensul cerințelor caracterului corespunzător. Cu excepția cazului în care au fost evaluate în raport cu toate criteriile prevăzute la articolul 57 din Regulamentul delegat MiFID II și au îndeplinit toate aceste criterii, „alte instrumente financiare care nu sunt complexe”, astfel cum sunt menționate la articolul 25 alineatul (4) litera (a) punctul (vi) din MiFID II, trebuie clasificate drept complexe.
89. Politicile și procesele firmelor trebuie să garanteze că produsele de investiții excluse în mod expres din lista instrumentelor necomplexe de la articolul 25 alineatul (4) litera (a) punctele (i)-(v) din MiFID II nu sunt, în orice caz, evaluate pe baza criteriilor prevăzute la articolul 57 din Regulamentul delegat MiFID II pentru a putea fi clasificate ca produse de investiții necomplexe în scopul evaluării caracterului corespunzător.
90. Firmele trebuie să poată stabili dacă un client și-a transmis ordinul ca răspuns la o comunicare personalizată din partea firmei sau în numele acesteia. În aceste cazuri, firma trebuie să excludă tranzacția de la scutirea prevăzută pentru cazul exclusiv „de executare”.

## Controale

**[articolul 16 alineatul (2), articolul 16 alineatul (5) al doilea paragraf și articolul 25 alineatul (3) din MiFID II și articolul 76 din Regulamentul delegat]**

### *Orientarea 13*

91. **Firmele trebuie să dispună de mecanisme de monitorizare și de controale adecvate pentru a asigura respectarea cerințelor caracterului corespunzător.**
92. Atunci când firmele se bazează pe sisteme sau instrumente automatizate în procesul de evaluare a caracterului corespunzător (de exemplu, instrumente de stabilire a profilului clienților bazate pe cunoștințe și experiență, avertizări automate sau controale privind complexitatea produselor de investiții), aceste sisteme sau instrumente trebuie să fie adecvate scopului și trebuie monitorizate periodic. Firmele trebuie să țină evidența acestei monitorizări<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Acest lucru nu împiedică firmele să efectueze o evaluare a caracterului corespunzător pentru toate tipurile de produse, complexe și necomplexe.

<sup>18</sup> Vezi și orientarea 11.



93. Atunci când recurg la controale automatizate în contextul evaluării caracterului corespunzător, firmele trebuie să se asigure că aceste controale automatizate nu pot fi eludate<sup>19</sup> și trebuie să monitorizeze periodic funcționarea corectă a respectivelor controale automatizate. Firmele trebuie să dispună de politici și proceduri adecvate pentru a detecta problemele informatice într-un stadiu incipient.
94. În contextul evaluării caracterului corespunzător, firmele trebuie să acorde o atenție deosebită complexității produselor de investiții. De exemplu, bazele de date cu coduri de complexitate utilizate pentru instrumentele de evaluare a caracterului corespunzător trebuie să fie revizuite în mod regulat și să fie actualizate.
95. Atunci când evaluarea caracterului corespunzător se efectuează prin reuniuni față în față sau prin telefon, caz în care există o intervenție umană, firmele trebuie să includă evidențe scrise ale reuniunilor față în față sau înregistrări telefonice în procesele lor periodice de control pentru a monitoriza dacă personalul de vânzări își respectă sarcinile în contextul evaluării caracterului corespunzător. Firmele trebuie să monitorizeze aceste înregistrări scrise sau înregistrări telefonice în cadrul procedurilor lor de control.
96. Firmele trebuie să monitorizeze aspecte precum raportul dintre avertizările care au fost urmate de o tranzacție și numărul total de avertizări emise, pentru a evalua eficacitatea globală a avertizărilor emise.

---

<sup>19</sup> Excepțiile trebuie să fie rezervate circumstanțelor specifice stabilite în procedurile firmei și cu o autorizare ierarhică specifică.