



MIFID2

- Doradca w nowej rzeczywistości

Warszawa, marzec 2016



Monika Szlosek

– Dyrektor Departamentu Produktów Detalicznych i Inwestycyjnych

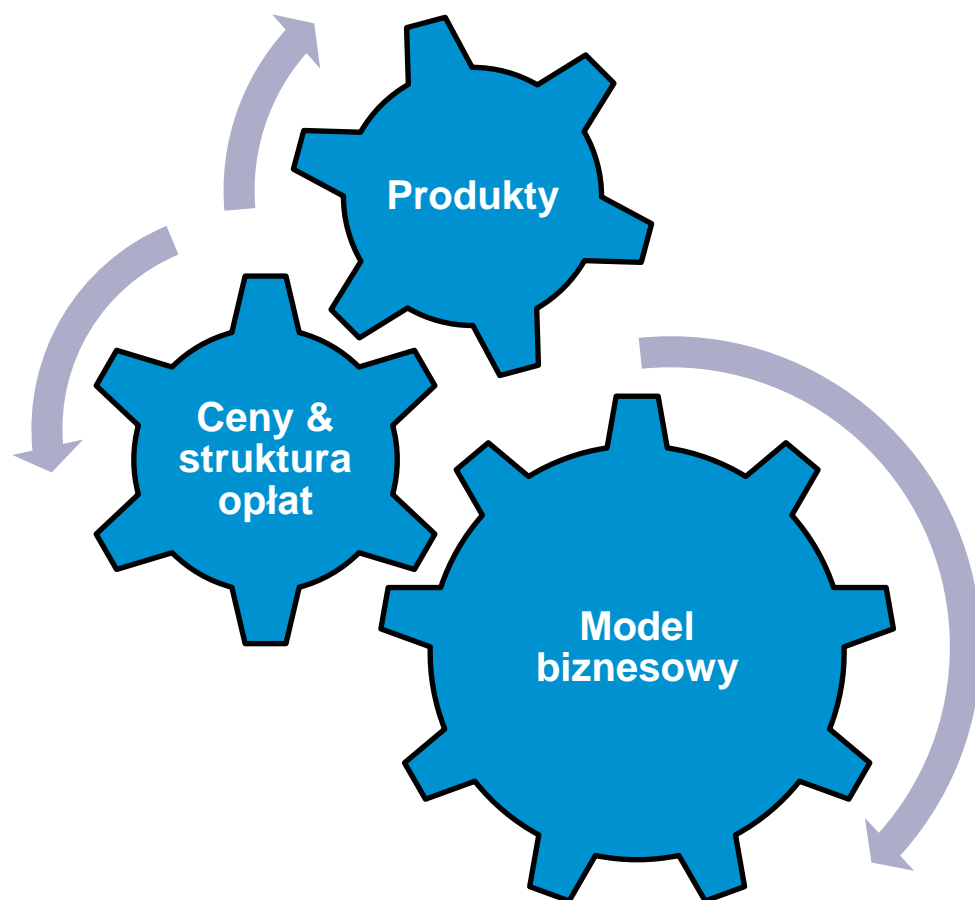
MIFID2 zwiększa istotnie wymogi regulacyjne w biznesie inwestycyjnym w EU



MIFID1	MIFID2												
OCHRONA INWESTORA & KONKURENCJA	OCHRONA INWESTORA & PRZEJRZYSTOŚĆ												
<ul style="list-style-type: none">■ Klasyfikacja Klientów,■ Najkorzystniejsza realizacja zleceń,■ Kodeks postępowania w zakresie oferowania usług inwestycyjnych na rzecz Klientów.	<ul style="list-style-type: none">■ Model biznesowy / doradczy,■ Prowizje & struktura kosztów / Zachęty i informowanie Klienta,■ Przejrzystość przed / po transakcyjna. <table border="1" data-bbox="1198 699 1996 1401"><tbody><tr><td data-bbox="1198 699 1268 810">■</td><td data-bbox="1278 699 1996 810">Transparentność informacji (koszty, prowizje)/ Przejrzystość przed / po transakcyjna</td></tr><tr><td data-bbox="1198 818 1268 914">■</td><td data-bbox="1278 818 1996 914">Pełne raportowanie / Monitoring portfela / Analiza wyniku portfela</td></tr><tr><td data-bbox="1198 922 1268 1050">■</td><td data-bbox="1278 922 1996 1050">Bieżące dopasowanie produktu do portfela inwestycyjnego Klienta / Cele alokacji / Właściwa notyfikacja</td></tr><tr><td data-bbox="1198 1058 1268 1153">■</td><td data-bbox="1278 1058 1996 1153">Definiowanie rynku docelowego dla każdego produktu / Klasyfikacja Klientów</td></tr><tr><td data-bbox="1198 1161 1268 1265">■</td><td data-bbox="1278 1161 1996 1265">Rejestrowanie spotkań / rozmów ('minutki' ze spotkań, potwierdzenia przekazanych rekomendacji)</td></tr><tr><td data-bbox="1198 1273 1268 1401">■</td><td data-bbox="1278 1273 1996 1401">Informacja o modelu doradczym (zależny, niezależny)/ Dostęp on-line do usług doradztwa inwestycyjnego</td></tr></tbody></table>	■	Transparentność informacji (koszty, prowizje)/ Przejrzystość przed / po transakcyjna	■	Pełne raportowanie / Monitoring portfela / Analiza wyniku portfela	■	Bieżące dopasowanie produktu do portfela inwestycyjnego Klienta / Cele alokacji / Właściwa notyfikacja	■	Definiowanie rynku docelowego dla każdego produktu / Klasyfikacja Klientów	■	Rejestrowanie spotkań / rozmów ('minutki' ze spotkań, potwierdzenia przekazanych rekomendacji)	■	Informacja o modelu doradczym (zależny, niezależny)/ Dostęp on-line do usług doradztwa inwestycyjnego
■	Transparentność informacji (koszty, prowizje)/ Przejrzystość przed / po transakcyjna												
■	Pełne raportowanie / Monitoring portfela / Analiza wyniku portfela												
■	Bieżące dopasowanie produktu do portfela inwestycyjnego Klienta / Cele alokacji / Właściwa notyfikacja												
■	Definiowanie rynku docelowego dla każdego produktu / Klasyfikacja Klientów												
■	Rejestrowanie spotkań / rozmów ('minutki' ze spotkań, potwierdzenia przekazanych rekomendacji)												
■	Informacja o modelu doradczym (zależny, niezależny)/ Dostęp on-line do usług doradztwa inwestycyjnego												



Wyzwania dla modelu dystrybucyjnego



- Niezależne / zależne doradztwo inwestycyjne – wybór określonego modelu,
- Zmiana architektury produktowej dystrybutorów z otwartej na bardziej selektywną?
- Ujawnienie informacji: model doradczy, transparentność opłat/prowizji,
- Wyeliminowanie zachęt,
- Nowe narzędzia i elementy w ramach modelu dystrybucyjnego spełniającego reżim *Quality enhancements*.

Kluczowe elementy MIFID2 - wpływ na polski rynek



Ujawnienie informacji	+	Niezależne doradztwo	+	Zachęty	+	Produkty & ich odpowiedniość
<p>Wymóg informowania inwestora:</p> <ul style="list-style-type: none">■ Wszystkie koszty i opłaty (w tym ich sposób kalkulacji),■ Model doradczy w jakim jest udzielana rekomendacja / porada inwestycyjna,■ Oferta produktowa (szerokość oferty, właścicielstwo produktów, itp.),■ Regularne wykonanie i dostarczanie oceny odpowiedniości portfela inwestycyjnego.		<p>Doradca działający w modelu niezależnym powinien działać w oparciu o:</p> <ul style="list-style-type: none">■ Właściwą / wystarczającą szerokość oferty dostępnych instrumentów finansowych, wystawców czy dostawców produktów,■ Nie mogą być to tylko produkty własne.		<p>Znaczące ograniczenia motywacji sieci dystrybucyjnej:</p> <ul style="list-style-type: none">■ Brak możliwości targetowania / motywowania sieci sprzedaży mającego wpływ na rekomendacje inwestycyjne dla inwestorów,■ Konieczność podwyższenia poziomu jakości serwisu inwestycyjnego jako uzasadnienia dla pobieranych opłat,■ Niezależni Doradcy Finansowi.		<p>Firmy inwestycyjne muszą upewnić się, że produkty są właściwie wdrażane i dystrybuowane:</p> <ul style="list-style-type: none">■ Produkty dedykowane do wybranej grupy inwestorów / odpowiedź na zidentyfikowane oczekiwania inwestorów,■ Strategia dystrybucyjna dla produktu, konieczne elementy pomiaru właściwej dystrybucji produktu,■ Doradca (certyfikowany) oferuje produkt, który jest najlepszy dla inwestora.