

Private Insurer

”PRIIPs is een grote plus”

Europa legt vanaf 2018 een vast stramien op voor het informeren van beleggende klanten.

Barbara De Beurme, Jean-François Lycops en Luc Verhaert van Private Insurer vertellen over de gevolgen van de PRIIPs-verordening en het Key Information Document of KID.

Misschien eerst even jezelf voorstellen? Waar staat Private Insurer voor?

Barbara De Beurme: “We zijn als levensverzekeraar gespecialiseerd in tak 23. We positioneren ons in de B2B-markt, dat wil zeggen dat we producten commercialiseren via de makelaar, die ons aanbod op zijn beurt kan voorstellen aan de eindklant.

We bieden een groot stuk van de markt inzake beleggingen aan en de klant kan op basis daarvan na advies van de makelaar zijn beleggingspakket samenstellen. We komen niet tussen in de keuze van de beleggingen. We stellen de makelaar ook digitale tools ter beschikking opdat die zijn klant conform de regelgeving kan informeren en bedienen, in een open architectuur.”

Jean-François Lycops: “Ons aanbod bestrijkt thans 750 instellingen voor collectieve belegging in effecten. Dit zijn fondsen met een Europees paspoort en die aan een rits voorwaarden beantwoorden. We verlenen toegang tot al die fondsen voor zover ze ook nog aan bijkomende voorwaarden beantwoorden. De klant kan dus behoorlijk ver gaan in zijn spreiding, als die dat wil en als dat bij hem past. In één product kan die tot 27 fondsenhuizen gaan en 91 fondsen opnemen.”

Doen jullie aan actief beheer?

Luc Verhaert: “We bouwen zelf geen fondsen, maar verpakken het marktaanbod. Dat is helemaal anders dan bij klas-



sieke Belgische verzekeraars die hun eigen tak 23-product koppelen aan hun eigen interne fondsen.

Het enige wat we doen, is het controleren en het opvolgen van de afgesproken constraints. We controleren de kwaliteit van het advies en of de keuze voor een bepaald product wel correspondeert met het risicoprofiel van de klant. Heel de looptijd lang blijven we monitoren of de samenstelling van een onderliggend fonds wel blijft voldoen aan het risicoprofiel van de klant.

We hebben dus ook geen eigen vermogensbeheerders. Dus kunnen er daar ook geen belangenconflicten ontstaan. Een klant die zijn belegging wil laten beheren, kunnen we wel in contact brengen met een externe vermogensbeheerder. Een grote groep klanten kiest daar trouwens voor. Het gaat om 40% van ons volume.”

Hoe worden jullie vergoed?

Jean-François Lycops: “Op fee-basis: een fee bij intrede en een driemaandelijkse beheerfee. Die beheerfee wordt afgehouden van de cashpositie. Dat bete-

kent dat ons inkomen mee afhankelijk is van de kwaliteit van het werk van de makelaar en hoe de producten presteren voor de klant. Op de onderliggende keuzes die gemaakt worden door de klant worden we niet vergoed. De makelaar adviseert daar. Wij waken er wel over dat alles correct verloopt, volgens de verlangens en behoeftes van de klant.”

Barbara De Beurme: “Er is in het remuneratiemodel een symmetrie tussen onze belangen en de belangen van de klant. Gaat het goed met de klant, dan gaat het goed met ons. En gaat het goed met de klant, dan is dat ook goed voor de makelaar. We kijken altijd naar de volledige ketting. Het risico van de klant is ook het risico van de makelaar en is ook ons risico. Samen hebben we een zorgplicht. Dat is onze zienswijze. Het is ook een zienswijze die haaks staat op wat er vroeger in de sector gangbaar was.”

Ik veronderstel dat jullie zwaar inzetten op digitaal?

Barbara De Beurme: “Inderdaad. Die continue opvolging krijg je niet voor elkaar zonder doorgedreven automatisering.”

ring. We faciliteren de makelaar met digitale tools zodat die de klant niet enkel een ruime keuze aan producten kan aanbieden maar ook up-to-date kan adviseren.

Heel veel makelaars hebben twijfels over beleggingsverzekeringen omdat er zoveel nieuwe reglementering is. De tsunami aan wetgeving maakt dat de makelaar nood heeft aan een partij die hem ontzorgt van de technische gevolgen. Wij doen dat, door al die nieuwe reglementering in onze digitale tools te vertalen, zodat de makelaar automatisch compliant kan werken en zich enkel moet richten op het verzorgen van de klant. Alle informatie en documenten stellen we digitaal ter beschikking van de makelaar. Zowel de makelaar als de klant kunnen 24 op 24 het reilen en zeilen van de belegging opvolgen. Voor de makelaar wordt die informatie dagelijks geüpdatet. De informatie voor de klant wordt maandelijks geüpdatet.”

Luc Verhaert: “Onze database en ons beheersysteem zijn volledig geïntegreerd. Om de informatie snel en gestandaardiseerd te kunnen tonen, heb je tools nodig om gegevens snel uit te wisselen. We werken dan ook volledig geïntegreerd met SWIFT. Onze tak 23 is ook zo gemaakt dat er één kluis is per klant. Het afgescheiden beheer doen we per polis. De klant heeft dus geen tegenpartijrisico t.a.v. Private Insurer. De klant kan bij ons ook effecten overmaken, zonder dat die moet inboeten.”



Barbara De Beurme

PRECONTRACTUELE INFORMATIE

Jullie plaatsen de zorgplicht centraal. Hoe past PRIIPs in dat plaatje?

Barbara De Beurme: “Het feit dat de Europese PRIIPs-regelgeving strengere verplichtingen oplegt in verband met het precontractueel informeren van de klant, vinden we schitterend. Dingen moeten wijzigen is niet leuk op het moment zelf. Het moeten aanpassen van processen is nooit leuk. Maar eigenlijk is PRIIPs een grote plus.

Er wordt een level playing field gecreëerd. Het eenvormig maken van de precontractuele informatie, de eengemaakte vorm waarin die informatie aan de klant moet worden overgemaakt, en de ver-

nanciële ontvoogding van de consument. Mensen die beter geïnformeerd zijn, zullen in regel betere beslissingen nemen.

Anderzijds wordt PRIIPs wel een grote uitdaging voor de sector. PRIIPs heeft belangrijke gevolgen, onder meer voor alle partijen die betrokken zijn bij de verkoop van financiële producten en beleggingsverzekeringen aan de particuliere klant. Als men het aanbod naar de klant voldoende ruim wil houden, zal men verplicht zijn om te digitaliseren. De toekomst is meer dan ooit digitaal.”

Jean-François Lycops: “PRIIPs legt vast wat geacht wordt essentiële precontractuele informatie te zijn. Het legt daarvoor ook een verplicht formaat op: het Key In-

Barbara De Beurme:

“Het risico van de klant is ook het risico van de makelaar en is ook ons risico”

Jean-François Lycops:

“De producenten moeten de meest recente KID aanleveren aan de distributeur”

plichte uitbreiding ervan tegenover vandaag, zal er ook voor zorgen dat de klant meer kennis opdoet over beleggingsproducten. Dat draagt allemaal bij tot de fi-

formation Document of KID. Vanaf 1 januari spreken we dus over de PRIIPs-KID. Vandaag spreken we nog over de UCITS-KIID (Undertakings for Collective Investment in Transferable Securities, KIID staat voor Key Investor Information Document, n.v.d.r). Met het PRIIPs-KID wordt ook de hoeveelheid verplichte informatie fors aangescherpt. Het UCITS-KIID is twee A4-pagina's lang. Het PRIIPs-KID beslaat maximaal drie pagina's. Dat is dus 50% meer informatie. Het is nog altijd aan de tussenpersoon om de vertaling te maken van die informatie naar de behoeften en verlangens van de klant. Dat is zijn metier.”

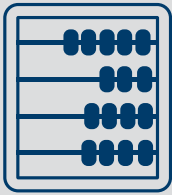
Luc Verhaert: “Als het gaat om een spaarproduct van 50 euro per maand, dan gaat PRIIPs over the edge. Maar voor een beleggingsproduct met enige vermo-



Jean-François Lycops

OVER PRIIPs EN KID

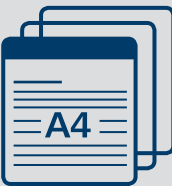
Op 1 januari 2018 wordt de nieuwe Europese PRIIPs-verordening van kracht. De particuliere klant zal financiële producten of verzekeringsproducten waarin een belegging verwerkt zit, gemakkelijker kunnen vergelijken.



PRIIPs staat voor Packaged Retail and Insurance-based Investment Products. Het gaat dus om producten waarvan het rendement is blootgesteld aan de marktschommeling van waarden of activa die niet rechtstreeks door de particuliere belegger zijn aangekocht. Daaronder vallen o.a. alle individuele tak 23-verzekeringen. Met de term packaging wordt bedoeld dat verschillende producten met verschillende eigenschappen in één pakket kunnen worden aangeboden. Gewone aandelen, obligaties en deposito's en bepaalde pensioenproducten vallen niet onder de verordening.

Tot vandaag is het zo de informatie die de belegger meekreeg over een beleggingsverzekering of financieel product nogal eens kan verschillen van aanbieder tot aanbieder, jargon inclusief, wat vergelijken behoorlijk complex kan maken. Het risico bestaat immers dat de belegger appels met peren vergelijkt.

Vanaf 1 januari zijn aanbieders van financiële producten en beleggingsverzekeringen verplicht om de informatie over dat product in een vastgelegd stramen te verwerken waar niet van mag worden afgeweken. De vorm, indeling en de verplichte inhoud van het KID is voor alle PRIIP-aanbieders binnen de Europese Unie uniform. De eenvormigheid moet ervoor zorgen dat de particuliere belegger beter geïnformeerde beslissingen neemt. Die vorm is vastgelegd in het Key Information Document of KID. In het Nederlands wordt dat het EID, of het Essentiële-InformatieDocument.



Het is aan de ontwikkelaar van de PRIIP om het KID op te stellen en dat KID te publiceren op de eigen website. Het is ook aan de producent van de PRIIP om het KID gedurende heel de looptijd van het product actueel te houden. Een KID mag maximaal drie A4 pagina's lang zijn. De eenvormigheid in vorm en indeling moet ervoor zorgen dat de belegger gemakkelijk de weg terugvindt in de informatie en de kenmerken van verschillende producten letterlijk naast elkaar kan afwegen.

Cruciaal is dat het KID voorafgaand aan de eigenlijke transactie aan de kandidaat-belegger wordt aangeboden, dus voor die door enige overeenkomst of enig aanbod is gebonden. De makelaar die een verzekeringsbelegging adviseert zal dus actief het meest actuele KID aan de particuliere belegger moeten overhandigen, tijdens een gesprek voorafgaand aan het tekenen van de overeenkomst. Bevat het advies een keuze tussen verschillende PRIIPs, dan moet er natuurlijk een KID worden overhandigd voor elke mogelijke keuze.

Essentiële-informatiedocument

Doel

In dit document wordt u essentiële informatie gegeven over dit beleggingsproduct. Het is geen marketingmateriaal. Deze informatie is wettelijk voorgeschreven om u te helpen de aard, de risico's, de kosten, de mogelijke winsten en verliezen van dit product te begrijpen en u te helpen met andere producten te vergelijken.

Product

[Naam van het product] [indien van toepassing ISIN of UPI]
[website voor priip-ontwikkelaar] [Bel] [telefoonnummer] voor meer informatie [Bevoegde autoriteit van de priip-ontwikkelaar met betrekking tot het essentiële-informatiedocument]
[datum van productie van het essentiële-informatiedocument]

[Waarschuwing (indien van toepassing) U staat op het punt een product te kopen dat niet eenvoudig en misschien moeilijk te begrijpen is]

Wat is dit voor een product?

Soort

Doelstellingen

Retailbelegger op wie het priip wordt gericht

[Verzekeringsuitkeringen en kosten]

Wat zijn de risico's en wat kan ik ervoor terugkrijgen?

Risico-indicator

Beschrijving van het risico- en rendementsprofiel
Samenvatting risico-indicator (SRI)
SRI-template en beschrijvingen zoals vermeld in bijlage III, met inbegrip van mogelijk maximaal verlies: kan ik het gehele bedrag aan belegd vermogen kwijtraken? Draag ik het risico op verdere financiële verminderingen of verplichtingen? Is er kapitaalbescherming tegen marktrisico?

Presentatiescenario's

Templates en beschrijvingen voor prestatiescenario's zoals vermeld in bijlage V, indien van toepassing inclusief informatie over de voorwaarden voor rendement aan de retailbeleggers of ingebouwde prestatiebeperkingen, en een verklaring dat de belastingwetgeving van de lidstaat van herkomst van de retailbelegger effect kan hebben op de daadwerkelijke uitbetaling.

Het KID zal onder meer informatie moeten bevatten over:

- de aard en voornaamste kenmerken van het product;
- een beschrijving van het risicoprofiel van de doelgroep;
- informatie over alle directe en indirecte kosten die aan het product zijn verbonden gedurende zijn hele looptijd;
- de totale kosten die aan het product verbonden zijn, over de volledige looptijd (in bedrag en procenten);
- informatie over de risico's van het product, ook samengevat in een risico-indicator;
- informatie over het rendement van het product in vier prestatiescenario's, een positief, neutraal, negatief en een stress-scenario;
- informatie over de wijze waarop het product na aankoop kan worden verkocht of kan worden beëindigd;
- informatie over de wijze waarop de belegger een klacht kan indienen.

gensimpact is deze regelgeving echt noodzakelijk. De klant moet juist geïnformeerd kunnen beslissen. De klant moet vooraf kunnen weten waar het met zijn belegging naartoe kan gaan, in het meest negatieve en in het meest positieve scenario, en daartussenin, en moet weten wat de echte kosten zijn die aan de belegging zijn verbonden, gedurende heel de levensloop van de belegging. En die informatie moet heel begrijpbaar en transparant weergegeven worden.”

INFORMATIE

Wat zijn de belangrijkste inhoudelijke veranderingen die PRIIPs en het KID doorvoeren?

Jean-François Lycops: “De rendementen worden vanaf 1 januari niet meer in historische termen vermeld, maar moeten in vier toekomstige prestatiescenario’s worden vertaald, een positief, neutraal, negatief en een stress-scenario...”

Luc Verhaert: “De risicograadmeter binnen PRIIPs is ook veel complexer dan wat we to nu toe kenden. PRIIPs voert twee nieuwe risicocriteria in: het tegenpartijrisico en het liquiditeitsrisico. En het volledige risico moet samengevat worden in een risico-indicator. Je hebt fondsen met een driemaandelijke, zesmaandelijke of jaarlijkse liquiditeit. Hoe vaster je zit en hoe minder mobiel je als belegger bent, hoe groter dus het risico. Straks wordt het dus mogelijk dat een



obligatiefonds om die reden alleen als risicovoller wordt beschouwd dan aandelenfondsen.”

Wie wordt voor wat verantwoordelijk?

Jean-François Lycops: “Tot vandaag kan je zeggen dat het volledige precontractuele informatieluik hoofdzakelijk op algemene bepalingen steunt uit ons Napoleontisch Burgerlijk Wetboek. Wat deden we tot vandaag? Voor elk fonds in ons aanbod leverden we op vrijwillige basis een UCITS-KIID naast en bovenop de financiële informatiefiche voor de verzekeringspolis. En we vroegen aan de makelaar om die UCITS-KIID op het moment van de verkoop aan de klant te overhandigen, zodat die klant weet waarin die investeert. Het opmaken van die UCITS-KIID is de verantwoordelijkheid van de fondsbeheerder die daarin enkel histor-



fondsenaanbod dat hij adviseert te klein is, wat in strijd is met de zorgplicht, indien hij geen up-to-date documenten

Luc Verhaert:

“PRIIPs voert twee nieuwe risicocriteria in: het tegenpartijrisico en het liquiditeitsrisico. Het volledige risico moet samengevat worden in een risico-indicator,”

sche bruto-rendementen mag meedelen en niet alle kosten. Dat betekent dat de klant dus nog altijd niet 100% geïnformeerd is.”

“Na 1 januari 2018 zal je als makelaar voorafgaand aan het sluiten van het contract de klant het meest actuele PRIIPs-KID of UCITS-KIID van de belegging en een generieke PRIIPs-KID voor de polis moeten overhandigen. Als je niet het meest recente PRIIPs-KID meegeeft, kan de klant nadien beweren dat die slecht geïnformeerd heeft gehandeld, en dus dat zijn beslissing niet valabel was. In de keten is het zo dat de producenten verantwoordelijk zijn voor de inhoud van de KID. De producenten moeten de meest recente KID aanleveren aan de distributeur. De makelaar is dus niet aansprakelijk voor de inhoud van de documenten. De makelaar is wel aansprakelijk indien het

overmaakt aan de klant en hij de juiste documenten niet voor het afsluiten van het contract heeft overhandigd.”

Barbara De Beurme: “Als makelaar zal je het PRIIPs-KID trouwens ook veel vaker moeten bezorgen aan de klant. Niet enkel voorafgaand aan het afsluiten van het contract, maar ook bij elke bijstorting, bij elke arbitrage – tenzij je als makelaar bewijst dat je op dat moment geen advies verstrekt – en bij elke overdracht van rechten en verpanding, en wanneer er een nieuwe verzekeringsnemer aan het contract wordt toegevoegd. Het lukt je niet om dat proces manueel vanuit het hoofd te verzorgen. Weerom, digitale tools en digitale communicatie zijn onmisbaar als je de klant straks nog compliant wil bedienen.”

Hans Housen