

SVENSKA
FONDHANDLARE
FÖRENINGEN

SPIS BRANSCHKOD

VERSION 5 – 2018-01-24

RIKTLINJER FÖR GOD BRANSCHSED AVSEENDE STRUKTURERADE PLACERINGAR

1. BAKGRUND

1.1 SPIS, STRUKTURERADE PLACERINGAR I SVERIGE

Branschorganisationen Strukturerade Placeringar i Sverige (SPIS) har som huvuduppdrag att verka för en sund, effektiv och konkurrenskraftig marknad för investeringsformen Strukturerade Placeringar och för att investerare, myndigheter och övriga samhällsintressenter ska känna ett högt förtroende för industrin. Det gör SPIS genom att arbeta med att öka tydligheten, jämförbarheten och förståelsen för Strukturerade Placeringar.

SPIS är en branschorganisation för aktörerna på den svenska marknaden för Strukturerade Placeringar och de anslutna Företagen representerar huvuddelen av de utestående placeringarna på marknaden. SPIS är en bifirma till Svenska Fondhandlareföreningens Service AB (FHF Service) och har, genom majoriteten av Producenterna och Distributörerna av Strukturerade Placeringar, arbetat fram denna Branschkod som är obligatorisk att följa för de Företag som ansluter sig till SPIS.

SPIS bildades 2008 i syfte att skapa gemensamma riktlinjer kring utformningen av Marknadsföringsmaterialet för Strukturerade Placeringar eftersom detta ansågs nödvändigt av branschen. Dessa riktlinjer resulterade i att Svenska Fondhandlareföreningen (FHF) i september 2009, senast uppdaterade i januari 2018, publicerade en Branschkod avseende vägledande riktlinjer för informationsgivning gällande Strukturerade Placeringar. Branschcoden är en frivillig självreglering och riktlinjerna i den gäller utöver de krav som ställs upp i lag, förordning och föreskrifter, för den som ansluter sig till SPIS. SPIS har också tagit fram en ordlista, innehållande begrepp och definitioner avseende vissa Strukturerade Placeringar, som medlemmarna i största möjliga mån ska använda sig utav.

1.2 STRUKTURERADE PLACERINGAR

Strukturerade Placeringar är ett samlingsbegrepp för värdepapper vars avkastning är beroende av utvecklingen i en eller flera Underliggande Tillgångar såsom aktier, valutor eller råvaror. Placeringarna skapas vanligtvis genom att kombinera olika finansiella instrument såsom obligationer och optioner. En Strukturerad Placering ges ut av en Emittent som vanligtvis är en bank eller ett värdepappersbolag.

Strukturerade Placeringar är anpassningsbara och kan skräddarsys så att investerare kan erbjudas placeringar utifrån deras egna preferenser när det kommer till avvägningen mellan risk och avkastning, vilken marknad de vill ha exponering mot samt löptid. Egenskaperna för Strukturerade Placeringar varierar därmed, såväl mellan placeringarna som erbjuds av olika aktörer som mellan placeringarna som erbjuds av samma aktör. Exempel på Strukturerade Placeringar är aktieobligationer, valutaobligationer, råvaruobligationer, aktiebevis och kupongcertifikat. Andra förekommande benämningar är autocall och sprinter.

2. SYFTE

Branschkoden syftar till att ange riktlinjer och en gemensam minimistandard för vad som ska anses vara god branschsed, framförallt vad gäller informationsgivningen i Marknadsföringsmaterialet, för aktörer som är verksamma på den svenska marknaden för Strukturerade Placeringar. Branschkoden är en viktig del i SPIS:s arbete med att öka tydligheten, jämförbarheten och förståelsen för Strukturerade Placeringar. Den är även en viktig del i arbete för att uppfylla SPIS:s huvuduppgift, att verka för en sund, effektiv och konkurrenskraftig marknad för investeringsformen Strukturerade Placeringar, och för att investerare, myndigheter och övriga samhällsintressenter ska känna ett högt förtroende för industrin.

Branschkoden syftar till att främja ett välinformerat och välgrundat sätt att investera i strukturerade investeringsprodukter. Tydlig information avseende Strukturerade Placeringar samt förståelse bland de som säljer och investerar i produkterna behövs för att säkerställa att dessa placeringar används på ett klokt sätt som i varje läge utgår ifrån kundens bästa.

I regelverket PRIIPs¹ ställs krav på att icke-professionella investerare som handlar Strukturerade Placeringar ska tillhandahållas ett faktablad (Key Information Document, KID), samt på vilken information som ska finnas i detta faktablad och hur informationen ska presenteras. Utöver detta ska Företag som är Producent eller Distributör av Strukturerade Placeringar och som genom avtal åtagit sig att följa SPIS:s regler ta fram Marknadsföringsmaterial för placeringarna. Detta är ett krav som SPIS ställer på anslutna Företag i självreglerande syfte och det gäller utöver de krav som ställs upp i lag, förordning och föreskrifter.

Marknadsföringsmaterialet ska utformas med investerarens bästa i fokus. Informationen om placeringarnas egenskaper, risker och avgifter ska därför vara begriplig och lättillgänglig och största

¹ Se vid var tid gällande version av Europaparlamentets och Rådets Förordning (EU) nr 1286/2014 av den 26 november 2014 om faktablad för paketerade och försäkringsbaserade investeringsprodukter för icke-professionella investerare (Priip-produkter).

möjliga tydlighet ska eftersträvas. I enlighet med PRIIPs Art 9 får Marknadsföringsmaterialet inte heller innehålla några uppgifter som strider mot informationen i faktabladet (KID) eller minskar dess betydelse. Marknadsföringsmaterialet ska innehålla uppgifter om att det finns ett faktablad. Förutsatt att dessa villkor är uppfyllda kan Producenten eller Distributören välja att presentera annan information än den som ingår i faktabladet.

3. AKTÖRER

De aktörer som verkar i marknaden för Strukturerade Placeringar är Producenter och Distributörer. En och samma aktör kan uppträda i en eller flera av dessa roller.

I denna Branschkod betyder:

Producent: Den som uppfyller kraven för att producera en Strukturerad Placering i enlighet med MiFID II². Att producera en Strukturerad Placering kan innefatta att skapa, utveckla, emittera och utforma den Strukturerade Placeringen.

Medproducent är den som producerar en Strukturerad Placering tillsammans med en producent genom att utföra en eller några av de aktiviteter som innefattas i att producera en Strukturerad Placering i enlighet med MiFID II.

Distributör: Den som distribuerar en Strukturerad Placering i enlighet med MiFID II. Att distribuera en Strukturerad Placering omfattar att erbjuda eller ge råd om en Strukturerad Placering.

4. BRANSCHKODENS OMFATTNING

4.1 ERBJUDANDEN

Branschkoden avser Strukturerade Placeringar som riktar sig till sådana kunder som är icke-professionella investerare som avses i 9 kap. 3 § Värdepappersmarknadslagen (2007:528), där innehavaren erbjuds att köpa eller teckna/anmäla sig under en begränsad period, oavsett om det föreligger ett legalt prospektkrav enligt 2 kap. lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument (LHF) och/eller krav på upprättande av faktablad (KID) enligt PRIIPs. Branschkoden omfattar även icke publika transaktioner som icke professionella investerare erbjuds att delta i.

Erbjudanden som uteslutande riktar sig till professionella investerare omfattas inte av Branschkoden.

4.2 AKTÖRER

Företag som är Producent eller Distributör av Strukturerade Placeringar och som utformar Marknadsföringsmaterial för sådana Strukturerade Placeringar som omfattas av Branschkoden får

² Se vid var tid gällande version av Europaparlamentets och Rådets Direktiv 2014/65/EU av den 15 maj 2014 om marknader för finansiella instrument och om ändring av direktiv 2002/92/EG och av direktiv 2011/61/EU (omarbetning).

träffa avtal med FHF Service om att följa de riktlinjer för informationsgivning som framgår av den, vid var tid gällande, Branschkoden under förutsättning att Företaget:

1. står under Finansinspektionens tillsyn, eller
2. är en svensk filial till utländskt institut som bedriver motsvarande verksamhet och står under motsvarande tillsyn i sitt hemland.

Producent och/eller Distributör som är ansluten till SPIS ska aktivt verka för att den verksamhet som de bedriver och som Branschkoden avser att reglera bedrivs i enlighet med koden. För att syftet med Branschkoden ska kunna uppnås ska Producenten och/eller Distributören i sin tur, genom avtal eller på annat sätt, ställa tydliga krav på Distributörer, som inte ingått avtal med SPIS, om att all relevant information enligt denna Branschkod ska nå ut till investerare.

5. PRODUKTTERMINOLOGI

I syfte att göra de begrepp som används i Marknadsföringsmaterial för Strukturerade Placeringar mer enhetliga har SPIS tagit fram en Ordlista som därigenom utgör ett hjälpmedel för investerare så att de på ett enklare sätt ska kunna jämföra informationen mellan Marknadsföringsmaterial avseende olika Strukturerade Placeringar. Producenter och Distributörer uppmantras att använda Ordlistan i bilaga 2. Ordlistan finns också på SPIS:s hemsida, www.strukt.se.³

6. INFORMATION

För varje Strukturerad Placering ska ett Marknadsföringsmaterial upprättas i form av en broschyr eller motsvarande. I detta avsnitt ges riktlinjer för vilken information som ska lämnas i Marknadsföringsmaterialet. Informationen i Marknadsföringsmaterialet ska vara utformad så att den kan förstås av en genomsnittlig icke professionell investerare. Marknadsföringsmaterialet ska innehålla en beskrivning av de villkor och risker som en investerare behöver känna till för att kunna fatta ett välavvägt investeringsbeslut. Om informationen inte lämnas i Marknadsföringsmaterialet ska det finnas en hänvisning i materialet till var informationen finns. Producenter och Distributörer ska dessutom, när det framstår som relevant, i Marknadsföringsmaterialet informera om den ordlista med gemensamma begrepp som anges i punkt 5.

Marknadsföringsmaterialet ska, i överensstämmelse med 2 kap. 33 § LHF⁴, innehållsmässigt stämma överens med innehållet i Grundprospekt och Slutliga Villkor. I enlighet med PRIIPs Art 9 får Marknadsföringsmaterialet inte innehålla några uppgifter som strider mot informationen i

³ Tidigare krav på att Ordlistan *ska användas* har lättats till *uppmuntras att användas* under en övergångsperiod intill dess att MiFID och PRIIPs implementeras och eventuellt nytillkomna termer till följd av reglerna har utvärderats. Detta för att säkerställa att inte SPIS ställer krav som strider mot reglerna. Avsikten är att återgå till tidigare krav snarast möjligt.

⁴ Från och med 21 juli 2019 framgår legala prospektkrav inte längre av lagen om handel med finansiella instrument, utan istället av Europaparlamentets och Rådets Förordning (EU) 2017/1129 av den 14 juni 2017 om prospekt som ska offentliggöras när värdepapper erbjuds till allmänheten eller tas upp till handel på en reglerad marknad, och om upphävande av direktiv 2003/71/EG. I Förordning 2017/1129 ska villkoren uppfylla kraven i Art 22.

faktabladet (KID) eller minskar dess betydelse. Det betyder enligt SPIS bedömning exempelvis att om en riskindikator visas i Marknadsföringsmaterialet så ska det vara samma riskindikator som presenteras i faktabladet i enlighet med PRIIPs. Marknadsföringsmaterialet ska också, enligt samma artikel, innehålla uppgifter om att det finns ett faktablad, när så är fallet, och om hur och varifrån detta kan erhållas. Förutsatt att dessa villkor är uppfyllda kan Producenten eller Distributören välja att presentera annan information än den som ingår i faktabladet.

6.1 INFORMATION OM PLACERINGENS EGENSKAPER I SAMBAND MED ERBJUDANDET

Den Strukturerade Placeringens egenskaper ska beskrivas tydligt. Beskrivningen ska innehålla uppgift om vem som är Emittent och i förekommande fall, den Strukturerade Placeringens Nominella Belopp, Löptid, och hur Återbetalningsbeloppet inklusive avkastningen beräknas, om placeringen är Kapitalskyddad eller har en Lägsta Återbetalning.

6.2 UNDERLIGGANDE TILLGÅNGAR

Underliggande Tillgångar, inklusive relevanta index, som utgör beräkningsgrund för avkastningen ska beskrivas tydligt. Om det föreligger begränsad information eller transparens avseende den underliggande tillgången ska detta anges, liksom om det föreligger begränsade historiska data över tillgångens utveckling.

6.3 EKONOMISKA VILLKOR

De slutligen bestämda ekonomiska villkoren för en Strukturerad Placering i form av till exempel Deltagandegrad, Kuponger, Genomsnittsberäkningar och Barriärer ska, i relevanta delar, redovisas tydligt.

Om placeringen säljs till Överkurs eller motsvarande ska tydlig information lämnas om vad detta innebär.

6.4 RISKER

Investeraren ska uppmärksammas på de risker som är förknippade med den specifika placeringen. Följande risker ska exempelvis, i den mån de är tillämpliga, tydligt redovisas; kreditrisk och motpartsrisk, likviditetsrisk, marknadsrisk, ränterisk samt valutakursrisk. Det är av särskild vikt att investeraren tydligt informeras om den motpartsrisk denne tar på Emittenten.

6.5 AVKASTNING KONTRA RISK

Information om risk och avkastning ska utformas på ett tydligt sätt. Det betyder att effekten av vald avkastningskonstruktion ska redovisas separat och att beskrivningen av risk kontra avkastningspotential ska vara balanserad. Justeringar av ett index i form av inbyggda avgifter, exkluderade avkastningar eller liknande ska redovisas. Andra komponenter såsom maximal avkastning, inkorporerande av ytterligare kreditrisk eller motpartsrisk, valutakursrisk eller andra liknande risker och effekten av liknande förändringar i placeringen, ska beskrivas tydligt.

Information som baseras på historiskt utfall, simuleringar, prognoser med mera, ska i tillämpliga fall innehålla en varning om att historisk avkastning inte är en garanti för framtida avkastning.

6.6 AVGIFTER/KOSTNADER

I Marknadsföringsmaterialet för en Strukturerad Placering ska det finnas information om, och redovisning av, kostnader som ger en rättvisande och tydlig bild av kostnaderna. Informationen får inte strida mot den information och redovisning av de olika kostnader och avgifter som ska göras enligt PRIIPs och MiFID.

Om det finns flera olika Strukturerade Placeringar i samma Marknadsföringsmaterial ska informationen ovan anges för varje placering där de skiljer sig åt.

6.7 ANDRAHANDSMARKNAD

Producenten av en Strukturerad Placering, eller någon annan som är satt i Producentens ställe, ska under placeringens Löptid, förutsatt normala marknadsförhållanden, kontinuerligt ställa köpkurser på andrahandsmarknaden.

Om undantag från nyssnämnda åtagande för prisställande görs ska investeraren tydligt informeras om detta.

Information ska även lämnas om att för det fall försäljning av en placering sker före förfallodagen kan marknadspriset vara såväl lägre som högre än det ursprungligen investerade beloppet eller det Nominella Beloppet.

6.8 FÖLJSAMHET MED KODEN

Producenter och Distributörer som är anslutna till SPIS får i Marknadsföringsmaterialet ange huruvida informationen uppfyller de riktlinjer som anges i denna Branschkod. Om del av Branschkoden inte kan följas, exempelvis på grund av det inte finns historiska data för ett visst nytt index att tillgå, får Producenten eller Distributören ändå ange i Marknadsföringsmaterialet att informationen i erbjudandet uppfyller riktlinjerna. Det ska dock framgå att det på den enskilda punkten inte är möjligt att följa Branschkoden.

6.9 FULLSTÄNDIG INFORMATION

Upplysning ska lämnas i Marknadsföringsmaterialet om att fullständig information om Emittenten och erbjudandet endast kan fås genom att ta del av Emittentens fullständiga prospekt, vanligtvis Grundprospektet och de Slutliga Villkoren. Det ska också, när så är fallet, finnas tydlig information om att det finns ett faktablad för placeringen i enlighet med PRIIPs, samt hur och varifrån detta kan erhållas.

7. INFORMATION OM VILLKOR

Det ska tydligt framgå av kontoutdrag, värderingar och på hemsidor eller på annat för investeraren lätt åtkomligt sätt, vem som är Emittent av en Strukturerad Placering. Investerare och allmänhet ska under och efter Löptiden enkelt kunna ta del av de slutligt fastställda villkoren, så att en transparent och seriös granskning av olika erbjudanden kan utföras. Efter löptidens slut ska beräkningar av slutligt Återbetalningsbelopp hållas tillgängligt på begäran i minst fem år efter Återbetalningsdagen.