

BRANSCHKOD

VERSION 2 – 2010-02-22
VÄGLEDANDE RIKTLINJER
FÖR INFORMATIONSGIVNING GÄLLANDE
STRUKTURERADE
PLACERINGSPRODUKTER

1. BAKGRUND

Strukturerade placeringsprodukter är ett samlingsbegrepp för finansiella instrument som skapas genom att emittera ett finansiellt instrument med egenskaper härrörande från andra finansiella instrument, t ex obligationer och optioner. Primärmarknaden för strukturerade placeringsprodukter har under det senaste decenniet utvecklats från en nischmarknad till en bred sparandemarknad. Internationellt såväl som i Sverige placeras volymer i strukturerade placeringsprodukter på primärmarknaden som är jämförbara med nysparande i traditionella fondprodukter.

Avgörande för värdeutvecklingen på en strukturerad placeringsprodukt är utvecklingen av en eller flera underliggande marknader. När man talar om strukturerade placeringsprodukter i allmänhet menar man ofta indexobligationer och strukturerade certifikat. Härmed avses ett finansiellt instrument vars slutliga ekonomiska utfall är knutet till utvecklingen av en underliggande marknad i form av t ex ett aktieindex eller en korg av aktier, råvaror, valutor, annat tillgångsslag eller kombinationer av dessa.

I Sverige ges strukturerade placeringsprodukter ut på primärmarknaden av flera aktörer. Vissa erbjudanden är publika och lämnas till allmänheten medan andra riktas enbart till en eller ett fåtal enskilda investerare (s k Private Placements). Villkoren för produkterna och deras ekonomiska parametrar, liksom produktinformation och möjligheten till avyttring på andrahandsmarknaden varierar mellan de olika aktörerna och de varierande slagen av erbjudanden.

Svenska Fondhandlareföreningen har, genom ett flertal av de större aktörerna på den svenska primärmarknaden för strukturerade placeringsprodukter, som är medlemmar i föreningen, arbetat fram denna branschkod. Lanseringen av denna branschkod avser att ytterligare öka tydlighet, kvalitet i informationsgivning, och transparens på marknaden för strukturerade

placeringsprodukter och koden kommer att revideras fortlöpande i takt med marknadens utveckling.

Riktlinjerna för informationsgivning i denna branschkod gäller utöver de krav på information som ställs upp i lag, förordning och Finansinspektionens föreskrifter på innehållet i prospekt och marknadsföringsmaterial.

2. SYFTE

Branschkode syftar till att ange vägledande riktlinjer och en gemensam minimistandard för vad som ska anses vara god branschsed framförallt vad gäller informationsgivningen i marknadsföringsmaterialet rörande strukturerade placeringsprodukter på primärmarknaden och därmed stärka investerarens förtroende för marknaden för dessa produkter. Det är därvid av vikt att informationen kring produkterna utformas med investerarens bästa i fokus. Informationen om produkternas egenskaper och risker m.m. ska därför vara begriplig och lättillgänglig. Största möjliga transparens bör eftersträvas.

3. AKTÖRER

De aktörer som verkar i primärmarknaden för strukturerade placeringsprodukter är emittenter, arrangörer och distributörer. En och samma aktör kan uppträda i en eller flera av dessa roller. I denna branschkod betyder

Emittent: Den som är utgivare av en strukturerad placeringsprodukt och upprättar prospekt samt därmed är betalningsskyldig enligt den strukturerade placeringsproduktens villkor.

Arrangör: Den som på Emittentens uppdrag konstruerar den strukturerade placeringsprodukten och/eller i marknadsföringsmaterialet utformar information om produktens egenskaper och risker.

Distributör: Den som, på uppdrag av en Arrangör, säljer, marknadsför eller förmedlar strukturerade placeringsprodukter.

4. BRANSCHKODENS RÄCKVIDD

4.1 ERBJUDANDEN

Branschkode omfattar strukturerade placeringsprodukter som erbjuds till allmänheten och där ett legalt prospektkrav enligt 2 kap. lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument (LHF) föreligger.

Branschkode omfattar, i tillämpliga delar, dock även situationer där ett legalt prospektkrav inte föreligger men då erbjudandet riktar sig till icke professionella investerare.

4.2 AKTÖRER

Medlem i Svenska Fondhandlareföreningen som är Arrangör av strukturerade placeringsprodukter ska aktivt verka för att den verksamhet som Arrangören bedriver och som branschkode avser att reglera bedrivs i enlighet med koden. Om Arrangör även uppträder som

Emittent bör denne följa branschkode även i rollen som Emittent. För att syftet med branschkode ska kunna uppnås bör Arrangören i sin tur ställa tydliga krav på Distributörer att all relevant information enligt denna kod når ut till investerare och därmed säkerställa att kraven efterlevs. Distributör som i visst avseende tillhandahåller någon av de tjänster som ankommer på Arrangören ska i samtliga avseenden anses vara Arrangör.

5. PRODUKTTERMINOLOGI

I syfte att öka jämförbarheten mellan olika strukturerade placeringsprodukter bör Arrangör verka för att, när det bedöms lämpligt, referera till bifogade ordlista, bilaga 1. Svenska Fondhandlareföreningen ämnar tillse att denna ordlista finns tillgänglig på dess hemsida, www.fondhandlarna.se. Arrangörerna ska verka för att regelbundet uppdatera ordlistan.

6. INFORMATION AVSEENDE STRUKTURERADE PLACERINGSPRODUKTER

I detta avsnitt ges riktlinjer för vilken information med avseende på strukturerade placeringsprodukter som bör lämnas i marknadsföringsmaterialet. Med marknadsföringsmaterial menas i detta avseende en produktbroschyr eller motsvarande som beskriver placeringens egenskaper och risker. Marknadsföringsmaterialet bör innehålla en beskrivning av de villkor och risker som en investerare behöver känna till för att göra ett välavvägt investeringsbeslut. Om informationen inte lämnas i marknadsföringsmaterialet bör det finnas en hänvisning i materialet till var informationen finns. Arrangör bör dessutom, när det framstår som relevant, i marknadsföringsmaterialet informera om den ordlista med definierade begrepp som anges i punkt 5.

Marknadsföringsmaterialet ska, i överensstämmelse med 2 kap. 33 § LHF, innehållsmässigt stämma överens med innehållet i grundprospekt och slutliga villkor.

6.1 INFORMATION OM PRODUKTENS EGENSKAPER I SAMBAND MED EMISSION

Den strukturerade placeringsproduktens egenskaper bör beskrivas på ett sätt som kan förstås av en genomsnittlig icke professionell investerare. Beskrivningen bör innehålla uppgift om vem som är Emittent och i förekommande fall, den strukturerade placeringsproduktens nominella belopp, löptid, och hur återbetalningsbeloppet inklusive avkastningen beräknas samt till vilken grad produkten är kapitalskyddad.

6.2 UNDERLIGGANDE TILLGÅNGAR

Underliggande tillgångar, inklusive relevanta index, som utgör beräkningsgrund för avkastningen i en strukturerad placeringsprodukt bör beskrivas på ett sätt som kan förstås av en genomsnittlig icke professionell investerare. Om det föreligger begränsad information eller transparens avseende den underliggande tillgången bör detta anges, liksom om det föreligger begränsade historiska data över tillgångens utveckling.

6.3 EKONOMISKA VILLKOR

De slutligen bestämda ekonomiska villkoren för en strukturerad placeringsprodukt i form av t.ex. deltagandegrad, kuponger, genomsnittsberäkningar och barriärer bör, i relevanta delar, redovisas på ett sätt som kan förstås av en genomsnittlig icke professionell investerare.

Om produkten säljs till överkurs bör tydlig information lämnas om vad detta innebär.

6.4 RISKER

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

Riskerna bör beskrivas så att de kan förstås av en genomsnittlig icke professionell investerare.

6.5 LÅNEFINANSIERING OCH ANDRA KRINGTJÄNSTER

I den mån strukturerade placeringsprodukter marknadsförs tillsammans med lånefinansiering eller andra kringtjänster bör investeraren tydligt informeras om de sammantagna riskerna.

6.6 AVKASTNING KONTRA RISK

Information om risk och avkastning bör utformas på ett tydligt sätt. Det betyder att effekten av vald avkastningskonstruktion bör redovisas separat och beskrivningen av risk kontra avkastningspotential bör vara balanserad. Justeringar av ett index i form av inbyggda avgifter, exkluderade avkastningar eller liknande bör redovisas. Andra komponenter såsom maximal avkastning, inkorporerande av ytterligare kreditrisk, valutakursrisk eller andra liknande risker och effekten av liknande förändringar på förväntad avkastning på produkten bör tydligt beskrivas. Uppskattningar av avkastningspotentialen bör grundas på försiktiga och tydligt angivna antaganden. I exempel på procentuella avkastningar bör dessa beräknas i relation till placerat belopp inklusive courtage och andra relaterade försäljningsavgifter, det vill säga uttryckas i form av årseffektiv avkastning.

Möjliga utfall som är relevanta för produkten bör presenteras för investeraren.

Information som baseras på historiskt utfall, simuleringar, prognoser bör innehålla en varning om att sådana resultat inte utgör en tillförlitlig indikation om framtida resultat.

6.7 AVGIFTER/KOSTNADER

I marknadsföringsmaterialet bör tydligt framgå hur stort det maximala arrangörsarvodet och courtaget är. Arrangörsarvodet ska bl.a. täcka kostnader för riskhantering, produktion och distribution. Det maximala arrangörsarvodet bör i tillämpliga fall anges som procentuell årskostnad, med upplysning om att beräkningen är baserad på antagandet att produkten behålls till förfall. Beräkningen av arrangörsarvodet bör baseras på marknadsmässiga nivåer. Courtaget bör redovisas separat.

6.8 ANDRAHANDSMARKNAD

Vid emissioner som riktar sig till fler än hundra potentiella investerare bör information lämnas om att Arrangören, eller annan, under produktens löptid, förutsatt normala marknadsförhållanden, avser att kontinuerligt ställa köpkurser och när så är möjligt även säljkurser. Om kontinuiteten och likviditeten på andrahandsmarknaden kan förväntas vara sämre än normalt bör detta särskilt anges.

Om undantag från nyssnämnda riktlinjer för prisställande görs bör investeraren tydligt informeras om detta.

Information bör även lämnas om att vid försäljning av en kapitalskyddad strukturerad placeringsprodukt före förfalldagen så sker detta till rådande marknadspris vilket kan vara såväl lägre som högre än både det ursprungligen investerade beloppet och det nominella beloppet.

6.9 FÖLJSAMHET MED KODEN

Arrangör får i marknadsföringsmaterialet ange huruvida informationen uppfyller de vägledande riktlinjer som anges i denna branschkod.

Om del av branschkode inte kan följas, exempelvis på grund av det inte finns historiska data för ett visst nytt index att tillgå, får Arrangör ändå ange i marknadsföringsmaterialet att informationen i erbjudandet uppfyller riktlinjerna. Det bör dock framgå att det på den enskilda punkten inte är möjligt att följa branschkode.

6.10 FULLSTÄNDIG INFORMATION

Upplysning bör lämnas i marknadsföringsmaterialet om att fullständig information om Emittenten och erbjudandet endast kan fås genom att ta del av grundprospektet och de slutliga villkoren.

7. INFORMATION OM VILLKOR

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

8. ANSLUTNING TILL BRANSCHKODEN

Arrangör som följer denna branschkod får ange detta på sin hemsida eller tillkännage detta på annat lämpligt sätt så att detta kommer till allmänhetens kännedom.