

Riktlinjer för fondbolagens informationsgivning och marknadsföring m.m.

antagna av Fondbolagens förening vid styrelsemöte 2004-12-06 samt uppdaterade den 4 juni 2008 och den 5 oktober 2009¹

¹ Riktlinjerna i lydelse per den 5 oktober 2009 skall tillämpas snarast dock senast från och med den 1 april 2010

1. Information om fonder.....	3
1.1 Informationsbroschyr.....	3
1.2 Faktablad	3
1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse	3
1.4 Individuell kostnadsredovisning.....	4
2. Marknadsföring	4
2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder	4
2.2 Tidigare uppnådd avkastning.....	5
2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning	5
2.4 Jämförelser.....	6
2.5 Grafisk framställning.....	7
2.6 Värdeomdömen	7
2.7 Risk.....	7
2.8 Upplysning om faktablad och informationsbroschyr	8
2.9 Avgifter.....	8
2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn	8
3. Rådgivning om fonder	9
3.1 Rådgivning vid diskretionär portföljförvaltning.....	9
3.2 Återförsäljares information och rådgivning	9
Bilaga 1 Standard för beräkning av avkastning i investeringsfonder.....	11
Bilaga 2 Kompetenskrav för den som ger råd om fonder.....	12

Riktlinjer för fondbolagens informationsgivning och marknadsföring m.m.

Förevarande riktlinjer behandlar frågor om information och marknadsföring av fonder, samt rådgivning. Riktlinjerna innefattar genom p. 2.1-2.8. en överenskommelse med Konsumentverket om marknadsföring av fonder.

Regler om information förekommer även i vissa av föreningens övriga riktlinjer.

1. Information om fonder

Vid fondbolagets försäljning av fonder eller vid direktkontakt med kund, som inte sker inom ramen för särskilt tillstånd att erbjuda investeringsrådgivning, ska klart framgå att det inte är fråga om investeringsrådgivning. Informationen skall i övrigt uppfylla de krav som ställs på marknadsföringen i allmänhet, se nedan.

För varje fond ska, enligt lagen om investeringsfonder, finnas en aktuell informationsbroschyr och ett aktuellt faktablad. Årsberättelse och halvårsredogörelse ska upprättas för fonden. Varje andelsägare ska även årligen få en individuell kostnadsredovisning.

Om en schabloniserad och icke individualiserad investeringsmodell tillhandahålls utan direktkontakt med kund ska information finnas om att det är fråga om en förenklad modell och att kontakt med rådgivare rekommenderas för den som önskar personlig rådgivning utifrån individuella förutsättningar.

1.1 Informationsbroschyr

För informationsbroschyren gäller enligt lagen om investeringsfonder särskilda krav på innehållet. I informationsbroschyren ska fondbestämmelser ingå.

1.2 Faktablad

Enligt lagen om investeringsfonder ska faktablad alltid erbjudas före köp. Faktabladets syfte är att tillhandahålla den mest väsentliga informationen enligt en enhetlig struktur. Särskilda krav på innehållet finns i lagen om investeringsfonder samt i föreskriften FFFS 2008:11. Faktabladsen ska uppdateras minst en gång per år. Fondbolagens Förening har tagit fram Manual för faktablad om investeringsfonder som stöd för medlemsföretag vid framtagandet av dessa faktablad.

1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse

Årsberättelsen och halvårsredogörelsen ska innehålla den information som behövs för att man ska kunna bedöma varje fonds utveckling och ställning.

Fondbolaget ska för varje fond som det förvaltar upprätta och lämna

1. en årsberättelse inom fyra månader från räkenskapsårets utgång, och
2. en halvårsredogörelse för räkenskapsårets första sex månader inom två månader efter halvårsskiftet.

Utskick

Handlingarna ska på begäran kostnadsfritt skickas eller lämnas till andelsägarna och finnas att tillgå hos fondbolaget och förvaringsinstitutet. Fondbolaget ska i samband med årsbesked med individuell kostnadsredovisning (se punkt 1.1.4) tillfråga andelsägarna om de vill ha årsberättelsen och halvårsredogörelsen.

Nyckeltal

Finansinspektionens föreskrift FFFS 2008:11 innehåller redovisningsregler för investeringsfonder.

I föreskriftens 15 kap. 18 § stadgas att fonder i förvaltningsberättelsen ska ange vissa nyckeltal. Fondbolagens Förenings riktlinje för nyckeltal avseende investeringsfonder kompletterar Finansinspektionens föreskrift och syftar dels till att informationen ska uppfylla viss minimistandard, dels till att för spararna medge jämförelser mellan fonder. Nyckeltal ska bl a finnas för avkastning, kostnader, risk, omsättningshastighet och omsättning genom närstående bolag. I samma riktlinje anges även att typexempel ska finnas i årsredovisningen avseende förvaltningskostnad dels för engångsbelopp dels för ett löpande sparande.

1.4 Individuell kostnadsredovisning

Fondbolag ska, enligt 4 kap. 22 och 23 §§ lagen om investeringsfonder, årligen skriftligen informera varje andelsägare om hur stort belopp av de totala kostnaderna för fonden som avser dennes andelsinnehav. Detta bör utföras enligt Fondbolagens Förenings riktlinjer för årlig redovisning av kostnader till andelsägare.

2. Marknadsföring

2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder

All marknadsföring ska utformas i enlighet med god marknadsföringssed (lagar och andra författningar, domstolspraxis, god affärssed etc.). I marknadsföring av fonder till konsumenter ska lämnas relevant och saklig information samt redogöras för de risker som har samband med den produkt som erbjuds. Informationen ska vara tydlig.

Med marknadsföring avses reklam och andra avsättningsfrämjande kommersiella meddelanden oavsett bärare (tidningsannonser, direktreklam, TV-reklam, webbsidor, affischer m m) samt övriga åtgärder i enlighet med marknadsföringslagen. Vid profilskapande marknadsföring utan produktinformation där endast fondbolaget nämns blir flertalet av nedanstående regler ej tillämpliga. Reglerna ger uttryck för en miniminivå.

Enligt fondlagstiftningen gäller särskilda krav på innehåll i faktablad och informationsbroschyr samt för årsberättelse och halvårsredogörelse². Innehåller broschyren eller redovisningshandlingarna rent kommersiella meddelanden utöver dessa särskilda krav, gäller föreliggande regler för marknadsföring av fonder.

Observera att Finansinspektionens föreskrifter om värdepappersrörelse (FFFS 2007:16) innehåller regler om marknadsföringsmaterial vid värdepappersföretags försäljning av finansiella

² Innehållet i dessa preciseras i FFFS 2008:11 och gäller för samtliga fonder. För helårsrapport och halvårsredogörelse har Fondbolagens Förening härutöver gett ut Riktlinjer för redovisning av nyckeltal avseende investeringsfonder.

instrument såsom fondandelar. Exempelvis gäller särskilda regler för tidsperioder vid avkastningsredovisning.

2.2 Tidigare uppnådd avkastning

2.2.1 Beräkning av avkastning

Lämnas information om uppnådd avkastning i marknadsföringen, ska avkastningen vara beräknad enligt god branschsed. Detta innebär bl a följande.

Vid information om avkastning för viss fond för den tidsperiod man väljer att redovisa ska, för att uppnå ett för samtliga fonder jämförbart värde, beräkningen baseras på fondens nettoandelsvärde. För fonder som lämnar utdelning ska nettoandelsvärdet kompletteras med ur fonden utdelat belopp.

Fondbolagens Förenings standard för beräkning av avkastning i investeringsfonder bör användas³.

Utdelning till ideella ändamål ska vid avkastningsberäkningen behandlas som övrig utdelning.

Avkastning ska beräknas på aktuella uppgifter och datum för den senaste noteringen ska anges. Vid beräkningen ska avdrag göras för alla avgifter som tas ur fonden. Det ska framgå om in- och utträdesavgifter tillkommer samt vilken valuta som avkastningen är baserad på.

2.2.2 Tidsperioder

Tidigare uppnådd avkastning för viss, framgångsrik period får inte lyftas fram på ett sätt som ger ett skevt helhetsintryck av fondens utveckling. Framställningen måste ge en balanserad bild av den faktiska utvecklingen.

När information om tidigare uppnådd avkastning lämnas i marknadsföringen måste uppgift om avkastning avseende minst den tidsperiod som överensstämmer med fondens placeringshorisont finnas med och anges tydligt.

Rekommenderad tidsperiod är för korta räntefonder ett år, för obligationsfonder två år, för blandfonder tre år och för aktiefonder fem år. Uppgiften ska avse ”rullande” period eller senaste kalenderår. Det ska tydligt framgå vilken period som avses. Även slutdatum för mätperioden ska anges.

Nystartade fonder får lämna uppgift om uppnådd avkastning sedan fondens startdag om det tydligt anges att fonden är nystartad.

2.2.3 Inflation

När redogörelser lämnas för hittills uppnådd värdetillväxt under fem år eller mer ska det tydligt framgå om hänsyn tagits till inflation eller inte.

2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning

Vid antaganden om framtida avkastning ska det tydligt framgå att det endast är fråga om räkneexempel. Flera alternativ med olika förutsättningar bör därvid lämnas.

³ Se bilaga 1

Räkneexempel för att illustrera en fonds framtida värdetillväxt ska i sin helhet överensstämma med god sed och inte vara vilseledande i något avseende. Detta innebär bl.a.

- att räkneexempel grundas på försiktiga och tydligt angivna antaganden,
- att det tydligt ska framgå att det inte är fråga om en utfästelse när antaganden om värdetillväxt görs.

Generell information om inflationens inverkan samt eventuella skatteeffekter för konsumenten ska lämnas när det är av betydelse för att ge ett rättvisande intryck.

Används räkneexempel för att illustrera framtida värdetillväxt ska det tydligt klargöras att det endast är fråga om illustrativa exempel.

2.4 Jämförelser

Om avkastningen i en fond jämförs med avkastningen för en annan fond, en grupp av fonder, ett index eller annan sparform ska följande iakttas.

Presentationen ska vara så utformad att jämförelsen i sin helhet överensstämmer med god sed och inte är vilseledande i något avseende. De olika delarna i jämförelsen ska vara relevanta och bygga på fakta som kan styrkas. Detta innebär t ex följande.

2.4.1 Jämförelser med andra fonder

Sker jämförelse med andra fonder ska tydligt redovisas hur urvalet har gjorts. Urvalet av jämförelsefonder måste vara rättvisande, vilket bland annat innebär att fonderna i allt väsentligt ska ha samma placeringsinriktning. Sker jämförelse med medeltal för andra fonder ska anges om medeltalet är vägt eller inte.

2.4.2 Jämförelseindex

Vid jämförelser med index ska det klart framgå vilket index som har använts. Valt index ska vara relevant och avse den placeringsinriktning som fonden har. Vid jämförelser med marknadsindex ska endast ett utdelningsjusterat index användas om sådant index finns. Om utdelningsjusterat index inte finns att tillgå kan annat marknadsindex användas. Det ska alltid anges om utdelningar ingår eller inte. Om fondbolaget har kombinerat olika index ska sammansättningen preciseras. Utvecklingen för fonden och index ska anges i samma valuta och beräknas på likvärdigt sätt.

2.4.3. Jämförelser med andra sparformer

Om jämförelse görs med någon annan sparform ska principerna för jämförelserna tydligt anges. Beräkningen av avkastningen för fonden och den andra sparformen ska göras på likvärdigt sätt. Jämförelseperioderna ska vara desamma och ska baseras på de regler om tidsperioder som anges i punkt 2.2.2 ovan.

2.4.4 Annan näringsidkare eller dennes produkt

En näringsidkare får i sin reklam direkt eller indirekt peka ut en annan näringsidkare eller dennes produkter bara om jämförelsen inte misskrediterar eller är nedsättande för dennes verksamhet, förhållanden, produkter, varumärken, firma eller andra kännetecken.

2.5 Grafisk framställning

Presentation av uppnått resultat eller räkneexempel med avkastningsantaganden, som illustreras i form av kurvor eller som återges på annat grafiskt sätt måste ge en korrekt bild och vara relevant.

2.6 Värdeomdömen

Kapitalplacering eller avkastning får inte betecknas med begrepp som ”säker”, ”garanterad” och liknande omdömen om det inte kan styrkas att placeraren är tillförsäkrad insatt kapital eller viss avkastning. Ord som ”trygg” och liknande omdömen får inte användas i marknadsföringen om de inte sätts in i ett relevant sammanhang.

Reservationslösa värdeord såsom ”bäst”, ”störst” och ”ledande” får inte användas om omdömena inte kan styrkas.

Begrepp som ”svensk mästare”, ”nordisk mästare”, ”årets förvaltare” och liknande utmärkelser bör inte användas om de inte utdelats av en vederhäftig och från fondbolaget oberoende bedömare samt utgår från ett representativt material. Det åligger marknadsföraren att kunna styrka att dessa påståenden är riktiga och vederhäftiga.

2.7 Risk

Vid marknadsföring av fonder ska alltid framgå att sådana investeringar innebär en risk.

Följande information eller text med liknande innebörd ska alltid finnas med i marknadsföringen av fonder. Texten får inte ges en undanskymd placering:

”Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i fonden kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet”.

Vid marknadsföring av fonder där placerat kapital och avkastning garanteras behöver information enligt ovan inte ges.

Det åligger fondbolag att göra en bedömning av den risk som kan anses föreligga med att placera i den marknadsförda fonden. När fondbolaget bedömer att en fond ska klassificeras som en fond med högre risk, t.ex. med anledning av att fondens värde kan variera kraftigt på grund av fondens sammansättning och de förvaltningsmetoder fondbolaget använder sig av⁴, ska det tydligt framgå av marknadsföringsmaterialet.

⁴ Se denna definition i lagen (2004:46) om investeringsfonder 4 kap. 16 § 2 st. p 2.

2.8 Uppllysning om faktablad och informationsbroschyr

Om konsumenterna genom marknadsföringen erbjuds att köpa andelar i en fond ska det, enligt lagen om investeringsfonder, av erbjudandet framgå att det finns ett faktablad och en informationsbroschyr för fonden och var dessa finns att tillgå.

2.9 Avgifter

Det erinras om att fondbolag enligt lagen om investeringsfonder är skyldiga att tydligt redovisa samtliga avgifter i faktablad och informationsbroschyr, som kunden ska kunna ta del av före köp.

2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn

Bakgrund

I januari 2004 avgav Etiska nämnden för fondmarknadsföring, ENF, på begäran av Konsumentombudsmannen ett vägledande uttalande som angav ett antal krav för att en fond ska kunna marknadsföras som ”etisk”. Efter en förfrågan från Fondbolagens Förening har ENF funnit skäl att se över uttalandet och har i maj 2009, med förtydligande i september 2009, avgett ett nytt uttalande som ersätter det tidigare. Av uttalandet framgår sammanfattningsvis följande, vilket bör iaktas av fondbolag⁵.

ENF anser att följande ska vara uppfyllt för att en fond ska kunna marknadsföras som ”etisk” eller med andra formuleringar som anger eller antyder att fonden riktar in sig på placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn.

- Fondbolaget ska ha en väl definierad process för att välja ut sina placeringar. Detta gäller oavsett om fondbolaget tillämpar positiva eller negativa kriterier i sin urvalsprocess eller om bolaget arbetar genom att söka påverka de bolag, där placeringar sker, i önskad riktning.
- Fondbolaget ska ha en funktion för att löpande kontrollera och säkerställa att urvalsprocessen följs.
- Om fondbolaget framhåller att fondens placeringar väljs utifrån negativa urvalskriterier får högst fem procent av omsättningen i det bolag där placeringen sker, eller i den koncern där bolaget ingår, avse verksamhet som inte lever upp till de särskilda krav som fondbolaget har ställt upp.

⁵ Uttalandet i sin helhet återfinns på Fondbolagens Förenings hemsida www.fondbolagen.se

- Utöver de uppgifter om fondens placeringsinriktning som ska framgå av fondbestämmelser, faktablad och informationsbroschyr, ska fondbolaget på ett tydligt och lättillgängligt sätt redovisa
 - bolagets placeringspolicy för fonden, inklusive information om urvalskriterier och omsättningsgränser, och
 - bolagets urvalsprocess för fonden samt det sätt på vilket processen kontrolleras och säkerställs.

Informationen ska lämnas på bolagets hemsida, men det ska alltid vara möjligt att också få den i skriftlig form.

- Fondbolaget ska i sin årsberättelse och halvårsredogörelse redovisa hur placeringspolicyen uppfyllts beträffande inriktningen på placeringar utifrån särskilda hänsyn. I den mån avvikelser skett från policyen, ska fondbolaget informera om vilka åtgärder som vidtagits med anledning av detta.

3. Rådgivning om fonder

Investeringsrådgivning är en tillståndspliktig verksamhet enligt lagen om värdepappersmarknaden. Tillstånd till investeringsrådgivning kan även ges till fondbolag som erhållit tillstånd att erbjuda diskretionär portföljförvaltning. Sådan verksamhet regleras av lagen om värdepappersmarknaden (2007:528) samt FFFS 2007:16.

3.1 Rådgivning vid diskretionär portföljförvaltning

All rådgivning till konsument som sker inom ramen för ett fondbolags tillstånd att bedriva investeringsrådgivning ska:

- utgå från kundens behov och intressen
- ta hänsyn till kundens kunskapsnivå
- ta hänsyn till kundens riskbenägenhet
- omfatta riskinformation och prisinformation
- kännetecknas av öppenhet om eventuell provision direkt till rådgivaren.

Samt i övrigt uppfylla de krav som ställs i FFFS 2007:16 etc.

Anställda hos fondbolaget som tillhandahåller investeringsrådgivning skall ha erforderliga kunskaper och i övrigt ha den kompetens som verksamheten kräver och enligt de krav som framgår av bilaga 2. Kraven i bilagan utgör ett komplement och en konkretisering på fondområdet av Finansinspektionens krav och ska anpassas efter rådgivningens omfattning och komplexitet.

3.2 Återförsäljares information och rådgivning

Om rådgivning sker om fondbolagets fonder via återförsäljare bör Fondbolaget ha en policy för att utse återförsäljare. Ett skriftligt avtal ska upprättas mellan fondbolaget och återförsäljaren. Av avtalet skall framgå att återförsäljaren ansvarar för att eventuell rådgivning som sker i anslutning till försäljning av fonderna sker i enlighet med gällande lagar föreskrifter och övriga gällande regelverk tillämplig på den verksamhet som återförsäljaren bedriver.

Återförsäljaren ansvarar för att rådgivare besitter den kompetens som krävs och som bland annat framgår av bilaga 2. Kraven i bilagan utgör ett komplement och en konkretisering på fondområdet av Finansinspektionens krav och ska anpassas efter rådgivningens omfattning och komplexitet.

Fondbolaget ska tillhandahålla återförsäljare nödvändig produktinformation och support beträffande fondbolagets fondprodukter.

Bilaga 1 Standard för beräkning av avkastning i investeringsfonder

Vid beräkning av avkastning för fonder bör följande formler användas

För Fonder som inte lämnar utdelning:

$$A = K/K_1 - 1$$

För Fonder som lämnar utdelning:

$$+ \quad A = \frac{K * (1 + U/K_2) - K_1}{K_1} - 1$$

Förklaringar: A = avkastningen under vald period
K = kurs vid periodens slut
K₁ = kurs vid periodens början
K₂ = kurs efter avskild utdelning
U = utdelning

Görs beräkningen för flera år, bör alla utdelningar inom perioden återinvesteras (läggas tillbaka).

Vid presentation av en fonds årliga, genomsnittliga procentuella tillväxt bör en geometrisk metod användas. Hänsyn bör tas till utdelningar under perioden. Nedan ges ett exempel på formel som kan användas.

$$[(AV/K_1)^{(360/d)} - 1] * 100 = \% \text{ avkastning per år}$$

$$AV = K * \prod [1 + (U_n / K_n)]$$

AV = Andelsvärde vid periodens slut (inkl återinvesterade utdelningar)

K₁ = Andelskurs vid periodens början

d = Antal dagar i perioden (alltid 30 per månad)

K = Andelskurs vid periodens slut

U_n = Utdelning nummer "n"

K_n = Kurs efter avskiljandet av utdelning nummer "n"

Om en fond inte är utdelande, blir den ackumulerade utdelningsfaktorn $([1 + (U_n / K_n)])=1$,
d v s andelsvärde= andelskurs.

För räntefonder kan avkastningsberäkningar baseras på såväl en "enkel" ränta (periodränta) som en effektiv årsränta. För dessa fonder ska därför anges hur avkastningen beräknats.

Bilaga 2 Kompetenskrav för den som ger råd om fonder

Investeringsrådgivning regleras av lagen om värdepappersrörelse (2007:528) och i Finansinspektionens föreskrifter FFFS 2007:16 där kompetenskraven regleras i 16 kap. 2-8 §§. Nedan kompletteras ovan nämnda regler med exemplifiering av vilka kompetenskrav som bör ställas vid informationsgivning och rådgivning rörande fonder.

Allmänna råd avseende kompetenskrav i 16 kap. FFFS 2007:16

Kunskapsområden och kunskapsnivå bör anpassas efter näringsidkarens verksamhet och komplexiteten av de lösningar och produkter som rekommenderas en enskild konsument. Nedanstående sammanställning av de kunskapsområden som den som lämnar råd bör behärska får därför inte ses som uttömmande.

Specifikation av kunskapskravet enligt 16 kap. 3 §

Regelverk

- Fondlagstiftningen samt relevanta delar i
- Försäkringsrörelselagen (1982:713),
- Lagen (1993:931) om individuellt pensionssparande (IPS) och
- Lagen (1998:674) om inkomstgrundande ålderspension (premiepensionsdelen)

Sundhetsreglerna i tillämpliga näringsrättsliga lagar

Penningtvätt, investerarskydd och insiderregler

Avtals-, skadestånds- och mellanmansrätt

Konsumenträtt

Arvs-, gåvo- och familjerätt och socialförsäkringsrätt

Tillämpliga skatterättsliga regler

Finansinspektionens roll och regelverk

- inklusive FFFS 2008:11 och 3

Tillämplig självreglering

- För rådgivning och försäljning relevanta riktlinjer från Fondbolagens Förening

Specifikation av kunskapskravet enligt 16 kap. 4 §

Etik

Rådgivarens roll och ansvar

- Lagen (2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter samt FFFS 2008:11
- Fondlagstiftningen
- Tillämplig självreglering från Fondbolagens Förening exempelvis Svensk kod för fondbolag, Riktlinjer om egna och närståendes värdepappersaffärer och valutaaffärer m.m.

Information om handeln till kunder

Rättvis behandling av kund

Sekretessregler

Specifikation av kunskapskravet enligt 16 kap. 5 §

Placeringar och sparformer

- Grundläggande kunskaper i privatekonomi

Aktier och aktierelaterade instrument

Ränteinstrument

Fondandelar

- Allmän fondkunskap
- Motiv för fondsparande

- Fondtyper utifrån placeringsinriktning
- Informationskällor och nyckeltal

Derivat instrument

Blandformer och strukturerade produkter

Pensionsförsäkring och annat pensionssparande

Kapitalförsäkring

Finansiell ekonomi

Kunskap om kapitalmarknadens roll och funktion

- Fondmarknadens uppbyggnad och roll

Grundläggande placeringsstrategier

Avkastning och risk

- Riskredovisning
- Metoder för utvärdering av fonder

Riskjusterad avkastning

Grundläggande portföljlära

Riktlinjer för fondbolagens informationsgivning och marknadsföring m.m.

antagna av Fondbolagens förening vid styrelsemöte 2004-12-06 samt uppdaterade den 4 juni 2008 och den 5 oktober 2009¹

¹ Riktlinjerna i lydelse per den 5 oktober 2009 skall tillämpas snarast dock senast från och med den 1 april 2010

1. Information om fonder.....	3
1.1 Informationsbroschyr.....	3
1.2 Faktablad	3
1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse	3
1.4 Individuell kostnadsredovisning.....	4
2. Marknadsföring	4
2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder	4
2.2 Tidigare uppnådd avkastning.....	5
2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning	5
2.4 Jämförelser.....	6
2.5 Grafisk framställning.....	7
2.6 Värdeomdömen	7
2.7 Risk.....	7
2.8 Upplysning om faktablad och informationsbroschyr	8
2.9 Avgifter.....	8
2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn	8
3. Rådgivning om fonder	9
3.1 Rådgivning vid diskretionär portföljförvaltning.....	9
3.2 Återförsäljares information och rådgivning	9
Bilaga 1 Standard för beräkning av avkastning i investeringsfonder.....	11
Bilaga 2 Kompetenskrav för den som ger råd om fonder.....	12

Riktlinjer för fondbolagens informationsgivning och marknadsföring m.m.

Förevarande riktlinjer behandlar frågor om information och marknadsföring av fonder, samt rådgivning. Riktlinjerna innefattar genom p. 2.1-2.8. en överenskommelse med Konsumentverket om marknadsföring av fonder.

Regler om information förekommer även i vissa av föreningens övriga riktlinjer.

1. Information om fonder

Vid fondbolagets försäljning av fonder eller vid direktkontakt med kund, som inte sker inom ramen för särskilt tillstånd att erbjuda investeringsrådgivning, ska klart framgå att det inte är fråga om investeringsrådgivning. Informationen skall i övrigt uppfylla de krav som ställs på marknadsföringen i allmänhet, se nedan.

För varje fond ska, enligt lagen om investeringsfonder, finnas en aktuell informationsbroschyr och ett aktuellt faktablad. Årsberättelse och halvårsredogörelse ska upprättas för fonden. Varje andelsägare ska även årligen få en individuell kostnadsredovisning.

Om en schabloniserad och icke individualiserad investeringsmodell tillhandahålls utan direktkontakt med kund ska information finnas om att det är fråga om en förenklad modell och att kontakt med rådgivare rekommenderas för den som önskar personlig rådgivning utifrån individuella förutsättningar.

1.1 Informationsbroschyr

För informationsbroschyren gäller enligt lagen om investeringsfonder särskilda krav på innehållet. I informationsbroschyren ska fondbestämmelser ingå.

1.2 Faktablad

Enligt lagen om investeringsfonder ska faktablad alltid erbjudas före köp. Faktabladets syfte är att tillhandahålla den mest väsentliga informationen enligt en enhetlig struktur. Särskilda krav på innehållet finns i lagen om investeringsfonder samt i föreskriften FFFS 2008:11. Faktabladsen ska uppdateras minst en gång per år. Fondbolagens Förening har tagit fram Manual för faktablad om investeringsfonder som stöd för medlemsföretag vid framtagandet av dessa faktablad.

1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse

Årsberättelsen och halvårsredogörelsen ska innehålla den information som behövs för att man ska kunna bedöma varje fonds utveckling och ställning.

Fondbolaget ska för varje fond som det förvaltar upprätta och lämna

1. en årsberättelse inom fyra månader från räkenskapsårets utgång, och
2. en halvårsredogörelse för räkenskapsårets första sex månader inom två månader efter halvårsskiftet.

Utskick

Handlingarna ska på begäran kostnadsfritt skickas eller lämnas till andelsägarna och finnas att tillgå hos fondbolaget och förvaringsinstitutet. Fondbolaget ska i samband med årsbesked med individuell kostnadsredovisning (se punkt 1.1.4) tillfråga andelsägarna om de vill ha årsberättelsen och halvårsredogörelsen.

Nyckeltal

Finansinspektionens föreskrift FFFS 2008:11 innehåller redovisningsregler för investeringsfonder.

I föreskriftens 15 kap. 18 § stadgas att fonder i förvaltningsberättelsen ska ange vissa nyckeltal. Fondbolagens Förenings riktlinje för nyckeltal avseende investeringsfonder kompletterar Finansinspektionens föreskrift och syftar dels till att informationen ska uppfylla viss minimistandard, dels till att för spararna medge jämförelser mellan fonder. Nyckeltal ska bl a finnas för avkastning, kostnader, risk, omsättningshastighet och omsättning genom närstående bolag. I samma riktlinje anges även att typexempel ska finnas i årsredovisningen avseende förvaltningskostnad dels för engångsbelopp dels för ett löpande sparande.

1.4 Individuell kostnadsredovisning

Fondbolag ska, enligt 4 kap. 22 och 23 §§ lagen om investeringsfonder, årligen skriftligen informera varje andelsägare om hur stort belopp av de totala kostnaderna för fonden som avser dennes andelsinnehav. Detta bör utföras enligt Fondbolagens Förenings riktlinjer för årlig redovisning av kostnader till andelsägare.

2. Marknadsföring

2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder

All marknadsföring ska utformas i enlighet med god marknadsföringssed (lagar och andra författningar, domstolspraxis, god affärssed etc.). I marknadsföring av fonder till konsumenter ska lämnas relevant och saklig information samt redogöras för de risker som har samband med den produkt som erbjuds. Informationen ska vara tydlig.

Med marknadsföring avses reklam och andra avsättningsfrämjande kommersiella meddelanden oavsett bärare (tidningsannonser, direktreklam, TV-reklam, webbsidor, affischer m m) samt övriga åtgärder i enlighet med marknadsföringslagen. Vid profilskapande marknadsföring utan produktinformation där endast fondbolaget nämns blir flertalet av nedanstående regler ej tillämpliga. Reglerna ger uttryck för en minimivå.

Enligt fondlagstiftningen gäller särskilda krav på innehåll i faktablad och informationsbroschyr samt för årsberättelse och halvårsredogörelse². Innehåller broschyren eller redovisningshandlingarna rent kommersiella meddelanden utöver dessa särskilda krav, gäller föreliggande regler för marknadsföring av fonder.

Observera att Finansinspektionens föreskrifter om värdepappersrörelse (FFFS 2007:16) innehåller regler om marknadsföringsmaterial vid värdepappersföretags försäljning av finansiella

² Innehållet i dessa preciseras i FFFS 2008:11 och gäller för samtliga fonder. För helårsrapport och halvårsredogörelse har Fondbolagens Förening härutöver gett ut Riktlinjer för redovisning av nyckeltal avseende investeringsfonder.

instrument såsom fondandelar. Exempelvis gäller särskilda regler för tidsperioder vid avkastningsredovisning.

2.2 Tidigare uppnådd avkastning

2.2.1 Beräkning av avkastning

Lämnas information om uppnådd avkastning i marknadsföringen, ska avkastningen vara beräknad enligt god branschsed. Detta innebär bl a följande.

Vid information om avkastning för viss fond för den tidsperiod man väljer att redovisa ska, för att uppnå ett för samtliga fonder jämförbart värde, beräkningen baseras på fondens nettoandelsvärde. För fonder som lämnar utdelning ska nettoandelsvärdet kompletteras med ur fonden utdelat belopp.

Fondbolagens Förenings standard för beräkning av avkastning i investeringsfonder bör användas³.

Utdelning till ideella ändamål ska vid avkastningsberäkningen behandlas som övrig utdelning.

Avkastning ska beräknas på aktuella uppgifter och datum för den senaste noteringen ska anges. Vid beräkningen ska avdrag göras för alla avgifter som tas ur fonden. Det ska framgå om in- och utträdesavgifter tillkommer samt vilken valuta som avkastningen är baserad på.

2.2.2 Tidsperioder

Tidigare uppnådd avkastning för viss, framgångsrik period får inte lyftas fram på ett sätt som ger ett skevt helhetsintryck av fondens utveckling. Framställningen måste ge en balanserad bild av den faktiska utvecklingen.

När information om tidigare uppnådd avkastning lämnas i marknadsföringen måste uppgift om avkastning avseende minst den tidsperiod som överensstämmer med fondens placeringshorisont finnas med och anges tydligt.

Rekommenderad tidsperiod är för korta räntefonder ett år, för obligationsfonder två år, för blandfonder tre år och för aktiefonder fem år. Uppgiften ska avse ”rullande” period eller senaste kalenderår. Det ska tydligt framgå vilken period som avses. Även slutdatum för mätperioden ska anges.

Nystartade fonder får lämna uppgift om uppnådd avkastning sedan fondens startdag om det tydligt anges att fonden är nystartad.

2.2.3 Inflation

När redogörelser lämnas för hittills uppnådd värdetillväxt under fem år eller mer ska det tydligt framgå om hänsyn tagits till inflation eller inte.

2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning

Vid antaganden om framtida avkastning ska det tydligt framgå att det endast är fråga om räkneexempel. Flera alternativ med olika förutsättningar bör därvid lämnas.

³ Se bilaga 1

Räkneexempel för att illustrera en fonds framtida värdetillväxt ska i sin helhet överensstämma med god sed och inte vara vilseledande i något avseende. Detta innebär bl.a.

- att räkneexempel grundas på försiktiga och tydligt angivna antaganden,
- att det tydligt ska framgå att det inte är fråga om en utfästelse när antaganden om värdetillväxt görs.

Generell information om inflationens inverkan samt eventuella skatteeffekter för konsumenten ska lämnas när det är av betydelse för att ge ett rättvisande intryck.

Används räkneexempel för att illustrera framtida värdetillväxt ska det tydligt klargöras att det endast är fråga om illustrativa exempel.

2.4 Jämförelser

Om avkastningen i en fond jämförs med avkastningen för en annan fond, en grupp av fonder, ett index eller annan sparform ska följande iakttas.

Presentationen ska vara så utformad att jämförelsen i sin helhet överensstämmer med god sed och inte är vilseledande i något avseende. De olika delarna i jämförelsen ska vara relevanta och bygga på fakta som kan styrkas. Detta innebär t ex följande.

2.4.1 Jämförelser med andra fonder

Sker jämförelse med andra fonder ska tydligt redovisas hur urvalet har gjorts. Urvalet av jämförelsefonder måste vara rättvisande, vilket bland annat innebär att fonderna i allt väsentligt ska ha samma placeringsinriktning. Sker jämförelse med medeltal för andra fonder ska anges om medeltalet är vägt eller inte.

2.4.2 Jämförelseindex

Vid jämförelser med index ska det klart framgå vilket index som har använts. Valt index ska vara relevant och avse den placeringsinriktning som fonden har. Vid jämförelser med marknadsindex ska endast ett utdelningsjusterat index användas om sådant index finns. Om utdelningsjusterat index inte finns att tillgå kan annat marknadsindex användas. Det ska alltid anges om utdelningar ingår eller inte. Om fondbolaget har kombinerat olika index ska sammansättningen preciseras. Utvecklingen för fonden och index ska anges i samma valuta och beräknas på likvärdigt sätt.

2.4.3. Jämförelser med andra sparformer

Om jämförelse görs med någon annan sparform ska principerna för jämförelserna tydligt anges. Beräkningen av avkastningen för fonden och den andra sparformen ska göras på likvärdigt sätt. Jämförelseperioderna ska vara desamma och ska baseras på de regler om tidsperioder som anges i punkt 2.2.2 ovan.

2.4.4 Annan näringsidkare eller dennes produkt

En näringsidkare får i sin reklam direkt eller indirekt peka ut en annan näringsidkare eller dennes produkter bara om jämförelsen inte misskrediterar eller är nedsättande för dennes verksamhet, förhållanden, produkter, varumärken, firma eller andra kännetecken.

2.5 Grafisk framställning

Presentation av uppnått resultat eller räkneexempel med avkastningsantaganden, som illustreras i form av kurvor eller som återges på annat grafiskt sätt måste ge en korrekt bild och vara relevant.

2.6 Värdeomdömen

Kapitalplacering eller avkastning får inte betecknas med begrepp som ”säker”, ”garanterad” och liknande omdömen om det inte kan styrkas att placeraren är tillförsäkrad insatt kapital eller viss avkastning. Ord som ”trygg” och liknande omdömen får inte användas i marknadsföringen om de inte sätts in i ett relevant sammanhang.

Reservationslösa värdeord såsom ”bäst”, ”störst” och ”ledande” får inte användas om omdömena inte kan styrkas.

Begrepp som ”svensk mästare”, ”nordisk mästare”, ”årets förvaltare” och liknande utmärkelser bör inte användas om de inte utdelats av en vederhäftig och från fondbolaget oberoende bedömare samt utgår från ett representativt material. Det åligger marknadsföraren att kunna styrka att dessa påståenden är riktiga och vederhäftiga.

2.7 Risk

Vid marknadsföring av fonder ska alltid framgå att sådana investeringar innebär en risk.

Följande information eller text med liknande innebörd ska alltid finnas med i marknadsföringen av fonder. Texten får inte ges en undanskymd placering:

”Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i fonden kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet”.

Vid marknadsföring av fonder där placerat kapital och avkastning garanteras behöver information enligt ovan inte ges.

Det åligger fondbolag att göra en bedömning av den risk som kan anses föreligga med att placera i den marknadsförda fonden. När fondbolaget bedömer att en fond ska klassificeras som en fond med högre risk, t.ex. med anledning av att fondens värde kan variera kraftigt på grund av fondens sammansättning och de förvaltningsmetoder fondbolaget använder sig av⁴, ska det tydligt framgå av marknadsföringsmaterialet.

⁴ Se denna definition i lagen (2004:46) om investeringsfonder 4 kap. 16 § 2 st. p 2.

2.8 Uppllysning om faktablad och informationsbroschyr

Om konsumenterna genom marknadsföringen erbjuds att köpa andelar i en fond ska det, enligt lagen om investeringsfonder, av erbjudandet framgå att det finns ett faktablad och en informationsbroschyr för fonden och var dessa finns att tillgå.

2.9 Avgifter

Det erinras om att fondbolag enligt lagen om investeringsfonder är skyldiga att tydligt redovisa samtliga avgifter i faktablad och informationsbroschyr, som kunden ska kunna ta del av före köp.

2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn

Bakgrund

I januari 2004 avgav Etiska nämnden för fondmarknadsföring, ENF, på begäran av Konsumentombudsmannen ett vägledande uttalande som angav ett antal krav för att en fond ska kunna marknadsföras som ”etisk”. Efter en förfrågan från Fondbolagens Förening har ENF funnit skäl att se över uttalandet och har i maj 2009, med förtydligande i september 2009, avgett ett nytt uttalande som ersätter det tidigare. Av uttalandet framgår sammanfattningsvis följande, vilket bör iaktas av fondbolag⁵.

ENF anser att följande ska vara uppfyllt för att en fond ska kunna marknadsföras som ”etisk” eller med andra formuleringar som anger eller antyder att fonden riktar in sig på placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn.

- Fondbolaget ska ha en väl definierad process för att välja ut sina placeringar. Detta gäller oavsett om fondbolaget tillämpar positiva eller negativa kriterier i sin urvalsprocess eller om bolaget arbetar genom att söka påverka de bolag, där placeringar sker, i önskad riktning.
- Fondbolaget ska ha en funktion för att löpande kontrollera och säkerställa att urvalsprocessen följs.
- Om fondbolaget framhåller att fondens placeringar väljs utifrån negativa urvalskriterier får högst fem procent av omsättningen i det bolag där placeringen sker, eller i den koncern där bolaget ingår, avse verksamhet som inte lever upp till de särskilda krav som fondbolaget har ställt upp.

⁵ Uttalandet i sin helhet återfinns på Fondbolagens Förenings hemsida www.fondbolagen.se

- Utöver de uppgifter om fondens placeringsinriktning som ska framgå av fondbestämmelser, faktablad och informationsbroschyr, ska fondbolaget på ett tydligt och lättillgängligt sätt redovisa
 - bolagets placeringspolicy för fonden, inklusive information om urvalskriterier och omsättningsgränser, och
 - bolagets urvalsprocess för fonden samt det sätt på vilket processen kontrolleras och säkerställs.

Informationen ska lämnas på bolagets hemsida, men det ska alltid vara möjligt att också få den i skriftlig form.

- Fondbolaget ska i sin årsberättelse och halvårsredogörelse redovisa hur placeringspolicyen uppfyllts beträffande inriktningen på placeringar utifrån särskilda hänsyn. I den mån avvikelser skett från policyen, ska fondbolaget informera om vilka åtgärder som vidtagits med anledning av detta.

3. Rådgivning om fonder

Investeringsrådgivning är en tillståndspliktig verksamhet enligt lagen om värdepappersmarknaden. Tillstånd till investeringsrådgivning kan även ges till fondbolag som erhållit tillstånd att erbjuda diskretionär portföljförvaltning. Sådan verksamhet regleras av lagen om värdepappersmarknaden (2007:528) samt FFFS 2007:16.

3.1 Rådgivning vid diskretionär portföljförvaltning

All rådgivning till konsument som sker inom ramen för ett fondbolags tillstånd att bedriva investeringsrådgivning ska:

- utgå från kundens behov och intressen
- ta hänsyn till kundens kunskapsnivå
- ta hänsyn till kundens riskbenägenhet
- omfatta riskinformation och prisinformation
- kännetecknas av öppenhet om eventuell provision direkt till rådgivaren.

Samt i övrigt uppfylla de krav som ställs i FFFS 2007:16 etc.

Anställda hos fondbolaget som tillhandahåller investeringsrådgivning skall ha erforderliga kunskaper och i övrigt ha den kompetens som verksamheten kräver och enligt de krav som framgår av bilaga 2. Kraven i bilagan utgör ett komplement och en konkretisering på fondområdet av Finansinspektionens krav och ska anpassas efter rådgivningens omfattning och komplexitet.

3.2 Återförsäljares information och rådgivning

Om rådgivning sker om fondbolagets fonder via återförsäljare bör Fondbolaget ha en policy för att utse återförsäljare. Ett skriftligt avtal ska upprättas mellan fondbolaget och återförsäljaren. Av avtalet skall framgå att återförsäljaren ansvarar för att eventuell rådgivning som sker i anslutning till försäljning av fonderna sker i enlighet med gällande lagar föreskrifter och övriga gällande regelverk tillämplig på den verksamhet som återförsäljaren bedriver.

Återförsäljaren ansvarar för att rådgivare besitter den kompetens som krävs och som bland annat framgår av bilaga 2. Kraven i bilagan utgör ett komplement och en konkretisering på fondområdet av Finansinspektionens krav och ska anpassas efter rådgivningens omfattning och komplexitet.

Fondbolaget ska tillhandahålla återförsäljare nödvändig produktinformation och support beträffande fondbolagets fondprodukter.

Bilaga 1 Standard för beräkning av avkastning i investeringsfonder

Vid beräkning av avkastning för fonder bör följande formler användas

För Fonder som inte lämnar utdelning:

$$A = K/K_1 - 1$$

För Fonder som lämnar utdelning:

$$+ \quad A = \frac{K * (1 + U/K_2) - K_1}{K_1} - 1$$

Förklaringar: A = avkastningen under vald period
K = kurs vid periodens slut
K₁ = kurs vid periodens början
K₂ = kurs efter avskild utdelning
U = utdelning

Görs beräkningen för flera år, bör alla utdelningar inom perioden återinvesteras (läggas tillbaka).

Vid presentation av en fonds årliga, genomsnittliga procentuella tillväxt bör en geometrisk metod användas. Hänsyn bör tas till utdelningar under perioden. Nedan ges ett exempel på formel som kan användas.

$$[(AV/K_1)^{(360/d)} - 1] * 100 = \% \text{ avkastning per år}$$

$$AV = K * \prod [1 + (U_n / K_n)]$$

AV = Andelsvärde vid periodens slut (inkl återinvesterade utdelningar)
K₁ = Andelskurs vid periodens början
d = Antal dagar i perioden (alltid 30 per månad)
K = Andelskurs vid periodens slut
U_n = Utdelning nummer "n"
K_n = Kurs efter avskiljandet av utdelning nummer "n"

Om en fond inte är utdelande, blir den ackumulerade utdelningsfaktorn $([1 + (U_n / K_n)])=1$,
d v s andelsvärde= andelskurs.

För räntefonder kan avkastningsberäkningar baseras på såväl en "enkel" ränta (periodränta) som en effektiv årsränta. För dessa fonder ska därför anges hur avkastningen beräknats.

Bilaga 2 Kompetenskrav för den som ger råd om fonder

Investeringsrådgivning regleras av lagen om värdepappersrörelse (2007:528) och i Finansinspektionens föreskrifter FFFS 2007:16 där kompetenskraven regleras i 16 kap. 2-8 §§. Nedan kompletteras ovan nämnda regler med exemplifiering av vilka kompetenskrav som bör ställas vid informationsgivning och rådgivning rörande fonder.

Allmänna råd avseende kompetenskrav i 16 kap. FFFS 2007:16

Kunskapsområden och kunskapsnivå bör anpassas efter näringsidkarens verksamhet och komplexiteten av de lösningar och produkter som rekommenderas en enskild konsument. Nedanstående sammanställning av de kunskapsområden som den som lämnar råd bör behärska får därför inte ses som uttömmande.

Specifikation av kunskapskravet enligt 16 kap. 3 §

Regelverk

- Fondlagstiftningen samt relevanta delar i
- Försäkringsrörelselagen (1982:713),
- Lagen (1993:931) om individuellt pensionssparande (IPS) och
- Lagen (1998:674) om inkomstgrundande ålderspension (premiepensionsdelen)

Sundhetsreglerna i tillämpliga näringsrättsliga lagar

Penningtvätt, investerarskydd och insiderregler

Avtals-, skadestånds- och mellanmansrätt

Konsumenträtt

Arvs-, gåvo- och familjerätt och socialförsäkringsrätt

Tillämpliga skatterättsliga regler

Finansinspektionens roll och regelverk

- inklusive FFFS 2008:11 och 3

Tillämplig självreglering

- För rådgivning och försäljning relevanta riktlinjer från Fondbolagens Förening

Specifikation av kunskapskravet enligt 16 kap. 4 §

Etik

Rådgivarens roll och ansvar

- Lagen (2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter samt FFFS 2008:11
- Fondlagstiftningen
- Tillämplig självreglering från Fondbolagens Förening exempelvis Svensk kod för fondbolag, Riktlinjer om egna och närståendes värdepappersaffärer och valutaaffärer m.m.

Information om handeln till kunder

Rättvis behandling av kund

Sekretessregler

Specifikation av kunskapskravet enligt 16 kap. 5 §

Placeringar och sparformer

- Grundläggande kunskaper i privatekonomi

Aktier och aktierelaterade instrument

Ränteinstrument

Fondandelar

- Allmän fondkunskap
- Motiv för fondsparande

- Fondtyper utifrån placeringsinriktning
- Informationskällor och nyckeltal

Derivat instrument

Blandformer och strukturerade produkter

Pensionsförsäkring och annat pensionssparande

Kapitalförsäkring

Finansiell ekonomi

Kunskap om kapitalmarknadens roll och funktion

- Fondmarknadens uppbyggnad och roll

Grundläggande placeringsstrategier

Avkastning och risk

- Riskredovisning
- Metoder för utvärdering av fonder

Riskjusterad avkastning

Grundläggande portföljlära