



Marknadsföra rätt

Välkomna

17 september 2019

Fondbolagens förening

SWEDISH INVESTMENT FUND ASSOCIATION



Marknadsföringsrätt - huvudsakliga rättskällor

- **Lagar och föreskrifter**
 - Marknadsföringslagen (MFL)
 - Lag om förvaltare av alt. investeringsfonder (LAIF)
 - Lag om värdepappersfonder (LVF)
- **Övriga rättskällor**
 - Branschöverenskommelse BÖ 2015:02
 - Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information
 - ENF:s praxis



God marknadsföringssed

5 § Marknadsföring ska stämma överens med god marknadsföringssed.

6 § Marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed enligt 5 § är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.



Marknadsföring i lagen om värdepappersfonder

- I allt marknadsföringsmaterial ska anges:
 - Fondens placeringsinriktning (om man placerar *i annat* än överlåtbara värdepapper och penningmarknadsinstrument eller om fonden är en indexfond)
 - Om fondens värde kan variera kraftigt
 - Om fonden kan placera till mer än 35 procent i statligt garanterade instrument.

(LVF 4 kap 16 §)



Marknadsföring i lagen om värdepappersfonder

- Faktablad ska utan begäran tillhandahållas i god tid innan avtal ingås
- Fondbolag som genom marknadsföring erbjuder allmänheten att köpa andelar ska i erbjudandet ange att faktablad och informationsbroschyr finns och var man kan få tag på dem.

(LVF 4 kap 20 §)



Självreglering

Svensk kod för fondbolag:

” All marknadsföring ska utformas i enlighet med god marknadsföringssed, vilken närmare utvecklas i Fondbolagens förenings riktlinjer för information och marknadsföring av fonder. Riktlinjerna innefattar en överenskommelse med Konsumentverket som föreskriver bl.a. att all marknadsföring av fonder ska omfatta riskinformation. ”



- **Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information**

- **Överenskommelse med KOV BÖ 2015:02**
 - i kraft sedan 1 januari 2000
 - reviderad 2015
 - införlivad i föreningens riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information p. 2.1 – 2.8



Tillämpningsområde p. 2.1

- **Marknadsföring**
 - åtgärder i näringsverksamhet ägnade att främja avsättningen av och efterfrågan på fonder
- **Alla typer av media/reklambärare**
 - annonser, broschyrer, säljbrev, fondnamn, radio, TV, webben, sociala medier, appar, m.m.
- **Bara delvis för profilskapande marknadsföring utan produktinformation**
 - Enbart information om fondbolaget som sådant
 - Inga inslag i informationen får kunna uppfattas som en uppmaning att köpa produkter eller tjänster



- Avkastning p. 2.2
- Framtida avkastning p. 2.3
- Jämförelser p. 2.4
- Grafisk framställning p. 2.5
- Värdeomdömen p. 2.6
- Risk p. 2.7
- Upplysning om faktablad och informationsbroschyr p. 2.8



Fondbolag bör verka för att andelsägare kan fatta välinformerade beslut om fonder.

- Hjälp till fondspararna att fatta välinformerade beslut
- www.fondkollen.se

