

UTTALANDE

den 29 april 2019 i ärende 12/2018 angående
ifrågasatt vilseledande fonddamn – ”DNB ECO Absolute
Return”

Anmälare:

Konsumentverket

Svarande:

DNB Bank ASA, filial Sverige

ENF:s avgörande

ENF finner, med hänvisning till punkten 2.1 första stycket i Fondbolagens förenings Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information (riktlinjerna), att DNB Bank ASA, filial Sverige har handlat i strid med god sed vid marknadsföringen av fonder genom att i marknadsföring av fonden ”DNB ECO Absolute Return” använda den vilseledande beteckningen ”Absolute Return” samt den obestyrkta och därmed vilseledande beteckningen ”ECO” i fondens namn.

Konsumentverkets anmälan

Konsumentverket anser att namnet ”DNB ECO Absolute Return” kan vilseleda konsumenten om fondens egenskaper och att det kan medföra att konsumenten påverkas i sitt affärsbeslut.

ENF har tidigare meddelat ett vägledande uttalande angående användningen av fonddamn vid marknadsföring av fonder. Förutom den generella bedömningen kommenterade ENF enskilda produktnamn, bland annat termen ”Absolutavkastande”. Av uttalandet framgår att termen absolutavkastande är svår att förstå för den som inte är verksam inom fondbranschen. Ordet kan för många konsumenter ge ett felaktigt intryck av att en avkastning garanteras. Enligt nämndens uppfattning finns det alltså en risk för att termen absolutavkastande ger konsumenterna en felaktig förväntansbild. Termen bör därför inte användas i namnet på en fond. ENF understryker även att ett språk som är diffust och svårt att förstå för den oinvidige inte ska användas i kommunikation med kund. Konsumentverket delar ENF:s bedömning i frågan och anser att samma bedömning även gäller för användandet av termen på engelska eller andra språk.

Adress:

*c/o Fondbolagens förening,
David Bagares gata 3 111 38 Stockholm*

Telefon:

08-50698800

E-post:

info@fondbolagen.se

I fonddamnet ingår även begreppet ”eco”. Det får anses vedertaget att genomsnittskonsumenten uppfattar begreppet ”eco” (alt. eko) som en förkortning för ekologiskt. Enligt Konsumentverkets bedömning ger fondens namn genomsnittskonsumenten intrycket av att fondens innehav i sin helhet är i ekologiskt, det vill säga att fonden enbart investerar i ekologiska produkter.

Av fondens faktablad framgår att fonden tar långa och korta positioner i aktier utgivna av bolag över hela världen, verksamma inom förnybar energi. Av fondens hållbarhetsprofil framgår vidare bland annat att fondens förvaltare tar hänsyn till hållbarhetsfrågor och att fonden inte placerar i bolag som är involverade i produktion av bland annat tobak eller i bolag som investerar mer än 30 procent i fossila bränslen eller kol.

Det finns inga specialregler rörande användningen av begreppet ”ekologiskt” vid marknadsföring av fonder eller andra finansiella produkter och tjänster. I avsaknad av specifika regler på det aktuella området kan vägledning hämtas från närliggande bestämmelser. Vad gäller användandet av begreppet ”eco” kan vägledning hämtas från förordningen (EG) 834/2007 om ekologisk produktion och märkning av ekologiska produkter.

Av förordningen framgår att det är viktigt att bibehålla konsumenternas förtroende för ekologiska produkter. Förordningen lyfter även fram att de termer som används för att beteckna ekologiska produkter, av hänsyn till konsumentskyddet och rättvisa konkurrensvillkor, bör vara skyddade i hela gemenskapen så att de inte används för icke-ekologiska produkter. Skyddet bör också vara tillämpligt på alla vanliga härledningar, vare sig de används enskilt eller i kombination.

Av artikel 23.4 a (ii) i förordningen framgår att *minst 95 procent* av produktens ingredienser av jordbruksursprung ska vara ekologiska för att begreppet ekologiska ska få användas i produktens varubeteckning. Av artikel 19.2 a framgår att produkten huvudsakligen ska framställas av ingredienser av jordbruksursprung.

Konsumentverket anser att samma krav på miniminivå kan och ska ställas på fonder och andra finansiella tjänster som marknadsförs som ”ekologiska” eller med liknande begrepp som ger intrycket av att en produkt är ekologisk. Såvitt framgår av fondens informationsmaterial är inget av fondens innehav ekologiska. Konsumenter kan därför enligt Konsumentverkets bedömning vilseledas om fondens egenskaper.

Mot bakgrund av ovanstående anser Konsumentverket att aktuell marknadsföring är vilseledande och oförenlig med god branschsed.

Svaromål från DNB Bank ASA, filial Sverige

DNB bestrider att marknadsföringen av fonden DNB Eco Absolute Return är eller varit vilseledande respektive oförenlig med god branschsed.

DNB har tillagt att man för närvarande bedriver ett internt projekt som syftar till att uppdatera och ändra namnen på tre fonder med juridisk hemvist i Luxemburg. En av dessa fonder är ”DNB ECO Absolute Return”. Sedan tidigare och parallellt med detta

bedrivs också ett projekt för att ändra bolagsstrukturen på bankens fondverksamhet i Luxemburg. Förvaltningsbolaget i Luxemburg är DNB Asset Management S.A. och till detta är knutet två fondföretag, DNB FUND (SICAV) respektive DNB SICAV. DNB har just nu en ansökan inne hos CSSF i Luxemburg (motsvarande svenska Finansinspektionen) om att fusionera dessa två fondföretag. Under tiden som denna fusionsansökan behandlas kan DNB inte inkomma med några ansökningar om förändringar i dessa två fondföretags s.k. ”sub-fonder”. ”DNB ECO Absolute Return” är en sub-fond i fondföretaget DNB FUND (SICAV). Så fort fusionen mellan de båda fondföretagen är godkänd och genomförd ämnar dock DNB ansöka om namnändring av bl.a. fonden ”DNB ECO Absolute Return”.

DNB har ännu inte beslutat vilket det nya namnet kommer att bli. Slutledet ”Absolute Return” lär emellertid med all sannolikhet ändras till ”Market Neutral L/S”. Förledet ”ECO” kommer också att ändras, men till vad är ännu inte klart.

Under perioden fram till namnändringen av fonden ”DNB ECO Absolute Return” i Luxemburg är genomförd, vilket troligen handlar om några månader, kommer DNB i Sverige inte att aktivt marknadsföra fonden. Till saken hör att fonden har attraherat mycket lite intresse i Sverige, att handeln i fonden i Sverige är ringa och att den totala volymen som svenska kunder investerat i fonden är försvinnande liten (ca 2,5 miljoner kr att ställa mot knappt 10 miljarder kr som svenska kunder har investerat i övriga DNB fonder).

Konsumentverkets yttrande över DNB Bank ASA, filial Sveriges svaromål

Konsumentverket vidhåller vad som anförts i anmälan och vill därutöver framhålla att begreppet affärsbeslut ska ges en vidsträckt innebörd och att det täcker flera beslut som en konsument kan fatta under processen fram till köpbeslutet (MD 2010:8). Enligt domstolen är det ett affärsbeslut om konsumenten bestämmer sig för att vidta en ytterligare åtgärd med anledning av ett reklammeddelande, t.ex. besöka en butik eller en webbplats för att inhämta mer information. Då ett fondnamn utgör en del i marknadsföringen av fonden anser Konsumentverket att ett affärsbeslut kan ha fattats av en konsument efter att endast ha tagit del av fondnamnet. Som nämnden tidigare uttalat kan ett i sig vilseledande produktnamn inte neutraliseras av korrigerande information i exempelvis faktablad. Konsumentverket anser därmed att en konsument riskerar att fatta ett affärsbeslut under felaktiga föreställningar om fondnamnet är vilseledande, även om korrigerande information lämnas i informationsmaterial som konsumenten kan ta del av i ett senare skede.

Vidare vill Konsumentverket anföra att det är angeläget att nämnden prövar det aktuella fondnamnet i sin nuvarande lydelse oavsett om fondbolaget har för avsikt att ändra fondnamnet. Detta för att åstadkomma en enighet och samsyn inom branschen om vilka fondnamn som kan användas och under vilka förutsättningar.

ENF:s bedömning

Tillsynsmyndighets bedömning av fondnamn

Den aktuella fonden är registrerad i Luxemburg och dess prospekt (fondbestämmelser) inklusive namnet prövas därför av den luxemburgska tillsyns-

myndigheten, CSSF. För en fond som är etablerad i ett annat land gäller registreringslandets regler för den näringsrättsliga bedömningen av fondens verksamhet. Marknadsförs fonden i ett annat land är det däremot värdlandets regler som gäller för marknadsföringen. Den svenska Finansinspektionens praxis är därför i sig inte direkt tillämplig men kan utgöra ett underlag för synen på fonddamn på den svenska marknaden och indirekt för den marknadsrättsliga bedömningen av fonddamnen.

Vid sin bedömning av fonddamn beaktar Finansinspektionen att namnet kan vara vilseledande om det inte överensstämmer med fondens karaktär och placeringsinriktning. Således måste exempelvis en fond med geografisk hänvisning i namnet (Europa, Nordamerika, Ryssland etc.) ha en placeringsinriktning som motsvarar namnet. Detsamma gäller fonddamn som för tanken till en särskild bransch. Samtidigt har Finansinspektionen betonat att fonddamnet i många fall inte säger något om fondens placeringar eller egenskaper och att fonddamnet inte är det enda urvalskriterium som spararna förlitar sig på.

Allmänt rörande den marknadsrättsliga bedömningen

DNB har anfört att man inlett en process som bl.a. innebär att fondens namn kommer att ändras och att de bäge påtalade beteckningarna sannolikt inte kommer att användas framdeles. Detta utgör dock inget skäl för att inte pröva anmälan i sak. Prövningen avser den påtalade marknadsföringen såsom den förekommit utan hänsyn till löften om eventuella ändringar av denna.

ENF har i ett vägledande uttalande den 12 november 2012 angående användningen av fonddamn vid marknadsföring av fonder (ärende 7/2012) uttalat att namnet är en viktig del av en fonds marknadsföring. Genom detta kan fondens inriktning i ett eller flera avseenden kommuniceras till spararna på ett sätt som har betydelse för deras beslut att investera. Fondens namn kan utan hinder av att det är godkänt av Finansinspektionen enligt fondlagstiftningen komma att anses strida mot marknadsföringsrättsliga regler, exempelvis branschens nämnda riktlinjer som utgör den centrala regelkällan för ENF:s bedömningar.

I nämnda uttalande framhöll ENF att utgångspunkten för bedömningen är det grundläggande krav på vederhäftighet som gäller för all marknadsföring och som kommer till uttryck i riktlinjerna. Nämnden uttalade att fondbolagen noga måste säkerställa att produktnamnen och andra delar av marknadsföringen ger en rättvisande bild av produkterna och att fondbolagen därför inte kan stanna vid den rent legala tillståndsprövningen enligt fondlagstiftningen. Fondbolag måste även noga överväga om namnet leder tanken rätt, dvs. ger konsumenten rätt förväntansbild.

Nämnden framhöll vidare att enbart produktnamnet inte kan förmedla all den information som konsumenterna behöver inför sina köpbeslut. Allt marknadsföringsmaterial måste därför vara utformat med konsumenternas totala informationsbehov för ögonen. Samtidigt underströks att ett i sig vilseledande produktnamn aldrig kan neutraliseras av korrigerande information i exempelvis faktablad. Fondbolagen måste alltså säkerställa att fonddamnen klarar kravet på vederhäftighet. Därvid måste beaktas att en fond kan sägas marknadsföras redan och enbart genom exponering av fondens namn. Vidare måste beaktas att det, såsom Konsumentverket påpekat, föreligger ett affärsbeslut i marknadsrättslig mening om konsumenten redan på grund av

fondnamnet bestämmer sig för att inhämta ytterligare information genom att ta del av exempelvis faktablad. Ett sådant affärsbeslut får inte riskera att fattas på grund av att konsumenten av fondnamnet har getts en felaktig förväntansbild rörande fondens karaktär och egenskaper. Vad som i det tidigare nämnda vägledande uttalandet från ENF sägs om möjligheten av att i annan information neutralisera eller komplettera den förväntansbild som fondnamnet i sig kan ge, gäller därför fondnamn där den genomsnittlige konsumenten av namnet visserligen ges en ofullständig bild av fondens karaktär och inriktning men samtidigt kan antas inse detta förhållande, samt att bilden kompletteras och preciseras i annat material, t.ex. faktablad. Detta torde gälla fondnamn som innehåller eller antyder exempelvis viss bransch eller geografisk inriktning och där konsumenten kan antas inse att kompletterande information behöver inhämtas i annat informationsmaterial. Även beteckningen ”småbolagsfond” kan vara ett sådant fall och gavs också som exempel i det vägledande uttalandet. Fondnamn som i sig kan ge en felaktig bild av placeringsinriktningen är dock som sades i det vägledande uttalandet inte acceptabla.

Beteckningen Absolute Return

Utifrån de allmänna principer nämnden fastslog enligt ovan kommenterade ENF i det vägledande uttalandet tre olika exempel på fondnamn. Ett av dessa var beteckningen ”absolutavkastande”. ENF ansåg att termen är svår att förstå för den som inte är verksam inom fondbranschen. Nämnden uttalade att den för många konsumenter kan ge det felaktiga intrycket att en avkastning garanteras och att den därför inte bör användas i namnet på en fond.

Den nu påtalade beteckningen ”Absolute Return” är vanligt förekommande, särskilt när det gäller fonder som är registrerade utomlands. Beteckningen är enligt ENF:s bedömning ägnad att ge väsentligen samma uppfattning som ”absolutavkastande”. Den kan således ge intrycket av att en avkastning garanteras. DNB har inte ens påstått, än mindre försökt styrka, att någon avkastning är garanterad vid en investering i den aktuella fonden. Beteckningen ”Absolut Return” är därför i sig vilseledande och strider mot riktlinjernas krav på vederhäftighet.

Beteckningen ECO

Beteckningen ”ECO” utgör såsom Konsumentverket gjort gällande ett miljöpåstående. Det torde av konsumenter väsentligen likställas med ”eko” eller ”ekologisk”. Dessa beteckningar har ingen fastställd eller annars klar innebörd. Även om man vid bedömningen i viss mån skulle kunna beakta de EU-regler som Konsumentverket åberopat, delar inte ENF vad som förefaller vara verkets uppfattning att beteckningarna närmast skulle föra tanken till ekologiska jordbruksprodukter. Beteckningarna förekommer i många olika sammanhang och torde därvid beroende på sammanhanget av konsumenten ges olika innebörd. Ett sådant exempel är ”eco” i samband med bilar och andra fordon och som enbart i det sammanhanget som sådant kan ha flera olika betydelser.

”Eco” skulle kunna vara ett begrepp som kan ingå i ett fondnamn och där konsumenten inser att ytterligare information om innebörden finns att inhämta i annat informationsmaterial. Beroende på vad och hur som där anges kan det inte uteslutas att beteckningen skulle kunna vara acceptabel. ENF finner emellertid anledning att framhålla att i vederhäftighetsfrågor gäller s.k. omvänd bevisbörda, vilket innebär att

marknadsföraren har att styrka att dennes marknadsföring är vederhäftig. I ärendet har DNB inte anfört något skäl för sitt bestridande av att beteckningen ”ECO” i fondens namn skulle vara vilseledande. Den är således obestyrkt och ska redan därför anses vilseledande och stridande mot riktlinjernas krav på vederhäftighet.

Övergångsperiod

Att ändra ett fonddamn är mot bakgrund av fondlagstiftningen inte bara tidsödande utan också kostnadskrävande. Det är därför rimligt att ge anstånd med den ändring som på grund av detta beslut måste komma till stånd. Fondbolaget bör ges möjlighet att passa in processen med namnbytet i den årliga verksamheten, bland annat ifråga om nödvändig information till fondandelsägarna.

ENF utgår från att DNB Asset Management i enlighet med vad man angett genomför den process för byte av namnet som redan synes ha inletts och att denna slutförs senast vid utgången av första kvartalet 2020, dvs. senast den 31 mars 2020.

Avgift

Enligt 19 § i ENF:s stadgar ska vid ett fällande avgörande en avgift normalt tas ut av medlemsbolag i Fondbolagens förening. Den högsta avgiften som för närvarande kan tas ut är 100 000 kr. Den anmälda marknadsföringen strider mot god branschsed och motiverar därför en avgift. Vid en samlad bedömning finner ENF att avgiften i detta fall ska bestämmas till 25 000 kr.

I ENF:s uttalande har deltagit ordföranden Kenneth Nordlander, vice ordföranden Torsten Brink samt ledamöterna Hans Ek, Eva Gottfridsdotter-Nilsson, Helena Hillström, Carina Brehmer och Siv Öhlund.

Uttalandet är enhälligt.

Slutlig föredragande av ärendet har varit Anna Larris.

Kenneth Nordlander
Ordförande

Anna Larris
Sekreterare