

Izba Domów Maklerskich zwraca się z zapytaniem czy i kiedy ESMA prześle dla uczestników rynku Q&A on inducements.

W nawiązaniu do powyższego przekazujemy propozycje pytań do Q&A dotyczące inducements.

1. art. 11 ust. 2 Dyrektywy Delegowanej – jak należy rozumieć stwierdzenie, że usługa jest proporcjonalna do otrzymanych zachęt oraz w jaki sposób firma ma wykazywać, że świadczenie usługi dodatkowej jest proporcjonalne do poziomu otrzymywanych zachęt?
2. Czy na podstawie art. 11 ust. 2 Dyrektywy Delegowanej firma inwestycyjna może uznać, iż do spełnienia warunku proporcjonalności wystarczające będzie faktyczne świadczenie usługi kwalifikowanej w sposób wskazany w art. 11(2) niezależnie od kosztów ponoszonych przez firmę inwestycyjną w związku ze świadczeniem tej usługi? Czy koszt poniesiony jednorazowo związany z uruchomieniem usługi dodatkowej w celu wypełnienia zasady proporcjonalności, o której mowa w art. 11 ust. 2 Dyrektywy Delegowanej może zostać rozłożony w czasie adekwatnie do przewidywanego okresu świadczenia tej usługi dodatkowej? Np. wdrożenie systemu służącego do uruchomienia usługi dodatkowej wiąże się z jednorazowym wydatkiem w wysokości 1 mln EUR. Jednocześnie firma inwestycyjna otrzymuje zachęty w wysokości 100 tys. Euro rocznie. Czy za dopuszczalne działanie firmy inwestycyjnej można uznać oszacowanie czasu świadczenia tej usługi dodatkowej na rzecz klientów (np. 10 lat) oraz uwzględnianie na potrzeby podnoszenia jakości kosztów proporcjonalnie do tego okresu (w tym wypadku 1 mln: 10 lat = 100 tys. Euro rocznie?). Czy taki sposób postępowania pozwoli firmie inwestycyjnej udowodnić, iż świadczenie usługi dodatkowej jest proporcjonalne do otrzymywanych zachęt?
3. W naszej ocenie wymóg indywidualnego poinformowania klientów o przyjętych przez FI zachętach o czym mowa w art. 11 ust. 5 pkt c) Dyrektywy Delegowanej oznacza, że każdy klient powinien taką informację otrzymać ale informacja ta nie musi zawierać rozbitcia kosztów przypisanych do poszczególnych klientów, a jedynie przedstawiać koszty poniesione na grupę klientów na rzecz których świadczona jest dana usługa związana z przyjęciem korzyści.
4. W związku z art. 11 ust. 4 Dyrektywy Delegowanej prosimy o informację jakie są przykładowe sposoby, którymi firma inwestycyjna ma się posługiwać aby udowodniać jak wynagrodzenia, prowizje i korzyści niepieniężne wypłacane lub otrzymywane przez firmę inwestycyjną, lub które firma zamierza wykorzystać, podnoszą jakość usług świadczonych na rzecz odpowiednich klientów.
5. Art. 11 ust. 2a iii Dyrektywy Delegowanej: czy w przypadku kiedy na rzecz jednego klienta świadczone są różne usługi zachęta otrzymana w ramach jednej z nich może być wykorzystana do podniesienia jakości (poprzez świadczenie usługi dodatkowej lub usługi wyższego stopnia) innej usługi świadczonej na rzecz tego samego klienta w przypadku gdy usługi nie są ze sobą powiązane tj. druga usługa (której jakość jest podnoszona) nie jest usługą dodatkową ani usługą wyższego stopnia w stosunku do pierwszej (w ramach której przyjmowana jest zachęta).
6. Czy firma inwestycyjna, która spełnia wymagania artykułu 11 Dyrektywy Delegowanej, a w szczególności świadczy usługę przyjmowania i przekazywania zleceń w sposób, o którym mowa w ustępie 2 a) iii), w ramach uzasadnienia przyjmowanych zachęt od Towarzystw Funduszy Inwestycyjnych/spółek zarządzających (w postaci udziału w opłacie manipulacyjnej

oraz w opłacie za zarządzanie za nabywane Tytuły Uczestnictwa w instytucjach wspólnego inwestowania) może zaliczać następujące wydatki związane z:

- kosztami zatrudnienia osób przyczyniających się do udostępniania szerokiej oferty lub świadczenia usługi doradztwa, sporządzania analiz lub rekomendacji?
  - z zapewnieniem narzędzi o wartości dodanej, takich jak obiektywne narzędzia informacyjne pomagające danemu klientowi w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych lub umożliwiające danemu klientowi monitorowanie, modelowanie i dostosowanie zakresu instrumentów finansowych będących przedmiotem jego inwestycji, albo z udostępnianiem okresowych sprawozdań na temat wyników oraz kosztów i opłat związanych z instrumentami finansowymi, np. koszty związane z implementacją i utrzymaniem narzędzia, które umożliwia w łatwy sposób wyszukanie informacji o różnego rodzaju funduszach inwestycyjnych takich jak stopy zwrotu, kluczowe informacje, tabele opłat, polityka inwestycyjna, informacja o zarządzających, wielkości aktywów, rankingi, itp.
  - szkoleniami dla Klientów i pracowników organizowane przez firmę inwestycyjną.
7. Czy w przypadku gdy, firma inwestycyjna świadczy na rzecz klienta usługę przyjmowania i przekazywania zleceń, a jednocześnie przekazuje klientowi materiały marketingowe przygotowane i otrzymane od TFI czy może pobierać za to dodatkowe opłaty od TFI czy też są to niedozwolone zachęty?
  8. Czy w przypadku gdy, firma inwestycyjna świadczy na rzecz klienta usługę przyjmowania i przekazywania zleceń, a jednocześnie przekazuje klientowi samodzielnie opracowane materiały marketingowe dotyczące również TFI, firma inwestycyjna może pobierać za to dodatkowe opłaty od TFI czy też są to niedozwolone zachęty?
  9. Czy dopuszczalną zachętą z punktu widzenia firmy inwestycyjnej - dystrybutora jednostek uczestnictwa jest umieszczanie w materiałach reklamowych przygotowanych przez TFI nazwy firmy inwestycyjnej - dystrybutora ?
  10. Czy w przypadku gdy dystrybuowanie instrumentów finansowych (np. jednostek uczestnictwa danego TFI) wymaga zmian w systemie informatycznym firmy inwestycyjnej - dystrybutora jednostek uczestnictwa, otrzymanie zwrotu kosztów przez firmę inwestycyjną od TFI dostosowania tego systemu jest dopuszczalną zachętą?
  11. Czy w przypadku gdy w celu umożliwienia TFI wywiązywania się z przepisów prawa (np. z zakresu FATCA czy AML) wymagane jest dostosowanie własnych procesów, w tym w szczególności systemów informatycznych przez firmę inwestycyjną, otrzymanie zwrotu kosztów przez firmę inwestycyjną od TFI takiego dostosowania jest dopuszczalną zachętą?