

Dohľadový benchmark NBS k distribúcii podnikových dlhopisov (revidované znenie)

Stanovisko odboru dohľadu nad
kapitálovým trhom Národnej banky
Slovenska zo dňa 30. 4. 2024

(dohľadový benchmark) k distribúcii
podnikových dlhopisov (revidované
znenie)

Apríl 2024

Národná banka Slovenska, odbor dohľadu nad kapitálovým trhom (ďalej len „NBS“), na základe ustanovenia § 1 ods. 3 písm. a) bodu 3 zákona č. 747/2004 Z. z. o dohľade nad finančným trhom a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, vydáva toto stanovisko v záujme zabezpečenia jednotného postupu pri plnení povinností vyplývajúcich zo ZCP a ďalších právnych predpisov pri distribúcii PD retailovým klientom. Týmto stanoviskom sa nahrádza stanovisko odboru dohľadu nad kapitálovým trhom Národnej banky Slovenska zo dňa 28.04.2021 (dohľadový benchmark) k distribúcii podnikových dlhopisov.

Č A S Ť I.

Článok 1

Predmet úpravy a účel

1.1.1 Ponuka a predaj podnikových dlhopisov retailovým klientom je naďalej významným fenoménom v podmienkach kapitálového trhu SR. NBS preto považuje za dôležité v zmysle svojich dohľadových právomocí usmerňovať distribúciu podnikových dlhopisov tejto kategórii klientov. Trend zvyšovania úrokových sadzieb môže mať za následok zatraktívnenie potenciálneho výnosu nových emisií PD. NBS považuje PD za legitímny nástroj financovania obchodných spoločností prostredníctvom nástrojov kapitálového trhu, pri ich posudzovaní je však potrebné brať do úvahy rôznu kvalitu jednotlivých PD a ich emitentov.

1.1.2 NBS považuje väčšinu investícií do PD, ktoré sú predmetom tohto stanoviska, za rizikovú investíciu. Tieto PD a ich emitenti zväčša nemajú rating a až na niekoľko výnimiek nie sú obchodované na regulovaných trhoch, čo má za následok neexistenciu likvidného sekundárneho trhu pre tieto cenné papiere. Obvykle, ani pre PD, ktoré sú prijaté na obchodovanie na lokálnom regulovanom trhu, neexistuje z pohľadu regulačného rámca MiFID II likvidný trh, avšak informačná báza, ktorá je obsiahnutá v prospektoch k nim vypracovaným a zverejneným, je pre distribútora a retailového klienta nespornou výhodou v porovnaní s PD bez vypracovaného prospektu. Pri emisiách PD bez povinnosti vypracovať prospekt cenného papiera často nie sú pre investorov dostupné dôležité a dôveryhodné informácie o hospodárení emitenta a súvisiacom podnikateľskom zámere, ktorý je predmetom financovania. V súvislosti s absenciou informácií o hospodárení emitenta je potrebné poukázať aj na PD, ktorých emitentom je novozaložené SPV bez histórie.

1.1.3 S investíciami do PD je spojené kreditné riziko emitenta, pri materializácii ktorého môže nastať situácia, že emitent nie je schopný plniť svoje vopred určené záväzky voči investorom. Ručenie, ktorého podstatou je zabezpečiť splatenie PD inou osobu, ako je emitent, teda ručiteľom, nemusí byť postačujúce na plnenie záväzkov spojených s PD, keďže ručelia sú v mnohých prípadoch spoločnosťami patriacimi do rovnakej holdingovej štruktúry. Dôsledkom takto nastaveného obchodného modelu je skutočnosť, že ak nastanú komplikácie na strane emitenta, ktoré súvisia s jeho schopnosťou plniť si záväzky, negatívny dopad je spravidla prítomný aj na strane ručiteľa, čo v

danom prípade nepriaznivo ovplyvňuje samotný princíp ručenia. V súvislosti s kreditným rizikom je opodstatnené poukázať aj na PD, ktorých emitentom je SPV a ku ktorým nie je poskytované akékoľvek ručenie, a to bez ohľadu na to, že názov SPV môže obsahovať názov etablovanej finančnej skupiny alebo holdingu.

1.1.4 NBS považuje PD, ktoré sú komplexnými finančnými nástrojmi¹, za PD s vysokým rizikovým profilom. Niektoré vlastnosti PD môžu spôsobovať, že tieto nástroje sú pre retailových klientov nezrozumiteľné. Ak sú PD emitované účelovo založenými spoločnosťami, pričom názov dlhového nástroja alebo oficiálny názov SPV môžu zavádzať retailových klientov, pokiaľ ide o totožnosť emitenta alebo ručiteľa, z pohľadu NBS ide o finančné nástroje, pri ktorých je pre týchto klientov ťažké odhadnúť skutočnú hodnotu emitenta a ním vydávaných PD, resp. ich ručiteľa, ako aj prípadné budúce záväzky emitenta PD voči ostatným spoločnostiam v holdingovej štruktúre.

1.1.5 Ak PD nemá schválený prospekt cenného papiera, pre retailového klienta sú finančné údaje o emitentovi, vrátane jeho majetkovej štruktúry a ziskovosti, spravidla ťažko zistiteľné, čo klientom neumožňuje prijať informované investičné rozhodnutie. Za účelom kritického posúdenia komplexných nástrojov, vrátane ich rizík, nákladov a očakávaných výnosov, je potrebná vysoká úroveň porozumenia charakteristikám týchto nástrojov, s čím častokrát súvisí absolvovanie špecifického vzdelania alebo nadobudnutia osobitných skúseností. Tieto predpoklady u väčšiny retailových klientov absentujú, a tak títo klienti principiálne nerozumejú PD.

1.1.6 NBS vníma komplexnosť PD taktiež z pohľadu ich likvidity, keďže pre väčšinu PD, ktorých sa toto stanovisko týka, neexistuje likvidný sekundárny trh. Táto skutočnosť môže zásadným spôsobom negatívne ovplyvniť schopnosť retailových klientov odpredať PD v čase pred termínom jeho splatnosti. V dôsledku toho hrozí riziko, že retailoví klienti sa ocitnú v situácii, kedy budú čeliť možnosti odpredať PD za zlomok ceny jeho obstarania, alebo ho nebudú schopní prediť vôbec. S komplexnosťou PD súvisí aj problematika transparentnosti oceňovania PD, ktorej posúdenie spravila nie je v možnostiach a schopnostiach retailového klienta.

1.1.7 Účelom stanoviska je zjednotiť postup distribútorov a predajcov pri distribúcii PD retailovým klientom a ochrana retailového klienta.

1.1.8 Vydaním tohto stanoviska chce zároveň NBS transparentne vyjadriť svoje očakávania voči distribútorom a predajcom. Za účelom ujasnenia pravidiel distribúcie PD je vhodné stanoviť minimálne očakávané štandardy pri distribúcii PD retailovým klientom. Špecifikácia očakávaní ale neznamená, že distribútori a predajcovia nemôžu v rámci svojej činnosti vykonávať svoje povinnosti

¹ § 73h ods. 1 písm. a) bod 3 ZCP, článok 57 DN a bod 13 usmernení orgánu ESMA týkajúcich sa komplexných dlhových nástrojov a štruktúrovaných vkladov (ESMA/2015/1787 SK)

nad rámec týchto očakávaní a postupovať s ešte väčšou obozretnosťou, ako je uvedená v tomto stanovisku.

Článok 2 Výklad pojmov

2.1.1 Na účely tohto stanoviska sa používajú nasledujúce definície pojmov a skratky. Definície ďalších pojmov a skratiek môžu byť uvedené priamo v texte, ak je to v danom prípade účelnejšie:

Definície pojmov

OCF	obchodník s cennými papiermi, t.j. právnická osoba so sídlom na území Slovenskej republiky založená ako akciová spoločnosť, ktorá vykonáva v Slovenskej republike svoje činnosti podľa § 54 ods. 1 ZCP
Banka	právnická osoba so sídlom na území Slovenskej republiky založená ako akciová spoločnosť, ktorá vykonáva v Slovenskej republike svoje činnosti podľa § 2 ods. 2 ZOB
SFA	samostatný finančný agent podľa § 7 ZFSFP
PFA	podriadený finančný agent podľa § 9 ZFSFP
VFA	viazaný finančný agent podľa § 8 ZFSFP
VIA	viazaný investičný agent podľa § 12 ZFSFP
FA	osoba so sídlom, miestom podnikania alebo umiestnením organizačnej zložky na území Slovenskej republiky, ktorá vykonáva finančné sprostredkovanie na základe písomnej zmluvy s finančnou inštitúciou alebo na základe písomnej zmluvy s SFA
ZCP	zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
ZOB	zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
ZFSFP	zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

distribútor	poskytovateľ investičnej služby súvisiacej s distribúciou PD; touto osobou je Banka, OCP a SFA
distribúcia	akákoľvek služba súvisiaca s ponukou na nadobudnutie PD, odporúčaním na nadobudnutie PD alebo predajom PD
retailový klient	fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorej distribútor poskytuje investičnú službu ako koncovému klientovi v rámci sprostredkovateľského reťazca a nejde o profesionálneho klienta ani spôsobilú protistranu
PD	podnikové dlhopisy vydávané emitentmi (spravidla obchodnými spoločnosťami) okrem dlhopisov vydávaných bankami
predajca	fyzická osoba, napr. PFA, VFA, VIA, zamestnanec Banky alebo OCP alebo SFA, ktorá v rámci distribúcie finančných nástrojov prichádza do priameho kontaktu s retailovým klientom a ponúka, odporúča alebo predáva mu PD
PD s vysokým rizikovým profilom	PD, ktoré sú komplexnými finančnými nástrojmi
PG usmernenia	usmernenia orgánu ESMA k požiadavkám na riadenie produktov stanoveným v smernici MiFID II (03/08/2023 ESMA35-43-3448)
usmernenia o vhodnosti	usmernenia orgánu ESMA o určitých aspektoch požiadaviek na vhodnosť podľa smernice MiFID II (03/04/2023 ESMA35-43- 3172)
MiFID II	smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/65/EÚ z 15. mája 2014 o trhoch s finančnými nástrojmi, ktorou sa mení smernica 2002/92/ES a smernica 2011/61/EÚ
DN	delegované nariadenie Komisie (EÚ) 2017/565 z 25. apríla 2016, ktorým sa dopĺňa smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/65/EÚ, pokiaľ ide o organizačné požiadavky a podmienky výkonu činnosti investičných spoločností, ako aj o vymedzené pojmy na účely uvedenej smernice
požiadavky na riadenie produktov	požiadavky na vytváranie finančných nástrojov a ich distribúciu podľa ustanovení § 71m a § 71n ZCP, prípadne relevantných ustanovení MiFID II

GFI garančný fond investícií podľa § 80 ZCP

Článok 3 Pôsobnosť

3.1.1 Toto stanovisko sa vzťahuje na distribútorov ponúkajúcich PD a ich predajcov.

3.1.2 Stanovisko vychádza zo znenia aplikovateľných všeobecne záväzných právnych predpisov Slovenskej republiky, aplikovateľnej legislatívy Európskej Únie (nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ), nariadení Komisie a smerníc Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) a taktiež zo stanovísk, usmernení, rozhodnutí a odporúčaní vydávaných Európskym orgánom pre cenné papiere a trhy (ďalej aj „ESMA“).

Č A S Ť II.

Článok 4 Nastavenie distribučného reťazca

4.1. Legislatíva a stručná charakteristika problematiky distribučného reťazca PD

Legislatíva:²

- ZCP, najmä ustanovenia §§ 71m a 71n
- ZFSFP, najmä ustanovenia §§ 2 a 37 vo vzťahu k investičným službám poskytovaným FA a špecifikám finančného sprostredkovania v sektore kapitálového trhu

Stručná charakteristika problematiky distribučného reťazca PD:

4.1.1 Definovanie distribučného reťazca je strategickým rozhodnutím OCP/Banky s dopadom na určenie úloh, činností a zodpovednostného rámca OCP/Banky a ich distribučnej siete v súvislosti s predajom PD. Jedným z predpokladov takéhoto rozhodnutia je uskutočnenie analýzy a dôsledného

² Legislatíva je zo strany NBS interpretovaná v súlade s:

- PG usmerneniami; a
- Dokumentom s názvom „Otázky a odpovede orgánu ESMA týkajúce sa tém ochrana investora a sprostredkovanie podľa MiFID II a MiFIR“ vydaný orgánom ESMA pod č. ESMA35-43-349; a
- Dokumentom s názvom „ČASTÉ OTÁZKY A ODPOVEDE MIFID II/MIFIR“ vydaný NBS, zverejnený na <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/legislativa/legislativa/detail-dokumentu/caste-otazky-a-odpovede-mifid-ii-mifir/>
- Dokumentom s názvom „Manuál pre vykonávanie finančného sprostredkovania v sektore kapitálového trhu, zverejnený na <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/legislativa/legislativa/detail-dokumentu/manual-pre-vykonavanie-financneho-sprostredkovania-v-sektore-kapitaloveho-trhu/>

posúdenia konkrétneho PD zo strany OCP/Banky, a to vrátane posúdenia okolností emitenta, ktoré sú uvedené v informačnej karte NBS k PD³.

4.1.2 Posúdenie PD a jeho emitenta vykonané OCP/Bankou je nevyhnutné na to, aby OCP/Banka dôkladne rozumeli charakteristikám PD, ktorých distribúciu zabezpečujú, a to aj prostredníctvom svojej distribučnej siete.

4.2. Očakávania NBS

4.2.1 OCP/Banka má s emitentom PD nastavené vzťahy a informačné toky na takej úrovni, že emitent im poskytne všetky relevantné informácie potrebné na vykonanie dôsledného posúdenia PD, vrátane ich emitenta a v prípade zabezpečených PD aj ručiteľa, za účelom naplnenia požiadaviek na riadenie produktov (v súlade s platnými legislatívnymi požiadavkami).

4.2.2 Základným princípom je, že OCP/Banka sprístupni svojej distribučnej sieti informácie o PD a ich emitentovi a v prípade zabezpečených PD aj o ručiteľovi, vrátane určenia cieľového trhu a distribučnej stratégie.

4.2.3 Regulačnou požiadavkou je, že OCP/Banka v súvislosti s ponukou PD určí cieľový trh aj v takom prípade, ak ho neurčil tvorca PD, pričom je určená taktiež distribučná stratégia konkrétneho PD, ktorou je myslená najmä investičná služba, resp. služby, prostredníctvom ktorých je PD predávaný retailovým klientom.

4.2.4 Vo vzťahu k poskytovaným investičným službám a činnostiam zo strany OCP/Banky a ich distribučného reťazca majú distribútori na pamäti, že umiestňovať PD emitenta je oprávnený len OCP/Banka.

4.2.5 Ostatné články distribučného reťazca (FA) túto regulovanú investičnú službu nesmú poskytovať. Preto FA v rámci rozsahu svojho oprávnenia nesmie pre emitenta umiestňovať PD.

4.2.6 Pri distribúcii PD, a to najmä PD s vysokým rizikovým profilom, sa kladie dôraz na to, aby PD s vysokým rizikovým profilom ponúkali alebo odporúčali len takí predajcovia, ktorí dôkladne rozumejú povahe a rizikám konkrétneho PD.

4.2.7 PD s vysokým rizikovým profilom predávajú iba predajcovia, ktorí majú s takýmito finančnými nástrojmi skúsenosti (ďalej aj „senior predajca“⁴). Okrem toho, v tejto súvislosti SFA nastaví v spolupráci s OCP/Bankou interné kritériá, súbor zručností a kompetencií, ktoré by

³ Informačná karta NBS k PD dostupná na https://www.nbs.sk/img/Documents/TS/200922/Informacna_karta_podnikovych_dlhopisov.pdf

⁴ Senior predajcom sa nemyslí osoba, ktorá môže podľa ustanovení ZFSFP vykonávať finančné sprostredkovanie v sektore kapitálového trhu bez mentora

konkrétny predajca mal napĺňať, aby sa klasifikoval ako senior predajca a vykonával tak distribúciu PD s vysokým rizikovým profilom. Uvedené sa rovnako vzťahuje aj na zamestnancov OCP/Banky, v prípade ak vstupujú do distribučného reťazca pri predaji PD s vysokým rizikovým profilom.

4.2.8 Medzi takéto zručnosti a kompetencie je možné zaradiť napríklad:

- znalosť ekonomických súvislostí vyplývajúcich z finančných ukazovateľov emitenta,
- schopnosť vykonať odhad možných dôsledkov týchto súvislostí na investíciu retailového klienta,
- znalosť a prehľad o odvetví, v ktorom emitent pôsobí vrátane všeobecného posúdenia konkurenčného prostredia,

4.2.9 SFA zodpovedá za priradenie klientov k cieľovému trhu, ktorý určil tvorca, resp. OCP/Banka. Na základe konkrétnych okolností, ktoré súvisia s vykonávaním finančného sprostredkovania, môže konkrétny SFA nechať cieľový trh konečných klientov PD nepozmenený, t.j. tak, ako ho určil tvorca, alebo ho zúžiť. SFA nemôže cieľový trh rozširovať. SFA postupuje v tejto veci v súlade s bodom 46 PG usmernení.⁵

4.2.10 Distribútor, ktorý zároveň poskytuje emitentovi investičné služby upisovanie alebo umiestňovanie, zabezpečí za účelom riadenia konfliktu záujmov, aby predajca nebol zaangažovaný do poskytovania týchto investičných služieb emitentovi distribuovaného PD.

4.2.11 Distribútor, ktorý zároveň poskytuje emitentovi investičné služby upisovanie alebo umiestňovanie, vykoná náležitú starostlivosť vo vzťahu k posúdeniu kreditného rizika emitenta distribuovaného PD ako súčasť plnenia PG požiadaviek, predovšetkým požiadavkám určených v bodoch 19 (c)⁶ a (d)⁷ PG usmernení týkajúcich sa určenia cieľového trhu. V tejto súvislosti je

⁵ Pri presnejšom vymedzení cieľového trhu určeného tvorcem by sa distribútor nemal odchýliť od základných rozhodnutí, ktoré prijal tvorca. Distribútori sa však nemôžu spoliehať len na cieľový trh určený tvorcem bez toho, aby zohľadnili, ako by cieľový trh vymedzený tvorcem zodpovedal ich klientskej základni. Na tento účel by distribútori mali zaviesť a udržiavať špeciálny proces, ktorý je potrebné vykonať vo všetkých prípadoch. Na tento proces sa vzťahuje proporcionalita, to znamená, že preskúmanie a v prípade potreby aj presnejšie vymedzenie cieľového trhu určeného tvorcem zo strany distribútora by malo byť intenzívnejšie v prípade zložitejších produktov a môže byť menej intenzívne v prípade jednoduchších, bežnejších produktov. Na zabezpečenie riadnej kontroly takýchto zložitejších produktov by distribútori mali tiež určiť, či popri opise cieľového trhu tvorcem potrebujú prístup k základným hodnoteniam, ako sú výsledky analýz, ktoré vykonal tvorca, týkajúce sa scenárov a štruktúry poplatkov. Ak na základe tohto procesu distribútor dospeje k záveru, že cieľový trh určený tvorcem netreba presnejšie vymedziť, distribútor môže použiť cieľový trh stanovený tvorcem tak, ako je.

⁶ Finančná situácia so zameraním na schopnosť znášať straty: Spoločnosť by mala stanoviť percentuálny podiel strát, ktoré by cieľoví klienti mali byť schopní a ochotní znášať (napríklad od malých strát až po úplnú stratu), a mala by určiť, či existujú akékoľvek ďalšie platobné povinnosti, ktoré by mohli prevýšiť investovanú sumu (napríklad výzvy na dodatočné vyrovnanie). Mohlo by sa to sformulovať aj ako maximálny podiel aktív, ktoré by sa mali investovať.

⁷ Odolnosť voči riziku a zlučiteľnosť profilu rizikovosti/výnosnosti produktu s cieľovým trhom: Spoločnosť by mala vyjadriť všeobecný postoj, ktorý by cieľoví klienti mali zaujať vo vzťahu k rizikám investície. Je potrebné kategorizovať a jasne opísať základné postoje k rizikám (napríklad „rizikový alebo špekulatívny“, „vyvážený“, „konzervatívny“). Keďže rôzne spoločnosti môžu pristupovať k vymedzeniu rizika rôzne, spoločnosť by mala vyslovene uviesť kritériá, ktoré je nutné splniť, aby bol klient zaradený do danej kategórie. Na splnenie tejto požiadavky by spoločnosti mali použiť

opodstatnené použiť napr. vlastný skóringový model alebo model poskytovaný treťou stranou. Výsledky vykonaného posúdenia poskytne ďalším distribútorom predmetného PD v distribučnom reťazci, s ktorými má uzatvorenú zmluvu. Metodika skóringového modelu je primerane špecifikovaná a archivovaná v rámci plnenia PG požiadaviek.

4.2.12 Emitent PD v spolupráci s OCP/Bankou v postavení tvorcu PD (ak OCP/Banka sa zúčastňujú na tvorbe PD a teda sú v takomto postavení) vyhlásia pre ostatných distribútorov v distribučnom reťazci, že finančné prostriedky získané emisiou PD sa použijú na refinancovanie existujúceho dlhu emitenta voči banke alebo inému subjektu, aby distribútori mohli informovať retailových klientov o možnom zvýšenom riziku PD vyplývajúceho z refinancovania. NBS považuje emisie PD, prostredníctvom ktorých sa refinancujú stratové projekty za obzvlášť rizikové a očakáva, že tomu bude prispôsobené plnenie požiadaviek na riadenie produktov, informačné povinnosti a taktiež marketingové oznámenia týkajúce sa týchto PD.

4.3 Dobré praktiky

4.3.1 Distribútori uskutočňujú produktové školenia alebo semináre určené pre svojich senior predajcov (v prípade SFA v spolupráci s OCP/Bankou), ktorých obsahom sú nielen všeobecné, t.j. teoretické poznatky o PD, ale aj objasnenie vlastností konkrétnych PD, ktoré majú byť alebo sú predmetom distribúcie tohto reťazca a taktiež špecifických okolností súvisiacich s ich distribúciou retailovým klientom. Distribútor si vedie dôkladnú evidenciu o uskutočnených produktových školeniach (napr. prezenčné listiny) a vie tak preukázať, že senior predajcovia disponujú potrebnými zručnosťami a vedomosťami. Súčasťou takýchto školení je aj praktické preverenie predmetných zručností a kompetencií senior predajcov. Tieto školenia alebo semináre sú realizované aj pred začatím distribúcie konkrétnych PD za účelom detailného pochopenia týchto PD zo strany predajcov,

4.3.2 Dobrou praktikou je, ak má distribútor v nadväznosti na dobré praktiky určené v bode 4.3.1 zavedenú požiadavku kladenú na svojich predajcov, ktorá sa týka povinného úspešného absolvovania produktového testu pre oblasť PD. Zhotovenie testu a metodológia jeho vyhodnotenia sú realizované samotným distribútorom alebo obstarané externe (outsourcing).

4.3.3 Distribútori majú zavedené kontrolné mechanizmy zamerané na činnosť senior predajcov, vyhodnocujú ich a v prípade potreby aktualizujú s cieľom konania v najlepšom záujme retailového klienta. Distribútori si vedú evidenciu o realizovaní týchto kontrolných mechanizmov.

indikátor rizika stanovený v nariadení o štrukturalizovaných retailových investičných produktoch a investičných produktoch založených na poistení, prípadne v smernici (EÚ) č. 2009/65/ES. Ak je to relevantné, spoločnosti by mali zvážiť aj riziká zahrnuté v popise pod súhrnným ukazovateľom rizika pre PRIIP, ako je napríklad menové riziko a/alebo riziko likvidity.

4.3.4 Dobrou praktikou je, ak senior predajca, ktorý je zároveň mentorom, prizve adepta na svoj predajný rozhovor týkajúci sa PD s vysokým rizikovým profilom. Rozhovor, ktorý vedie senior predajca slúži adeptovi ako názorný príklad správneho postupu pri predaji PD s vysokým rizikovým profilom. V rámci tohto procesu senior predajca oboznámi adepta s okolnosťami konkrétneho PD s vysokým rizikovým profilom a okolnosťami emitenta.

4.3.5 Obdobne postupuje distribútor v prípade svojich predajcov, keď zabezpečuje takýto postup, kedy senior predajca prizve predajcu, ktorý nemá skúsenosti s PD s vysokým rizikovým profilom, na svoj predajný rozhovor, ktorý slúži ako príklad správneho postupu predaja a oboznámi takého predajcu s okolnosťami PD s vysokým rizikovým profilom a okolnosťami emitenta.

Článok 5 Určenie cieľového trhu PD

5.1. Legislatíva a stručná charakteristika problematiky určenia cieľového trhu PD

Legislatíva:⁸

- ZCP, najmä ustanovenia §§ 71m a 71n
- ZFSFP, najmä ustanovenia §§ 2 a 37 vo vzťahu k investičným službám poskytovaným FA a špecifikám finančného sprostredkovania v sektore kapitálového trhu

Stručná charakteristika problematiky určenia cieľového trhu PD

5.1.1 Určenie cieľového trhu je jednou z kľúčových povinností distribútora vo vzťahu k plneniu požiadaviek na riadenie produktov. Za týmto účelom berie OCP/Banka na kumulatívnej báze do úvahy okolnosti klientov vo vzťahu k PD, ktorými sú najmä:

- 1) typ klientov,
- 2) znalosti a skúsenosti,

⁸ Legislatíva je zo strany NBS interpretovaná v súlade s:

- PG usmerneniami; a
- Usmerneniami o vhodnosti; a
- Dokumentom s názvom „Otázky a odpovede orgánu ESMA týkajúce sa tém ochrana investora a sprostredkovanie podľa MiFID II a MiFIR“ vydaný orgánom ESMA pod č. ESMA35-43-349; a
- Dokumentom s názvom „ČASTÉ OTÁZKY A ODPOVEDE MIFID II/MIFIR“ vydaný NBS, zverejnený na <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/legislativa/legislativa/detail-dokumentu/caste-otazky-a-odpovede-mifid-ii-mifir/>
- Dokumentom s názvom „Manuál pre vykonávanie finančného sprostredkovania v sektore kapitálového trhu, zverejnený na <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/legislativa/legislativa/detail-dokumentu/manual-pre-vykonavanie-financneho-sprostredkovania-v-sektore-kapitaloveho-trhu/>

- 3) finančná situácia a schopnosť znášať stratu,
- 4) odolnosť voči riziku a zlučiteľnosť s profilom rizika a výnosnosti PD a
- 5) ciele a potreby klientov.

5.1.2 Povinnosťou OCP/Banky je vymedziť pozitívny aj negatívny cieľový trh pre vytvárané alebo distribuované PD. Ak OCP/Banka nedistribuuje PD priamo retailovým klientom, t.j. predaj PD sa uskutočňuje prostredníctvom SFA, určenie cieľového trhu zo strany OCP/Banky môže byť na všeobecnejšej úrovni.

5.1.3 Základnou požiadavkou je, aby určenie cieľového trhu bolo konzistentné s distribučnou stratégiou PD (vrátane určenia investičnej služby/služieb poskytovaných konečným klientom) a vo všeobecnosti s nastavením distribučného reťazca.

5.2. Očakávania NBS

5.2.1 NBS považuje PD s vysokým rizikovým profilom za finančné nástroje, kde je cieľový trh tvorený investormi schopnými znášať vysoké riziko. NBS očakáva v tejto súvislosti podrobnejšie určenie cieľového trhu (v porovnaní s jednoduchšími a bežnejšími finančnými nástrojmi)⁹. NBS zdôrazňuje požiadavku na dôsledné posúdenie kategórie „odolnosť voči riziku a zlučiteľnosť profilu rizikovosti/výnosnosti produktu s cieľovým trhom“¹⁰. Nevyhnutné je teda identifikovať cieľový trh dostatočne podrobne na to, aby sa predišlo zahrnutiu skupín investorov, s ktorých potrebami, charakteristikami a cieľmi je daný produkt nezlučiteľný¹¹.

5.2.2 OCP/Banka má poskytovať informácie o stanovení pozitívneho aj negatívneho cieľového trhu, vrátane akýchkoľvek iných informácií súvisiacich s požiadavkami na riadenie produktov, svojej distribučnej siete. SFA získané informácie kriticky posúdi a určí, resp. v prípade potreby zúži, konkrétny cieľový trh PD podľa okolností jeho činnosti. V súvislosti kritickým posúdením získaných informácií (určenie cieľového trhu) SFA dodržiava požiadavky na riadenie produktov určené predovšetkým v bodoch 34 až 40 PG usmernení. Týmto okolnosťami sú napríklad poznatky z investičných služieb poskytovaných konkrétnym SFA a charakteristiky jeho klientskeho kmeňa. SFA teda v porovnaní s OCP/Bankou môže určiť konkrétnejší cieľový trh, v rámci ktorého bude distribuovať PD. Pri plnení požiadaviek na riadenie produktov zo strany distribútorov je potrebné dodržiavať PG usmernenia.

5.2.3 Princípom je, že do negatívneho cieľového trhu sa PD nepredávajú. Ak sa tak stane, malo by k tomu dôjsť len zriedkavo a takýto predaj by mal byť detailne odôvodnený¹².

⁹ Bod 25 PG usmernení

¹⁰ Bod 19 písm. d) PG usmernení

¹¹ Bod 30 PG usmernení

¹² Bližšie sú pravidlá tohto predaja uvedené v bodoch 66, 71, 80, 83, 86 a 88 PG usmernení

5.2.4 Za účelom kontroly dodržiavania pravidiel súvisiacich s cieľovým trhom PD majú distribútori zavedené kontrolné mechanizmy, ktorými zabezpečujú, že PD nie sú predávané mimo cieľový trh alebo do negatívneho trhu, resp. že sa pri ich predaji neopomína na poskytovanie investičného poradenstva alebo minimálne na vykonanie posúdenia primeranosti.

5.3. Dobré praktiky

5.3.1 Distribútori zväžia pri určení cieľového trhu aj dodatočné charakteristiky retailových klientov, ako napr. vek, rodinná situácia, stabilita príjmu alebo pracovného pomeru a pod.

5.3.2 Distribútor využíva pre účely určenia cieľového trhu informácie o svojom klientskom kmeni, ktoré sú získané pri poskytovaní investičného poradenstva. Je potrebné zdôrazniť, že napĺňanie požiadaviek na riadenie produktov nenahrádza vykonanie posúdenia vhodnosti, avšak pri vykonávaní finančného sprostredkovania existuje silná korelácia medzi týmito regulačnými požiadavkami. Na základe uvedeného je opodstatnené, ak zmluva uzatvorená medzi OCP/Bankou a SFA ustanovuje, že SFA a jeho predajcovia poskytujú pri distribúcii PD s vysokým rizikovým profilom svojim klientom investičné poradenstvo. Zmluva taktiež ustanovuje existenciu sankcií za porušenie zmluvy, napríklad zmluvné pokuty za predaj PD mimo určený cieľový trh, ktorý určil OCP/Banka.

Článok 6

Povaha poskytovaných služieb, primeranosť a vhodnosť

6.1. Legislatíva a stručná charakteristika problematiky

Legislatíva:¹³

- ZCP, najmä ustanovenia §§ 73f a 73g
- ZFSFP, najmä ustanovenia §§ 2 a 37 vo vzťahu k investičným službám poskytovaným FA a špecifikám finančného sprostredkovania v sektore kapitálového trhu
- DN, najmä čl. 52 až 56

¹³ Legislatíva je zo strany NBS interpretovaná v súlade s:

- Usmerneniami o vhodnosti; a
- Usmerneniami orgánu ESMA týkajúcich sa komplexných dlhových nástrojov a štruktúrovaných vkladov (ESMA/2015/1787 SK); a
- Usmernenia orgánu ESMA o určitých aspektoch požiadaviek smernice MiFID II na primeranosť a samotné vykonávanie pokynov (12-04-2022 | ESMA35-43-3006); a
- Dokument s názvom „Otázky a odpovede orgánu ESMA týkajúce sa tém ochrana investora a sprostredkovanie podľa MiFID II a MiFIR“ vydaný orgánom ESMA pod č. ESMA35-43-349; a
- Dokument s názvom „ČASTÉ OTÁZKY A ODPOVEDE MIFID II/MIFIR“ vydaný NBS, zverejnený na <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/legislativa/legislativa/detail-dokumentu/caste-otazky-a-odpovede-mifid-ii-mifir/>

Stručná charakteristika problematiky

6.1.1 Vo vzťahu k povahe poskytovaných služieb je základnou povinnosťou distribútorov pri distribúcii PD (najmä PD s vysokým rizikovým profilom) retailovým klientom postupovať v súlade so zásadami poctivého obchodného styku, čestne, spravodlivo a s odbornou starostlivosťou v záujme retailových klientov.

6.1.2 NBS vníma PD s vysokým rizikovým profilom ako rizikové cenné papiere a okrem splnenia zákonných podmienok, by tieto PD v rámci určenej distribučnej stratégie a cieľového trhu, mali byť distribuované iba úzkej skupine retailových klientov, ktorí sú schopní znášať vysoké riziko pre investíciu do takéhoto finančného nástroja a celý predajný proces bude spĺňať štandardy podľa tohto stanoviska.

6.1.3 Investičné poradenstvo, a najmä súvisiace vyhlásenie o vhodnosti je jeden z kľúčových nástrojov pre ochranu retailového klienta a taktiež pre ochranu distribútora, a to najmä v prípadoch, ak by prišlo k nedodržaniu záväzkov emitentov z nakúpených PD s vysokým rizikovým profilom.

6.2. Očakávania NBS

6.2.1 NBS očakáva, že PD s vysokým rizikovým profilom budú zo strany distribútorov distribuované retailovým klientom spravidla s poskytnutím investičného poradenstva. Poskytovanie osobných odporúčaní retailovým klientom zo strany distribútorov je investičným poradenstvom¹⁴, pričom regulačnou požiadavkou je dodržanie všetkých zákonných povinností spojených s touto investičnou službou, najmä poskytnutie vyhlásenia o vhodnosti takejto investície konkrétnemu retailovému klientovi. Vo vyhlásení o vhodnosti je uvedený prehľad poskytnutého investičného poradenstva a taktiež spôsob, akým poskytnuté investičné poradenstvo zodpovedá preferenciám, potrebám a iným charakteristikám retailového klienta¹⁵, vrátane toho, ako sa v tejto súvislosti spĺňajú ciele klienta a jeho osobné pomery vzhľadom na požadovanú dĺžku investície, znalosti a skúsenosti klienta a postoj klienta voči riziku a jeho schopnosť znášať stratu¹⁶. Vyhlásenie o vhodnosti, ako súčasť investičného poradenstva, má osobný charakter ku konkrétnemu retailovému klientovi a má klientovi poskytnúť odôvodnenie vhodnosti poskytnutého investičného poradenstva. Distribútor môže použiť štandardizovaný vzor s predpripravenými vyhláseniami za predpokladu, že zabezpečí, aby dostatočne podrobne odkazovali na rôzne aspekty hodnotenia vhodnosti a rôzne vlastnosti odporúčaného PD. Tieto vzory majú zároveň vždy obsahovať možnosť pre osoby poskytujúce

¹⁴ čl. 9 DN

¹⁵ § 73f ods. 3 ZoCP

¹⁶ čl. 54 ods. 12 DN

investičné poradenstvo pridať „ďalšie aspekty“, do ktorých môžu byť zahrnuté špecifické informácie o klientovi, ktoré nie sú zahrnuté v štandardizovanom vzore.¹⁷

6.2.2 V situáciách, kedy pôjde o legitímne prípady predaja PD s vysokým rizikovým profilom bez poskytovania investičného poradenstva, napr. ak klient odmietne poskytnutie investičného poradenstva zo strany distribútora, sa očakáva, že distribútor vykoná test primeranosti a zároveň písomne vyhlási a potvrdí, že retailový klient má znalosti a skúsenosti s nadobúdaným PD s vysokým rizikovým profilom a že rozumie povahe a rizikám, ktoré s nimi súvisia. Odmietnutie poskytnutia investičného poradenstva má byť zaznamenané v zápise z osobného stretnutia s klientom (viď v kontexte s bodom 8.3.2 tohto stanoviska). NBS očakáva, že takéto prípady sa budú, v prípade distribúcie PD pre retailových klientov, vyskytovať sporadicky. Pokiaľ by distribútor zistil vysokú mieru týchto prípadov, NBS očakáva, že toto bude dôvodom pre spustenie kontrolných mechanizmov voči predajcom a na prehodnotenie distribučnej stratégie.

6.2.3 V prípadoch posudzovania primeranosti investície potvrdí distribútor retailovému klientovi na trvanlivom médiu, že PD s vysokým rizikovým profilom je pre neho primeraný, t. j. že má dostatočné skúsenosti a znalosti.

6.2.4 Či už pri vykonávaní testu primeranosti alebo vhodnosti pre retailového klienta, očakáva sa, že distribútori budú zisťovať informácie od retailových klientov nie len formalisticky, ale dôkladným a detailným spôsobom. Takto získavané informácie sa vzťahujú najmä na PD (najmä konkrétne znalosti a skúsenosti klienta s investíciou do PD s vysokým rizikovým profilom) a distribútori dôsledne vyhodnotia rizikovosť investície vo vzťahu k retailovému klientovi.

6.3 Dobré praktiky

6.3.1 NBS považuje za dobrú prax to, ak predajca informuje retailového klienta o skutočnosti, že investovanie do PD principiálne znamená poskytnutie „pôžičky“ emitentovi PD a že v prípade ekonomických problémov emitenta môže prísť o časť alebo aj o celú výšku ním investovaných prostriedkov, pričom na takúto stratu investovaného kapitálu klienta sa nevzťahuje žiaden garančný systém.

6.3.2 Za dobrú prax sa považujú osobitné testy primeranosti alebo vhodnosti pre investície do PD s vysokým rizikovým profilom, respektíve špecifické otázky zamerané na PD s vysokým rizikovým profilom v rámci týchto testov.

6.3.3 Dobrou praxou je taktiež zaradenie kontrolných otázok v testoch vhodnosti alebo primeranosti na zabezpečenie konzistentného obrazu o okolnostiach retailového klienta,

¹⁷ časť 2, otázka č. 10; dokument s názvom „Otázky a odpovede orgánu ESMA týkajúce sa tém ochrana investora a sprostredkovanie podľa MiFID II a MiFIR“ vydaný orgánom ESMA pod č. ESMA35-43-349

najmä jeho znalostiach o povahe a rizikách PD. Súčasťou tejto dobrej praktiky je aj zaradenie tzv. KO otázok, pri ktorých poskytnutie nesprávnej odpovede zo strany retailového klienta môže mať pre tohto klienta za následok neumožnenie investovania do PD. V takom prípade je prípustné, aby bolo možné KO otázku zodpovedať až po uplynutí primeraného času. Ako príklad takejto dobrej praktiky, ktorá umožní identifikovať skutočnosť, že retailový klient nerozumie povahe PD, je možné považovať to, ak klient na začiatku testu odpovie, že rozumie PD a na inú otázku odpovie, že z PD sa vyplácajú každoročne dividendy.

6.3.4 Ak distribútor v súvislosti s predajom PD neposkytuje investičné poradenstvo (viď bod 6.2.2. tohto stanoviska), distribútor jasne a zrozumiteľne informuje retailového klienta, že sa neposudzuje vhodnosť jeho investície do predmetného PD, a teda sa neposudzuje ani vhodnosť rizikového profilu PD vo vzťahu ku klientovi.

6.4 Zlé praktiky

6.4.1 Za zlú praktiku sú považované veľmi všeobecné testy s nízkym počtom otázok a testy založené prevažne na otázkach, ktoré sú zamerané na sebahodnotenie retailového klienta bez vyvážania prostredníctvom objektívnych kritérií v zmysle bodu 46 usmernení o vhodnosti¹⁸.

6.4.2 Zlou praktikou je taktiež uvádzanie odpovedí typu, že klient rozumie povahe PD, pretože mu ju predajca vysvetlil a takouto odpoveďou sa priradí klientovi v rámci testu zodpovedajúci počet bodov.

6.4.3 Za zlú praktiku sa taktiež považuje metodika vyhodnotenia testov, ktorá dáva priveľkú váhu niektorej z odpovedí, napríklad nadmerne kladie dôraz na znalosti klienta a nízku váhu kladie napríklad jeho skúsenostiam alebo jeho postojom k riziku.

¹⁸ Samohodnotenie by sa malo vyvážať objektívnymi kritériami. Napríklad:

- namiesto otázky, či klient rozumie pojmom „vzťah medzi rizikom a návratnosťou“ a „diverzifikácia rizika“, by spoločnosť mala klientovi predložiť niekoľko praktických príkladov situácií, ktoré môžu v praxi nastať, a to napríklad prostredníctvom grafov alebo kladných a záporných scenárov;
- namiesto otázky, či sa klient považuje za dostatočne skúseného, aby investoval do určitých produktov, by spoločnosť mala klientovi položiť otázku, ktoré druhy produktov klient pozná, ako často s nimi obchoduje a kedy s nimi obchodoval naposledy;
- namiesto otázky, či sa klient domnieva, že má dostatočné finančné prostriedky na investovanie, by spoločnosť mohla klienta požiadať o poskytnutie faktických informácií o jeho finančnej situácii, napr. o pravidelnom zdroji príjmov a o existencii neuhradených záväzkov (ako sú bankové úvery alebo iné dlhy, ktoré môžu významne ovplyvniť posúdenie schopnosti klienta znášať z finančného hľadiska akékoľvek riziká a straty súvisiace s investíciou);
- namiesto otázky, či klientovi nevedí, že bude znášať riziko, by sa spoločnosť mohla opýtať, aké veľké straty by bol klient za určité časové obdobie ochotný znášať, a to v súvislosti s jednotlivou investíciou alebo celkovým portfóliom.

Článok 7 Odmeňovanie a nastavenie provízií

7.1. Legislatíva a stručná charakteristika problematiky

Legislatíva:¹⁹

- ZCP, najmä ustanovenia §§ 71, 71d, 71da až 71de, 71l, 71n, 73b
- ZFSFP, najmä ustanovenia §§ 2 a 37 vo vzťahu k investičným službám poskytovaným FA a špecifikám finančného sprostredkovania v sektore kapitálového trhu
- DN, najmä čl. 27

Stručná charakteristika problematiky odmeňovania

7.1.1 Zásadou je, že odmeňovanie distribučného reťazca je nastavené tak, aby neboli ohrozené záujmy retailového klienta, pričom odmeňovanie má byť primárne založené na kvalitatívnych kritériách, ktoré zohľadňujú spravodlivé zaobchádzanie s retailovým klientom a kvalitu poskytovanej služby.

7.1.2 Odmeňovací mechanizmus na úrovni distribútora nesmie byť nastavený tak, aby boli predajcovia odmeňovaní výhradne na základe kvantitatívnych kritérií, ktorými sú napríklad predajné ciele. Teda je neprípustné, aby množstevné ciele boli jediným alebo rozhodujúcim prvkom určujúcim vyplatenie odmeny.

7.2. Očakávania NBS

7.2.1 Kľúčové je odčleniť, resp. odlišovať odmeňovanie OCP/Banky vo vzťahu k umiestňovaniu PD, teda k službe, ktorú OCP/Banka poskytuje emitentovi PD na zmluvnom základe, od provízií plynúcich OCP/Banke zo služieb poskytovaných retailovým klientom, ktorým predáva daný PD, na ktoré sa aplikujú platné pravidlá upravujúce stimuly podľa ZCP a DN. V súvislosti s odmeňovaním predajcov je potrebné, aby distribútor stanovil aj konkrétne kvalitatívne ciele/ukazovatele pre predajcov, ako sú napríklad chybovosť dokumentácie alebo sťažnosti klientov na predajcov, ktoré distribútor po ich preskúmaní považuje za odôvodnené.

¹⁹ Legislatíva je zo strany NBS interpretovaná v súlade s:

- Dokumentom s názvom „Otázky a odpovede orgánu ESMA týkajúce sa tém ochrana investora a sprostredkovanie podľa MiFID II a MiFIR“ vydaný orgánom ESMA pod č. ESMA35-43-349; a
- Dokumentom s názvom „ČASTÉ OTÁZKY A ODPOVEDE MIFID II/MIFIR“ vydaný NBS, zverejnený na <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/legislativa/legislativa/detail-dokumentu/caste-otazky-a-odpovede-mifid-ii-mifir/>

7.2.2 Distribučné siete dodržiavajú pravidlá upravujúce stimuly za predaj PD, čo znamená napĺňanie požiadaviek na zvýšenie kvality poskytovaných služieb.

Článok 8

Marketingová komunikácia, predzmluvné informácie a fyzický kontakt s klientom

8.1. Legislatíva a stručná charakteristika problematiky

Legislatíva:²⁰

- ZCP, najmä ustanovenia §§ 73c (vo vzťahu k marketingovej komunikácii), najmä § § 73, 73c a 73d (vo vzťahu k predzmluvným informáciám) a najmä § § 73, 73c, 73d a 75 (vo vzťahu k fyzickému kontaktu s klientom)
- DN, najmä čl. 36 (vo vzťahu k marketingovej komunikácii), najmä čl. 44 až 50, 72 až 76 DN (vo vzťahu k predzmluvným informáciám a fyzickému kontaktu s klientom)

Stručná charakteristika problematiky

8.1.1 Marketingová komunikácia je zrozumiteľná, jasne identifikovateľná a nenavodzuje u potenciálneho investora mylný dojem o povahe a rizikách súvisiacich s PD alebo emitentom. Komunikácia je pravdivá a konzistentná s informáciami uvedenými v prospekte cenného papiera, ak je k dispozícii, a taktiež s informáciami poskytnutými počas predajného rozhovoru.

8.1.2 Predajcovia sú povinní plniť zákonné povinnosti týkajúce sa predzmluvných informácií, vrátane povinností podľa DN. Zásadou je poskytnúť retailovému klientovi dostatočné informácie o finančných nástrojoch a službách, ktoré sú retailovému klientovi ponúkané, predovšetkým opis povahy a rizík finančných nástrojov. V tejto súvislosti je potrebné zohľadniť prinajmenšom typ klienta a jeho znalosti a skúsenosti s ponúkanými finančnými nástrojmi a službami.

8.1.3 Súčasťou predzmluvnej transparentnosti sú aj informácie o nákladoch a poplatkoch, vrátane stimulov, záznamovej povinnosti, vrátane vyhotovenia záznamu z osobného stretnutia s klientom na trvanlivom médiu a archivácie údajov podľa platných pravidiel podľa ZCP alebo DN. Všeobecnými požiadavkami na predzmluvné informácie sú:

²⁰ Legislatíva je zo strany NBS interpretovaná v súlade s:

- Dokumentom s názvom „Otázky a odpovede orgánu ESMA týkajúce sa tém ochrana investora a sprostredkovanie podľa MiFID II a MiFIR“ vydaný orgánom ESMA pod č. ESMA35-43-349; a
- Dokumentom s názvom „ČASTÉ OTÁZKY A ODPOVEDE MIFID II/MIFIR“ vydaný NBS, zverejnený na <https://nbs.sk/dohlad-nad-financnym-trhom/legislativa/legislativa/detail-dokumentu/caste-otazky-a-odpovede-mifid-ii-mifir/>; a
- Dokumentom s názvom Informačná karta podnikových dlhopisov, dostupná na: https://www.nbs.sk/img/Documents/TS/200922/Informacna_karta_podnikovych_dlhopisov.pdf

- 1) dostatočný časový predstih pred poskytnutím služby,
- 2) jasnosť a prehľadnosť,
- 3) zrozumiteľnosť a
- 4) aktuálnosť.

8.1.4 Predajca je povinný mať k dispozícii dostatok informácií o klientovi, resp. tieto informácie získať počas predajného rozhovoru alebo prostredníctvom elektronickej komunikácie s klientom na dostatočné posúdenie klienta vo vzťahu k PD.

8.1.5 V súvislosti s informáciami poskytnutými retailovému klientovi platí pravidlo, že tieto informácie napĺňajú požiadavky poctivého obchodného styku, sú transparentné, zrozumiteľné a overiteľné.

8.2. Očakávaná NBS od dohliadaných subjektov

8.2.1 Predajca vyhotoví záznam z osobného stretnutia, ktorý je záznamom obsahujúcim relevantné informácie o tom, čo bolo na stretnutí povedané a predajca dbá na to, aby klient mal dostatok času na jeho prečítanie.

8.2.2 Distribútori majú vypracovaný komunikačný a informačný manuál, ktorý senior predajcovia využívajú v komunikácii s retailovým klientom, za účelom zabezpečenia vysokého štandardu, resp. kvality poskytovaných služieb. Účelom tohto manuálu je, aby retailovým klientom, ktorým sú PD s vysokým rizikovým profilom ponúkané alebo odporúčané, boli adresované pravdivé, presné, konzistentné a overiteľné informácie.

8.2.3 Komunikačný a informačný manuál obsahuje napríklad informácie, ktoré je predajca povinný poskytnúť retailovému klientovi, aké špecifické okolnosti PD s vysokým rizikovým profilom je retailovému klientovi potrebné ozrejmiť a aké súvisiace znalosti retailového klienta má predajca overiť. Distribútori zabezpečia, že uplatňovanie komunikačného a informačného manuálu predajcami je predmetom pravidelného overovania prostredníctvom ich kontrolných mechanizmov.

8.2.4 Predajca využíva informačnú kartu NBS k PD²¹ počas komunikácie s retailovým klientom, ktorá predchádza investičnému rozhodnutiu. V rámci tejto komunikácie predajca informuje retailového klienta o existencii informačnej karty, odprezentuje retailovému klientovi jej obsah a taktiež overí, že retailový klient rozumie 5 základným pravidlám obsiahnutým na jej prvej strane.

8.2.5 Predajca vyzve retailového klienta, aby si vo vlastnom záujme odpovedal aspoň na základné otázky, ktoré sú v informačnej karte uvedené. Základnými otázkami sú:

²¹ Informačná karta NBS k PD dostupná na

https://www.nbs.sk/_img/Documents/_TS/200922/Informacna_karta_podnikovych_dlhopisov.pdf

- a) Dôverujem tomu, kto mi dlhopis ponúka?
- b) Poznám spoločnosť, ktorá tento dlhopis vydáva?
- c) Viem za akým účelom spoločnosť tento dlhopis vydáva?
- d) Mám o spoločnosti a jej podnikateľskom zámere dostatok informácií?
- e) Poznám parametre ponúkaného dlhopisu?

8.3. Dobré praktiky

8.3.1 Informácie týkajúce sa vysvetlenia povahy a rizík konkrétneho PD a taktiež štruktúra ich prezentácie sú obsiahnuté v informačnom a komunikačnom manuáli (viď časť 8.2. tohto stanoviska). Predajca v rámci predajného rozhovoru vo vzťahu k PD oboznámi retailového klienta s informáciami o emitentovi, najmä o činnosti, ktorú chce prostredníctvom PD financovať, o povahe a parametroch ponúkaného PD, významných rizikách spojených s PD, ako je napr. neexistencia likvidného sekundárneho trhu, a špecifických rizikách daného emitenta, ktoré môžu mať vplyv predovšetkým na cenu PD alebo možnosť jeho odpredaja, ak sú distribútorovi a teda aj predajcovi tieto riziká známe, a taktiež o nákladoch súvisiacich s obstaraním a držaním PD na strane retailového klienta.

8.3.2 Dobrou praktikou je, že záznam z osobného stretnutia, je podpísaný retailovým klientom, resp. retailový klient vyjadří inak ako podpisom súhlas s informáciami obsiahnutými v tomto zázname, pričom retailový klient ho má k dispozícii.

8.3.3 Za dobrú praktikú sa považuje vykonanie kontrolného cvičenia, tzv. mystery shoppingu, distribútorom alebo zabezpečenie jeho vykonania externým subjektom (outsourcing), ktoré je zamerané na preverenie správnosti predaja PD retailovým klientom zo strany predajcov. V pozornosti mystery shoppingu sú predovšetkým predajcovia, na ktorých boli podané sťažnosti alebo v rámci kontrolnej činnosti distribútora boli identifikované ich pochybenia v rámci predaja. Toto kontrolné cvičenie môže byť súčasťou produktových školení podľa bodu 4.3.1 a 4.3.2 tohto stanoviska.

8.4. Zlé praktiky

8.4.1 Príkladom zlých praktík je používanie slovných spojení v rámci marketingovej komunikácie, ktorými sú napríklad:

- garantovaný výnos
- garantovaná úroková sadzba
- investujte s garanciou
- zaručený zisk
- garantovaných % mesačne pri investícií od..... EUR

8.4.2 Je neprípustné, aby sa používali slová alebo slovné spojenia, ktoré investíciu do PD alebo výnos z nej plynúci označujú ako garantovaný, bezpečný alebo bezrizikový a podobne.

8.4.3 Zlou praktikou je taktiež stotožňovanie investície do PD s bankovým vkladom alebo investíciou do štátneho dlhopisu a taktiež využívanie mena NBS alebo GFI na účely propagovania PD alebo emitentov.

8.4.4 Za zlú praktiku v súvislosti so záznamom z osobného stretnutia NBS považuje využívanie formulárov, ktoré neumožňujú zaznamenanie reálneho priebehu osobného stretnutia s klientom. NBS považuje štandardizáciu záznamov a dotazníkov za prípustnú, avšak ich štruktúra by mala byť dostatočne flexibilná, aby dokázala naplniť individuálny charakter. Zlou praktikou je aj situácia, kedy tento záznam obsahuje predvyplnenú možnosť, že klient odmietol odpovedať na otázku alebo otázky z investičného dotazníka.

8.4.5 Pri marketingovej komunikácii považuje NBS za zlú praktiku prípady, kedy distribútor využíva na marketingové účely tú skutočnosť, že NBS schválila prospekt konkrétneho PD a toto schválenie prezentuje ako kvalitatívne kritérium ponúkaného PD alebo ako kritérium menšej rizikovosti investície do PD.

Článok 9

Záverečné ustanovenia

9.1.1 Stanovisko predstavuje právny názor NBS. Tento právny názor bude uplatňovaný pri výkone dohľadu zo strany odboru dohľadu nad kapitálovým trhom NBS po uplynutí 6 mesiacov od zverejnenia tohto stanoviska na webovej stránke NBS.

9.1.2 Toto stanovisko je potrebné čítať v kontexte platnej zákonnej regulácie a ostatných materiálov (predovšetkým usmernenia a otázky a odpovede) publikovaných na webovom sídle orgánu ESMA a materiálov zverejnených na webovom sídle NBS týkajúcich sa distribúcie finančných nástrojov, ktorými sú napríklad časté otázky a odpovede k MiFID II a manuál pre vykonávanie finančného sprostredkovania v sektore kapitálového trhu.

V Bratislave, dňa 30. 4. 2024

JUDr. Peter Tkáč, PhD.

riaditeľ odboru dohľadu nad kapitálovým trhom

Vydavateľ

© Národná banka Slovenska apríl 2024
Odbor dohľadu nad kapitálovým trhom

Adresa

Národná banka Slovenska
Imricha Karvaša 1
813 25 Bratislava
mifid2@nbs.sk

Publikácia neprešla jazykovou úpravou.