

Warszawa, dnia 19 lutego 2010r.

Interpretacja przepisów Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 3 kwietnia 2009r. w sprawie postępowania podmiotów prowadzących działalność w zakresie pośrednictwa w zbywaniu i odkupywaniu jednostek uczestnictwa lub tytułów uczestnictwa (Dz. U. Nr 62, poz. 507).

I. Zakres podmiotowy Rozporządzenia:

- 1) Tryb i warunki postępowania towarzystw funduszy inwestycyjnych;
- 2) Tryb i warunki postępowania podmiotów, o których mowa w art. 32. ust. 2 ustawy z dnia 27 maja 2004r. o funduszach inwestycyjnych (Dz. U. Nr 146, poz. 1546 z późn. zm.) – dystrybutorzy jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych.

Rozporządzenie nie obejmuje bezpośredniej dystrybucji jednostek uczestnictwa przez fundusz w postaci wpłat bezpośrednich dokonywanych przez uczestników funduszy z własnych rachunków bankowych.

II. Ocena Klienta.

1) Badanie adekwatności i odpowiedniości.

Na gruncie Rozporządzenia regulacje dotyczące przeprowadzenia oceny adekwatności znajdują się w § 11 Rozporządzenia, natomiast regulacje dotyczące przeprowadzania oceny odpowiedniości znajdują się w § 27 Rozporządzenia. Przedmiotem oceny adekwatności jest ustalenie, czy klient posiada wiedzę i doświadczenie niezbędne do tego, aby zdawać sobie sprawę z ryzyka związanego z oferowanymi produktami lub usługami. Przeprowadzenie oceny ma na celu ustalenie czy dana usługa (rodzaj inwestycji) jest odpowiednia dla klienta. Natomiast przedmiotem oceny odpowiedniości jest ponadto zbadanie sytuacji finansowej klienta oraz ustalenie jego celów inwestycyjnych, które ma na celu uzyskanie informacji pozwalających na przygotowanie rekomendacji dla klienta uwzględniającej jego potrzeby i sytuację.

2) Test adekwatności (§ 11 Rozporządzenia).

Pytania testowe powinny stanowić podstawę do miarodajnej oceny poziomu wiedzy i doświadczenia potencjalnego klienta. Informacje odbierane od klienta na podstawie § 11 Rozporządzenia powinny być właściwe dla określonego rodzaju oferowanego lub wymaganego produktu lub usługi, a zatem powinny uwzględniać specyfikę różnych rodzajów i typów funduszy inwestycyjnych, charakteryzujących się odmienną polityką inwestycyjną i stopniem ryzyka inwestycyjnego oraz różną perspektywę czasową osiągnięcia zysków z inwestycji w dany fundusz.

3) Kiedy należy dokonać oceny klienta.

Obowiązek dokonania oceny klienta, o której mowa w § 11 Rozporządzenia powinien być dokonany przed złożeniem pierwszego zlecenia nabycia. Obowiązki wynikające § 11 Rozporządzenia powinny zostać wykonane również w przypadku składania zleceń za pośrednictwem telefonu lub Internetu, jak również w przypadku innej formy składania zleceń na odległość, która umożliwia przeprowadzenie testu równoległe ze złożeniem zlecenia. W przypadkach, gdy wykonanie tych obowiązków byłoby technicznie niemożliwe podmiot powinien poinformować klienta, że w przypadku wybrania takiej formy składania zlecenia będzie ono traktowane jako zlecenie z wyłącznej inicjatywy klienta.

§ 11 Rozporządzenia wymaga odebrania od klienta informacji pozwalających na dokonanie oceny, czy rodzaj inwestycji jest odpowiedni dla danego klienta. Zatem oceny należy dokonać przed złożeniem pierwszego zlecenia następującego po zmianie polityki inwestycyjnej danego funduszu oraz w przypadku, gdy klient dokonuje reinwestycji. Ocena klienta powinna zostać także dokonana w przypadku złożenia przez klienta zlecenia otwarcia rejestru, w sytuacji gdy otwiera rejestr, a następnie nabywa jednostki uczestnictwa poprzez dokonywanie bezpośrednich wpłat na rachunek funduszu.

III. Informacje przekazywane klientowi (§ 4 Rozporządzenia).

Informacje powinny zostać przekazane klientowi przed złożeniem przez niego zlecenia/świadczeniem usługi nieodpłatnego doradztwa inwestycyjnego. Obowiązek zostanie wykonany, jeżeli klient zostanie poinformowany o podmiocie i świadczonej usłudze przed pierwszym skorzystaniem z danej usługi. Ponadto przed kolejnym zleceniem w przypadku zmian w informacjach, o których mowa w § 4 Rozporządzenia.

Informacja o kosztach i opłatach (§ 4 ust. 3 Rozporządzenia).

Rozporządzenie na podstawie § 4 ust. 3 pkt 1 wymaga przedstawienia klientowi informacji o kosztach i opłatach związanych ze świadczoną usługą, która to informacja powinna być przekazana w rozbiciu na poszczególne pozycje. Oznacza to konieczność ujawnienia jaka część prowizji przekazywana jest na rzecz poszczególnych podmiotów uczestniczących w przyjęciu i realizacji złożonego przez klienta zlecenia. Obowiązek ten obejmuje wszystkie koszty jakie klient ponosi bezpośrednio. Obejmuje to również ujawnienie przez dystrybutora prowizji jaką otrzymuje od TFI – jeżeli to wynagrodzenie stanowi koszt klienta.

IV. Problematyka zleceń złożonych z wyłącznej inicjatywy klienta.

Zlecenia składane z wyłącznej inicjatywy klienta to wszystkie te sytuacje, w których nie jest możliwe dokonanie oceny adekwatności danej usługi dla klienta, albo też dana usługa wykracza poza zakres usług uznanych na podstawie dokonanej oceny za odpowiednie dla danego klienta. Ze zleceniem składanym z wyłącznej inicjatywy klienta nie będziemy mieli do czynienia w przypadku składania kolejnego zlecenia dotyczącego tego samego rejestru, w przypadku gdy pierwsze zlecenie dotyczące tego rejestru nie było traktowane jako zlecenie z wyłącznej inicjatywy klienta. Również jako zlecenie z wyłącznej inicjatywy klienta nie należy traktować zlecenia złożonego w przypadku, gdy stanowi ono odpowiedź na zachętę do jego dokonania, adresowaną w taki sposób, że zachęta ta była skierowana do konkretnej zindywidualizowanej osoby (np. poprzez telefon, e-mail). Z tego kręgu mogą zostać

wyłączone jedynie tego rodzaju przekazy, które nie są adresowane do konkretnej osoby, ale do ogółu, potencjalnego odbiorcy samego przekazu (np. kampania reklamowa w prasie czy TV). Decyduje zatem charakter zachęty oraz zamiar klienta – czy przychodzi on złożyć zlecenie, gdyż zaproponowano mu to w formie bezpośrednio skierowanego do niego komunikatu, z którego dowiedział się o skierowanej do niego ofercie, czy też taka sytuacja nie miała miejsca.

V. Klient profesjonalny na żądanie.

Klientem profesjonalnym na żądanie może zostać każdy podmiot niewymieniony w § 1 pkt 7 lit a –m Rozporządzenia.

Klientem profesjonalnym może zostać podmiot na pisemne żądanie jeżeli posiada wiedzę i doświadczenie pozwalające na podejmowanie właściwych decyzji inwestycyjnych oraz właściwą ocenę ryzyka związanego z tymi decyzjami.

Podmiot powinien dokonać takiej oceny klienta miarodajnie badając jego wiedzę i doświadczenie.