VERDIPAPIRFONDENES FORENINGS BRANSJESTANDARD FOR MARKEDSFØRING:

(Vedtatt på foreningens generalforsamling 29. november 2000, siste gang endret på generalforsamling 14. mars 2024)

1. Standardens anvendelsesområde:

1.1. Denne bransjestandarden gjelder ved markedsføring av verdipapirfond, både der verdipapirfondet fremstår som et produkt i seg selv, og der verdipapirfondet inngår som en del i et annet produkt eller investeringstjeneste. Standarden gjelder også ved markedsføring av investeringstjenesten aktiv forvaltning så langt det passer.

1.2. Bransjestandarden gjelder også profilskapende markedsføring i den grad den er relevant.

1.3. Bransjestandarden regulerer i utgangspunktet markedsføring foretatt i regi av arbeidsgiverforetaket, men vil også få anvendelse der ansatte i arbeidsgiverforetaket uttrykker salgsfremmende opplysninger om et produkt eller tjeneste som omfattes av denne standard.

1.4. Bransjestandarden er bindende for medlemmer og assosierte medlemmer av Verdipapirfondenes forening.

1.5. Mulige brudd på denne standard behandles av markedsføringsutvalget i Verdipapirfondenes forening. Markedsføringsutvalgets beslutning oversendes Forbrukertilsynet til orientering. Alvorlige eller gjentatte brudd på denne standarden kan i henhold til foreningens vedtekter medføre disiplinærforføyelser og i verste fall eksklusjon fra foreningen.

2. Definisjoner

2.1. **Verdipapirfond**: Med verdipapirfond menes verdipapirfond som definert i verdipapirfondloven § 2-3 (3) nr. 1: «*en selvstendig formuesmasse oppstått ved kapitalinnskudd fra en ubestemt krets personer mot utstedelse av andeler i fondet og som for det vesentlige består av finansielle instrumenter og/eller innskudd i kredittinstitusjon*».

2.2. **Aktiv forvaltning (porteføljeforvaltning)**: Med aktiv forvaltning (porteføljeforvaltning) menes investeringstjenesten definert i verdipapirhandellovens § 2-3 (3): *«Med porteføljeforvaltning menes diskresjonær forvaltning av investors portefølje av finansielle instrumenter på individuell basis og etter investors fullmakt».*

2.3. **Markedsføring**: Med markedsføring regnes handlinger som kan være med på å fremme salg av et produkt eller en tjeneste som omfattes av denne bransjestandard,

enten dette gjøres muntlig eller skriftlig. Det vil også f.eks. kunne omfatte salgsfremmende opplysninger som er inntatt i et forvaltningsselskaps lovpålagte rapportering til andelseiere, utover de opplysningskrav som framgår av lov eller forskrift.

2.4. **Profilskapende markedsføring:** Med profilskapende markedsføring menes formidling av informasjon om forvaltningsselskapet eller verdipapirforetaket som ikke i seg selv oppfattes som en oppfordring til å erverve et produkt eller tjeneste som omfattes av denne standard.

3. Generelt

3.1. All markedsføring skal utøves i samsvar med lover, forskrifter, domstolspraksis, bransjepraksis og god forretningsskikk, og i samsvar med ESMAS Guidelines on marketing communications[1].

3.2. Markedsføring skal være på et offisielt språk, eller språk som er godkjent av myndighetene, i det landet som er mål for markedsføringen.

3.3. I markedsføringen skal det gis relevant og saklig informasjon. Markedsfører skal påse at all informasjon til kunder eller potensielle kunder er korrekt, klar, forståelig og ikke villedende. All informasjon skal være lett lesbar eller hørbar.

3.4. Alt markedsføringsmateriell skal utformes og presenteres slik at det tydelig fremstår som markedsføring ved bruk av begreper som «dette er markedsføring», «annonse» eller tilsvarende. I tillegg skal det gis en oppfordring om å lese fondets nøkkelinformasjon og prospekt, samt informasjon om hvor og hvordan denne informasjonen kan innhentes (jf. verdipapirfondloven § 8-4 første ledd). I plassbegrensede annonser i digitale flater kan man utelate oppfordringen om å lese nøkkelinformasjon og prospekt. Slike plassbegrensede annonser skal være så nøytrale som mulig, og angi hvor mer informasjon er tilgjengelig, ved en lenke til en nettside, der informasjonsdokumentene også er tilgjengelige.

3.5. Hvis man informerer detaljert om fondets egenskaper, skal man informere om at man ved kjøp får en andel i fondet, ikke direkte i de underliggende eierandelene, og gi i det minste en kort beskrivelse av investeringsmandatet.

3.6. Når fondets investeringsmandat omtales, skal det angis om fondet er aktivt forvaltet, eller er et indeksfond. Begrepet «indeksnært fond» eller tilsvarende kan også benyttes. Man bør angi hvilken indeks et fond benytter, alternativt angi at et aktivt forvaltet fond ikke har en indeks.

[1] https://www.esma.europa.eu/press-news/esma-news/esma-publishes-guidance-funds%E2%80%99-marketing-communications

4. Historisk avkastning

4.1. Dersom informasjon om historisk avkastning brukes i markedsføringen skal avkastningen være beregnet i samsvar med god bransjepraksis, herunder være i henhold til de prinsipper som er fastsatt i Verdipapirfondenes forenings bransjestandarder for informasjon og klassifisering av verdipapirfond. Det betyr bl.a. at avkastningstall som presenteres skal være beregnet netto, altså fratrukket alle løpende kostnader, og at avkastningstall for kortere periode enn ett år ikke skal annualiseres.

4.2. Det skal angis gjennomsnittlig årlig avkastning for de siste 10 år. Hvis fondets historikk er kortere, skal avkastning for hele perioden fondet har eksistert angis. I tillegg kan avkastning i inneværende år, oppdatert i slutten av siste kvartal, benyttes. Når det presenteres totalavkasting over en periode lengre enn ett år, skal avkastningstall for hvert enkelt år oppgis i tillegg.

4.3. Punkt 4.2 er ikke til hinder for at det i tillegg kan angis avkastning for andre perioder i rapporter til andelseiere eller annet informasjonsmateriell, forutsatt at dette gjøres nøytralt og saklig.

4.4. Dersom det påløper tegnings- og/eller innløsningshonorar, skal det tydelig fremgå at dette ikke er inkludert i avkastningen og hvilken betydning slike honorarer har for kundenes faktiske avkastning, samt at tegningsgebyr påvirker størrelsen på det investerte beløpet.

4.5. Avkastningstall skal oppgis i norske kroner. Dersom markedsføringen retter seg mot et kundesegment som ikke er kronebasert, eller det foreligger annen saklig grunn, kan avkastningen oppgis i annen valuta.

4.6. Hvis fondets NAV beregnes i en fremmed valuta, skal det opplyses om dette, sammen med en advarsel om at avkastning kan variere som følge av valutasvingninger.

4.7. Endringer som har hatt betydelig påvirkning på historisk avkastning, skal tydelig angis.

5. Forventet framtidig avkastning

5.1. Når man gir opplysninger om forventet avkastning, skal man innledningsvis opplyse om at forventet avkastning kun er et anslag som vil variere med utviklingen i markedet, og ikke er noen garanti for fremtidig avkastning. I tillegg skal man opplyse om hva anslaget er basert på. Informasjon om at det er en tapsrisiko ved produktet (jf. punkt 12.2) skal stå sammen med informasjon om forventet avkastning.

5.2. Anslag på forventet framtidig avkastning skal baseres på relevante og realistiske forutsetninger. Framstillingen skal vise forventet nettoavkastning, være troverdig og ikke gi et villedende inntrykk. Dette innebærer bl.a. at det bør gis informasjon om effekten av inflasjon og skatt, dersom dette ikke er tatt med i beregningen. Det skal informeres om at gevinst er skattepliktig.

5.3. Forventet avkastning skal angis for en tidsperiode som samsvarer med den anbefalte plasseringshorisonten.

5.4. Ved markedsføring av et rentefonds effektive rente skal følgende standardformulering (eller tekst med tilsvarende innhold) alltid være med:

«*Effektiv rente vil kunne endres fra dag til dag, og er derfor ingen garanti for avkastningen i perioden den er beregnet for*».

6. Regneeksempler

6.1. Dersom det benyttes regneeksempler for å illustrere framtidig avkastning, skal det opplyses om de forutsetninger som ligger bak utregningen.

6.2. Generell informasjon om konsekvenser av inflasjonen skal oppgis når det har betydning for å gi et riktig inntrykk. Dersom regnekalkulator eller andre tilsvarende verktøy benyttes som eksempel, skal inflasjonen inntas i utregningen.

6.3. Ved bruk av regneeksempler, hvor skatteeffekten ikke er tatt hensyn til, skal følgende standardformulering (eller tekst med tilsvarende innhold) alltid være med:

«*Eksempelet har ikke hensyntatt eventuell skatt som vil kunne påhvile produktet og/eller kunden. Den skattemessige virkningen avhenger av den enkelte kundes individuelle situasjon og kan komme til å endre seg.*»

6.4. Dersom regneeksempel brukes for å illustrere framtidig verdiøkning skal det gjøres oppmerksom på at det kun er ment som et illustrerende eksempel.

7. Grafisk framstilling

7.1. Presentasjon av historisk avkastning eller forventet avkastning i form av kurver eller gjengitt på annen grafisk måte, må gi et korrekt visuelt bilde og være relevant. Ved lange tidsserier bør logaritmisk skala vurderes.

8. Nye produkter

8.1. Nye produkter uten historikk, kan vise til sin referanseindeks for å illustrere historisk utvikling i det(de) aktuelle markedet(ene) som produktet, i henhold til sitt investeringsmandat, skal investere i. Det skal tydelig framgå at dette bare er ment for å illustrere markedsutviklingen, og ikke er et uttrykk for hvilken avkastning produktet eventuelt ville hatt. Framstillingen bør for øvrig følge prinsippene i kapittel 4, herunder kravet om at løpende kostnader bør trekkes fra i illustrasjonen av den historiske utviklingen i de aktuelle markedene.

8.2. Nystartede fond i fond som plasserer sine midler i ett underfond kan benytte dette underfondets historikk for å illustrere den historiske avkastningen. Avkastningsberegningene skal samsvare med reglene i kapittel 4 over.

9. Andelsklasser

9.1. Dersom et verdipapirfond er inndelt i andelsklasser, må det klart fremgå hvilken andelsklasse som markedsføres.

9.2. Nyopprettede andelsklasser i et verdipapirfond kan i tråd med foreningens praksis for klassifisering av nye andelsklasser, benytte det samme fondets eksisterende historikk dersom gitte betingelser er oppfylt. Nyopprettede andelsklasser, uten historikk, kan benytte avkastningshistorikk til verdipapirfondet fra før opprettelsen av andelsklasser, eller avkastningshistorikk til en annen andelsklasse i samme verdipapirfond, for å simulere historisk utvikling. Det skal tydelig framgå at dette bare er ment som en illustrasjon. Avkastningshistorikken som benyttes skal justeres for å ta høyde for alle relevante forskjeller, herunder kostnadsforskjeller, mellom den nye andelsklassen og den andelsklassen som benyttes til illustrasjon. Dersom en andelsklasse inneholder særegenskaper som det ikke er mulig å justere for på en meningsfylt måte, skal det ikke benyttes noen simulert historikk.

10. Sammenligninger

10.1. Dersom avkastningen i et produkt sammenlignes med avkastningen i en referanseindeks eller annen referanse, skal presentasjonen være utformet slik at sammenligningen i sin helhet stemmer overens med god bransjepraksis og ikke er villedende.

10.2. Ved sammenligning med referanseindeks skal det klart framgå hvilken indeks som benyttes. Den valgte indeksen skal være relevant og skal gjenspeile det investeringsunivers som produktet har. Dette betyr bl.a. at sammenligningen ikke kan skje med referanseindeks som ikke er justert for utbytte. Avkastningen i produktet og i indeksen skal angis i samme valuta og beregnes på lik måte.

10.3. Dersom et produkt sammenlignes med andre konkurrerende produkt som omfattes av denne standarden, skal prinsippene for sammenligningen angis, og det skal framgå hvordan utvalget av konkurrerende produkter er gjort. Sammenligningen må være relevant og rettferdig, noe som bl.a. innebærer at produktene som sammenlignes må være tiltenkt samme målgruppe, og ha tilsvarende investeringsmandat og risiko/avkastningsprofil. Sammenlikningsperioden skal være minst 12 måneder, og bestå av hele 12-måneders perioder. Beregningen av avkastning for produktene som sammenlignes skal gjøres på lik måte. I den grad produktene som sammenlignes har ulik honorarstruktur, skal virkningene av dette tydelig fremgå.

10.4. Ved sammenligning med verdipapirfond forvaltet av konkurrerende selskaper, må fondene være klassifisert i samme gruppe (jf. bransjestandarden for informasjon og klassifisering av verdipapirfond).

Dersom sammenligningen skjer med et gjennomsnitt av andre verdipapirfond, skal det angis om gjennomsnittet er veiet eller ikke. I tillegg skal høyeste og laveste avkastning blant de utvalgte verdipapirfondene oppgis.

10.5 Dersom sammenligningen skjer med annen spareform som ikke omfattes av denne standarden, skal prinsippene for sammenligningen angis. Beregningen av avkastning

for fondene og den andre spareformen skal gjøres på lik måte. Sammenligningsperiodene skal være de samme og skal baseres på de regler om perioder som angis i kapittel 4. Det skal videre klart framgå dersom det er forskjellig risiko knyttet til de forskjellige spareformene.

11. Påstander

11.1. Det må utøves varsomhet ved bruk av adjektiver og superlativer eller ord som kan gi assosiasjoner til garantier for fremtidig avkastning. F.eks. skal uttrykk som «sikker», «garantert» og «trygg» ikke benyttes med mindre det kan bekreftes at kunden er sikret innsatt kapital eller en viss avkastning.

Henvisning til eksterne kilder, som uavhengige analyser, skal inneholde henvisning til kilden (fortrinnsvis med lenke), og perioden informasjonen knytter seg til.

Påstander som «best», «størst» og «ledende» skal ikke benyttes med mindre de kan dokumenteres. Begrep som «norsk mester», «årets forvalter» og lignende, skal ikke benyttes med mindre det kan verifiseres at utmerkelsen er tildelt av en nøytral og uavhengig tredjepart, og generert fra et representativt utvalg. Referanser til slike utmerkelser må være tidsmessig relevant.

12. Risiko

12.1. Det skal redegjøres for den risiko som er forbundet med de produkter som tilbys. Informasjonen om risiko skal være saklig og understøttet av objektive data. Informasjon om risiko skal gis minst like stor oppmerksomhet som informasjon om avkastning eller fordeler ved produktet, og stå i umiddelbar tilknytning til disse. Omfanget av beskrivelsen vil bero på produktets særlige karakteristika.

12.2. Informasjon om risiko skal minimum nevne relevante risikofaktorer nevnt i nøkkelinformasjonsdokument, prospekt og vedtekter.

12.3. Ved markedsføring av verdipapirfond skal følgende informasjon eller tekst med lignende innhold i utgangspunktet alltid være med:

«Historisk avkastning er ingen garanti for framtidig avkastning. Framtidig avkastning vil bl.a. avhenge av markedsutviklingen, forvalters dyktighet, verdipapirfondets risiko, samt kostnader ved tegning, forvaltning og innløsning. Avkastningen kan bli negativ som følge av kurstap.»

Tilsvarende informasjon skal gis ved markedsføring av andre produkter, i den grad det er relevant.

13. Kostnader

13.1. Ved markedsføring skal informasjon om kostnader være lett tilgjengelig.

13.2. Dersom (deler av) kostnadene skal betales i fremmed valuta, skal det tydelig opplyses om dette når man opplyser om kostnader, samt advares om at kostnadene kan variere med valutasvingninger.

14. Bruk av bærekraftpåstander i produktmarkedsføring

14.1. Ved bruk av bærekraftpåstander må det utvises varsomhet med å appellere til kundenes samvittighet. Når man viser til bærekraftrelaterte aspekter, skal man informere om at en investeringsbeslutning bør ta hensyn til alle egenskaper og mål som beskrives i prospektet.

14.2. Dersom markedsføringen omtaler bærekraftaspekter ved investeringen, skal informasjonen være i samsvar med øvrig bærekraftinformasjon som etter regelverket skal gis til investorer. Informasjon om bærekraftrelaterte egenskaper ved fondet skal ikke gå lenger enn det er dekning for i fondets investeringsstrategi. Informasjon om bærekraft i markedsføringen skal være i tråd med markedsføringsloven [2]og lov om offentliggjøring av bærekraftsinformasjon i finanssektoren, og derigjennom i tråd med EUs offentliggjøringsforordning (SFDR), jf. artikkel 13. Markedsføringen skal inneholde en lenke til informasjon om bærekraft i fond/forvaltningsselskap, dersom det er relevant for markedsføringen.

[2] Se Forbrukertilsynets veiledning om bruk av bærekraftpåstander i markedsføring. Veiledningen stiller strenge krav til bruk av «bærekraftig» og tilsvarende generelle påstander.