



European Securities and
Markets Authority

Suunised

**Suunised fondide piiriülest turustamist käsitleva määruse kohaste
reklaamteadete kohta**



Sisukord

1	Kohaldamisala.....	2
2	Eesmärk.....	3
3	Suuniste järgimine ja aruandluskohustus.....	4
3.1	Suuniste staatus	4
3.2	Aruandluskohustus	4
4	Suunised reklaamteadete äratundmise kohta.....	4
5	Suunised võrdselt märgatava riskide ja hüvede kirjelduse kohta.....	5
6	Suunised tõese, üheselt mõistetava ja mitteeksitava laadiga reklaamteadete kohta	5
6.1	Üldnõuded.....	5
6.2	Teave riskide ja hüvede kohta	8
6.3	Teave kulude kohta.....	9
6.4	Teave eelmiste perioodide tootluse ja eeldatava tulevase tootluse kohta	9
6.5	Teave jätkusuutlikkusega seotud elementide kohta	11

1 Kohaldamisala

Kellele?

Neid suuniseid kohaldatakse eurofondi valitsejatele, sealhulgas eurofondidele, kes ei ole määranud eurofondi valitsejat, alternatiivse investeerimisfondi valitsejatele, Euroopa riskikapitalifondi valitsejatele ja Euroopa sotsiaalettevõtlusfondi valitsejatele.

Mis?

Suuniseid tuleks kohaldada kõigile reklaamteadetele, mis on suunatud eurofondide ja alternatiivsete investeerimisfondide investoritele või potentsiaalsetele investoritele, sealhulgas juhul, kui need on loodud Euroopa riskikapitalifondi, Euroopa sotsiaalettevõtlusfondi, Euroopa pikaajaliste investeerimisfondide ja rahaturufondide kujul. Dokumendid, mida võib lugeda reklaamteateks, on muu hulgas näiteks järgmised:

- a) kõik sõnumid, millega reklaamitakse eurofondi või alternatiivset investeerimisfondi, olenemata andmekandjast, sealhulgas trükitud paberdokumendid või elektroonilisel kujul avaldatud teave, ajakirjanduses avaldatud artiklid, pressiteated, intervjuud, reklaamid, internetis avaldatud dokumendid, samuti veebilehed, videositused, elavettekanded, raadioteated või teabelehed;
- b) mis tahes sotsiaalmeediaplatformil avaldatud teated, kui need teated viitavad eurofondi või alternatiivse investeerimisfondi omadustele, sealhulgas selle nimele. Nendes suunistes tuleks mõistet „sotsiaalmeedia“ käsitleda kui mis tahes tehnoloogiat, mis võimaldab suhtlemist ja veebis ühissisu loomist, näiteks blogid ja sotsiaalvõrgustikud (Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, Discord jne) või aruteluforumid, millele võib ligi pääseda mis tahes viisil (eelkõige elektrooniliselt, näiteks arvuti või mobiilirakenduse abil);
- c) turundusmaterjalid, mis on adresseeritud isiklikult investoritele või potentsiaalsetele investoritele, ning dokumendid või esitlused/ettekanded, mille on teinud kättesaadavaks eurofondi valitseja, alternatiivse investeerimisfondi valitseja, Euroopa riskikapitalifondi valitseja või Euroopa sotsiaalettevõtlusfondi valitseja oma veebisaidil või muus kohas (fondivalitseja registrijärgne asukoht, turustaja büroo jne);
- d) nii fondivalitseja päritoluliikmesriigis kui ka vastuvõtvas liikmesriigis asuvatele investoritele või potentsiaalsetele investoritele suunatud teated, milles reklaamitakse eurofondi või alternatiivset investeerimisfondi;
- e) teated, mille on avaldanud kolmas pool ja mida kasutab turunduse eesmärgil eurofondi valitseja, alternatiivse investeerimisfondi valitseja, Euroopa riskikapitalifondi valitseja või Euroopa sotsiaalettevõtlusfondi valitseja.

Teated, mida ei tohiks lugeda reklaamteateks, on muu hulgas näiteks järgmised:

- a) fondi õiguslikud ja regulatiivsed dokumendid / juriidiline ja regulatiivne teave, näiteks prospekt või teave, mis tuleb avaldada investoritele kooskõlas direktiivi 2011/61/EL

artikliga 23, määruse (EL) nr 345/2013 artikliga 13 või määruse (EL) nr 346/2013 artikliga 14, investorile esitatav põhiteave ja/või põhiteabedokument, eurofondi või alternatiivse investeerimisfondi aasta- ja poolaastaruanded, asutamisleping ja põhikirj, eeskirjad, usaldusleping või muud samalaadsed dokumendid, mida on vaja fondi seaduslikuks asutamiseks, või omanike/osakuomanike üldkoosoleku teade;

- b) fondivalitseja avaldatud äriühingu teabevahetus, milles kirjeldatakse tema tegevust või hiljutisi turusuundumusi (näiteks kvartali või poolaasta tulude avaldamine, dividendidega seotud teated, organisatsiooni teated või muutused kõrgemas juhtkonnas), mis ei viita konkreetsele eurofondile või alternatiivsele investeerimisfondile või nende rühmale, kui just fondivalitsejate tegevus ei piirdu vaid ühe fondi või väikese arvu fondidega, millele äriühingu teabevahetuses selgelt viidatakse;
- c) võrgus – eelkõige sotsiaalmeediaplatformidel (nt Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, Discord jne) – avaldatud lühisõnumid, mis sisaldavad ainult linki veebilehele, kus reklaamteade asub, kuid mis ei sisalda mingisugust teavet konkreetse eurofondi, alternatiivse investeerimisfondi või nende rühma kohta;
- d) teave või teated, mis avaldatakse eelturustamise (direktiivi 2011/61/EL artikli 4 lõike 1 punktis aea määratletud tähenduses) kontekstis.

Millal?

Käesolevaid suuniseid kohaldatakse alates kuue kuu möödumisest suuniste avaldamisest ESMA veebilehel kõigis Euroopa Liidu ametlikes keeltes.

2 Eesmärk

1. Nagu kirjeldatud määruse¹ artikli 4 lõikes 6, on nende suuniste eesmärk täpsustada määruse artikli 4 lõikes 1 osutatud reklaamteadetele esitatavate nõuete kohaldamist. Eelkõige luuakse nendega reklaamteadete määratlemise üldpõhimõtted, kirjeldatakse võrdselt märgatavalt alternatiivsete investeerimisfondide ja eurofondide osakute ning aktsiate ostmisega seotud riske ja hüvesid ning määratakse, et reklaamteated peavad olema tõesed, üheselt mõistetavad ja mitteeksitavad, võttes arvesse selliste reklaamteadete veebis levitamise aspekte. Siiski ei ole suuniste eesmärk asendada olemasolevaid riiklikke nõudeid teabe kohta, mida reklaamteated sisaldama peavad (nt seoses reklaamitud fondi tehtud investeringu maksualase kohtlemisega), kuivõrd see on kooskõlas olemasolevate ühtlustatud ELi eeskirjadega (nt ei tohiks riiklikud kulude või tootluse reklaamteadetes avalikustamise nõuded minna vastuollu ELi eeskirjadega kulude või tootluse põhiteabedokumendis avaldamise kohta või neid nõrgendada).
2. Suuniseid ajakohastatakse määruse artikli 4 lõike 6 alusel korrapäraselt.

¹ [Euroopa Parlamendi ja nõukogu 20. juuni 2019. aasta määrus \(EL\) 2019/1156, millega lihtsustatakse investeerimisfondide piirülest turustamist ning muudetakse määrusi \(EL\) nr 345/2013, \(EL\) nr 346/2013 ja \(EL\) nr 1286/2014.](#)

3 Suuniste järgimine ja aruandluskohustus

3.1 Suuniste staatus

3. Dokument sisaldab suuniseid, mis on välja antud ESMA määruse² artikli 16 alusel. Kooskõlas ESMA määruse artikli 16 lõikega 3 peavad riiklikud pädevad asutused ja finantsturu osalised tegema kõik, et suuniseid ja soovitusi järgida.

3.2 Aruandluskohustus

4. Riigi pädevad asutused, kelle suhtes neid suuniseid kohaldatakse, peavad kahe kuu jooksul alates selle dokumendi avaldamisest ESMA poolt ESMA-le teatama, kas nad järgivad suuniseid või kavatsesid hakata neid järgima, koos mittejärgimise põhjustega. Kui teadet selleks tähtjaks ei saabu, eeldatakse, et riigi pädevad asutused ei järgi suuniseid. ESMA veebisaidil on avaldatud teate vorm.

4 Suunised reklaamteadete äratundmise kohta

5. Mis tahes viite eurofondile või alternatiivsele investeerimisfondile võib ajakirjanduses avaldatud artiklis, reklaamis või pressiteates avaldada internetis või muul andmekandjal ainult pärast seda, kui reklaamitava fondi päritoluriigi pädev asutus on selleks heakskiidu andnud, kui selline heakskiit on turunduse jaoks vajalik, ning kui see on kohaldatav, siis pärast seda, kui eurofondi valitseja, alternatiivse investeerimisfondi valitseja, Euroopa sotsiaalettevõtlusfondi valitseja või Euroopa riskikapitalifondi valitseja on saanud teate, et ta võib reklaamitavat fondi sihtliikmesriigis turustada.
6. Nõue, et reklaamteated peavad sellisena äratuntavad olema, peaks tähendama, et kõik reklaamteated sisaldavad piisavalt teavet, et oleks selge, et teate eesmärk on ainult turundus, see ei ole lepinguliselt siduv dokument või mis tahes seadusega nõutav teabedokument ning sellest ei piisa investeerimisotsuste tegemiseks. Selles kontekstis tuleks reklaamteadet lugeda äratuntavaks juhul, kui selles on nähtaval viisil esitatud sõna „reklaamteade“ (sh juhul, kui enne seda kasutatakse võrgupõhises teabevahetuses sümbolit #, eeldusel et see sümbol rõhutab teksti, millele see eelneb), nii et iga inimene, kes seda näeb või kuuleb, tunneks selle reklaamteatena ära.
7. Lisaks peaks reklaamteates olema ka lahtiütlus, mis võib olla näiteks järgmine:
„See on reklaamteade. Palun konsulteerige enne lõpliku investeerimisotsuse tegemist [[eurofondi / alternatiivse investeerimisfondi / Euroopa sotsiaalettevõtlusfondi / Euroopa riskikapitalifondi] prospekti/teabedokumendi] ja [põhiteabedokumendi / investorile esitatava põhiteabega] (kustutage ebavajalikud osad).“
8. Kui see lahtiütlus on võrgupõhise reklaamteate vormi ja pikkuse jaoks ebasobiv, võib selle siiski asendada lühema teatega, millega saab tuvastada teate turunduseesmärgi, näiteks

² [Euroopa Parlamendi ja nõukogu 24. novembri 2010. aasta määrus \(EL\) nr 1095/2010, millega asutatakse Euroopa Järelevalveasutus \(Euroopa Väärtpaberiturujärelevalve\).](#)

sõna „reklaamteade“ veebisaidil esitatud reklaamiriba või mõnesekundilise lühivideo puhul või sõna „#reklaamteade“, kui on tegu sotsiaalmeediaplatformiga.

9. Lahtiütlus peab reklaamteatel selgelt esitatud olema. Selguse hindamise juures tuleks arvesse võtta teabevahetuse liiki: videoesitluse puhul peaks lahtiütlus olema videos endas ning selle ainult video lõpus näitamist ei tohiks sobivaks lugeda.
10. Reklaamteadet ei loeta reklaamteatena äratuntavaks, kui see sisaldab liigseid viiteid õigus- või regulatiivsetele sätetele, välja arvatud juhul, kui see on asjakohane (nt viited riiklikule õigusele, millega reguleeritakse konkreetset liiki teates käsitletava alternatiivse investeerimisfondi toimimist).

5 Suunised võrdselt märgatava riskide ja hüvede kirjelduse kohta

11. Kui reklaamteade sisaldab teavet riskide ja hüvede kohta, peavad olema täidetud järgnevad nõuded.
12. Reklaamteade, milles viidatakse alternatiivse investeerimisfondi või eurofondi osakute või aktsiate ostmise võimalikele hüvedele, peaks olema tõene ning selles tuleks alati esitada võrdselt märgataval viisil teave võimalike asjakohaste riskide kohta. Seda võrdselt märgatavat teadet riskide ja hüvede kohta tuleks hinnata, võttes arvesse nii nende kirjelduste vormi kui ka esitust.
13. Riskide ja hüvedega seotud teavet avaldades peaks riske kirjeldava teksti kirjaviisi ja suurus olema vähemalt võrdne kogu pakutavas teabes kasutatud domineeriva kirjaviisi ja suurusega ning see peaks asuma kohas, mis tagab, et esitatud teave on märgatav. Teavet riskide kohta ei tohiks esitada allmärgusena või teate põhiosas, kuid väikeses kirjas. Hea näide sellest, kuidas riske ja hüvesid võrdselt märgataval viisil esitada saab, on riskide ja hüvede esitamine kahetulbalises tabelis või nimekirjas, kus riske ja hüvesid samal leheküljel üksteisest selgelt eristatakse.
14. Reklaamteates ei tohiks viidata hüvedele, ilma et samas viidataks ka riskidele. Eelkõige ei tohiks reklaamteates kirjeldada ainuüksi hüvesid ja viidata riskide kirjelduse jaoks teisele dokumendile.
15. Nii riske kui ka hüvesid tuleks mainida kas samas kohas või vahetult üksteise järel.

6 Suunised tõese, üheselt mõistetava ja mitteeksitava laadiga reklaamteadete kohta

6.1 Üldnõuded

Reklaamteate sobivus sihtinvestoritele või potentsiaalsetele investoritele

16. Kõik reklaamteated, olenemata sellest, millistele investoritele need suunatud on, peaksid sisaldama tõest, üheselt mõistetavat ja mitteeksivat teavet. Siiski võib teabe ulatust või selle esitamise viisi kohandada sõltuvalt sellest, kas reklaamitava fondi investeerimine

on avatud ka jaeinvestoritele (st eurofondid või alternatiivsed jaeinvesteeringufondid) või ainult kutselistele investoritele (st muud kui alternatiivsed jaeinvesteeringufondid). Eelkõige tuleks jaeinvestoritele avatud fonde käsitlevates reklaamteadetes hoiduda ülemäära tehnilisest keelekasutusest, esitada selgitused kasutatud mõistete kohta, koostada tekst hõlpsasti loetaval viisil ning vajaduse korral esitada piisavad selgitused fondi keerukuse ja investeeringuga seotud riskide kohta, et aidata investoritel mõista reklaamitava fondi omadusi.

17. Reklaamteade tuleks koostada selle liikmesriigi ametlikus keeles või ühes ametlikest keeltest, mida kasutatakse liikmesriigi osas, kus fondi turustatakse, või muus selle liikmesriigi pädevatele asutustele vastuvõetavas keeles.

Järjepidevus muude dokumentidega

18. Reklaamteates esitatud teave peaks olema kooskõlas reklaamitava fondi õiguslike ja regulatiivsete dokumentidega, kui need on kohaldatavad, eelkõige järgmisega:

- a) prospekt või teave, mis tuleb avaldada investoritele kooskõlas direktiivi 2011/61/EL artikliga 23, määruse (EL) nr 345/2013 artikliga 13 ja määruse (EL) nr 346/2013 artikliga 14;
- b) fondi õiguslikud dokumendid, eelkõige asutamisleping ja põhikiri, eeskirjad, usaldusleping või muud samalaadsed dokumendid, mida on vaja fondi seaduslikuks asutamiseks;
- c) investorile esitatav põhiteave või põhiteabedokument;
- d) teave, mis on avalikustatud eurofondi valitseja, alternatiivse investeeringufondi valitseja, Euroopa riskikapitalifondi valitseja ja Euroopa sotsiaallettevõtlusfondi valitseja veebisaidil kooskõlas määrusega (EL) 2019/2088, ning
- e) poolaasta- ja aastaaruanded.

19. Seda nõuet kohaldatakse muu hulgas investeeringupoliitika avaldamisele, soovitatud hoidmisajale, riskidele ja hüvedele, kuludele, varasemale ja eeldatavale tulevasele tootlusele ning investeeringu jätkusuutlikkusega seotud elementidele.

20. Reklaamteate ning õiguslike ja regulatiivsete dokumentide järjepidevus ei tähenda, et reklaamteatesse tuleks lisada kogu investeeringusotsuse tegemiseks vajalik asjakohane teave. Siiski peaks reklaamteate sõnastus või esitus olema kooskõlas reklaamitava fondi õiguslikes või regulatiivsetes dokumentides esitatud teabega ning ei tohiks sellele midagi lisada, seda õõnestada või sellega vastuollu minna.

21. Kui reklaamteates mainitakse riske ja hüvesid, kulusid või varasema ja eeldatava tulevase tootluse pealt saadud tulusid või avaldatakse need, peaks selline teave olema kooskõlas fondi õiguslikes ja regulatiivsetes dokumentides kasutatud näitajate, simulatsioonide või arvudega. See tähendab, et meetoodika ja väärtused, mida näitajate arvutamiseks kasutatakse, peaksid olema samad mis õiguslikes ja regulatiivsetes dokumentides, isegi kui need on esitatud teisel kujul.

Investeeringu omaduste kirjeldus

22. Kui reklaamteates kirjeldatakse reklaamitava investeeringu omadusi, peavad olema täidetud järgnevad nõuded.
23. Teavet investeeringu omaduste kohta tuleks hoida ajakohasena.
24. Reklaamteates esitatud teabe hulk peaks olema proportsionaalne teate pikkuse ja vormiga. Näiteks paberile trükitud või elektroonilises vormis reklaamteate puhul peavad kirjaviis ja kirja suurus olema sellised, et teave on hõlpsasti loetav; audio või video puhul peavad kõne kiirus ja helitugevus olema sellised, et teave on arusaadav ja selgelt kuuldav.
25. Kui reklaamteates kirjeldatakse investeeringu omadusi, peaks see sisaldama piisavalt teavet, et mõista nende omaduste põhielemente, ning neis ei tohiks ülemäära palju viidata reklaamitava fondi õiguslikele ja regulatiivsetele dokumentidele.
26. Kui pakutakse täpsemat teavet reklaamitava fondi omaduste kohta, tuleks reklaamteates kirjeldada täpselt reklaamitava investeeringu omadusi. Seega tuleks teates teha järgmist:
 - a) kui reklaamitav fond on avatud jaeinvestoritele, tuleks teha selgeks, et reklaamitav investeering puudutab fondi osakute või aktsiate, mitte alusvara (näiteks hoone või äriühingu aktsiate) omandamist, kuna need moodustavad kõigest fondile kuuluva alusvara;
 - b) hõlmama vähemalt fondi investeerimispoliitika lühikirjeldust ning seletust selle kohta, millist laadi varadesse fond võib investeerida.
27. Kui teates käsitletakse finantsvõimenduse kasutamist, olenemata sellest, kuidas finantsvõimendus saavutatakse, tuleks lisada selgitus selle omaduse mõju kohta, arvestades võimaliku suurema kahju või tulu riski.
28. Kui reklaamteates kirjeldatakse reklaamitava fondi investeerimispoliitikat, soovitatakse investorite arusaamise toetamiseks teha järgmist:
 - a) indeksfondide puhul tuleks lisaks sõnale „indeksfond“ lisada ka sõna „passiivne“ või sõnad „passiivselt valitsetav“;
 - b) kui reklaamitavat fondi valitsetakse aktiivselt, tuleks kasutada sõnu „aktiivne“ või „aktiivselt valitsetav“;
 - c) võrdlusindeksi alusel aktiivselt valitsetava fondi puhul tuleks lisada täiendav lahtiütlus võrdlusindeksi kasutamise kohta ning täpsustada, mil määral on olemas võrdlusaluse kasutamisega seotud valikuvabadus;
 - d) ilma võrdlusindeksita aktiivselt valitsetav fond peaks samuti seda investoritele selgitama.
29. Reklaamteates sisalduv teave tuleks esitada sellisel viisil, et keskmine investor, kellele reklaam on suunatud või kelleni see tõenäoliselt jõuab, saaks sellest tõenäoliselt aru. Kui reklaamteates reklaamitakse jaeinvestoritele avatud fondi, tuleks tagada, et kõigi investeeringut kirjeldavate mõistete tähendus on selge.

30. Reklaamteates tuleks vältida riigi pädeva asutuse nimele viitamist viisil, mis vihjaks mis tahes asutusepoolsele heakskiidule või kinnitusele seoses teates reklaamitavate osakute või aktsiatega. Eelkõige võib reklaamteates viidata riigi pädeva asutuse antud viisale või müügiloale, kuid seda ei tohiks kasutada müüki toetava argumendina.
31. Lühikeste reklaamteadete, näiteks sotsiaalmeedias avaldatud sõnumite puhul peaks reklaamteade olema võimalikult neutraalne ning selles tuleks viidata kohale, kust võib saada täpsemat teavet, esitades näiteks lingi asjakohasele veebilehele, kus on olemas fondi teabedokumendid.
32. Kõik reklaamteates sisalduvad väited peaksid olema objektiivsete ja kontrollitavate allikate alusel piisavalt põhjendatud ning neid allikaid tuleks tsiteerida. Lisaks tuleks teates vältida liiga optimistlikku sõnastust, näiteks sõnu „parim fond“ või „parim valitseja“, või sõnastust, millega näidatakse riske tühisena, näiteks „turvaline investeeering“ või „tulu ilma vaevata“, või sõnastust, mis viitab suurele tulule ilma selgituseta, et sellist tulu ei pruugi tulla ja et on olemas oht kaotada osa investeeeringust või kogu investeeering.
33. Reklaamitava fondi võrdlemine teiste fondidega peaks piirduma fondidega, millel on samalaadne investeeerimispoliitika ning riski ja tootluse profiil, välja arvatud juhul, kui turustusdokumentides on olemas asjakohane selgitus fondide erinevuste kohta.
34. Viidetes muudele dokumentidele, näiteks kolmanda poole avaldatud sõltumatule analüüsile, tuleks nimetada vähemalt teabe allikat ja perioodi, mida sellises dokumendis esitatud teave käsitleb.

6.2 Teave riskide ja hüvede kohta

35. Lisaks eespool punktis 5 esitatud nõuetele seoses riskide ja hüvede võrdselt märgataval viisil kirjeldamisele peab reklaamteade täitma ka järgmised nõuded, kui see sisaldab teavet riskide ja hüvede kohta.
36. Reklaamiteates esitatud reklaamitava fondi riskiprofiili avalikustamisel tuleks viidata samale riskiklassifikatsioonile, mida on kasutatud investorile esitatavas põhiteabes või põhiteabedokumendis.
37. Kui reklaamteates viidatakse reklaamitava fondi osakute või aktsiate ostmise riskidele ja hüvedele, tuleks esile tuua ka vähemalt investorile esitatavas põhiteabes, põhiteabedokumendis, prospektis või direktiivi 2011/61/EL artikli 23, määruse (EL) nr 345/2013 artikli 13 ja määruse (EL) nr 346/2013 artikli 14 kohases teabes nimetatud asjakohased riskid. Reklaamteates tuleks selgel ja märgataval viisil viidata ka sellele, kust võib leida täielikku teavet riskide kohta.
38. Jaainvestoritele avatud alternatiivsete investeeerimisfondide puhul peaks reklaamteade tooma selgelt esile investeeeringu mittelikviidse laadi, kui see on asjakohane.
39. Reklaamteates esitatav pingerida võib põhineda ainult investeeerimispoliitika ning riski ja tootluse profiili mõistes sarnastel fondidel. Pingereas tuleks viidata ka asjakohasele perioodile (vähemalt 12 kuud või sellega jaguv kuude arv) ja fondi riskiklassifikatsioonile.
40. Hiljuti loodud fondide puhul, millel ei ole veel kättesaadavaid kirjeid eelmiste perioodide tootluse kohta, võib tootlusprofiili jaoks viidata pelgalt võrdlusaluse eelmiste perioodide

tootlusele või objektiivsele tootlusele, kui võrdlusalus või objektiivne tootlus on reklaamitava fondi õiguslikes ja regulatiivsetes dokumentides ette nähtud.

6.3 Teave kulude kohta

41. Kui viidatakse alternatiivne investeerimisfondi osakute või aktsiate või eurofondi osakute ostmise, hoidmise, ümbervahetamise või müümisega seotud kuludele, peaks reklaamteade sisaldama vastavat selgitust, mis võimaldaks investoritel mõista kulude üldist mõju nende investeringu suurusele ja eeldatavale tootlusele³.
42. Kui mis tahes osa kogukuludest tuleb maksta või see esindab summat muus valuutas kui see, mida kasutatakse liikmesriigis, mille residendid sihtinvestorid on, tuleks reklaamteates see valuuta selgelt nimetada ja lisada hoiatus, et kulud võivad valuuta ja vahetuskursi kõikumise tõttu suureneda või väheneda.

6.4 Teave eelmiste perioodide tootluse ja eeldatava tulevase tootluse kohta

Teave eelmiste perioodide tootluse kohta

43. Kui reklaamteates viidatakse reklaamitava fondi eelmiste perioodide tootlusele, peaks punkti 22 kohaselt olema see teave kooskõlas eelmiste perioodide tootlusega, mis on esitatud prospektis, teabes, mis avaldatakse investoritele kooskõlas direktiivi 2011/61/EL artikliga 23, määruse (EL) nr 345/2013 artikliga 13 ja määruse (EL) nr 346/2013 artikliga 14, investorile esitatavas põhiteabes või põhiteabedokumendis. Eelkõige tuleb juhul, kui tootlust võrreldakse võrdlusalusega prospektis, direktiivi 2011/61/EL artikli 23, määruse (EL) nr 345/2013 artikli 13 ja määruse (EL) nr 346/2013 artikli 14 kohaselt investoritele avaldatavas teabes, investorile esitatavas põhiteabes või põhiteabedokumendis, viidata ka reklaamteates samale võrdlusindeksile.
44. Teave eelmiste perioodide tootluse kohta, kaasa arvatud modelleeritud eelmiste perioodide tootlus, ei tohiks olla peamine teave, mis reklaamteates esitatakse. See peaks põhinema varasemate perioodide andmetel. Selles tuleks viidata tootluse mõõtmiseks valitud baasperioodile ja andmete allikale. Eelmiste perioodide tootlus tuleks avaldada eelneva 10 aasta kohta, kui on tegu fondiga, mille jaoks on loodud investorile esitatav põhiteave, või eelneva 5 aasta kohta muude fondide puhul või kogu perioodi kohta, mil fond on kättesaadav olnud, kui see periood on olnud investorile esitatava põhiteabega fondi puhul vähem kui 10 aastat ja muude fondide puhul vähem kui 5 aastat. Igal juhul peaks eelmiste perioodide tootlus põhinema täielikel 12 kuu pikkustel perioodidel, kuid

³ Selgituseks: sellele kohaldatakse olemasolevaid suuniseid tulemustasude avaldamise kohta, vt [ESMA suunised eurofondide ja teatud tüüpi alternatiivsete investeerimisfondide tulemustasude kohta \(ESMA34-39-992\)](#) ESMA eurofondide ja teatud tüüpi alternatiivsete investeerimisfondide tulemustasusid käsitlevate suuniste punktis 46 on öeldud nii: „Prospektis ja (kui asjakohane) kõigis eelanalüüsi tulemusel koostatud teabedokumentides ja turundusmaterjalides tuleks selgelt märkida kogu teave, mida investorid vajavad, et õigesti mõista tulemustasu mudelit ja arvutusmetoodikat.“ Need dokumendid peaksid sisaldama tulemustasu arvutusmeetodi kirjeldust, milles eraldi märgitakse tulemustasu maksmise parameetrid ja kuupäev, ilma et see piiraks spetsiifilisemaid nõudeid, mis on sätestatud erioigusaktides või eeskirjades. Prospekt peaks hõlmama konkreetseid tulemustasu arvutamise näiteid, et investorid mõistaksid tulemustasu mudelit paremini, eriti kui tulemustasu mudel lubab tulemustasu nõuda ka negatiivse tootlikkuse korral.“ See meede käsitleb konkreetselt tulemustasude avalikustamist, samas kui nende reklaamteateid käsitlevate suuniste eesmärk on anda nõu reklaamteates esitatud kuludega seotud teabe tõese, üheselt mõistetava ja mitteeksitava laadi kohta.

sellele teabele võib lisada teabe käimasoleva aasta tootluse kohta, mida on ajakohastatud kõige hiljutisema kvartali lõpus.

45. Samuti tuleks avalikustada iga muudatus, mis mõjutas märkimisväärselt reklaamitava fondi eelmiste perioodide tootlust, näiteks fondivalitseja vahetumine.
46. Kui reklaamteates näidatakse kumulatiivset tootlust, tuleks seal näidata ka fondi tootlust iga vaatlusaluse perioodi aasta lõikes. Tõese ja mitteeksitava esitluse huvides võiks kumulatiivse tootluse esitada näiteks diagrammi kujul.
47. Kui esitatakse teave eelmiste perioodide tootluse kohta, tuleks enne seda lisada järgmine märkus:

„Eelmiste perioodide tootlus ei näita tulevast tasuvust.“

48. Kui teave eelmiste perioodide tootluse kohta on esitatud muus valuutas kui see, mida kasutatakse liikmesriigis, mille elanikud sihtinvestorid on, tuleb see valuuta selgelt märkida ja anda hoiatus, et tulud võivad valuuta kõikumise tõttu suureneda või väheneda.
49. Kui puudub teave reklaamitava fondi eelmiste perioodide tootluse kohta, eriti kui fond on loodud alles hiljuti, ei tohiks reklaamteates avaldada modelleeritud eelmiste perioodide tootlust, mis põhineb mitte-asjakohasel teabel. Seega tuleks modelleeritud eelmiste perioodide tootluse avalikustamisel piirduda reklaamteadetega, mis käsitlevad järgmist:
 - a) olemasoleva fondi või investeerimisüksuse uus aktsiaklass, mille puhul saab tootluse mudeli koostada muu aktsiaklassi tootluse alusel, tingimusel et mõlemal aktsiaklassil on samad (või enamjaolt samad) omadused, ning
 - b) uus investorfond, mille tootluse modelleerimisel saab aluseks võtta asjaomase ühisfondi tootluse, tingimusel et investorfondi strateegia ja eesmärgid ei võimalda selles hoida muid varasid kui ühisfondi osakuid ja täiendavaid likviidseid varasid või et investorfond ei erine omaduste poolest oluliselt ühisfondist.
50. Teave modelleeritud eelmiste perioodide tootluse kohta peaks vastama *mutatis mutandis* eespool punktides 44–49 määratud nõuetele.

Teave eeldatava tulevase tootluse kohta

51. Kui reklaamteade viitab reklaamitud fondi eeldatavale tulevasele tootlusele ja tootluse profiilile, kohaldatakse sellele järgnevad nõudeid.
52. Eeldatav tulevane tootlus peaks põhinema mõistlikel eeldustel, mida toetavad objektiivsed andmed.
53. Eeldatava tulevase tootluse võib avalikustada ainult ühe fondi lõikes ning lubada ei tohiks koondnäitajate kasutamist.
54. Eeldatav tulevane tootlus tuleks avaldada sellise prognoosimisperioodi kohta, mis on kooskõlas fondi soovitusliku investeerimisperioodiga.
55. Kui esitatakse eelmiste perioodide tootlusel ja/või praegustel tingimustel põhinev teave eeldatava tulevase tootluse kohta, tuleks enne seda lisada järgmine märkus:

„Esitatud stsenaariumites kujutatakse hinnangulist tulevast tootlust, mis põhineb mineviku andmetel selle kohta, kuidas sellise investeringu väärtus muutub, ja/või

praegustel turutingimustel, mistõttu ei ole asjaomased näitajad täpsed. Teie tulemused sõltuvad turu toimimisest ja sellest, kui kaua te investeringut/toodet hoiate.“

56. Lisaks peaks reklaamteates olema vähemalt lahtiütlus selle kohta, et tulevasele tootlusele kohaldatakse makse, mis sõltuvad iga investori isiklikust olukorrast ja võivad tulevikus muutuda.
57. Teave eeldatava tulevase tootluse kohta peaks sisaldama avaldust selle kohta, et investering võib tuua kaasa rahalise kahju, kui pole kehtestatud kapitaligarantiid.
58. Kui teave käsitleb börsil kaubeldavat fondi, tuleks reklaamteates nimetada reguleeritud turud, kus selle fondiga kaubeldakse, ning kui reklaamteates esitatakse mis tahes näitajad eeldatava tulevase tootluse kohta, peaksid need põhinema fondi vara puhasväärtusel.

6.5 Teave jätkusuutlikkusega seotud elementide kohta

59. Kui reklaamteade viitab reklaamitud fondi investeerimise jätkusuutlikkusega seotud elementidele, peaksid olema täidetud järgnevad nõuded.
60. Teave peaks olema kooskõlas reklaamitud fondi õiguslikes ja regulatiivsetes dokumentides sisalduva teabega. Reklaamteates peaks olema esitatud link veebisaidile, kus on olemas teave jätkusuutlikkusega seotud elementide kohta kooskõlas määrusega (EL) 2019/2088, kui see on reklaamteate laadi puhul asjakohane.
61. Teave reklaamitava fondi jätkusuutlikkusega seotud elementide kohta ei tohiks üles kaaluda seda, millisel määral hõlmab toote investeerimisstrateegia jätkusuutlikkusega seotud omadusi või eesmärke.
62. Kui reklaamteade viitab reklaamitava fondi jätkusuutlikkusele, peaks olema märgitud, et otsuses investeerida reklaamitavasse fondi tuleks võtta arvesse selle fondi kõiki omadusi või eesmärke, mida on kirjeldatud fondi prospektis või teabes, mis tuleb avaldada investoritele kooskõlas direktiivi 2011/61/EL artikliga 23, määruse (EL) nr 345/2013 artikliga 13 ja määruse (EL) nr 346/2013 artikliga 14, kui see on asjakohane.