Fondbolagens förening
SWEDISH INVESTMENT FUND ASSOCIATION

Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information

Antagna av Fondbolagens förening vid styrelsemöte den 6 december 2004
samt uppdaterade senast den 29 januari 2016

STUREPLAN 6, SE-114 35 STOCKHOLM, SWEDEN, TEL +46 (0)8 506 988 00, INFO@FONDBOLAGEN.SE, FONDBOLAGEN.SE

Fondbolagens förening
SWEDISH INVESTMENT FUND ASSOCIATION

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning 2
Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information 3
1. Information om fonder 3
1.1 Informationsbroschyr 3
1.2 Faktablad 4
1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse 4
1.4 Individuell kostnadsredovisning 5
2. Marknadsföring 5
2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder 5
2.2 Tidigare uppnådd avkastning 6
2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning 7
2.4 Jämförelser 7
2.5 Grafisk framställning 8
2.6 Värdeomdömen 8
2.7 Risk 8
2.8 Upplysning om faktablad och informationsbroschyr 9
2.9 Avgifter 9
2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn 9
2.11 Hållbarhetsöversikt 10
3. Vägledning och råd om fonder 11
3.1 Rådgivning vid portföljförvaltning 11
3.2 Återförsäljares information och rådgivning 11
Bilaga 1: Standard för beräkning av avkastning i fonder 12
Bilaga 2: Årlig redovisning av kostnader till andelsägare 14
Bilaga 3: Hållbarhetsöversikt – årlig uppföljning 15

Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information

Förevarande riktlinjer behandlar frågor om information och marknadsföring av fonder, samt rådgivning. Riktlinjerna innefattar genom p. 2.1-2.8. en överenskommelse med Konsumentverket om marknadsföring av fonder. Med fonder avses i denna riktlinje både värdepappersfonder och specialfonder och med fondbolag avses såväl förvaltare av värdepappersfonder som av specialfonder.

Regler om information förekommer även i vissa av föreningens övriga riktlinjer.

1. Information om fonder

Vid fondbolagets försäljning av fonder eller vid direktkontakt med kund, som inte sker inom ramen för särskilt tillstånd att erbjuda investeringsrådgivning, ska klart framgå om det inte är fråga om investeringsrådgivning. Informationen ska i övrigt uppfylla de krav som ställs på marknadsföringen i allmänhet, se nedan.

För varje fond ska, finnas en aktuell informationsbroschyr och ett aktuellt faktablad. Årsberättelse och halvårsredogörelse ska upprättas för fonden. Varje andelsägare ska även årligen få en individuell kostnadsredovisning.

Om en schabloniserad och icke individualiserad investeringsmodell tillhandahålls utan direktkontakt med kund ska information finnas om att det är fråga om en förenklad modell och att kontakt med rådgivare rekommenderas för den som önskar personlig rådgivning utifrån individuella förutsättningar.

1.1 Informationsbroschyr

För informationsbroschyren gäller enligt lag särskilda krav på innehållet. I informationsbroschyren ska fondbestämmelser ingå.

1.2 Faktablad

Enligt lag ska faktablad alltid tillhandahållas före köp. Faktabladets syfte är att tillhandahålla den mest väsentliga informationen enligt en enhetlig struktur. Särskilda krav på innehållet finns i förordningen[1] om basfakta för investerare (Key Investor Information). Faktabladen ska uppdateras minst en gång var tolfte månad och ses över vid andra tillfällen enligt vad som närmare föreskrivs i förordningen. Fondbolagens förening har tagit fram Vägledning för upprättande av faktablad som stöd vid framtagandet av dessa faktablad.

1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse

Årsberättelsen och halvårsredogörelsen ska innehålla den information som behövs för att kunna bedöma varje fonds utveckling och ställning.

Fondbolaget ska för varje fond som det förvaltar upprätta och lämna
1. en årsberättelse inom fyra månader från räkenskapsårets utgång, och
2. en halvårsredogörelse för räkenskapsårets första sex månader inom två månader efter halvårsskiftet.

Utskick
Handlingarna ska på begäran kostnadsfritt skickas eller lämnas till andelsägarna och finnas att tillgå hos fondbolaget och förvaringsinstitutet. Fondbolaget ska i samband med årsbesked med individuell kostnadsredovisning (se punkt 1.4) tillfråga andelsägarna om de vill ha årsberättelsen och halvårsredogörelsen.

Nyckeltal
Finansinspektionens föreskrift FFFS 2013:9 innehåller redovisningsregler för fonder.

I föreskriftens 31 kap. 50 § stadgas att fonder i förvaltningsberättelsen ska ange vissa nyckeltal. Fondbolagens förenings vägledning för nyckeltal avseende värdepappersfonder och specialfonder kompletterar Finansinspektionens föreskrift och syftar dels till att informationen ska uppfylla viss minimistandard, dels till att för spararna medge jämförelser mellan fonder. Nyckeltal ska bl a finnas för avkastning, kostnader, risk, omsättningshastighet och omsättning genom närstående bolag. I samma riktlinje anges även att typexempel ska finnas i årsredovisningen avseende förvaltningskostnad dels för engångsbelopp dels för ett löpande sparande.

[1] Kommissionens förordning (EU) nr 583/2010 om basfakta för investerare och villkor som ska uppfyllas när faktablad med basfakta för investerare eller prospekt tillhandahålls på annat varaktigt medium än papper eller på en webbplats.

1.4 Individuell kostnadsredovisning

Fondbolag ska, enligt 4 kap. 22 och 23 §§ lagen om värdepappersfonder, årligen skriftligen informera varje andelsägare om hur stort belopp av de totala kostnaderna för fonden som avser dennes andelsinnehav. Motsvarande regler gäller, enligt 12 kap. 12 § lagen om förvaltare av alternativa investeringsfonder, för AIF-förvaltare som förvaltar specialfond. Detta bör utföras enligt bilaga 2.

2. Marknadsföring

2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder

All marknadsföring ska utformas i enlighet med god marknadsföringssed (lagar och andra författningar, domstolspraxis, god affärssed etc.). I marknadsföring av fonder till konsumenter ska lämnas relevant och saklig information samt redogöras för de risker som har samband med den produkt som erbjuds. Informationen ska vara tydlig.

Med reklam avses marknadsföring i enlighet med marknadsföringslagen (2008:486), dvs. alla åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter. Vid profilskapande marknadsföring[2] utan produktinformation där endast fondbolagets namn och verksamhet nämns blir flertalet av nedanstående regler ej tillämpliga. Reglerna ger uttryck för en miniminivå.

Enligt fondlagstiftningen gäller särskilda krav på innehåll i faktablad och informationsbroschyr samt för årsberättelse och halvårsredogörelse[3]. Innehåller broschyren eller redovisningshandlingarna rent kommersiella meddelanden utöver dessa särskilda krav, gäller föreliggande regler för marknadsföring av fonder.

Finansinspektionens föreskrifter om värdepappersrörelse (FFFS 2007:16) innehåller regler om marknadsföringsmaterial vid värdepappersföretags försäljning av finansiella instrument såsom fondandelar. Exempelvis gäller särskilda regler för tidsperioder vid avkastningsredovisning.

---

[2] Med profilskapande marknadsföring menas förmedling av information om fondbolaget, eller värdepappersbolaget utan att informationen i sig själv kan uppfattas som en uppmaning att köpa produkter eller tjänster.
[3] Innehållet i dessa preciseras i FFFS 2013:9 och gäller för samtliga fonder. För årsberättelse och halvårsredogörelse har Fondbolagens förening härutöver givit ut Riktlinje för redovisning av nyckeltal avseende investeringsfonder.

2.2 Tidigare uppnådd avkastning

2.2.1 Beräkning av avkastning

Lämnas information om uppnådd avkastning i marknadsföringen, ska avkastningen vara beräknad enligt god branschsed. Detta innebär bl a följande.

Vid information om avkastning för viss fond för den tidsperiod man väljer att redovisa ska, för att uppnå ett för samtliga fonder jämförbart värde, beräkningen baseras på fondens nettoandelsvärde. För fonder som lämnar utdelning ska nettoandelsvärdet kompletteras med ur fonden utdelat belopp.

Fondbolagens förenings standard för beräkning av avkastning i investeringsfonder bör användas[4].

Utdelning till ideella ändamål ska vid avkastningsberäkningen behandlas som övrig utdelning.

Avkastning ska beräknas på aktuella uppgifter och datum för den senaste noteringen ska anges. Vid beräkningen ska avdrag göras för alla avgifter som tas ur fonden. Det ska framgå om in- och utträdesavgifter tillkommer samt vilken valuta som avkastningen är baserad på.

2.2.2 Tidsperioder

Tidigare uppnådd avkastning för viss, framgångsrik period får inte lyftas fram på ett sätt som ger ett skevt helhetsintryck av fondens utveckling. Framställningen måste ge en balanserad bild av den faktiska utvecklingen.

När information om tidigare uppnådd avkastning lämnas i marknadsföringen måste uppgift om avkastning avseende minst den tidsperiod som överensstämmer med fondens placeringshorisont finnas med och anges tydligt.

Rekommenderad tidsperiod är för korta räntefonder ett år, för obligationsfonder två år, för blandfonder tre år och för aktiefonder fem år. Uppgiften ska avse ”rullande” period eller senaste kalenderår. Det ska tydligt framgå vilken period som avses. Även slutdatum för mätperioden ska anges.

Nystartade fonder får lämna uppgift om uppnådd avkastning sedan fondens startdag om det tydligt anges att fonden är nystartad.

2.2.3 Inflation

När redogörelser lämnas för hittills uppnådd värdetillväxt under fem år eller mer ska det tydligt framgå om hänsyn tagits till inflation eller inte.

[4] Se bilaga 1

2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning

Vid antaganden om framtida avkastning ska det tydligt framgå att det endast är fråga om räkneexempel. Flera alternativ med olika förutsättningar bör därvid lämnas.

Räkneexempel för att illustrera en fonds framtida värdetillväxt ska i sin helhet överensstämma med god sed och inte vara vilseledande i något avseende. Detta innebär bl a:

- att räkneexempel grundas på försiktiga och tydligt angivna antaganden,
- att det tydligt ska framgå att det inte är fråga om en utfästelse när antaganden om värdetillväxt görs.

Generell information om inflationens inverkan samt eventuella skatteeffekter för konsumenten ska lämnas när det är av betydelse för att ge ett rättvisande intryck.

Används räkneexempel för att illustrera framtida värdetillväxt ska det tydligt klargöras att det endast är fråga om illustrativa exempel.

2.4 Jämförelser

Om avkastningen i en fond jämförs med avkastningen för en annan fond, en grupp av fonder, ett index eller annan sparform ska följande iakttas.

Presentationen ska vara så utformad att jämförelsen i sin helhet överensstämmer med god sed och inte är vilseledande i något avseende. De olika delarna i jämförelsen ska vara relevanta och bygga på fakta som kan styrkas. Detta innebär t ex följande.

2.4.1 Jämförelser med andra fonder

Sker jämförelse med andra fonder ska tydligt redovisas hur urvalet har gjorts. Urvalet av jämförelsefonder måste vara rättvisande, vilket bl a innebär att fonderna i allt väsentligt ska ha samma placeringsinriktning. Sker jämförelse med medeltal för andra fonder ska anges om medeltalet är vägt eller inte.

2.4.2 Jämförelseindex

Vid jämförelser med index ska det klart framgå vilket index som har använts. Valt index ska vara relevant och avse den placeringsinriktning som fonden har. Vid jämförelser med marknadsindex ska endast ett utdelningsjusterat index användas om sådant index finns. Om utdelningsjusterat index inte finns att tillgå kan annat marknadsindex användas. Det ska alltid anges om utdelningar ingår eller inte. Om fondbolaget har kombinerat olika index ska sammansättningen preciseras. Utvecklingen för fonden och index ska anges i samma valuta och beräknas på likvärdigt sätt.

2.4.3. Jämförelser med andra sparformer

Om jämförelse görs med någon annan sparform ska principerna för jämförelserna tydligt anges. Beräkningen av avkastningen för fonden och den andra sparformen ska göras på likvärdigt sätt. Jämförelseperioderna ska vara desamma och ska baseras på de regler om tidsperioder som anges i punkt 2.2.2 ovan.

2.4.4 Annan näringsidkare eller dennes produkt

En näringsidkare får i sin reklam direkt eller indirekt peka ut en annan näringsidkare eller dennes produkter bara om jämförelsen inte misskrediterar eller är nedsättande för dennes verksamhet, förhållanden, produkter, varumärken, firma eller andra kännetecken.

2.5 Grafisk framställning

Presentation av uppnått resultat eller räkneexempel med avkastningsantaganden, som illustreras i form av kurvor eller som återges på annat grafiskt sätt måste ge en korrekt bild och vara relevant.

2.6 Värdeomdömen

Kapitalplacering eller avkastning får inte betecknas med begrepp som ”säker”, ”garanterad” och liknande omdömen om det inte kan styrkas att placeraren är tillförsäkrad insatt kapital eller viss avkastning. Ord som ”trygg” och liknande omdömen får inte användas i marknadsföringen om de inte sätts in i ett relevant sammanhang.

Reservationslösa värdeord såsom ”bäst”, ”störst” och ”ledande” får inte användas om omdömena inte kan styrkas.

Begrepp som ”svensk mästare”, ”nordisk mästare”, ”årets förvaltare” och liknande utmärkelser bör inte användas om de inte utdelats av en vederhäftig och från fondbolaget oberoende bedömare samt utgår från ett representativt material. Det åligger marknadsföraren att kunna styrka att dessa påståenden är riktiga och vederhäftiga.

2.7 Risk

Vid marknadsföring av fonder ska alltid framgå att sådana investeringar innebär en risk.

Följande information eller text med liknande innebörd ska alltid finnas med i marknadsföringen av fonder. Texten får inte ges en undanskymd placering:

”Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i fonden kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet”.

Vid marknadsföring av fonder där placerat kapital och avkastning garanteras behöver information enligt ovan inte ges.

Det åligger fondbolag att göra en bedömning av den risk som kan anses föreligga med att placera i den marknadsförda fonden. När fondbolaget bedömer att en fond ska klassificeras som en fond med högre risk, t ex med anledning av att fondens värde kan variera kraftigt på grund av fondens sammansättning och de förvaltningsmetoder fondbolaget använder sig av[5], ska det tydligt framgå av marknadsföringsmaterialet.

2.8 Upplysning om faktablad och informationsbroschyr

Vid marknadsföring av andelar i en värdepappersfond eller en specialfond ska det av erbjudandet framgå att det finns ett faktablad och en informationsbroschyr för fonden och var den finns att tillgå.

2.9 Avgifter

Det erinras om att fondbolag enligt lag är skyldiga att tydligt redovisa samtliga avgifter i faktablad och informationsbroschyr, som kunden ska kunna ta del av före köp.

2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljömässiga, sociala eller andra liknande hänsyn

Etiska nämnden för fondmarknadsföring (ENF) har avgivit ett vägledande uttalande rörande marknadsföring av fonder som investerar ansvarsfullt för en hållbar utveckling eller är hållbara i något annat avseende (nedan hållbara investeringar).[6] Av uttalandet framgår sammanfattningsvis följande, vilket bör iakttas av fondbolag.

Alla nedanstående punkter ska vara uppfyllda för att marknadsföring av fonder ska få innehålla uttryck och formuleringar som på något sätt framhåller att fonden investerar hållbart.

- Fondbolaget ska ha en väl definierad process för att välja ut sina placeringar utifrån de särskilda kriterier eller hänsyn som fonden tar. Detta gäller oavsett om fondbolaget utesluter placeringar eller väljer in placeringar utifrån de kriterier som fonden satt upp, eller om fondbolaget försöker påverka de bolag där placeringar sker i önskad riktning.

- Fondbolaget, eller den koncern fondbolaget tillhör, ska ha gjort ett officiellt åtagande i relation till ett erkänt tredjepartsorgan där någon form av uppföljning ingår, såsom exempelvis FN-initiativet Principles for Responsible Investments (PRI) eller annat motsvarande åtagande.

---

[5] Se denna definition i lagen (2004:46) om värdepappersfonder 4 kap. 16 § 2 st. p 2.
[6] Meddelat den 17 november 2015 i ärende 8/2015. Uttalandet i sin helhet återfinns på Fondbolagens förenings hemsida www.fondbolagen.se

- Fondbolaget ska löpande kontrollera och säkerställa att urvalsprocessen följs. Detta är en fråga för hela bolaget och ett ansvar för ledningen.

- Utöver de uppgifter om fondens placeringsinriktning som ska framgå enligt gällande legala bestämmelser på fondområdet ska fondbolaget på ett tydligt och lättillgängligt sätt redovisa
    - bolagets placeringspolicy för fonden, inklusive information om urvalskriterier,
    - omsättningsgränser, och
    - bolagets urvalsprocess för fonden samt det sätt på vilket processen kontrolleras och säkerställs.

- Informationen ska lämnas genom en beskrivning av fondens inriktning vad gäller hållbara investeringar. Ett exempel på ett format för en sådan redogörelse är Hållbarhetsprofilen. Beskrivningen ska finnas tillgänglig på bolagets webbplats, men det ska alltid vara möjligt att också få den i skriftlig form.

- Fondbolaget ska, minst en gång per år, t.ex. i sin årsberättelse, halvårsredogörelse, eller i en separat rapport, redovisa hur placeringspolicyn uppfyllts beträffande inriktningen på placeringar utifrån hållbara investeringar. I den mån avvikelser skett från policyn, ska fondbolaget informera om vilka åtgärder som vidtagits med anledning av detta.

- Om fondbolaget i sin marknadsföring framhåller att placeringar i viss verksamhet väljs bort får högst fem procent av omsättningen i det bolag där placeringen sker, eller i den koncern där bolaget ingår, avse verksamhet som inte lever upp till de särskilda krav som fondbolaget har ställt upp. Det ska tydligt framgå för investerarna att upp till fem procent av omsättningen i det bolag där man investerar kan avse den oönskade verksamheten.

2.11 Hållbarhetsöversikt[7]

Samtliga fondbolag bör årligen utforma en hållbarhetsöversikt som beskriver hur fondbolaget arbetar med hållbarhetsfrågor samt ger konkreta exempel på hur detta arbete har skett i praktiken under föregående år. Hållbarhetsöversikten bör utformas i enlighet med bilaga 3. Dokumentet bör finnas lätt tillgängligt på fondbolagets webbplats.

[7] Denna regel gäller från och med räkenskapsåret 2016.

3. Vägledning och råd om fonder

Fondbolag bör verka för att andelsägare kan fatta välinformerade beslut om fonder. För att underlätta för fondspararna har Fondbolagens förening tagit fram www.fondkollen.se med hjälpmedel för val och utvärdering av fonder samt stöd för beräkning av vad sparbelopp, avgifter och avkastning betyder i kronor över tid. Fondbolagen rekommenderas att informera om fondkollen.se på t ex hemsida eller i årsberättelse.

3.1 Rådgivning vid portföljförvaltning

Investeringsrådgivning är en tillståndspliktig verksamhet enligt lagen om värdepappersmarknaden. Tillstånd till investeringsrådgivning kan även ges till fondbolag som erhållit tillstånd att erbjuda portföljförvaltning. Sådan verksamhet regleras av lagen om värdepappersmarknaden samt FFFS 2007:16.

All rådgivning till konsument som sker inom ramen för ett fondbolags tillstånd att bedriva investeringsrådgivning ska:

- utgå från kundens behov och intressen
- ta hänsyn till kundens kunskapsnivå
- ta hänsyn till kundens riskbenägenhet
- omfatta riskinformation och prisinformation
- kännetecknas av öppenhet om eventuell provision direkt till rådgivaren

Samt i övrigt uppfylla de krav som ställs i FFFS 2007:16.

Anställda hos fondbolaget som tillhandahåller investeringsrådgivning ska ha erforderliga kunskaper och i övrigt ha den kompetens som verksamheten kräver. De kunskapskrav som tagits fram av Swedsec bör vara vägledande.

3.2 Återförsäljares information och rådgivning

Om rådgivning sker om fondbolagets fonder via återförsäljare bör fondbolaget ha en policy för att utse återförsäljare. Ett skriftligt avtal bör upprättas mellan fondbolaget och återförsäljaren. Av avtalet bör framgå att återförsäljaren vid sin förmedling av fondbolagets fonder åtar sig att följa relevanta riktlinjer från föreningen och att återförsäljaren ansvarar för att eventuell rådgivning som sker i anslutning till försäljning av fonderna sker i enlighet med gällande lagar föreskrifter och övriga gällande regelverk tillämplig på den verksamhet som återförsäljaren bedriver.

Återförsäljaren ansvarar för att rådgivare besitter den kompetens som krävs. De kunskapskrav som tagits fram av Swedsec bör vara vägledande.

Fondbolaget ska tillhandahålla återförsäljare nödvändig produktinformation och support beträffande fondbolagets fondprodukter.

Bilaga 1: Standard för beräkning av avkastning i fonder

Vid beräkning av avkastning för fonder bör följande formler användas.

För Fonder som inte lämnar utdelning:

$$A = K/K_1 - 1$$

För Fonder som lämnar utdelning:

$$A = \frac{K*(1 - U/K_2)}{K_1} - 1$$

Förklaringar:

A = avkastningen under vald period
K = kurs vid periodens slut
K_1 = kurs vid periodens början
K_2 = kurs efter avskild utdelning
U = utdelning

Görs beräkningen för flera år, bör alla utdelningar inom perioden återinvesteras (läggas tillbaka).

Vid presentation av en fonds årliga, genomsnittliga procentuella tillväxt bör en geometrisk metod användas. Hänsyn bör tas till utdelningar under perioden. Nedan ges ett exempel på formel som kan användas.

$$[(AV/K_1)^{(360/d)} - 1]*100$$

= % avkastning per år

$$AV = K * \prod [1 + (U_n/K_n)]$$

AV = Andelsvärde vid periodens slut (inkl återinvesterade utdelningar)
K_1 = Andelskurs vid periodens början
d = Antal dagar i perioden (alltid 30 per månad)
K = Andelskurs vid periodens slut
Un = Utdelning nummer ”n”
Kn = Kurs efter avskiljandet av utdelning nummer ”n”

Om en fond inte är utdelande, blir den ackumulerade utdelningsfaktorn

$$[1 - (U_n/K_n)]_{=1,}$$

Det vill säga andelsvärde= andelskurs.

För räntefonder kan avkastningsberäkningar baseras på såväl en ”enkel” ränta (periodränta) som en effektiv årsränta. För dessa fonder ska därför anges hur avkastningen beräknats.

Bilaga 2: Årlig redovisning av kostnader till andelsägare

Definitioner

Total kostnad utgörs av summan av Förvaltningskostnader, Räntekostnader, Övriga finansiella kostnader, Övriga kostnader och Skatt, enligt resultaträkningen upprättad i enlighet med 31 kap FFFS 2013:9.
Förvaltningskostnad utgörs av posten Förvaltningskostnader enligt 31 kap. FFFS 2013:9.

Uppgifter till andelsägare

Den årliga redovisningen till andelsägare ska enligt lagstiftningen innehålla uppgift om Totalkostnad och Förvaltningskostnad inklusive kostnader för förvaring av fondtillgångarna. Om fondbolagen finner det lämpligt kan härutöver skillnaden mellan Total kostnad och Förvaltningskostnad specificeras under beteckningen " Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt".

Total kostnad, Förvaltningskostnad och, i den mån fondbolaget finner det lämpligt, posten "Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt", ska beräknas för varje dag fondbolaget beräknar NAV-kurs uttryckt som en kostnad per andel. Till andelsägare ska årligen ges uppgifter om på andelsägaren belöpande kostnader beräknade på basis av varje NAV-beräkningsdags kostnader och andelsinnehav. Om förvaltningskostnad räknas även för dagar då NAV-kurs ej beräknas, ska beräkning för sådana dagar inkluderas.

Om specifikation av posten "Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt" ska ske är feltoleransen begränsad till 0,0001% (en tiotusendels procent) avseende kostnadsberäkningen per andel och dag. Om redovisningen omfattar enbart Total kostnad och Förvaltningskostnad är feltoleransen 0,001 % (en tusendels procent) per dag[8].

[8] I normalfallet utgör " Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt" en väsentligt mindre del av Totalkostnaden än Förvaltningskostnaden. Medges för hög feltolerans kommer summan av Förvaltningskostnad å ena sidan och posten Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt å andra sidan inte att summera till Total kostnad, därför att en stor del av den senare kostnadsposten har hamnat under avrundningsgränsen.

Bilaga 3: Hållbarhetsöversikt – årlig uppföljning

Hållbarhetsöversikten innehåller följande rubriker i nedan ordning på max en dubbelsidig A4. För att möjliggöra jämförbarhet ska samtliga rubriker finnas med i översikten, även om de inte skulle vara tillämpliga på det specifika fondbolaget. Under varje rubrik exemplifieras med konkreta händelser från det gångna året med syftet att underlätta för spararen och att uppmuntra fondbolaget att vara relevant. Översikten uppdateras minst årligen och senast den 31 mars.

Rubrik: **Hållbarhetsöversikt för [Fondbolag] [Årtal]**

1. **Hållbarhet för oss**
   Om punkten: Introduktion. Mycket kort beskrivning av fondbolaget – typ av fonder eller inriktning. Fondbolagets definition av hållbarhet och syn på varför hållbarhet är viktigt i fondbolagets investeringar. Detta avsnitt ska ge en bild av det specifika fondbolaget. Fokus i detta avsnitt ska ligga på förvaltningen. Exemplifiera om möjligt.

2. **Hållbarhet i investeringsprocessen**
   Om punkten: Generell beskrivning av hur hållbarhet tillämpas i investeringsbesluten. Uteslutning kan exempelvis nämnas här utifrån hur investeringsuniverset påverkas, liksom kriterier för att välja in eller andra verktyg som valts. Exemplifiera med konkreta händelser från det gångna året så att spararen ges möjlighet att förstå hur fondbolaget agerar i praktiken.

3. **Hållbarhet i ägararbetet**
   Om punkten: Generell beskrivning av hur fondbolaget utövar påverkansarbete. Exemplifiera med konkreta händelser från det gångna året så att spararen ges möjlighet att förstå hur fondbolaget agerar i praktiken. Länk till ägarpolicy.

4. **Hållbarhets- och temafonder**
   Om punkten: Har fondbolaget fonder som aktivt marknadsförs som fonder som tar särskilda hållbarhetshänsyn i enlighet med ENF:s rekommendationer och där hållbarhet styr investeringsbeslut? Beskriv dessa här.

5. **Resurser och åtaganden för hållbarhet**
   Om punkten: Använder fondbolaget egna eller externa resurser för hållbarhetsarbetet? Har fondbolaget skrivit under PRI, är medlem i Swesif, Global Compact eller annat? Exemplifiera.

6. **Vill du veta mer?**
   Om punkten: Kontaktinformation och länk till fondbolagets samlingssida för hållbarhetsarbetet/ansvarsfulla investeringar. Denna sida bör vara lätt för spararna att hitta till även när de kommer in via fondbolagets förstasida. I denna punkt läggs också in information om ev extern validering av fondbolagets hållbarhetsarbete.