

## Politici privind Guvernanța Produselor

|                          |                            |                   |
|--------------------------|----------------------------|-------------------|
| Versiunea                | 1.0                        |                   |
| Aprobată de:             | Consiliul de Administrație | 25 octombrie 2018 |
| Data ultimei aprobări    |                            | 25 octombrie 2018 |
| Data intrării în vigoare |                            | 05 noiembrie 2018 |
| Clasificare:             | distribuită public         |                   |

## 1. Introducere

Acest document a fost redactat de SSIF BRK Financial Group SA în vederea conformării cu prevederile privind Guvernanța Produselor cuprinse în Directiva 2014/65/EU a Parlamentului European și a Consiliului din 15 Mai 2014 privind piețele instrumentelor financiare ("MIFID 2"). Cerințele Mifid II privind Guvernanța Produselor urmăresc să asigure că firmele care produc și distribuie instrumente financiare acționează în interesul investitorilor în toate etapele de dezvoltare și distribuție a produsului. Aceste cerințe se aplică tuturor produselor, atât cele tranzacționate pe piața primară cât și cele tranzacționate pe piața secundară.

Scopul acestui rezumat este de a informa clienții și potențialii distribuitori despre politicile BRK în materie de guvernanță a produselor. În calitate de producător de instrumente financiare, BRK se va asigura că deține politici și proceduri adecvate pentru a se asigura că produsele construite:

- ✓ Răspund nevoilor pieței țintă identificate pentru fiecare produs
- ✓ Vor fi vândute (distribuite) către clienții din piață țintă identificați prin sisteme adecvate de distribuție

BRK recunoaște doar clienții săi direcți ca și clienți în scopurile cerințelor privind Guvernanța Produselor. Dacă o contraparte (de exemplu un alt intermediar/broker/SSIF) acționează în calitate de distribuitor, în cazul în care nu a fost convenit cu BRK (adică nu este ultimul investitor din lanț și, în schimb, oferă, recomandă sau vinde produsul unui alt investitor), atunci această entitate este responsabilă pentru definirea unei piețe țintă propriie a instrumentului, având în vedere cunoașterea mai detaliată a bazei de clienți finali.

BRK emite produse structurate în baza Prospectului de bază în legătură cu Programul de emisiune de produse structurate (Denumit în continuare „Prospectul”), acesta fiind revizuit periodic, de regulă anual. BRK va întreprinde demersuri pentru a obține de la Bursa de Valori București un acord de principiu, privind admiterea la tranzacționare a produselor structurate.

BRK aprobă și comunică piața țintă către distribuitori și realizează scenarii de evoluție și analize. În acest sens, pentru fiecare serie de certificate, BRK va produce Documentul cu Informații Esențiale (KID) și Descrierea Pieței Țintă pe care le va revizui/actualiza periodic și pe care le va pune la dispoziția clienților și a distribuitorilor prin intermediul site-ului de internet. Aceste documente conțin printre altele, scenarii de evoluție a produsului și încadrarea produsului într-o clasă de risc, definesc piața țintă și canalele de distribuție.

## 2. Identificarea pieței țintă

BRK va efectua atât analize calitative cât și cantitative și va lua în considerare următoarele criterii pentru identificarea pieței țintă.

- Cunoștințe și experiență: trebuie identificat nivelul de cunoștințe pe care clienții vor trebui să îl aibă pentru a le fi adecvat produsul. Spre exemplu, vor fi luate în considerare tipul de instrument relevant, caracteristicile produselor și/ sau domeniile tematice care ar putea ajuta clientul să înțeleagă produsul.
- Situația financiară cu accent pe capacitatea de a suporta pierderi: informații cu privire la mărimea pierderii: spre ex. pierderi minore raportat la pierderi totale, pe care clienții ar fi capabili și dispuși să le suporte. Firma va exprima acest lucru ca o proporție maximă a activelor nete investibile care ar trebui investite.
- Tipul clientului: încadrarea în tipologiile: retail, profesional sau contraparte eligibilă. Tipologia clientului va fi corelată cu segmentarea clienților în funcție de serviciile prestate (execution-only, servicii de execuție cu verificarea oportunității investiționale, consultanță sau administrare discreționară).
- Toleranța la risc și compatibilitatea profilului de risc/ rentabilitate a produsului cu piața țintă. Profilul produsului cu piața țintă: va fi specificată atitudinea generală pe care clienții o vor avea în legătură cu riscurile asociate în fiecare produs. Vor fi documentate criteriile care trebuie îndeplinite pentru a satisface un anumit profil de risc/ rentabilitate. BRK va aplica indicatorii de risc specificați de regulamentul PRIIPs.
- Obiectivele clientului: la realizarea fiecărui produs vor fi luate în considerare obiectivul investițional al clienților țintă. BRK va lua în considerare dacă noul produs va îndeplini mai multe obiective investiționale ale clienților vizati și/ sau va satisface întreaga lor strategie de investiție. Se va lua în considerare orizontul de investiție așteptat sau dacă anumite aspecte răspund nevoilor și așteptărilor clientului.
- Nevoiele clientului: nevoile clientului vor fi luate în considerare: atunci când se realizează produse, în special în ceea ce privește așteptările investiționale ale clientului. Se va lua în considerare și impactul vârstei, țării de reședință fiscală precum și caracteristicile speciale ale produselor realizate.

În concluzie, atunci când se realizează atât analiza cantitativă cât și cea calitativă în timpul procesului de emisiune BRK va determina: (i) modul în care produsul răspunde nevoilor clienților săi; (ii) dacă caracteristicile și obiectivele produsului sunt compatibile cu clienții săi; (iii) dacă există clienți sau grupuri de clienți pentru care produsul nu este adecvat ("piața țintă negativă"), ținând cont de nevoile acestora, precum și cu caracteristicile și obiectivele produsului; (iv) profilul de risc/ rentabilitate al produsului și dacă acesta este în concordanță cu compoziția pieței țintă; (v) dacă produsul și caracteristicile produsului vor avea un beneficiu pentru clienții săi.

### 3. Conflictele de interes

BRK analizează potențialele conflicte de interes de fiecare dată când este produs un instrument financiar. Factorii avuți în vedere în această analiză sunt următorii: (i) Politica de remunerare (ii) Impactul asupra integrității pieței (iii) Folosirea/manipularea inadecvată a informațiilor confidențiale (iv) Declarații publice (v) Stimulentele (vi) Interese personale (vii) Tratamente preferențiale aplicat unor clienți (viii) Suprapuneri ale strategiilor sau mandatelor diversilor decidenți. Potențialele conflicte de interes sunt gestionate printr-o procedură internă separată.

BRK se va asigura că în proiectarea unui anumit instrument financiar, inclusiv a caracteristicilor acestuia, nu va afecta în mod negativ clienții finali și nu va crea probleme în legătură cu integritatea pieței prin faptul că ar permite să își diminueze și/sau transfere propriile riscuri sau expuneri față de activele-suport ale produsului, în cazul în care BRK deține deja activele suport pe cont propriu.

### 4. Scenariile de test

BRK va efectua scenarii de test asupra produselor pentru a determina riscurile asociate. Aceste scenarii vor lua în considerare modul în care produsul ar putea fi afectat:

- ✓ Dacă situația financiară a firmei se va deteriora sau va întâmpina dificultăți financiare
- ✓ Dacă produsul nu mai este viabil din punct de vedere comercial sau
- ✓ În cazul în care cererea pentru produs este mai mare decât se aștepta și, prin urmare, afectează poziția noastră financiară sau piața activului suport.

În plus, BRK va lua în considerare structura de costuri pentru fiecare produs propus și va evalua dacă costurile și taxele sunt compatibile cu nevoile, obiectivele și caracteristicile pieței țintă. Se va determina de asemenea dacă structura de tarifare este suficient de transparentă. Scenariul de testare pentru fiecare produs nou va fi documentat și revizuit periodic.

### 5. Strategia de distribuție

BRK va indica canalele de distribuție pentru produsele emise. În cazul în care un terț distribuie produsele, BRK solicită informații despre vânzările de produse pentru a se asigura că acesta este capabil să confirme că produsele nu sunt vândute în mod greșit și să determine dacă trebuie să se modifice dispozițiile privind distribuția sau modificările asupra descrierii pieței țintă.

BRK va întreprinde demersuri rezonabile pentru a se asigura că produsele sunt distribuite către o piață țintă identificată corect. BRK va alege distribuitorii ale căror tipuri de clienți și servicii oferite sunt compatibile cu obiectivul produsului. Distribuitorului îi vor fi oferite informații suficiente despre piața țintă și nevoile acesteia, precum și tipul de serviciu de investiții (canalul de distribuție) prin care clientul poate achiziționa produsul. În selecția distribuitorilor, vor fi luați în calcul următorii factori:

- ✓ Experiența anterioară a distribuitorului cu privire la modul în care un produs similar a fost distribuit
- ✓ Caracteristicile, nevoile și obiectivele clienților finali (ai distribuitorilor)

Când BRK își distribuie produsele proprii, generează informații despre vânzările de produse pentru a se asigura că este în măsură să confirme că produsele nu sunt vândute în mod greșit și pentru a determina dacă trebuie să se facă schimbări în modalitățile de distribuție sau în identificarea pieței țintă.

### 6. Procesul de aprobare

În calitate de producător, BRK are definită o procedură prin care poate menține, opera și revizui procesul pentru aprobarea fiecărui produs, precum și orice schimbări semnificative ale unui produs existent, înainte de comercializare sau distribuție. Pentru a aproba un produs nou sau pentru a modifica un produs existent, personalul implicat în definirea/modificarea unui produs va solicita avizul departamentelor de Conformitate (Control Intern) și Managementul Riscului. Ca parte a procesului de aprobare, BRK va:

- ✓ Confirma informațiile cu privire la piața țintă, inclusiv categoriile și profilul clienților cărora le este adresat produsul
- ✓ Va identifica și evalua riscurile relevante pentru piața țintă
- ✓ Va confirma că strategia și canalele de distribuție sunt în conformitate cu piața țintă identificată

Conducerea BRK va primi cu regularitate actualizări privind procesul de dezvoltare a produselor noi. Informațiile vor include un rezumat al noilor produse aflate în faza de dezvoltare, un rezumat al evaluării pieței țintă pentru noile produse, dezvoltarea potențialelor conflicte care pot apărea, precum și rezultatul analizei scenariilor de test.

## **7. Revizuire periodică**

BRK va revizui anual tipurile de produse aflate în portofoliul de produse emise sau pe care intenționează să le emită în continuare, revizuirea vizând (i) tipologia de produs, (ii) clasele de activ suport, (iii) nivel de risc al produselor și (iv) strategia de distribuție/vânzare.

BRK va solicita distribuitorilor de produse, să transmită către BRK informații legate de vânzări și orice alte informații relevante ce pot fi rezultatul analizei periodice a distribuitorului. Prin informații relevante se înțelege: informații despre canalele de distribuție utilizate, proporția vânzărilor făcute în afara pieței țintă, informații rezumative privind tipurile de clienți, un rezumat al tuturor plângerilor primite.

BRK va analiza feedback-ul primit de la distribuitor și în funcție de rezultat va propune reviziunea documentul „Descrierea pieței țintă” și va întreprinde demersuri dacă se constată că distribuitorii au acționat inadecvat față de contractul existent. BRK va revizui documentul „Informații esențiale despre produs – KID” după cum urmează: cel puțin o dată pe lună și oricând o impun condițiile de piață.

## **8. Training**

BRK se va asigura că angajații implicați în producerea de instrumente financiare dispun de competențele de specialitate necesare pentru a înțelege caracteristicile și riscurile instrumentelor financiare pe care intenționează să le producă.