

Název:	PRAVIDLA JEDNÁNÍ SE ZÁKAZNÍKY – INVESTICE
Vnitřní směrnice č.:	I/2/2018
Obsah:	Pravidla jednání pracovníků společnosti při jednání se zákazníky a potenciálními zákazníky společnosti Pravidla propagace společnosti a investičních služeb
Přílohy:	Příloha č. 1 - Struktura roční zprávy o nákladech a poplatcích za poskytnuté investiční služby
Určena:	Pracovníkům obchodního úseku
Vytvořil:	Osoba pověřená výkonem compliance
Schválil:	jednatel
Ruší směrnici č.:	
Platnost od:	3. 1. 2018
Účinnost od:	3. 1. 2018
Změna č.:	
Přílohy:	
Schválil:	
Platnost změny od:	
Účinnost změny od:	

Obsah:

I)	Úvodní ustanovení.....	3
1.	Předmět a cíl vnitřního předpisu	3
II)	Základní pravidla jednání se zákazníky	3
2.	Obecné povinnosti při jednání se zákazníky	3
III)	Komunikace se zákazníky	3
3.	Obecná pravidla pro komunikaci se zákazníky	3
4.	Záznamy a dokumenty týkající se investičních služeb	4
5.	Forma poskytování informací	5
IV)	Předobchodní informační povinnost	5
6.	Poskytování informací zákazníkům před poskytnutím investiční služby	5
6.1.	Základní informace o Společnosti	6
6.2.	Informace o investičních nástrojích, investičních službách, strategiích pro investování a rizicích	6
6.3.	Informace o poplatcích a nákladech spojených s investičními službami	7
6.4.	Informace o zařazení zákazníka (profesionální x neprofesionální zákazník)	8
7.	Poskytování informací zákazníkům ve zvláštních situacích	8
7.1.	Informace obsahující srovnání investičních služeb	8
7.2.	Informace zahrnující údaje o výkonnosti investičního nástroje, finančního indexu nebo investiční služby v minulosti	8
7.3.	Informace obsahující simulaci minulého výkonu investičního nástroje, finančního indexu nebo investiční služby	9
7.4.	Informace týkající se budoucí výkonnosti investičního nástroje, finančního indexu nebo investiční služby	9
7.5.	Informace týkající se daní	9
V)	Poobchodní informační povinnost	9
VI)	Získávání informací od zákazníka	10
8.	Profil zákazníka	10
VII)	Pravidla řízení investičních produktů	10
VIII)	Investiční výzkum	12
IX)	Pravidla propagace	13
9.	Základní pojmy.....	13
X)	Jednotlivé formy propagace.....	13
10.	Základní formy propagace.....	13
11.	Osobní setkání.....	13
12.	Internetové stránky.....	14
13.	Propagační materiály	14
14.	Ostatní ustanovení	14
XI)	Závěrečná ustanovení.....	14
	Příloha č. 1 Struktura roční zprávy o nákladech a poplatcích za poskytnuté investiční služby	15

I) Úvodní ustanovení

1. Předmět a cíl vnitřního předpisu

Předmětem tohoto vnitřního předpisu je stanovení pravidel pro zaměstnance, vázané zástupce, jejich zaměstnance a statutární zástupce, (dohromady dále jen „**Pracovníci**“) případně další osoby spolupracující s investičním zprostředkovatelem **M&M pojišťovací s.r.o.**, se sídlem Nádražní 535/15, Moravská Ostrava, 702 00 Ostrava, IČ: 25982176 (dále jen „**Společnost**“) při jednání se zákazníky a potenciálními zákazníky Společnosti v oblasti investičních služeb.

Cílem vnitřního předpisu je zajištění takové úrovně jednání Pracovníků Společnosti, která zajistí, že nabízení a poskytování investičních služeb bude vždy v souladu s právními předpisy, zejména zákonem č. 256/2004 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu, ve znění pozdějších předpisů, (dále jen „**ZPKT**“) a vnitřními předpisy Společnosti.

Zákazníkem se pro účely tohoto vnitřního předpisu rozumí osoba, která na základě zprostředkovatelské činnosti Společnosti uzavřela s finanční institucí (OCP, investiční společnost) písemnou smlouvu, jejímž předmětem je investiční služba (obstarání nákupu investičního nástroje /portfolio management,) (dohromady dále jen „**Smlouva o nákupu cenných papírů**“).

Potenciálním zákazníkem se pro účely tohoto vnitřního předpisu rozumí osoba, které jsou nabízeny investiční služby spolupracující finanční instituce nebo Společnosti.

II) Základní pravidla jednání se zákazníky

2. Obecné povinnosti při jednání se zákazníky

Pracovníci Společnosti mají povinnost jednat kvalifikovaně, čestně, spravedlivě a v nejlepším zájmu zákazníků a potenciálních zákazníků.

Povinnosti, které mají Pracovníci Společnosti dodržovat při poskytování jednotlivých investičních služeb, jsou podrobněji stanoveny zvláštním vnitřním předpisem Společnosti¹.

Pracovníci Společnosti nesmí v souvislosti s poskytováním investičních služeb přijímat jakékoliv peněžní prostředky nebo investiční nástroje zákazníků.

Nedodržení uvedených povinností bude Společností považováno za podstatné porušení pracovních povinností Pracovníka.

III) Komunikace se zákazníky

3. Obecná pravidla pro komunikaci se zákazníky

Pracovníci Společnosti při komunikaci se zákazníkem nebo potenciálním zákazníkem, včetně propagačních sdělení, které se týkají investičních služeb nebo investičních nástrojů, nesmí používat nejasné, nepravdivé, zavádějící nebo klamavé informace.

U propagačního sdělení Společnost zajistí, aby jeho obsah byl v souladu se všemi informacemi, které Společnost dříve poskytla zákazníkovi při poskytování investičních služeb a z jeho obsahu a formy bylo zřejmé, že jde o propagační sdělení. Podrobná pravidla pro propagaci Společnosti a investičních služeb jsou stanovena níže v tomto předpisu.

¹ Vnitřní předpis Společnosti „Pravidla investičního zprostředkování“.

Informace a dokumenty, včetně propagačních sdělení, poskytované či jinak šířené (internetové stránky, aj.) zákazníkům, či potenciálním zákazníkům Společnosti musí splňovat následující náležitosti:

- a) informace obsahují název Společnosti
- b) informace jsou přesné a vždy podávají korektní výrazné upozornění na možná rizika, když odkazují na možné výhody investiční služby nebo investičního nástroje;
- c) informace používají takovou velikost písma u upozornění na možná rizika, která je alespoň stejná jako převážná velikost písma použitá v ostatních poskytnutých informacích, jakož i grafickou úpravu, která zajišťuje, že toto upozornění bude výrazné;
- d) informace jsou dostačující a jsou prezentovány způsobem, u něhož je pravděpodobné, že mu porozumí průměrný příslušník skupiny, které jsou určeny nebo která se pravděpodobně stane jejich příjemcem;
- e) informace nezastírají, nezlehčují ani nezamlžují důležité body, prohlášení či varování;
- f) informace jsou důsledně uváděny v témže jazyce ve všech formách informačních a propagačních materiálů, které jsou jednotlivým zákazníkům poskytovány;
- g) informace jsou aktuální a odpovídají použitým komunikačním prostředkům.

4. Záznamy a dokumenty týkající se investičních služeb

Veškerá komunikace se zákazníkem týkající se investičních služeb a komunikace s potenciálním zákazníkem musí být činěna prostřednictvím prostředků, které zaznamenávají obsah komunikace (elektronická pošta - email, apod.).

TELEFONNÍ LINKY

Ve Společnosti platí přísný zákaz nabízet či poskytovat investiční služby **prostřednictvím soukromých či firemních telefonních linek**. Nedodržení této povinnosti bude považováno za podstatné porušení pracovních povinností Pracovníka.

EMAILY

Pracovníci mohou při komunikaci se zákazníky a potenciálními zákazníky prostřednictvím elektronické pošty používat pouze přidělené firemní emailové adresy Společnosti (firemní emailové adresy) nebo výjimečně jiné emailové adresy (soukromé emailové adresy) schválené jednatelem Společnosti. Podrobnosti stanovuje zvláštní vnitřní předpis Společnosti².

OSOBNÍ JEDNÁNÍ

V případě osobního jednání se zákazníkem/potenciálním zákazníkem je Pracovník Společnosti povinen vytvořit z jednání písemný záznam, v němž je uvedeno:

- a) datum a čas schůzky;
- b) místo schůzky;
- c) totožnost účastníků schůzky;
- d) iniciátor schůzky;
- e) obsah schůzky.

Společnost prostřednictvím zvláštního dokumentu³ Společnosti informuje zákazníka, že komunikace se Společností je zaznamenávána a že kopie komunikace se zákazníkem mu bude na vyžádání k dispozici po dobu pěti let nebo na žádost ČNB po dobu až sedmi let.

Společnost archivuje záznamy komunikace a dokumenty určené zákazníkům a potenciálním zákazníkům týkající se investičních služeb ve lhůtách stanovených zvláštním vnitřním předpisem⁴. Společnost je povinna vést a archivovat

² Vnitřní předpis „Řád správy informačního systému“

³ Vnitřní předpis „Pravidla investičního zprostředkování“

⁴ Vnitřní předpis „Spisový a skartační řád“

záznamy komunikace a dokumenty i tehdy, pokud nedošlo k realizaci obchodu s investičním nástrojem či poskytnutí investiční služby.

5. Forma poskytování informací

Trvalý nosič dat

Společnost primárně poskytuje informace zákazníkům prostřednictvím listinných dokumentů, které jsou tzv. trvalým nosičem dat.

Jiný trvalý nosič dat (elektronická verze dokumentů) může Společnost použít pouze za předpokladu:

- a) poskytnutí těchto informací na takovém nosiči je vhodné vzhledem k souvislostem, za nichž se uskutečňuje nebo má uskutečnit obchod zákazníka;
- b) zákazník, jemuž mají být informace poskytnuty a jemuž je nabídnuta volba mezi informacemi na papíře (listinný záznam) a informacemi na jiném trvalém nosiči dat, si konkrétně zvolí poskytnutí informací na tomto jiném nosiči.

Rozsah informací, které musí být zákazníkovi předány na trvalém nosiči dat, je uveden v tomto vnitřním předpisu.

Internetové stránky

V případě, kdy tento vnitřní předpis umožňuje předávat informace zákazníkovi prostřednictvím internetových stránek Společnosti a tyto informace nejsou určeny osobně tomuto zákazníkovi, Společnost musí zajistit splnění těchto podmínek:

- a) poskytnutí těchto informací na internetových stránkách Společnosti je vhodné vzhledem k souvislostem, za nichž se uskutečňuje nebo má uskutečnit obchod zákazníka;
- b) zákazník výslovně souhlasí s poskytnutím takových informací v této formě;
- c) zákazník je elektronicky informován o adrese internetových stránek Společnosti a o místě, kde na nich lze informace nalézt;
- d) informace jsou aktuální;
- e) přístup k informacím na internetových stránkách Společnosti je nepřetržitý po tak dlouhou dobu, jakou zákazník podle důvodných předpokladů potřebuje k jejich prohlédnutí.

Na poskytování informací prostřednictvím internetových stránek a prostřednictvím elektronických komunikačních prostředků se pohlíží jako na vhodné vzhledem k souvislostem, za nichž se uskutečňuje nebo má uskutečnit obchod zákazníka, jestliže existuje důkaz, že zákazník má pravidelný přístup na internet. Za takový důkaz se považuje zejména e-mailová adresa, kterou zákazník poskytne pro účely uskutečnění daného obchodu.

IV) Předobchodní informační povinnost

6. Poskytování informací zákazníkům před poskytnutím investiční služby

Pracovník Společnosti je povinen v dostatečném předstihu před uzavřením Smlouvy o nákupu cenných papírů nebo poskytnutím investiční služby poskytnout zákazníkovi informace o podmínkách Smlouvy o nákupu cenných papírů a informace o Společnosti v rozsahu:

- 1) Základní informace o Společnosti a poskytovaných investičních službách (článek 6.1)
- 2) Informace o investičních nástrojích, ke kterým poskytuje Společnost svoje služby (článek 6.2)
- 3) Informace o nákladech a souvisejících poplatcích (článek 6.3)
- 4) Informace o kategorizaci zákazníků (článek 6.4)

Uvedené informace v podstatném rozsahu Společnost poskytuje standardně na trvalém nosiči (listinný dokument).

Informace mohou být rovněž zveřejněny prostřednictvím internetových stránek Společnosti.

Společnost oznámí zákazníkovi s dostatečným předstihem každou významnou změnu výše uvedených informací. Toto oznámení se podává na trvalém nosiči dat případně prostřednictvím internetových stránek Společnosti.

6.1. Základní informace o Společnosti

Pracovník Společnosti poskytne zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi informace o Společnosti v rozsahu:

- a) název a adresa Společnosti a potřebné kontaktní informace, které zákazníkům umožní se Společností účinně komunikovat;
- b) jazyky, ve kterých může zákazník se Společností komunikovat a ve kterých od něj bude dostávat dokumenty a jiné informace;
- c) způsoby komunikace mezi Společností a zákazníkem, včetně způsobu, který je případně třeba použít pro zasílání a příjem pokynů;
- d) prohlášení, že Společnost má povolení k činnosti investičního zprostředkovatele; kontaktní adresu České národní banky, která vydala toto povolení;
- e) pokud Společnost zastupuje vázaný zástupce, prohlášení o této skutečnosti;
- f) povaha, frekvence a termíny podávání zpráv o poskytovaných službách, které Společnost zákazníkovi podává;
- g) popis postupů zavedených k omezení možnosti střetu zájmů
(pozn. na žádost zákazníka sdělí Pracovník Společnosti další podrobnosti o těchto postupech k omezení možnosti střetu zájmů na trvalém nosiči dat nebo prostřednictvím internetových stránek).
- h) informační údaje o finanční instituci (OCP, investiční společnost), pro kterou Společnost zprostředkovává uzavření Smlouvy o nákupu cenných papírů, nebo které předává pokyn zákazníkovi k provedení.

6.2. Informace o investičních nástrojích, investičních službách, strategiích pro investování a rizicích

Pracovníci Společnosti poskytují zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi obecný popis povahy a rizik investičních nástrojů, zejména s ohledem na kategorizaci zákazníka, tj. zda jde o neprofesionálního zákazníka, profesionálního zákazníka nebo způsobilou protistranu. Tento popis dostatečně podrobně vysvětluje povahu konkrétního typu dotyčného investičního nástroje, fungování a výkonnost investičního nástroje za různých podmínek na trhu, včetně pozitivních a negativních podmínek, a rizik, která jsou tomuto typu nástroje vlastní, aby zákazník mohl přijmout informované investiční rozhodnutí

Poskytovaná informace by s ohledem na povahu investičního nástroje a úroveň znalostí a zařazení zákazníka měla zahrnovat alespoň údaje v následujícím rozsahu:

- a) investiční služby poskytované Společností;
- b) rizika spojená s daným typem investičního nástroje, rizika ztráty celé investice včetně rizik spojených s insolvencí emitenta a událostí s tím souvisejících, např. rekapitalizace z vnitřních zdrojů;
- c) volatilita cen takových investičních nástrojů a všechna případná omezení dostupného trhu, na němž lze s těmito nástroji obchodovat;
- d) informace o překážkách či omezeních prodeje investic, například v případě nelikvidních investičních nástrojů nebo investičních nástrojů s pevně stanoveným termínem investice, včetně ilustrace možných metod prodeje a důsledků případného prodeje, možná omezení a odhad časového rámce pro prodej investičních nástrojů, než se vrátí počáteční náklady na obchod s tímto typem investičních nástrojů;
- e) všechny požadavky ohledně marže či podobné závazky, které se používají u investičních nástrojů daného typu;
- f) informace, zda je investiční nástroj určen profesionálním nebo neprofesionálním zákazníkům i s ohledem na cílový trh investičního nástroje.

Pokud Pracovník Společnosti poskytuje zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi informace o investičním nástroji, který je aktuálně nabízen veřejnosti, a v souvislosti s touto nabídkou byl zveřejněn prospekt, je Pracovník Společnosti povinen s dostatečným předstihem před poskytnutím investiční služby sdělit zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi, kde je tento prospekt dostupný.

V případě investičních nástrojů, jejichž součástí je záruka nebo ochrana kapitálu, poskytne Pracovník Společnosti zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi informace o rozsahu a charakteru této záruky nebo ochrany kapitálu. Pokud záruku poskytuje třetí strana, zahrnují informace o záruce dostatečně podrobné údaje o ručiteli a o záruce, aby zákazník nebo potenciální zákazník mohl záruku objektivně zhodnotit.

Z informací poskytnutých zákazníkovi nesmí vyplývat, že ČNB nebo jiný orgán dohledu podporuje nebo schvaluje nabízené investiční nástroje nebo služby Společnosti.

V případě investičních nástrojů, ke kterým bylo vytvořeno tzv. sdělení klíčových informací, je Pracovník Společnosti povinen v dostatečném předstihu před poskytnutím investiční služby toto sdělení poskytnout zákazníkovi.

Pokud se investiční nástroj skládá ze dvou nebo více různých investičních nástrojů nebo služeb, poskytne Pracovník Společnosti zákazníkovi odpovídající popis právního charakteru tohoto investičního nástroje, jeho složek a způsobu, jak vzájemné působení těchto složek ovlivňuje rizika investice.

Složený produkt⁵

Nabízí-li Společnost zákazníkovi investiční službu jako součást složeného produktu, nebo jako podmínku sjednání složeného produktu, popíše mu, jak se liší rizika vyplývající ze složeného produktu od rizik vyplývajících ze součástí složeného produktu, jsou-li sjednány samostatně; to neplatí, nejsou-li rizika vyplývající ze složeného produktu zjevně odlišná od rizik vyplývajících ze součástí složeného produktu, jsou-li sjednány samostatně.

Výše uvedené informace musí Společnost poskytnout srozumitelně tak, aby byl zákazník schopen dostatečně pochopit podstatu a rizika nabízené investiční služby a nabízeného druhu investičního nástroje a aby byl schopen poté učinit informované investiční rozhodnutí.

Pracovník Společnosti je povinen zákazníkovi vedle informací výše uvedených poskytnout ve srozumitelné a pochopitelné podobě další informace týkající se investičních nástrojů, investičních služeb a rizik v případě, že o ně zákazník požádá.

6.3. Informace o poplatcích a nákladech spojených s investičními službami

Pracovník Společnosti poskytne zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi informace v rozsahu:

- a) všech nákladů a souvisejících poplatků účtovaných Společností nebo jinými třetími stranami, pokud byl zákazník těmito třetími stranami (OCP, investiční společnost) předán, za investiční služby poskytnuté zákazníkovi,
- b) všech nákladů a souvisejících poplatků spojených s vytvářením a správou investičních nástrojů.

Má-li být jakákoli část celkových nákladů a poplatků uhrazena v cizí měně, Společnost uvede dotýčnou měnu a příslušné směnné kurzy a náklady. Společnost informuje zákazníka také o platebních podmínkách.

Informace se vyjadřují takovým způsobem, aby zákazník mohl porozumět celkovým nákladům a mohl posoudit jejich celkový dopad na návratnost investice. Na žádost zákazníka poskytne Společnost tyto informace rozepsané na jednotlivé položky.

Společnost ve spolupráci s finanční institucí (OCP/investiční společnost) poskytne svým zákazníkům ilustraci, která znázorňuje souhrnný dopad nákladů na návratnost při poskytování investičních služeb. Ilustrace by měla splňovat následující požadavky:

- a) ukazuje dopad celkových nákladů a poplatků na návratnost investice;
- b) ilustrace ukazuje všechna očekávaná maxima či výkyvy nákladů a
- c) u ilustrace je uveden její popis.

Nabízí-li Společnost zákazníkovi investiční službu jako součást složeného produktu, nebo jako podmínku sjednání složeného produktu, je povinna zákazníka informovat v dostatečném časovém předstihu před poskytnutím investiční služby o tom, které součásti složeného produktu lze sjednat samostatně a jaká je úplata za tyto součásti, jsou-li sjednány samostatně.

⁵ Složeným produktem se rozumí kombinace více služeb a/nebo produktů, které lze sjednat samostatně či nikoli. Složený produkt může být rovněž poskládán krossektorálně, čili například kombinací bankovního produktu a investičního produktu či kombinací investičního produktu a pojištění produktu.

6.4. Informace o zařazení zákazníka (profesionální x neprofesionální zákazník)

Společnost každého zákazníka zařadí do jedné z kategorií:

- neprofesionální zákazník,
- profesionální zákazník
- způsobilá protistrana.

Společnost informuje zákazníky v listinné podobě nebo na jiném trvalém nosiči o tom, do jaké kategorie byl zařazen, a jaká práva má, pokud chce požadovat jinou kategorizaci, a o tom, jaká omezení úrovně ochrany zákazníka s jinou kategorizací souvisí.

Společnost může z vlastní iniciativy nebo na žádost zákazníka jednat se zákazníkem následujícím způsobem:

- a) se zákazníkem, který by byl jinak klasifikován jako způsobilá protistrana, jako s profesionálním nebo neprofesionálním zákazníkem;
- b) se zákazníkem, který je považován za profesionálního zákazníka, jako s neprofesionálním zákazníkem.

Další kategorizace zákazníků související s poskytováním investičních služeb jsou popsány dále v tomto vnitřním předpisu (cílový trh) nebo jiných vnitřních předpisech Společnosti (investiční profil, rizikový profil dle AML).

7. Poskytování informací zákazníkům ve zvláštních situacích

7.1. Informace obsahující srovnání investičních služeb

V případě, že Pracovník Společnosti sděluje zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi informace, kterými srovnává investiční služby, investiční nástroje nebo osoby poskytující investiční služby, srovnání musí:

- být účelné, přesné a předkládané korektním a vyváženým způsobem
- obsahovat informaci o zdroji informací, které byly pro srovnání použity,
- popsat nejdůležitější skutečnosti a předpoklady, z nichž srovnání vychází.

7.2. Informace zahrnující údaje o výkonnosti investičního nástroje, finančního indexu nebo investiční služby v minulosti

V případě, že Pracovník Společnosti sděluje zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi informace, které zahrnují údaje o výkonnosti investičního nástroje, finančního indexu nebo investiční služby v minulosti, musí být splněny následující podmínky:

- a) nesmí být takový údaj nejvýraznějším prvkem sdělení,
- b) musí tato informace zahrnovat vhodné údaje o výkonnosti nejméně za pět bezprostředně předcházejících let; není-li takových údajů, uvedou se údaje za celé období, kdy byl investiční nástroj nabízen, kdy byl zaveden finanční index či poskytována investiční služba; přičemž tato informace o výkonnosti v každém případě vychází z celých dvanáctiměsíčních období,
- c) v informaci musí být zřetelně uvedeno referenční období a zdroj informací,
- d) informace obsahující výrazné upozornění, že se použité údaje týkají minulosti a že výkonnost v minulosti není spolehlivým ukazatelem budoucích výnosů,
- e) pokud údaje vycházejí z číselných údajů v jiné měně, než je měna státu, ve kterém má zákazník bydliště, je zřetelně uvedena příslušná měna a dále upozornění, že výnos pro investora se může zvýšit nebo snížit v důsledku kolísání měnových kurzů, a
- f) pokud jsou údaje založeny na hrubé výkonnosti, je uveden vliv provizí, odměn a dalších poplatků.

7.3. Informace obsahující simulaci minulého výkonu investičního nástroje, finančního indexu nebo investiční služby

V případě, že Pracovník Společnosti sděluje zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi informace, které obsahují simulaci minulého výkonu investičního nástroje nebo finančního indexu nebo na ni odkazují, musí být splněny následující podmínky:

- a) simulovaná výkonnost v minulosti vychází ze skutečné minulé výkonnosti jednoho nebo více investičních nástrojů nebo finančních indexů, které jsou stejné nebo v podstatě stejné jako dotýčný investiční nástroj nebo jsou k němu podkladové
- b) o se týče skutečné minulé výkonnosti, o níž se zmiňuje písmeno a)
 - nesmí být takový údaj nejvýraznějším prvkem sdělení,
 - musí tato informace zahrnovat vhodné údaje o výkonnosti nejméně za pět bezprostředně předcházejících let; není-li takových údajů, uvedou se údaje za celé období, kdy byl investiční nástroj nabízen, kdy byl zaveden finanční index či poskytována investiční služba; přičemž tato informace o výkonnosti v každém případě vychází z celých dvanáctiměsíčních období,
 - v informaci musí být zřetelně uvedeno referenční období a zdroj informací,
 - pokud údaje vycházejí z číselných údajů v jiné měně, než je měna státu, ve kterém má zákazník bydliště, je zřetelně uvedena příslušná měna a dále upozornění, že výnos pro investora se může zvýšit nebo snížit v důsledku kolísání měnových kurzů, a
 - pokud jsou údaje založeny na hrubé výkonnosti, je uveden vliv provizí, odměn a dalších poplatků.
- c) informace obsahují výrazné upozornění, že se dané číselné údaje týkají simulované výkonnosti v minulosti a že výkonnost v minulosti není spolehlivým ukazatelem budoucí výkonnosti.

7.4. Informace týkající se budoucí výkonnosti investičního nástroje, finančního indexu nebo investiční služby

V případě, že Pracovník Společnosti sděluje zákazníkovi nebo potenciálnímu zákazníkovi, informace, které se týkají budoucí výkonnosti, musí být splněny následující podmínky:

- informace nevychází ze simulované výkonnosti v minulosti ani na ni neodkazuje,
- informace vychází z důvodných předpokladů vycházejících z objektivních údajů,
- pokud jsou informace založeny na hrubé výkonnosti, je uveden vliv provizí, odměn a dalších poplatků,
- informace vychází ze scénářů výkonnosti za různých podmínek na trhu (negativních i pozitivních scénářů) a vyjadřuje charakter a rizika konkrétních typů investičních nástrojů, které jsou do analýzy zahrnuty
- informace obsahují výrazné upozornění, že tyto prognózy nejsou spolehlivým ukazatelem budoucí výkonnosti.

7.5. Informace týkající se daní

V případě, že Pracovník Společnosti sděluje zákazníkovi informace, které se týkají zdanění, musí být jasně uvedeno, že daňový režim závisí na individuálních poměrech každého zákazníka a v budoucnosti se může změnit.

V) Poobchodní informační povinnost

Společnost je povinna jednou ročně zpětně nejpozději do 28. 2. poskytnout zákazníkovi informace o následujících skutečnostech:

- informace o investičních službách, které zákazníkovi Společnost v předchozím roce poskytla (tyto zahrnují mj. informace o pravidelné komunikaci se zákazníkem zohledňující druh a složitost obchodů s investičními nástroji a podstatu poskytnutých služeb)
- informace o všech nákladech a poplatcích spojených s investičními nástroji a investičními službami, které zákazníkům poskytla, resp. nabídla v předchozím roce a udržuje nebo v průběhu roku udržovala se zákazníkem trvalý vztah.

Informace se poskytují zákazníkům prokazatelně na trvalém nosiči dat (v listinné podobě nebo elektronickou formou).

VI) Získávání informací od zákazníka

8. Profil zákazníka

Investiční profil

V souvislosti se zprostředkováním Smlouvy o nákupu cenných papírů a navazujících pokynů k investičním nástrojům Společnost od zákazníka získává informace za účelem stanovení vhodného investičního profilu/strategie. Postup získávání a vyhodnocování informací stanoví zvláštní vnitřní předpis Společnosti⁶.

Rizikový profil

Společnost zjišťuje informace o zákazníkovi za účelem jeho identifikace a kontroly ve smyslu zákona č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu, ve znění pozdějších předpisů. Postup získávání a vyhodnocování informací stanoví zvláštní vnitřní předpis Společnosti⁷.

VII) Pravidla řízení investičních produktů

CÍLOVÝ TRH INVESTIČNÍHO NÁSTROJE

Cílový trh investičního nástroje představuje skupinu zákazníků, kteří mají společné charakteristiky, cíle a potřeby, jež jsou slučitelné s investičním nástrojem zařazeným v tomto cílovém trhu.

Společnost je v rámci tzv. produktového řízení povinna určit cílový trh pro každý investiční nástroj, který má ve své nabídce, a před nabízením/zprostředkováním investičního nástroje posoudit, zdali cílový trh investičního nástroje odpovídá cílovému trhu konkrétního zákazníka.

Společnost vždy musí dostatečně rozumět investičnímu nástroji, který nabízí a zprostředkovává zákazníkovi a posoudit, zda investiční nástroj, který nabízí a zprostředkovává zákazníkovi, odpovídá potřebám cílového trhu, do něhož zákazník patří.

Při stanovení cílových trhů investičních nástrojů Společnost v souladu s „Obecnými pokyny ESMA k požadavkům na řízení produktu podle směrnice MIFID II“ vychází z následujících parametrů:

- Typ zákazníka, jemuž je investiční nástroj určen (*profesionální x neprofesionální*)
- Znalosti a zkušenosti zákazníka
- Finanční situace zákazníka se zaměřením na schopnosti nést ztráty
- Riziková tolerance zákazníka (SRRI) a slučitelnost poměru rizika a výnosů produktu s cílovým trhem
- Cíle a potřeby zákazníka

⁶ Vnitřní předpis Společnosti „Pravidla investičního zprostředkování“

⁷ Vnitřní předpis Společnosti „Opatření proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu“

- Distribuční strategie

Aby bylo možné zákazníka zařadit do konkrétního cílového trhu, je nutné nejprve se zákazníkem vyplnit rozšířený investiční dotazník. Na základě odpovědi zákazníka bude provedeno vyhodnocení investičního dotazníku a stanoven cílový trh, do kterého byl zákazník na základě odpovědi zařazen. V případě, že zákazník bude trvat na investici prostřednictvím investičního nástroje, který nespadá do cílového trhu zákazníka, pak je nutné zaznamenat důvody, které vedou zákazníka k investici mimo cílový trh a rovněž uvést všechna rizika s tím související. Zákazník by měl investovat mimo cílový trh zcela výjimečně. Totéž platí pro investování v rámci negativního cílového trhu (*cílový trh investičního nástroje neslučitelný s cílovým trhem zákazníka*).

Zákazník musí být vždy Pracovníkem prokazatelně informován o cílovém trhu, do kterého byl zařazen, a o cílových trzích nabízených či zprostředkovaných investičních nástrojů.

V rámci řízení produktů Společnost má zavedeny, udržuje a uplatňuje postupy k:

- a) průběžnému získávání informací od spolupracujících obchodníků s cennými papíry a investičních společností, které vytváří investiční nástroj nabízený zákazníkům, případně zajišťující zprostředkování distribuce investičních nástrojů:
 - o investičních nástrojích, které nabízejí k distribuci
 - o postupech pro schvalování investičních nástrojů a
 - o jimi určených cílových trzích
- b) porozumění vlastnostem tohoto investičního nástroje a
- c) porozumění určenému cílovému trhu tohoto investičního nástroje při zohlednění dostupných informací o svých zákaznících.

Za účelem průběžného získávání informací potřebných pro určení cílových trhů Společnost má uzavřenou se spolupracujícími obchodníky s cennými papíry a investičními společnostmi smlouvu, která jim tuto povinnost stanovuje.

Principy aplikované na určení cílového trhu investičních nástrojů se obdobně použijí na určení cílového trhu nabízených investičních služeb.

OBECNÉ ZÁSADY PRODUKTOVÉHO ŘÍZENÍ

1. Společnost při rozhodování o investičním nástroji a investiční službě, které zamýšlí nabízet a zprostředkovávat zákazníkům vezme v úvahu charakter investičního nástroje, investiční služby a cílového trhu. Společnost dodržuje pravidla řízení produktů rovněž v případech, když nabízí investiční nástroj vytvářený osobou, která právu Evropské unie v oblasti činnosti na finančních trzích nepodléhá. Společnost má povinnosti stanovit pro investiční nástroj cílový trh i v případě, že tvůrce investičního nástroje cílový trh nedefinoval.
2. Společnost má zavedeny, udržuje a uplatňuje vhodný systém nabízení a zprostředkování investičních nástrojů zajišťující, že investiční nástroj a investiční služba, které hodlá nabízet, jsou slučitelné s potřebami, charakteristikami a cíli určeného cílového trhu a zamýšlená prodejní strategie odpovídá určenému cílovému trhu. Společnost řádně určí a posoudí charakteristiku a potřeby zákazníků, na něž se hodlá zaměřit, aby bylo zajištěno, že v důsledku komerčních či finančních tlaků nebudou ohroženy zájmy zákazníků. V rámci tohoto procesu Společnost určí též všechny skupiny zákazníků, s jejichž potřebami, charakteristikami a cíli daný investiční nástroj nebo investiční služba nejsou slučitelné (negativní cílový trh).
3. Společnost zajišťuje, aby obdržela od tvůrce investičního nástroje odpovídající a spolehlivé informace potřebné pro porozumění vlastnostem investičního nástroje, který hodlá nabízet a zprostředkovávat, aby bylo zaručeno, že tento investiční nástroj bude distribuován v souladu s potřebami, charakteristikami a cíli určeného cílového trhu.
4. Společnost může ke splnění povinnosti podle odstavce 3 použít veřejně dostupné informace, které jsou jasné a spolehlivé a jsou poskytnuty za účelem splnění regulatorních požadavků. Pokud nelze použít veřejně

dostupné informace, získá Společnost požadované informace od tvůrce investičního nástroje nebo jeho zástupce. V případě investičního nástroje distribuovaného na primárním a sekundárním trhu se požadavek na získání informací uplatní přiměřeně, v závislosti na míře dosažitelnosti veřejně dostupných informací a složitosti investičního nástroje.

5. Společnost použije informace získané od tvůrce investičního nástroje a informace o svých zákaznících, aby určil cílový trh a prodejní strategii.
6. Společnost při rozhodování o okruhu investičních nástrojů a investičních služeb, které nabízí a zprostředkovává, a o cílových trzích dodržuje požadavky právních předpisů, mj. požadavky na posuzování přiměřenosti, pobídky a řádné řízení střetů zájmů. Přitom postupuje zvláště pečlivě, pokud se jedná o nabízení nových investičních nástrojů, nebo v případě, že dojde k úpravám služeb, které poskytuje.
7. Společnost průběžně ověřuje a pravidelně hodnotí svůj systém nabízení a zprostředkování investičních nástrojů, aby bylo zajištěno, že bude stále odpovídající a vhodný pro svůj účel, a v případě potřeby zjednává bez zbytečného odkladu odpovídající nápravu.
8. Společnost pravidelně hodnotí investiční nástroj a investiční službu, které nabízí, a bere přitom v úvahu všechny události, jež by mohly podstatně ovlivnit potenciální riziko pro určený cílový trh. Společnost vždy posuzuje, zda investiční nástroj či investiční služba stále odpovídá potřebám, charakteristikám a cílům určeného cílového trhu a zda je zamýšlená prodejní strategie stále vhodná. Jestliže Společnost zjistí, že cílový trh pro konkrétní investiční nástroj nebo investiční službu určil chybně nebo že investiční nástroj či investiční služba již neodpovídají určenému cílovému trhu, zejména v případě, kdy se investiční nástroj stal nelikvidním nebo velmi volatilním v důsledku změn trhu, změní cílový trh anebo aktualizuje systém nabízení investičních nástrojů.
9. Osoba pověřená výkonem compliance u Společnosti průběžně sleduje vývoj a pravidelně kontroluje systém nabízení investičních nástrojů a služeb a jeho významných změn, aby bylo možné odhalit případné riziko, že Společnost nesplní povinnosti v rámci produktového řízení.
10. Společnost zajistí, že jeho Pracovníci mají dostatečné odborné znalosti potřebné pro porozumění vlastnostem investičního nástroje, který nabízí, rizikům s nimi spojených a poskytovaných služeb, jakož i určeného cílového trhu.
11. Společnost zajistí, že její vedoucí orgán má účinnou kontrolu nad systémem nabízení investičních nástrojů, aby mohl být stanoven rozsah investičních nástrojů, které Společnost nabízí, a investičních služeb, které poskytuje cílovým trhům. Společnost zajistí, aby zprávy o dodržování předpisů určené pro jeho vedoucí orgán obsahovaly informace o investičním nástroji, který nabízí, a službách, které poskytuje.
12. Společnost poskytuje tvůrcům investičního nástroje resp. spolupracujícím investičním společností a obchodníkům s cennými papíry, kteří distribuci investičního nástroje zprostředkovávají, informace o prodeji a případně též výsledky svého hodnocení investičního nástroje.

VIII) Investiční výzkum

Investičním výzkumem se rozumí doporučení navrhující investiční strategii ohledně jednoho nebo více investičních nástrojů nebo emitentů investičních nástrojů, včetně názoru na současnou nebo budoucí hodnotu nebo cenu těchto nástrojů, jež jsou určeny pro distribuční kanály nebo pro veřejnost a v souvislosti se kterými jsou splněny tyto podmínky:

- a) informace jsou označeny nebo popsány jako investiční výzkum či podobně nebo jsou jinak prezentovány jako objektivní či nezávislé vysvětlení záležitostí, které jsou obsahem doporučení;
- b) pokud by dotyčné doporučení dala Společnost zákazníkovi, nepředstavovalo by to poskytnutí investičního poradenství.

Pokud doporučení nesplňuje výše uvedené podmínky, pohlíží se na něj jako na propagační sdělení a je potřeba ho takto označit.

Pokud Společnost šíří investiční výzkum vytvořený jinou osobou je osvobozena od plnění souvisejících právních povinností, jsou-li splněna tato kritéria:

- a) osoba, která vytváří investiční výzkum, není členem skupiny, do níž náleží Společnost;
- b) Společnost podstatně nemění doporučení investičního výzkumu;
- c) Společnost neprezentuje investiční výzkum jako svou vlastní tvorbu;
- d) Na tvůrce výzkumu se vztahují rovnocenné právní požadavky pro tvorbu investičního výzkumu nebo tvůrce výzkumu přijal zásady stanovující takovéto požadavky.

IX) Pravidla propagace

Cílem těchto pravidel je zajistit, aby při propagaci investičních služeb byly dodržovány všechny příslušné právní předpisy a aby zákazníci či potenciální zákazníci byli úplně a pravdivě informováni o všech důležitých výhodách, rizicích a dalších relevantních informacích spojených se službami, které jim Společnost může poskytnout.

Společnost zajišťuje, aby informace obsažené v propagačních sděleních byly konzistentní s informacemi, které Společnost poskytuje zákazníkům v průběhu poskytování investičních služeb.

9. Základní pojmy

Obchodní sdělení – všechny formy sdělení určené k přímé nebo nepřímé podpoře služeb nebo image Společnosti; za obchodní sdělení se považuje také oznámení, předvedení či jiná prezentace mající za cíl podporu podnikatelské činnosti Společnosti, zejména podporu poskytování služeb, pokud je šířena elektronicky.

Propagace – jakákoliv komunikace, jejímž cílem je přimět zákazníky či potenciální zákazníky k investiční aktivitě – zejména k uzavření Smlouvy o nákupu cenných papírů.

Nepřímé způsoby propagace – propagace prostřednictvím komunikačních médií – zejména periodický tisk, neperiodické publikace, rozhlasové a televizní vysílání, internet, plakáty, letáky, firemní brožury.

Přímé způsoby propagace – přímá komunikace se zákazníkem či potenciálním zákazníkem – zejména během osobního jednání korespondenčně (pošta, email).

X) Jednotlivé formy propagace

10. Základní formy propagace

Společnost v souvislosti s propagací investičních služeb používá nejčastěji následující formy propagace:

- a) osobní setkání se zákazníky nebo potenciálními zákazníky,
- b) propagace Společnosti na internetových stránkách,
- c) propagační materiály.

11. Osobní setkání

Osobní setkání je přímým způsobem propagace, při níž Pracovník Společnosti osobně komunikuje se zákazníkem nebo potenciálním zákazníkem.

Osobní setkání se uskutečňuje na základě předchozí dohody se zákazníkem nebo potenciálním zákazníkem, a to v prostorách Společnosti nebo na jiném dohodnutém místě. Na osobním setkání Pracovník Společnosti prezentuje produkty a služby zprostředkovávané či poskytované Společností, informuje o případných rizicích souvisejících s investicí, předkládá informační materiály, návrhy smluv, seznamuje potenciální zákazníky s obsahem smluvní dokumentace, provádí identifikaci zákazníka a seznamuje ho s dalšími informacemi stanovenými vnitřními předpisy Společnosti.

O každém osobním jednání se zákazníkem nebo potenciálním zákazníkem má Pracovník Společnosti povinnost

pořídít písemný záznam.

12. Internetové stránky

Jednou z nejčastěji používaných forem nepřímé propagace jsou internetové stránky Společnosti – www.mmpojistovaci.cz. Prostřednictvím internetových stránek Společnosti dochází k propagaci Společnosti jako takové, k propagaci investičních služeb, které Společnost nabízí, a k informování o investičních nástrojích, kterých se investiční služby mohou týkat.

Všechny požadavky na klientsky orientované úpravy internetových stránek Společnosti se scházejí u obchodního ředitele, který pak jednotlivé požadavky skládá do optimální a klientsky nejužitečnější podoby.

Za správnost jednotlivých informací, technickou stránku internetových stránek, za celkovou koncepci, grafickou úpravu, klientskou užitečnost, příjemnost a vyhodnocení chování návštěvníků internetových stránek Společnosti odpovídá jednatel.

V případě, že spolupracující vázaný zástupce chce k propagaci používat vlastní internetové stránky je povinen si jejich obsah předem odsouhlasit Společností, jakož i jejich podstatné obsahové změny.

13. Propagační materiály

Propagační materiály jsou jakékoliv materiály vytvořeny Společností nebo spolupracujícími obchodníky s cennými papíry a investičních společností, které slouží k propagaci investičních služeb, investičních nástrojů, jichž se investiční služba týká, a které jsou poskytovány zákazníkům nebo potenciálním zákazníkům, a to buď samostatně, nebo v rámci jiné formy propagace, kdy mohou být zákazníkům nebo potenciálním zákazníkům předávány při osobním setkání, mohou jim být zasílány písemně či elektronicky, nebo mohou být ke stažení na internetových stránkách Společnosti.

Zejména se jedná o materiály upozorňující zákazníky nebo potenciální zákazníky Společnosti na zajímavou investiční příležitost nebo materiály poskytující zákazníkům nebo potenciálním zákazníkům informace o investičních nástrojích, kterých se nabízená investiční služba týká.

14. Ostatní ustanovení

Jiné formy propagace než výše uvedené je možné provádět pouze po předchozím souhlasu jednatele Společnosti a osoby pověřené výkonem compliance.

XI) Závěrečná ustanovení

Tento vnitřní předpis může být aktualizován jednatelem Společnosti.
Tento vnitřní předpis je uložen v sídle Společnosti.

V Ostravě dne 3. 1. 2018

Za M&M pojišťovací s.r.o.

Mgr. Michal Pitucha
jednatel

M&M Pojišťovací s.r.o.
Nadlažba 535/15
702 00 Ostrava – Město
IČ: 259 82 176

Příloha č. 1 Struktura roční zprávy o nákladech a poplatcích za poskytnuté investiční služby

Společnost by měla každého zákazníka informovat o přijatých odměnách souvisejících s poskytováním investičních služeb zákazníkovi a to podle:

- Osoby poskytovatele odměny (investiční společnost/obchodník s cennými papíry)
- poskytnuté investiční služby nebo podle investičních nástrojů.

A) VŠECHNY NÁKLADY A SOUVISEJÍCÍ POPLATKY ÚČTOVANÉ ZA INVESTIČNÍ SLUŽBU

Č.	OZNAČENÍ POPLATKU/NÁKLADU ZA INVESTIČNÍ SLUŽBU	FORMY POPLATKU/NÁKLADU
1.	Jednorázové poplatky za poskytnutí investiční služby (Všechny poplatky hrazené ve prospěch Společnosti na počátku nebo konci poskytování investiční služby)	- Podíl IZ na vstupním poplatku - Podíl IZ na výstupním poplatku - Podíl IZ na přestupním poplatku - Podíl IZ na odměně emitenta - apod. - / - případně - Odměna IZ za zprostředkování pokynu k obchodu
2.	Průběžné poplatky za poskytování investiční služby (Všechny průběžné poplatky hrazené ve prospěch Společnosti za investiční služby poskytované zákazníkům)	- Podíl IZ na management fee - apod.
3.	Všechny náklady na obchody zahájené v průběhu poskytování investiční služby (Všechny náklady a poplatky na obchody, jež provádí OCP)	Nepoužije se
4.	Případné poplatky za doplňkové služby (Případné náklady a poplatky za doplňkové služby, jež nejsou zahrnuty ve výše uvedených nákladech)	Nepoužije se
5.	Příležitostné náklady	Nepoužije se

VŠECHNY NÁKLADY A SOUVISEJÍCÍ POPLATKY ÚČTOVANÉ ZA INVESTIČNÍ NÁSTROJ

Č.	OZNAČENÍ POPLATKU/NÁKLADU ZA INVESTIČNÍ NÁSTROJ	FORMY POPLATKU/NÁKLADU
1.	Jednorázové poplatky (náklady a poplatky zahrnuté v ceně anebo připočítávané k ceně investičního nástroje), jež jsou hrazeny správcem fondu nebo emitentem dluhopisu při provedení anebo ukončení investice do investičního nástroje)	- Vstupní poplatek fondu - Výstupní poplatek fondu - Přístupní poplatek fondu - Odměna emitenta - apod. (jiné jednorázové odměny určené distribučním kanálům)
2.	Průběžné poplatky (Všechny průběžné náklady a poplatky za správu investičního nástroje, které jsou během investice do investičního nástroje od jeho hodnoty odečítány správcem fondu nebo emitentem dluhopisu)	- Management fee fondu - apod. (jiné průběžné odměny určené distribučním kanálům)
3.	Všechny náklady na obchody (Všechny náklady o poplatky vzniklé v důsledku pořízení a ukončení investice např. v rámci investičního fondu správcem fondu)	- Nepoužije se
4.	Příležitostné náklady	- např. výkonnostní poplatky správce fondu