

20242113682

КОМИСИЈА ЗА ХАРТИИ ОД ВРЕДНОСТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Врз основа на член 427 став (1) и член 438 алинеја 9), а во врска со член 42 став (6) од Законот за финансиски инструменти („Службен весник на Република Северна Македонија“ бр.66/2024), Комисијата за хартии од вредност на Република Северна Македонија на седницата одржана на ден 4.10.2024 година го донесе следниот

ПРАВИЛНИК ЗА УТВРДУВАЊЕ НА ПОСЕБНИ ОРГАНИЗАЦИСКИ УСЛОВИ ЗА ИНВЕСТИЦИСКО ДРУШТВО ПРИ КРЕИРАЊЕ ИЛИ СОЗДАВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИСКИ ПРОИЗВОДИ И НИВНА ДИСТРИБУЦИЈА *

І. ЗАЕДНИЧКИ ОДРЕДБИ

Општи одредби

Член 1

Со Правилникот за утврдување на посебни организациски услови за инвестициско друштво при креирање или создавање на инвестициски производи и нивна дистрибуција (во понатамошниот текст: Правилник) подетално се уредуваат постапките и механизмите за креирање, одобрување, преиспитување и дистрибуција на инвестициски производи од страна на инвестициски друштва, како и критериумите за утврдување на целниот пазар и други обврски поврзани со постапката за управување со производи.

Поими

Член 2

(1) Поимите кои се употребуваат во овој Правилник го имаат следново значење:

1. „Комисија“ е Комисија за надзор на пазарот на капитал;
2. „Закон“ е Закон за финансиски инструменти;
3. „Друштво“, во смисла на овој Правилник, е субјект кој согласно член 6 од Законот може да извршува инвестициски услуги и активности на територијата на Република Северна Македонија;
4. „Инвестициски производ“, во смисла на овој Правилник, е финасиски инструмент односно структуриран депозит дефиниран согласно со Законот;

*1. членовите (9) и (10) од Делегираната Уредба на ЕУ 2017/593 за дополнување на Директивата 2014/65/ЕУ во однос на заштитата на финансиските инструменти и средствата што им припаѓаат на клиентите, обврските за управување со производите и правилата што се применуваат на обезбедување или примање такси, провизии или какви било парични или непарични придобивки CELEX бр. 32017L0593.

2. член 41 од Регулативата 565/2017 на Комисијата од 25 април 2016 година за дополнување на Директивата 2014/65/ЕУ на Европскиот парламент и на Советот за организациски барања и работни услови за инвестициски фирми и дефинирани изрази за целите на таа директива CELEX бр.32017R0565, Делегирана Регулатива 2021/1253 на Комисијата од 21 април 2021 година за изменување и дополнување на Делегираната регулатива 2017/565 во однос на интеграцијата на факторите на одржливост, ризиците и преференциите во одредени организациски барања и услови за работа за инвестициските фирми CELEX бр.32021R1253.

3. 3. Упатствата за условите за управување со производи во согласност со Директивата 2014/65/ЕУ на Европскиот парламент и на Советот (ESMA 35-43-3448; 3.8.2023).

5. „Произведувач“, во смисла на овој Правилник, е инвестициско друштво, банка (кредитна институција) или друштво за управување со отворени и затворени инвестициски фондови, кој произведува или создава инвестициски производи, и на кое се применуваат одредбите од овој Правилник согласно член 7 од Законот.

6. „Производство на инвестициски производи“, во смисла на овој Правилник, се однесува на процесот на создавање, развој, издавање или дизајнирање на производот, вклучувајќи советување на корпоративни издавачи за издавање или пласирање на нови производи, независно дали притоа се нудат инвестициски услуги или помошни услуги и во рамките на кои инвестициски или помошни услуги се врши производството.

7. „Дистрибутер“, во смисла на овој Правилник, е инвестициско друштво, банка (кредитна институција) или друштво за управување со отворени и затворени инвестициски фондови, кој на пазарот пласира, продава или советува во однос на инвестицискиот производ, без оглед на тоа која инвестициска услуга или активност или преку кои лица, деловни линии или организациски единици, и на кое се применуваат одредбите од овој Правилник согласно член 7 од Законот.

(2) Сите други поими од овој Правилник го имаат истото значење како во Законот.

II. Посебни организациски услови за управување со инвестициски производи за произведувачот

Обврски за управување со производот за произведувачот

Член 3

(1) Произведувачот во врска со управувањето со производите е должен да ги почитува условите од Законот и од овој Правилник на соодветен и пропорционален степен и доколку е применливо, а е согласно природата на инвестицискиот производ, инвестициската услуга и целниот пазар за секој поединечен производ.

(2) Раководството на произведувачот мора да спроведува ефикасна контрола врз постапката за управување со производите.

(3) Произведувачот е должен да обезбеди дека постапката за управување со производите е во согласност со интерните акти и прописи на Друштвото кои се однесуваат на управување со судирот на интереси, вклучувајќи ги и политиките за исплата на плати и други надоместоци.

(4) Произведувачот е должен да обезбеди дека дизајнот на инвестицискиот производ, вклучувајќи ги и неговите карактеристики нема негативно да влијае врз крајните клиенти и нема да го загрози интегритетот на пазарот на начин што ќе овозможува на Друштвото да ги намали или пренесе сопствените ризици или изложеност на средствата кој е во основа на производот, доколку Друштвото ги поседува овие средства за своја сметка.

(5) Произведувачот, кој при креирање, развивање, издавање или дизајнирање на инвестициски производ, меѓу другото, соработува со субјект кој, согласно одредбите на Законот, нема одобрение за вршење на инвестициски услуги и активности од член 5 став (1) од Законот, или со субјект од друга земја, е должен да склучи писмен договор со овој субјект, со кој ќе се уредат меѓусебните права и обврски.

Други обврски на произведувачот

Член 4

(1) Произведувачот е должен да го анализира потенцијалниот судир на интереси за секој произведен инвестициски производ, а посебно е обврзан да процени дали инвестицискиот производ создава ситуација каде што крајните клиенти може да бидат негативно погодени ако клиентите:

а) преземат изложеност спротивна од изложеноста која претходно ја имало самото друштво или

б) преземат изложеност спротивна од изложеноста која друштвото има намера да ја задржи по продажбата на производот.

(2) Произведувачот е должен да обезбеди дека дизајнот на инвестицискиот производ, вклучувајќи ги и неговите карактеристики, нема негативно влијание врз крајните клиенти и не води кон загрозување на интегритетот на пазарот на начин што му овозможува на Друштвото да ги намали или пренесе сопствените ризици или изложеност на релевантните средства на производот, доколку Друштвото ги поседува овие релевантни средства за своја сметка.

(3) Произведувачот е должен да обезбеди дека релевантните лица, вклучени во процесот на производство, поседуваат соодветно стручно знаење потребно за да ги идентификуваат карактеристиките и ризиците на инвестицискиот производ.

Обврски на функцијата за следење на усогласеноста со прописите во постапката на управување со производите

Член 5

(1) Произведувачот е должен да ја вклучи функцијата за следење на усогласеноста со релевантните прописи во постапката за управување со производот, на начин што оваа функција ќе го следи развојот на производот и редовно ќе ги проверува постапките за управување со производите, со цел да ги идентификува ризиците од неисполнување на обврските на произведувачот.

(2) Извештајот на функцијата за следење на усогласеноста со прописите мора да содржи податоци за инвестициски производи, вклучувајќи податоци за стратегијата на дистрибуција.

(3) Инвестициското друштво извештајот од став (2) на овој член го доставува до Комисијата согласно роковите утврдени во подзаконските акти кои ја регулираат оваа материја.

Листа на категории за квалитативно утврдување на потенцијалниот целен пазар

Член 6

(1) Произведувачот, при утврдување на потенцијалниот целен пазар, треба да ја употреби следната листа од пет категории:

а) Тип на клиенти на кои е наменет производот: Друштвото треба да определи за кој тип на клиенти е наменет производот согласно категоризацијата на клиенти утврдена во Законот, односно мал вложувач, професионален вложувач и/или квалификуван налогодавач.

б) Знаење и искуство:

– Друштвото треба да одреди какво знаење треба да поседуваат целните клиенти за следните елементи: релевантен тип на производот, карактеристики на производот и/или познавање на тематски поврзани области кои помагаат во разбирање на производот;

– во однос на искуството, друштвото може да опише колку практично искуство треба да поседуваат целните клиенти во однос на следниве елементи: релевантен тип на производот, релевантни карактеристики на производот и/или искуство во тематски поврзани области;

– знаењето и искуството може да зависат едно од друго, односно во одредени случаи вложувачот со ограничено или без искуство може да биде активен целен клиент само доколку недостигот на искуство го компензира со широко знаење.

в) Финансиска состојба со фокус на способноста за поднесување загуби: Друштвото треба да го специфицира процентот на загуби што целните клиенти треба да можат и сакаат да си ги дозволат, на пример од помали загуби до вкупна загуба, и ако има дополнителни обврски за плаќање што може да го надминат вложениот износ, на пример margin calls.

г) Толеранција на ризик и компатибилност на профилот на ризик/добивка на производот со целниот пазар:

– Друштвото треба да го определи општиот пристап, кој треба да го имаат целните клиенти кон инвестициските ризици;

– општиот пристап треба биде јасно опишан и категоризиран според ризиците;

– Друштвото треба недвосмислено да ги одреди критериумите кои мора да се исполнат за да се категоризира клиентот, бидејќи различни друштва во синџирот може да имаат различни пристапи за дефинирањена ризикот.

д) Цели и потреби на клиенти:

– Друштвото треба да ги одреди инвестициските цели и потреби на целните клиенти за кои е дизајниран производот, вклучувајќи ги и пошироките финансиски цели на целните клиенти или општата стратегија која ја применува при вложувањето;

– инвестициските цели можат да бидат прецизно поставени за да се одредат посебните инвестициски аспекти и очекувањата на целните клиенти;

– целите и потребите на конкретните клиенти кои треба да ги исполни производот може да варираат од посебни до поопшти.

Примена на листа на категории за утврдување на потенцијалниот целен пазар

Член 7

(1) Произведувачот, како основ за утврдување на целниот пазар за инвестициските производи, треба да се води од листата на категории утврдена во член 6 од овој Правилник.

(2) При проценка на целниот пазар произведувачот треба да ги примени сите категории утврдени во листата од член 6 од овој Правилник.

(3) Произведувачот треба да ја анализира релевантноста на секоја категорија за одреден производ и да ја прилагоди длабочината на утврдување на карактеристиките пропорционално со видот, природата и другите карактеристики на производот.

(4) Произведувачот, при опишување или утврдување на деталите за секоја од категориите, треба да ги земе предвид и меѓусебните односи на различните категории, бидејќи истите придонесуваат за дефинирање на целниот пазар за одреден производ.

(5) Произведувачот не треба да пропушти ниту една од петте категории утврдени во листата од член 6 од овој Правилник.

(6) Ако произведувачот смета дека петте категории се премногу рестриктивни за да се дефинира значаен целен пазар, може да додаде дополнителни категории.

(7) Произведувачот, при одлучување за користење или некористење на дополнителните категории, може да ги има предвид карактеристиките на информативните канали за дистрибутерите.

(8) Произведувачот може да ја ограничи употребата на дополнителните категории во случаи кога овие категории се неопходни за да се дефинира значителен целен пазар за производот, со цел да се олесни размената на информации со дистрибутерите и да се промовира отворен пристап за соодветните канали за дистрибуција на производи.

Утврдување на целниот пазар и анализа на сценарио за инвестицискиот производ

Член 8

(1) Во рамки на постапката за управување со производот, произведувачот е должен да утврди потенцијален целен пазар за секој производ. Ако во постапката на производство учествуваат повеќе инвестициски друштва или ако произведувачот е истовремено и дистрибутер во смисла на член 11 од овој Правилник, се утврдува само еден целен пазар.

(2) Целниот пазар мора да се утврди на доволно детален начин, при што задолжително се определува типот на клиенти за чии потреби, карактеристики и цели производот е соодветен, како и група(ите) на клиенти за чии потреби, карактеристики и цели производот е несоодветен.

(3) Ако дистрибутерот е различен од произведувачот, произведувачот ги утврдува потребите и карактеристиките на клиентите, за кои производот е соодветен врз основа на теоретско знаење и претходно искуство со ист или сличен производ, финансиските пазари и потреби, како и карактеристиките и целите на потенцијалните крајни клиенти.

(4) Произведувачот е должен да ги утврди потребите, карактеристиките и целите на целниот пазар, меѓу другото, врз основа на испитувања дали се исполнети следните услови:

а) профилот ризик-добивка од производот мора да биде во согласност со целниот пазар и

б) дизајнот на производот да се заснова на карактеристики, кои се корисни за клиентот, а посебно не смее да се заснова на деловен модел, што се потпира на негативни резултати на клиентите со цел да биде профитабилен.

(5) Во постапката за утврдување на целниот пазар мора да се вклучи и структурата на надоместокот предложена за производот, меѓу другото, врз основа на испитувања на следните околности:

а) усогласеност на трошоците и надоместоците со потребите, целите и карактеристиките на целниот пазар;

б) дали очекуваната добивка од производот е доведена во прашање поради надоместоците, на пример, ако износите на трошоците и надоместоците се еднакви или ги надминуваат или речиси целосно ги неутрализираат очекуваните даночни ослободувања поврзани со производот;

в) соодветна транспарентност на структурата на надоместоците за производот во однос на целниот пазар, на пример дали има прикриени или сложени надоместоци.

(6) Произведувачот е должен да спроведе анализа на сценарио за производот, при што мора да го процени ризикот од евентуален негативен резултат за крајниот клиент и околностите во кои би можел да настане таков резултат.

(7) Некои од неповолните околности од став (6) на овој член за кои треба да се процени ризикот се:

а) влошување на пазарното опкружување;

б) произведувачот или трето лице вклучено во производството или функционирањето на инвестицискиот производ се соочува со финансиски проблеми или се материјализира некој друг ризик од друга договорна страна;

в) производот станува комерцијално неодржлив;

г) побарувачката на производот ги надминува предвидувањата, со што ги оптоварува ресурсите на Друштвото или пазарот на соодветниот производ.

Преиспитување на производот

Член 9

(1) Произведувачот е должен редовно да го преиспитува производот, при што треба да ги има предвид сите настани кои можат значително да влијаат на потенцијалниот ризик на утврдениот целен пазар.

(2) Редовното преиспитување од став (1) на овој член задолжително вклучува проценка за тоа дали: производот е сè уште усогласен со потребите, карактеристиките и целите на целниот пазар и истиот се дистрибуира соодветно на целниот пазар или производот стигнува до клиенти за чии цели потреби и карактеристики истиот не е соодветен.

(3) Произведувачот е должен да го преиспита производот пред понатамошното издавање или повторно пласирање, доколку има сознанија за каков било настан што би можел значително да влијае на потенцијалниот ризик на вложувачот и во редовни интервали да следи дали производот функционира како што е предвидено.

(4) При одлучување за фреквенцијата на преиспитување на производот, произведувачот е должен да ги има предвид релевантните фактори, вклучувајќи ги и оние кои се поврзани со сложеноста или иновативната природа на применетите инвестициски стратегии.

Мерки на произведувачот во случај на реализација на клучни настани

Член 10

(1) Произведувачот е должен да ги идентификува клучните настани кои можат да имаат влијание врз потенцијалниот ризик или очекуваната добивка од инвестицискиот производ, како што се:

а) надминување на прагот кој влијае на профилот на добивката на производот или

б) солвентност на издавачите чии хартии од вредност или гаранции можат да влијаат врз резултатите на производот.

(2) Доколку се реализира било кој од клучните настани од став (1) на овој член, произведувачот е должен да ги преземе сите соодветни мерки и чекори, како што се:

а) обезбедување на релевантни информации на клиентите или дистрибутерите (доколку тој не го нуди или продава инвестициски производ директно на клиентите) во врска со настанот и неговите последици за производот;

б) измени во постапката за одобрување на производот;

в) запирање на понатамошното издавање на производите;

г) измена на производот за да не настанаат неправедни договорни услови;

д) разгледување на соодветноста на продажните канали преку кои се продава производот доколку има сознанија дека не се продава на претходно договорен начин;

ѓ) контакт со дистрибутерот со цел да се дискутира за измени во процесот на дистрибуција;

е) раскинување на соработката со дистрибутерот;

ж) известување до Комисијата;

з) други мерки за кои произведувачот смета дека се соодветни во однос на клучниот настан.

III. Посебни организациски услови за дистрибуцијана инвестициски производи

Утврдување на потенцијалниот целен пазар од дистрибутерот

Член 11

(1) Инвестициското друштво кое нуди или пласира инвестициски производи на пазарот (дистрибутер) е должно периодично да ги проценува производите, независно дали се работи за примарен или за секундарен пазар на инвестициски производ.

(2) Проценката од став (1) на овој член мора да содржи најмалку проценка колку производот е сè уште во согласност со потребите на целниот пазар и дали стратегијата за дистрибуција сè уште е во согласност со дефинираниот целен пазар.

(3) Во проценката од став (1) на овој член, инвестициското друштво мора да ги земе предвид сите настани кои би можеле значително да влијаат на потенцијалните ризици за целниот пазар.

(4) Кога дистрибутерот, дистрибуира или советува клиенти во однос на производи што не ги произведува, е должен да воспостави соодветни механизми за добивање податоци од член 42 став (4) на Законот, од произведувачот или субјектот од член 12 став (2) од овој Правилник.

(5) Дистрибутерот е должен да се организира на начин што вработените, одговорни за дистрибуција или советување за поединечен производ, ќе ги разберат сите клучни карактеристики на производот и целниот пазар за секој поединечен производ.

(6) Дистрибутерот, при утврдување на потенцијалниот целен пазар, треба да ја искористи истата листа на категории што ја користи и произведувачот.

Управување со производи за дистрибутерот

Член 12

(1) Дистрибутерот е должен да ги почитува условите поврзани со дистрибуцијата на инвестициски производи, до степен што е соодветен и пропорционален на природата на инвестицискиот производ, инвестициската услуга и целниот пазар за секој поединечен производ.

(2) Дистрибутер, кој нуди или препорачува инвестициски производи од субјект кој нема одобрение за вршење инвестициски услуги и активности од член 5 став (1) од Законот, е должен да ги почитува одредбите од Законот и од овој Правилник.

(3) Раководството на дистрибутерот мора да има ефективна контрола врз постапката за управување со производи, со цел да се утврди опсегот на инвестициски производи кои се нудат или се препорачуваат и услугите што се даваат на соодветниот целен пазар.

(4) Дистрибутерот е должен да воспостави соодветни механизми за управување со производот со цел да обезбеди дека производите и услугите кои има намера да ги понуди или препорача се согласно потребите, карактеристиките и целите на утврдениот целен пазар, и планираната стратегија за дистрибуција е усогласена со конкретен целен пазар.

(5) Дистрибутерот, при одлучување за опсегот на производи и услуги што ги нуди или препорачува и за целниот пазар, е должен да ги примени сите процедури и мерки со цел да обезбеди дека е усогласен со условите од Законот и од овој Правилник, вклучувајќи ги и условите кои се однесуваат на објавување, проценка на соодветноста, управување со судирот на интереси, а особено кога има намера да понуди или препорача нови производи или да направи промени во давањето на услуги.

Утврдување на целниот пазар за дистрибутерот

Член 13

(1) Дистрибутерот секогаш е должен да го утврди целниот пазар за поединечен инвестициски производ, независно дали целниот пазар го утврдил произведувачот или субјектот од член 12 став (2) од овој Правилник. Како дел од оваа постапка, дистрибутерот е должен да ги идентификува сите групи на клиенти чии потреби, карактеристики и цели не се усогласени со производот или со услугата.

(2) Дистрибутерот е должен соодветно да ги утврди и процени околностите и потребите на клиентите, на кои има намера да се фокусира за да обезбеди дека интересите на клиентите нема да се доведат во прашање поради комерцијални притисоци или притисоци за финансирање.

(3) Дистрибутерот, при утврдување на целниот пазар и стратегијата за дистрибуција, употребува податоци обезбедени од произведувачот согласно член 42 став (4) од Законот и податоци за своите клиенти.

(4) Дистрибутерот е должен да ги преземе сите разумни мерки за да обезбеди дека се добиваат соодветни и доверливи податоци од субјектот од член 12 став (2) од овој Правилник, со цел да обезбеди дека дистрибуцијата на овие производи е согласно карактеристиките, целите и потребите на целниот пазар.

(5) Ако податоците од став (4) на овој член не се достапни, дистрибутерот е должен да ги преземе сите разумни мерки со цел да ги прибави податоци од овој субјект или од неговиот застапник.

(6) Во смисла на став (3) и (4) од овој член, прифатливи јавно достапни податоци се сметаат податоците кои се јасни, доверливи и составени заради исполнување на регулаторните барања.

Преиспитување на производите и постапката за управување со производите за дистрибутерот

Член 14

(1) Дистрибутерот е должен редовно да ја преиспитува и ажурира постапката за управување со производот, со цел да обезбеди стабилност и соодветност на оваа постапка и, доколку е потребно, да преземе соодветни мерки.

(2) Дистрибутерот е должен редовно да ги преиспитува инвестициските производи што ги нуди или препорачува, како и услугите што ги нуди на редовна основа, при што ги зема предвид сите настани кои можат значително да влијаат на потенцијалниот ризик на утврдениот целен пазар.

(3) Во постапката од став (2) на овој член најмалку се проценува дали производот или услугата сè уште се усогласени со потребите, карактеристиките и целите на утврдениот целен пазар, и дали планираната стратегија за дистрибуција сè уште е соодветна.

(4) Дистрибутерот е должен да го преиспитува целниот пазар или постапката за управување со производот ако има сознанија дека целниот пазар е неправилно утврден за некој производ или услуга, односно дека производот или услугата повеќе не одговараат на околностите на утврдениот целен пазар, на пример, ако производот станал неликвиден или тоа се должи на промените на пазарот, кои се карактеризираат со висока волатилност.

Обврски на функцијата за следење на усогласеноста со прописите во постапка за управување со производи

Член 15

(1) Дистрибутерот е должен да ја вклучи функцијата за следење на усогласеноста со релевантните прописи во постапката за управување со производи, на начин што оваа функција ќе го следи развојот и редовно ќе ги проверува процедурите за управување со производот, со цел да го идентификува ризикот од неисполнување на обврските на дистрибутерот.

(2) Извештајот за следење на усогласеноста со прописите мора да ги содржи податоците за производите што дистрибутерот ги нуди или препорачува и за дадените услуги.

(3) Инвестициското друштво извештајот од став (2) на овој член го доставува до Комисијата согласно роковите утврдени во подзаконските акти кои ја регулираат оваа материја.

Други обврски на дистрибутерот

Член 16

(1) Дистрибутерот е должен да обезбеди дека релевантните лица поседуваат соодветно стручно знаење потребно за да ги идентификуваат карактеристиките и ризиците на производите, кои има намера да ги нуди или препорача и услугите што ги дава, како и потребите, карактеристиките и целите на конкретен целен пазар.

(2) Дистрибутерот е должен да му достави на произведувачот податоци за продажбата, а по потреба и податоци за извештајот од член 15 став (3) од овој Правилник, со цел неговоисполнување на обврските од овој Правилник.

(3) Ако различни друштва соработуваат во дистрибуцијата на производи или услуги, крајната одговорност за исполнување на обврските што се пропишани за дистрибутерот ја има дистрибутер кој е во директен договорен однос со клиентот. Другите дистрибутери во синцирот се обврзани да:

а) обезбедат дека релевантните информации за производот се пренесуваат од произведувачот до крајниот дистрибутер во синцирот;

б) му овозможат на произведувачот, по негово барање, да има пристап до податоците за продажба на производите, со цел негово исполнување на обврските во областа на управување со производите;

в) ги применуваат, доколку е возможно, обврските за произведувачот од областа на управување со производите во однос на услугите што ги нуди.

Останати одредби

Член 17

(1) Условите за постапката на управување со инвестициски производи пропишани во овој Правилник се применуваат на соодветен и на пропорционален начин согласно природата на инвестицискиот производ, инвестициските и помошните услуги и целиот пазар на производот.

(2) Кога инвестициското друштво е истовремено произведувач и дистрибутер, условите за постапката на управување со инвестициски производи предвидени во овој Правилник се применуваат на соодветен начин, под услов инвестициското друштво да ги исполни сите обврски кои се применуваат на произведувачот и на дистрибутерот.

(3) Обврските поврзани со управување со инвестициските производи од овој Правилник, на ниту еден начин не ги доведуваат во прашање другите обврски на инвестициското друштво во врска со објавувањето, проценката на соодветноста, идентификувањето и управувањето со судирот на интереси, како и одредбите за дополнителни стимулации пропишани со Законот и подзаконските акти донесени врз основа на Законот.

Ослободување од примена на условите за управување со производи

Член 18

Друштвото не е должно да ги применува условите од член 1 до член 17 од овој Правилник, ако инвестициската услуга која ја нуди се однесува на обврзници кои немаат вградено друг дериватен инструмент, освен клаузулата за отповикување „make-whole“ или ако финансиските инструменти се тргуваат со или се дистрибуираат исклучиво на квалификувани налогодавачи.

ЗАВРШНИ ОДРЕДБИ

Член 19

Овој Правилник влегува во сила осмиот ден од денот на објавувањето во „Службен весник на Република Северна Македонија“, а ќе се применува од денот на започнување на примената на Законот за финансиски инструменти („Службен весник на Република Северна Македонија“ бр.66/2024).

Бр. 01-626/1
4 октомври 2024 година
Скопје

Комисија за хартии од вредност
на Република Северна Македонија
Претседател,
м-р **Нора Алити**, с.р.