

Zohledňování ESG aspektů a další aktuality v produktovém řízení

Adam Westlake

Sekce regulace a mezinárodní spolupráce

Česká národní banka



Obsah prezentace

1. Zohledňování ESG aspektů v produktovém řízení
2. Produktové řízení při nabízení možnosti tzv. copy tradingu
3. Využití tzv. clusteringu v produktovém řízení



Zohledňování ESG aspektů v produktovém řízení



Proč?



Nová legislativa

- Změna čl. 9 a 10 směrnice 2017/593 (transponováno do § 9 – 12 vyhlášky č. 308/2017 Sb.)
- Aktualizované Pokyny ESMA
 - Bod 20 – určení cílového trhu
 - Bod 81 – vymezení negativního cílového trhu



Nové povinnosti tvůrců a distributorů produktů

- Zohlednění faktorů udržitelnosti produktu při určení jeho cílového trhu
- Pravidelný přezkum souladu produktu s vymezenými cíli týkajícími se udržitelnosti
- Granularita cílového trhu?
 - Indikativně vymezena v čl. 20 Obecných pokynů ESMA k produktovému řízení



Vymezení negativního cílového trhu ve vztahu k ESG aspektům produktu?

- „V rámci [procesu produktového řízení] podnik určí všechny skupiny zákazníků, s jejichž potřebami, charakteristikami a cíli daný finanční nástroj slučitelný není, **s výjimkou případů, kdy finanční nástroje zohledňují faktory udržitelnosti.**“ (Čl. 9 odst. 9 směrnice 2017/593)
- Vymezení negativního trhu u produktů bez faktoru udržitelnosti?
 - ESMA zaslala dotaz EK



Co lze do budoucna očekávat

- Vymezení negativního cílového trhu pro ne-ESG produkty – vyjasnění EK
- Výsledky probíhající veřejné konzultace
- ESMA Q&A

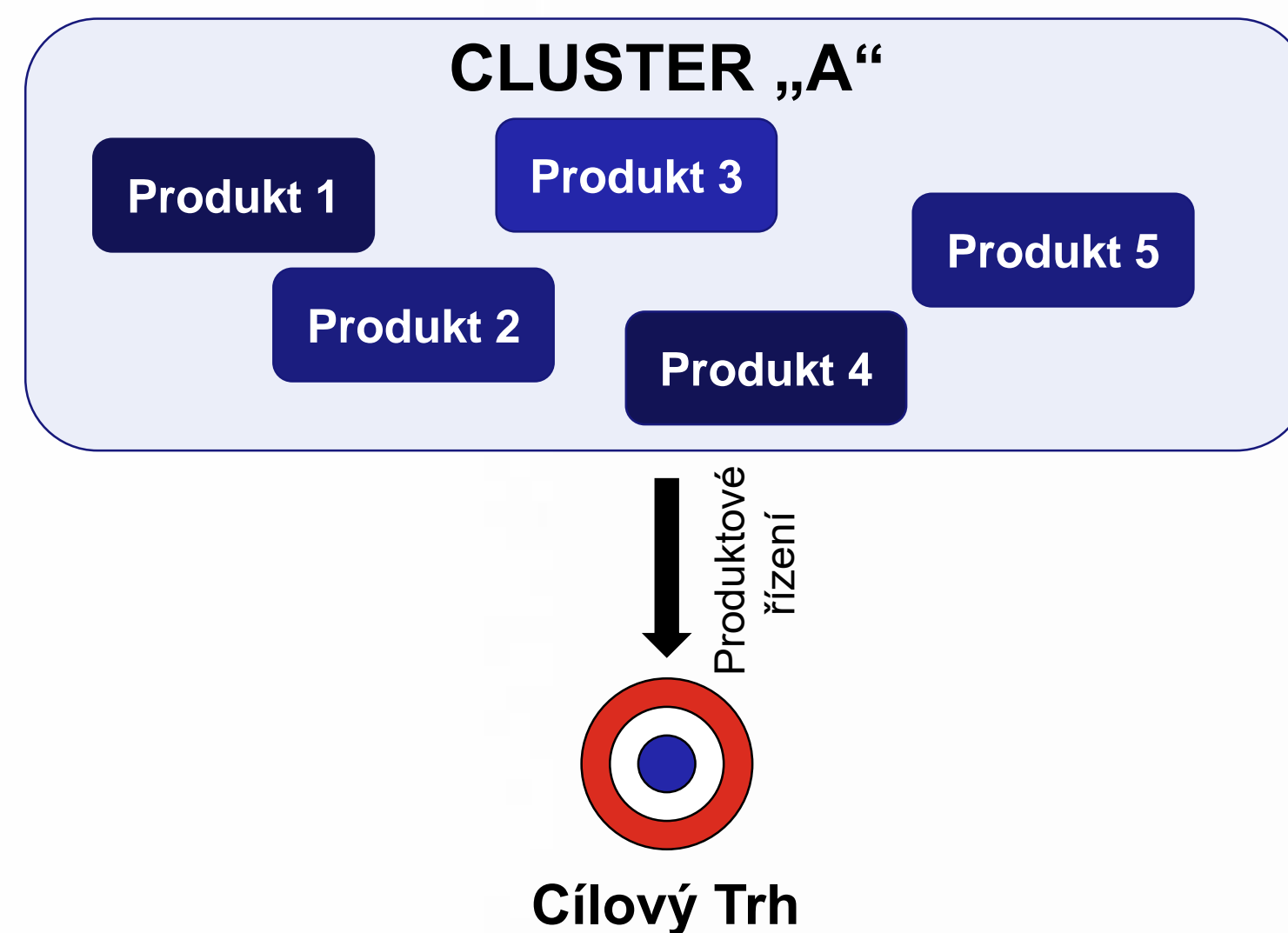
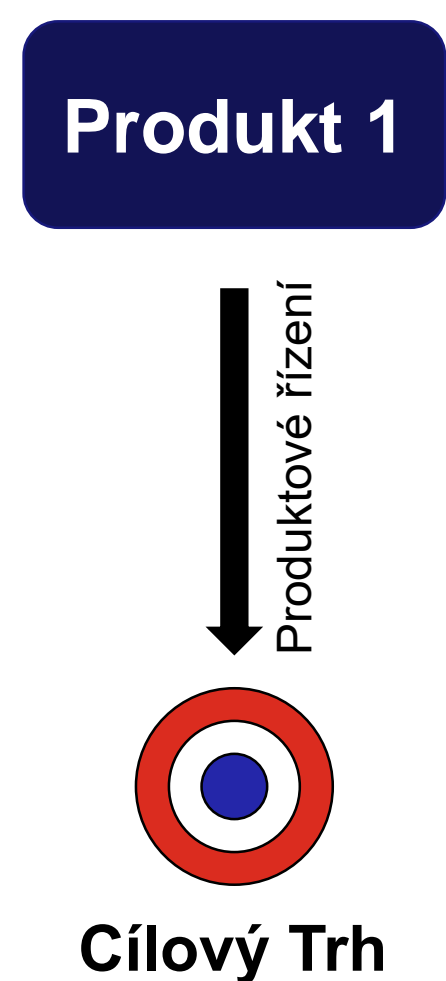


Využití tzv. clusteringu v produktovém řízení

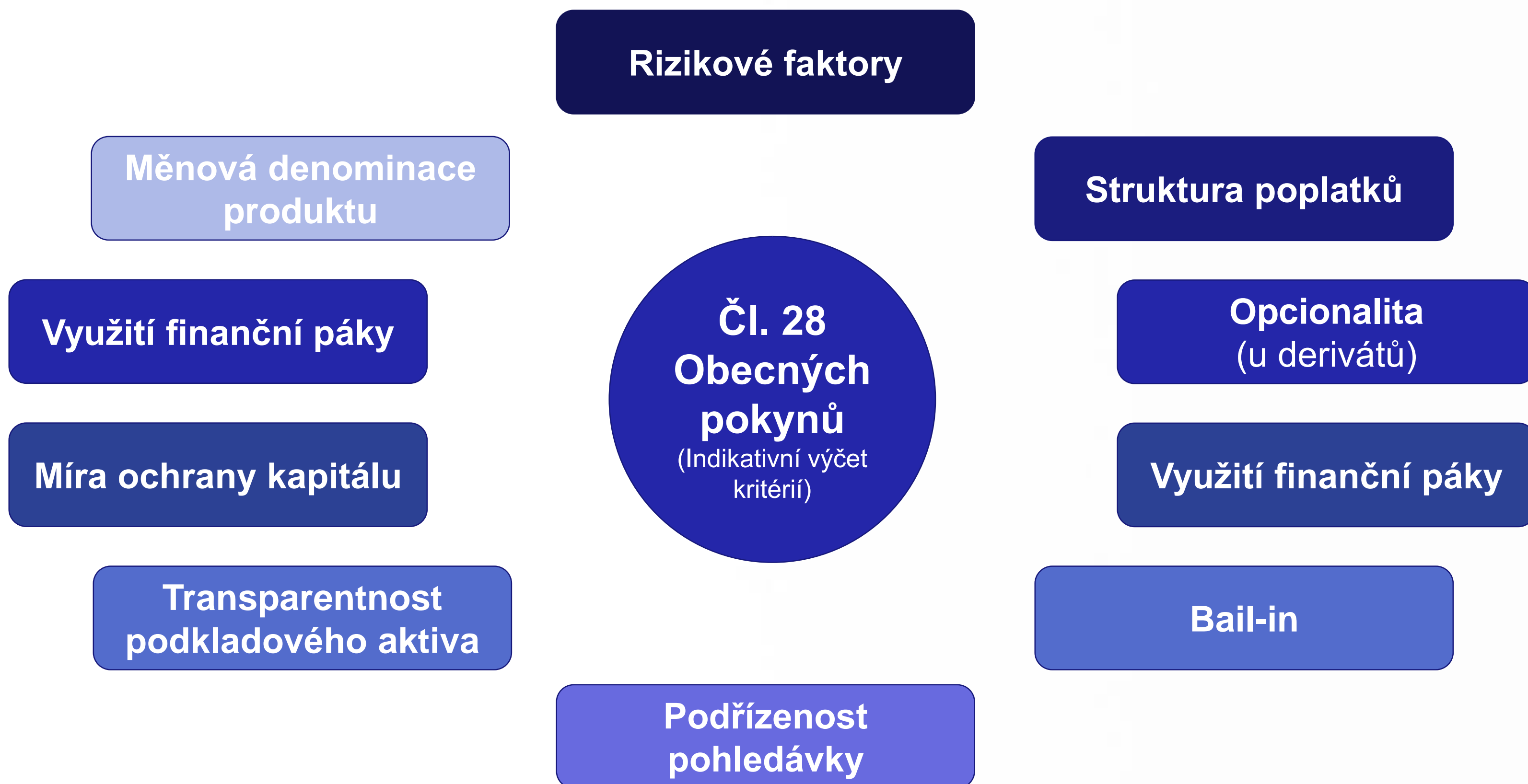


Co je clustering?

- určení cílového trhu pro soubor produktů s podobnými charakteristikami



Jak určit podobnost produktů?



Granularita clusterů s ohledem na produkty, které je tvoří

- složitější produkt → přesnější vymezení cílového trhu
- cluster složitějších produktů → větší podobnost jednotlivých produktů



Produkty, kde není clustering možný?

- Obecné pokyny ESMA k produktovému řízení žádný takový produkt explicitně neuvádějí (původně se zvažovalo uvést OTC deriváty)
- Právě produkty jako OTC deriváty však mohou mít natolik specifické vlastnosti, že clustering s jinými produkty není možný



Produktové řízení při nabízení možnosti tzv. copy tradingu



Co je copy trading?

- Služba, umožňující investorovi obchodovat tak, že (zpravidla) automaticky kopíruje obchodování jiného investora
- Portfolio management



Produktové řízení a copy trading

- Copy trading může být součástí distribuční strategie
- Investiční firmy se musí ujistit, že prostřednictvím copy tradingu budou produkty zpravidla distribuovány do jejich předdefinovaného cílového trhu



Děkuji za Vaši pozornost

