

Na temelju članka 15. točke 4. Zakona o Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga („Narodne novine“ br. 140/05 i 12/12), članka 27. i 28. Uredbe (EU) 2020/1503 Europskog parlamenta i Vijeća od 7. listopada 2020. o europskim pružateljima usluga skupnog financiranja za poduzeća, te članka 5. i 20. Zakona o provedbi Uredbe (EU) 2020/1503 o europskim pružateljima usluga skupnog financiranja („Narodne novine“ br. 144/2021) Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga na sjednici Upravnog vijeća održanoj 25. kolovoza 2022. donosi

SMJERNICE O PROMIDŽBENOJ KOMUNIKACIJI KOJA SE ODNOSI NA USLUGE SKUPNOG FINANCIRANJA

1. Uvod

Uredba (EU) 2020/1503 Europskog parlamenta i Vijeća od 7. listopada 2020. o europskim pružateljima usluga skupnog financiranja za poduzeća¹ (dalje: Uredba ECSP) dopušta nadležnim tijelima države članice ili države EGP-a da objave **nacionalne zahtjeve** koji će se primjenjivati na **promidžbene komunikacije** vezane za ponude usluga i projekata skupnog financiranja u toj državi članici ili državi EGP-a. Svrha ovih smjernica je dati prikaz pravila za promidžbenu komunikaciju koja će se primjenjivati na usluge skupnog financiranja koje klijentima u Republici Hrvatskoj pružaju domaći i EU pružatelji usluga skupnog financiranja.

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (dalje: Hanfa) je odgovorna za provedbu i nadzor usklađenosti s relevantnim odredbama koje se odnose na promidžbenu komunikaciju koja se distribuira u Republici Hrvatskoj. Pod pojmovima „promidžbena komunikacija“ ili „promidžbeni sadržaj“ podrazumijeva se svaka informacija ili sadržaj koje pružatelj usluga skupnog financiranja upućuje potencijalnom ulagatelju u Republici Hrvatskoj ili potencijalnom vlasniku projekta u Republici Hrvatskoj o uslugama pružatelja usluga skupnog financiranja osim obznanjivanja podataka za ulagatelje koja se zahtijevaju u skladu s Uredbom ECSP.

Ove smjernice ukazuju na relevantne zahtjeve koje mora poštivati pružatelj usluga skupnog financiranja kada promovira svoje usluge putem promidžbene komunikacije.

Uzimajući u obzir da promidžbena komunikacija ili promidžbeni sadržaj mogu biti i u usmenom obliku, odredbe ovih Smjernica, a u mjeri u kojoj je to moguće, na odgovarajući se način

¹ Uredba (EU) 2020/1503 Europskog parlamenta i Vijeća od 7. listopada 2020. o europskim pružateljima usluga skupnog financiranja za poduzeća i izmjeni Uredbe (EU) 2017/1129 i Direktive (EU) 2019/1937 (Tekst značajan za EGP) (SL L 347, 20. 10. 2020.)

primjenjuju i na slučajeve kada promidžbena komunikacija ili promidžbeni sadržaj nisu u pisanom obliku.

2. Primjena

1. Ove smjernice se odnose na:

- a) svaku promidžbenu komunikaciju ili sadržaj koji se distribuira prema ili unutar Republike Hrvatske; i
- b) svaku promidžbenu komunikaciju ili sadržaj koji se širi, objavljuje, emitira ili na drugi način prima u Republici Hrvatskoj.

2. Niti jedna osoba, osim pružatelja usluga skupnog financiranja, ne smije distribuirati ili poticati distribuciju promidžbene komunikacije ili sadržaja prema ili unutar Republike Hrvatske, osim ako tu komunikaciju odnosno sadržaj nije odobrio pružatelj usluga skupnog financiranja. Pružatelj usluga skupnog financiranja koji odobrava takvu promidžbenu komunikaciju dužan je osigurati da je sva promidžbena komunikacija koja se distribuira ili uglavnom distribuira prema ili unutar Republike Hrvatske prikazana u skladu sa zahtjevima Uredbe ECSP, ovih smjernica i svakog drugog relevantnog zakonodavstva Republike Hrvatske.

3. Pod relevantnim zakonodavstvom Republike Hrvatske se posebno podrazumijevaju Zakon o provedbi Uredbe (EU) 2020/1503 o europskim pružateljima usluga skupnog financiranja (dalje: Zakon o provedbi Uredbe ECSP), Zakon o zaštiti potrošača², te Zakon o nedopuštenom oglašavanju³.

4. Svi pojmovi koji se koriste u ovim smjernicama imaju isto značenje kao u Uredbi ECSP i Zakonu o provedbi Uredbe ECSP.

5. Ove smjernice se ne primjenjuju ako se odobrena ili distribuirana promidžbena komunikacija ili dostavljene informacije sastoje isključivo od jedne ili više sljedećih stavki:

- a) naziva pružatelja usluga skupnog financiranja
- b) logotipa ili drugog vizualnog prikaza povezanog s pružateljem usluga skupnog financiranja
- c) kontaktne točke
- d) upućivanja na usluge pružatelja usluge skupnog financiranja (kroz poveznicu, bez opisa).

² NN br. 19/22.

³ NN br. 43/09.

3. Opći zahtjevi

6. Pružatelj usluga skupnog financiranja treba osigurati da su sve informacije ili promidžbena komunikacija koje odobri ili distribuira:

- a) sastavljeni i predstavljeni tako da se može očekivati da će ih razumjeti prosječni pripadnik identificiranog ciljanog tržišta prema kojemu je komunikacija usmjerena ili za kojeg je vjerojatno da će takvu komunikaciju primiti
- b) ažurni i relevantni s obzirom na korištena sredstva komunikacije
- c) dosljedno predstavljeni na istom jeziku u svim oblicima informacijskih i promidžbenih materijala koji su dostavljeni svakom klijentu, osim ako je klijent pristao na zaprimanje informacija na različitim jezicima.

7. Pružatelj usluga skupnog financiranja osigurava da su svi promidžbeni sadržaji o njihovim uslugama, uključujući i promidžbene sadržaje izdvojene trećim stranama, jasno prepoznatljivi kao takvi, u skladu s člankom 27. stavkom 1. Uredbe ECSP.

8. Pružatelj usluga skupnog financiranja koji promiče pružanje svojih usluga putem promidžbene komunikacije mora osigurati da su informacije upućene klijentima i potencijalnim klijentima sadržane u takvim komunikacijama poštene, jasne i ne dovode u zabludu, u skladu s člankom 27. stavkom 2. Uredbe ECSP, a što uključuje i komunikaciju o:

- a) samom pružatelju usluga skupnog financiranja
- b) troškovima, financijskim rizicima i naknadama povezanim s uslugama skupnog financiranja ili samim ulaganjima koja se nude u sklopu usluge skupnog financiranja;
- c) kriterijima odabira projekata za skupno financiranje i
- d) prirodi usluga skupnog financiranja i povezanim rizicima.

9. Pružatelj usluga skupnog financiranja također će osigurati da su sve informacije i promidžbena komunikacija dosljedne sa svim informacijama:

- a) sadržanim u brošuri s ključnim informacijama o ulaganju ("KIIS") pri čemu obavezno navodi da je KIIS dostupan i gdje; alternativno, ako KIIS još nije dostupan, navode se informacije koje moraju biti sadržane u KIIS-u u skladu s odredbama Uredbe o ECSP-u;
- b) koje pružatelj usluga skupnog financiranja pruži klijentu tijekom pružanja usluga skupnog financiranja, te, ako je primjenjivo, pomoćnih usluga.

Ako je KIIS dostupan, promidžbena komunikacija mora sadržavati preporuku da potencijalni ulagatelji pročitaju KIIS prije donošenja odluke o ulaganju kako bi u potpunosti razumjeli potencijalne rizike i koristi povezane s odlukom o ulaganju.

10. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan za sve distribuirane informacije ili promidžbenu komunikaciju najmanje:

- a) u Republici Hrvatskoj koristiti hrvatski i/ili engleski jezik
- b) u državi članici⁴ koja nije Republika Hrvatska, koristiti jedan ili više službenih jezika države u kojoj se distribuiraju marketinške komunikacije ili jezik koji prihvaćaju nadležna tijela te države članice.

Smatra se da su svi prijevodi distribuiranih informacija ili promidžbene komunikacije na bilo koji od jezika navedenih u ovoj točki izrađeni pod odgovornošću pružatelja usluge skupnog financiranja. Takvi prijevodi moraju vjerno odražavati sadržaj izvornih informacija i/ili promidžbene komunikacije.

11. U svu promidžbenu komunikaciju u kojoj se navodi da pružatelja usluga skupnog financiranja nadzire Hanfa ili nadzorno tijelo druge države članice EU, kako je primjenjivo, kao

⁴ Uključujući i članice Europskog gospodarskog prostora

i prilikom pružanja informacija klijentima, pružatelj usluga skupnog financiranja mora uključiti regulatornu izjavu iz točke 12. ovih smjernica uz upućivanje na relevantno zakonodavstvo (Uredbu ECSP) kojom je nadzor reguliran.

12. Pružatelj usluga skupnog financiranja u regulatornoj izjavi koristit će sljedeći tekst ili prilagođeni tekst (ovisno o konkretnoj situaciji), koji sadrži ove informacije:

- a) „[**Puni pravni naziv pružatelja usluge skupnog financiranja**] je društvo licencirano i nadzirano od strane Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga“ prema Uredbi ECSP; ili
- b) „**[Puni pravni naziv pružatelja usluge skupnog financiranja]** je društvo licencirano i nadzirano od strane **[umetnuti naziv nadležnog tijela države članice od kojeg je pružatelj usluge skupnog financiranja dobio odobrenje]** u **[umetnuti naziv države članice u kojoj to nadležno tijelo ima sjedište]** prema Uredbi ECSP, a koje podliježe i nadzoru Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga u pogledu pravila koja se odnose na promidžbenu komunikaciju u Republici Hrvatskoj“.

13. Pružatelj usluga skupnog financiranja ne smije naziv Hanfe ili drugog nadležnog tijela koristiti na način koji ukazuje na ili sugerira potporu ili podršku nadležnog tijela ili promociju usluga pružatelja usluge skupnog financiranja.

14. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati:

- a) da su dizajn, prezentacija i sadržaj promidžbene komunikacije jasni, primjereni, točni i ne dovode u zabludu te da se od svakog klijenta može razumno očekivati da odmah shvati da se radi o promidžbenoj komunikaciji, pri čemu se „točnost“ informacija ocjenjuje na temelju uravnoteženog prikaza različitih karakteristika koje ne smiju sakriti nijedan element značajan za proizvod, uslugu ili klijenta
- b) da cilj promidžbene komunikacije nije utjecanje na stav osobe prema tržišnoj ponudi, proizvodu ili usluzi ili pružatelju usluga skupnog financiranja, bilo dvosmislenošću, pretjerivanjem ili propustom prenošenja relevantnih informacija
- c) da su priroda i vrsta tržišne ponude, proizvoda ili usluga jasni i nisu prikriveni ni na koji način
- d) da su važne stavke, izjave ili upozorenja jasno istaknuti i nisu prikriveni ni na koji način i
- e) da se izbjegava iskorištavanje bilo koje karakteristike proizvoda ili usluge i/ili okolnosti povezane s istima s namjerom da se klijenta dovede u nepovoljnu situaciju u okviru koje bi bio podložan smanjenom stupnju sposobnosti informiranog razumijevanja rizika proizvoda ili usluge (u kontekstu razumijevanja informacija koje mu se pružaju).

15. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati da informacije i promidžbena komunikacija i informacije ne dovode u zabludu, posebno u odnosu na:

- a) prirodu ponude, proizvoda ili usluge koje se nude
- b) neovisnost pružatelja usluga skupnog financiranja ili neovisnost informacija koje on pruža
- c) sposobnost i kapacitete pružatelja usluga skupnog financiranja da pruži ponudu, proizvod ili uslugu
- d) opseg aktivnosti pružatelja usluga skupnog financiranja
- e) opseg vlastitih sredstava i resursa pružatelja usluga skupnog financiranja
- f) prirodu sudjelovanja pružatelja usluga skupnog financiranja ili bilo koje druge osobe u ponudi, proizvodu ili usluzi koje se nude
- g) oskudnost ponude, proizvoda ili usluge koje se nude
- h) prošli učinak ili mogući budući učinak ponude, proizvoda ili usluge
- i) sve relevantne rizike.

16. Pružatelj usluga skupnog financiranja ne smije naglašavati bilo kakve potencijalne prednosti ponude, proizvoda ili usluge bez davanja nedvosmislene, jasne, primjerene i istaknute naznake relevantnih rizika. Osim toga, kada opisuje svoje aktivnosti, pružatelj usluga skupnog financiranja mora se suzdržati od korištenja pohvalnog odnosno laskavog

izražavanja koje bi moglo promovirati njegove usluge i projekte. U praksi, kada pružatelj usluga skupnog financiranja predstavlja postupak odabira projekata, potencijalni ulagači ne smiju biti dovedeni do zaključka da su takvi projekti i ponude bez rizika, niti se rizici smiju umanjivati ili podcjenjivati.

17. Pružatelj usluga skupnog financiranja trebao bi izbjegavati korištenje pohvalnih ili superlativnih izraza kao što su primjerice, *“najbolji ili bolji projekti”* ili *“najatraktivnije prilike”* kao i izbjegavati prodajne tehnike u kojima se pretjerano spominju *“rastuća poduzeća, “revidirane projekte”, „transparentna ulaganja”* ili *“sigurne usluge”*, jer se takve izjave mogu pokazati obmanjujućima, a potencijalno i netočnima.

18. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati da sve informacije i promidžbena komunikacija upućena ili distribuirana na način da je vjerojatno da će ih klijenti primiti, jasno naznačuju naziv i adresu pružatelja usluga skupnog financiranja, uključujući i informaciju o mrežnoj stranici pružatelja usluga.

19. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati da bilo kakve informacije ili promidžbene komunikacije nerazmjerno ne potiču ulaganje u bilo koji pojedinačni projekt skupnog financiranja. U tom smislu, prije zatvaranja razdoblja prikupljanja sredstava za određeni projekt ili projekte, promidžbena komunikacija ne smije biti nerazmjerno usmjerena na planirane, neriješene ili tekuće pojedinačne projekte ili ponude.

4. Informacije koje treba uključiti u promidžbene komunikacije

20. Pružatelj usluga skupnog financiranja dužan je osigurati da je svaka objava, upozorenje ili bilo koje drugo odricanje od odgovornosti koje treba uključiti u bilo koju promidžbenu komunikaciju ili informaciju prikazana uočljivo, jasno i razumljivo. U tom smislu, pružatelj usluga skupnog financiranja dužan je osigurati da:

- a) odricanja od odgovornosti, upozorenja o rizicima i druge reference korištene u promidžbenim komunikacijama ili informacijama trebaju biti dovoljne veličine i istaknute da budu jasno čitljive, te da se sadržajem, dizajnom ili formatom informacije iste ne umanjuju, sakrivaju ili prikrivaju ni na koji način
- b) veličina slova koja se koristi u opisu/naznaci relevantnih rizika najmanje je jednaka prevladavajućoj veličini slova koja se koristi u svim dostavljenim informacijama, a korišteni izgled osigurava da je takav opis odnosno naznaka uočljiva
- c) se uzima u obzir sredstva komunikacije koja se koriste za objavljivanje promidžbene komunikacije ili priopćavanje informacija klijentima, kao i sva potencijalna ograničenja i/ili nedostatke povezane s korištenjem određenim sredstvom komunikacije
- d) podaci o uspješnosti ne budu odabrani tako da se preuveličava uspjeh ili prikriva nedostatak uspjeha ponude, proizvoda ili usluge te
- e) rezultati prošlih ponuda ili budući mogući učinak odnosno uspjeh pojedine ponude, proizvoda ili usluge nije isključivi fokus promidžbene komunikacije. Nije dopuštena bilo kakva promidžbena komunikacija koja spominje samo potencijalni (pozitivni) učinak ponude, proizvoda ili usluge koju pruža pružatelj usluga skupnog financiranja, bez jasnog navođenja povezanih rizika.

21. Pružatelj usluga skupnog financiranja ne smije spominjati ponude, proizvode ili usluge koje su uspješno dovršene ili se trenutno provode, stopu uspješnosti ponuda, proizvoda ili usluga ili stope uspješno upisanih ponuda, proizvoda ili usluga, a bez istovremenog obavještanja potencijalnih klijenata o neuspješnim ponudama, proizvodima ili uslugama, proizvodima ili uslugama koje su donijele gubitak ili koje ne ispunjavaju uvjete (ovisno o tome koja je informacija relevantna). Posebno, kada se radi o uslugama skupnog financiranja koje se sastoje od omogućavanja odobravanja zajmova, niska stopa neotplaćenih zajmova ne može se prikazati kao pokazatelj kvalitete projektnih ponuda, proizvoda ili usluga pružatelja usluge skupnog financiranja. Štoviše, ako pružatelj usluge skupnog financiranja navede uspješne izlaze (završetke projekata gdje su se zajmodavci uspješno naplatili) odnosno naplate za zajmodavce prije datuma dospijeca zajma, dužan je jasno navesti na istom mjestu projekte, proizvode ili usluge koji su za zajmodavce stvorili gubitke, te ukupne uložene iznose, čime se omogućuje izračun gubitaka ili stope neizvršenih obveza.

22. Pružatelj usluga skupnog financiranja dužan je osigurati da promidžbena komunikacija u kojoj se nude promotivne ili uvodne/inicijalne kamatne stope (kamatne stope koje se mijenjaju nakon određenog početnog razdoblja) jasno navodi datum isteka te kamatne stope i daje jasan podatak o konkretnoj stopi koja će se primjenjivati nakon toga.

23. Pružatelj usluga skupnog financiranja dužan je osigurati da su sve pretpostavke na kojima se temelje izjave, obećanja ili predviđanja koje su sadržane u promidžbenoj komunikaciji jasno navedene, razumne i ažurne.

24. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati da, kada bilo koja informacija ili promidžbena komunikacija sadrži usporedbe, budu ispunjeni sljedeći uvjeti:

- a) usporedbe su relevantne, smislene i predstavljene na jasan, primjeren i uravnotežen način, ne izostavljaju ništa bitno za zaključke koji se mogu na temelju usporedbe donijeti

b) izvori informacija korištenih za usporedbu moraju se navesti, a ključne činjenice i razumne pretpostavke na kojima se usporedba temelji moraju biti uključene u promidžbenu komunikaciju.

25. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati da svaka informacija ili promidžbena komunikacija koja sadrži inicijale ili kratice također navodi što ti inicijali ili kratice označavaju.

26. Pružatelj usluga skupnog financiranja ne smije u informacijama ili promidžbenoj komunikaciji opisivati ponudu, proizvod ili uslugu kao besplatne, osim ako su ponuda, proizvod ili usluga u cijelosti dostupni klijentu besplatno. Pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati da informacije ili promidžbena komunikacija koje opisuju ponudu, proizvod ili uslugu moraju uključivati i informacije u vezi mogućih posredničkih, prodajnih naknada ako se iste naplaćuju klijentu ili potencijalnom klijentu.

27. Kada informacije i promidžbena komunikacija sadrže tvrdnje o cijenama, pružatelj usluga skupnog financiranja je dužan osigurati da se u glavni dio informacija ili promidžbenih komunikacija uključuju svi glavni kriteriji u vezi s određivanjem minimalne cijene za ponudu, proizvod ili uslugu te, ako je primjenjivo, potencijalnim maksimalnim uštedama u vezi s ponudom, proizvodom ili uslugom.

28. Pružatelj usluga skupnog financiranja dužan je osigurati da, kada bilo koja informacija ili promidžbena komunikacija sadrži upućivanje na određeni porezni tretman određene ponude, proizvoda ili usluge, ista sadrži:

- a) pojedinosti o poreznom tretmanu ponude, proizvoda ili usluga, koje su potpune, primjerene, relevantne, točne i ne dovode u zabludu
- b) naznaku preuzima li pružatelj usluga skupnog financiranja odgovornost za porez po odbitku (withholding tax)
- c) izjavu da se pružene informacije odnose na odgovarajuće važeće zakonodavstvo na dan pružanja te informacije i da se takvi porezni aranžmani mogu promijeniti u budućnosti
- d) kada se informacije odnose na određeni porezni tretman, jasno će navesti da porezni tretman ovisi o individualnim okolnostima svakog klijenta i da može biti podložan promjenama u budućnosti.

5. Izjave upozorenja

29. Pružatelj usluga skupnog financiranja dužan je osigurati da izjave upozorenja čija se uporaba zahtijeva prema ovom odjeljku smjernica nalaze na istaknutom mjestu i da su veličine fonta koja je barem jednaka pretežnoj veličini slova koja se koristi u dokumentu, promidžbenoj komunikaciji ili informaciji, kao i da se prikazuju zajedno s bilo kakvim prednostima ponude, proizvoda ili usluge. U slučaju medija gdje se promidžbene komunikacije ili informacije prenose u nepisanom obliku (primjerice, televizija, radio, drugi slični kanali komunikacije), izjave upozorenja se obvezno navode odnosno prenose na kraju promidžbene komunikacije ili informacije.

30. Pružatelj usluga skupnog financiranja dužan je osigurati da svaka promidžbena komunikacija ili informacije sadrže sljedeće izjave upozorenja navedene u nastavku, kada je primjenjivo:

- a) Ako promidžbena komunikacija sadrži informacije o **uspješnosti prošlih ponuda** :
- i. te informacije ne smiju biti najistaknutija značajka komunikacije ili informacije, a referentno razdoblje i izvor informacija moraju biti jasno navedeni u svakom trenutku
 - ii. informacija mora sadržavati istaknuto upozorenje da se podaci odnose na prošlost i da prošla uspješnost nije pouzdan pokazatelj budućih rezultata; u tu svrhu, Pružatelj usluga skupnog financiranja koristit će sljedeći tekst ili prilagođeni tekst prema potrebi u konkretnim okolnostima, a koji komunicira istu informaciju/upozorenje:

Upozorenje

Navedeni podaci o uspješnosti odnose se na prošlost i prošli pokazatelji uspješnosti nisu jamstvo buduće uspješnosti ili pouzdan pokazatelj budućih rezultata.

- iii. kada se informacije o prošloj uspješnosti oslanjaju na podatke denominirane u valuti koja nije valuta države članice u kojoj klijent ima prebivalište, valuta mora biti jasno navedena, zajedno s upozorenjem da se prinos može povećati ili smanjiti kao rezultat promjena tečaja valute, a u tu svrhu, pružatelj usluga skupnog financiranja koristit će sljedeći tekst ili prilagođeni tekst prema potrebi u konkretnim okolnostima, a koji komunicira istu informaciju/upozorenje:

Upozorenje

Na ovu [ponudu/proizvod/uslugu] mogu utjecati promjene u kretanju tečaja valute, što utječe na povrat vašeg ulaganja.

- b) Ako informacija ili promidžbena komunikacija sadrži ilustracije ili informacije o **simuliranoj uspješnosti**:
- i. uključuje se jasna informacija temeljem koje je konkretne prošle ponude/projekta (ili njih više) izvedena simulacija uspješnosti

- ii. informacije o simuliranoj uspješnosti ne smije biti najistaknutija značajka komunikacije ili informacije
- iii. referentno razdoblje i izvor informacija jasno su navedeni u svakom trenutku
- iv. informacija sadrži istaknuto upozorenje da se simulirani podaci odnose na prošlu uspješnost i da prošla uspješnost nije pouzdan pokazatelj budućeg rezultata, a u tu svrhu, pružatelj usluga skupnog financiranja koristit će sljedeći tekst ili prilagođeni tekst prema potrebi u konkretnim okolnostima, a koji komunicira istu informaciju/upozorenje:

Upozorenje

Navedeni podaci o uspješnosti samo su procjene i nisu nužno pouzdan pokazatelj budućeg rezultata odnosno uspješnosti ovog ulaganja.

- c) Ako je ponuda, proizvod ili usluga denominirana u stranoj valuti, kada je cijena prikazana u stranoj valuti, ili kada na vrijednost ili cijenu ponude, proizvoda ili usluge mogu izravno utjecati promjene deviznih tečajeva, pružatelj usluga skupnog financiranja koristit će sljedeći tekst ili prilagođeni tekst prema potrebi u konkretnim okolnostima, a koji komunicira istu informaciju/upozorenje:

Upozorenje

Na ovu [ponudu/proizvod/uslugu] mogu utjecati promjene tečajeva valuta.

- d) U promidžbenoj komunikaciji vezanoj za usluge skupnog financiranja mora biti jasno naznačeno da ulaganje u projekte skupnog financiranja uključuje rizike, uključujući rizik djelomičnog ili potpunog gubitka sredstava uložениh od strane klijenta. Pružatelj usluga skupnog financiranja će u tu svrhu koristiti sljedeći tekst ili prilagođeni tekst prema potrebi u konkretnim okolnostima, a koji komunicira istu informaciju/upozorenje:

Upozorenje

Ulaganje u ovaj projekt skupnog financiranja podrazumijeva rizike, uključujući rizik od djelomičnog ili potpunog gubitka uloženog novca. Vaše ulaganje nije obuhvaćeno sustavom osiguranja depozita uspostavljenim u skladu s Direktivom 2014/49/EU Europskog parlamenta i Vijeća. Vaše ulaganje nije obuhvaćeno ni sustavima za naknadu štete ulagateljima uspostavljenima u skladu s Direktivom 97/9/EZ Europskog parlamenta i Vijeća.

Moguće je da nećete ostvariti nikakav povrat na Vaše ulaganje.

Ovo nije štedni proizvod te Vam savjetujemo da u projekte skupnog financiranja ne uložite više od 10 % vrijednosti svoje neto imovine.

Moguće je da nećete moći prodati svoja ulaganja kada to poželite. Ako ih i uspijete prodati, moguće je da ćete pretrpjeti gubitke.

- e) Ako je pružatelj usluga skupnog financiranja za svoju aktivnost povezanu s upravljanjem portfeljem zajmova na pojedinačnoj uspostavio fond za nepredviđene izdatke i upravlja njime, u promidžbenoj komunikaciji mora jasno naznačiti, kao minimum, da taj fond ne

daje klijentu pravo na isplatu i da se klijenti kada razmatraju hoće li i koliko uložiti ne bi trebali oslanjati na moguće isplate iz fonda za nepredviđene izdatke. Pružatelj usluga skupnog financiranja će u tu svrhu koristiti sljedeći tekst ili prilagođeni tekst prema potrebi u konkretnim okolnostima, a koji komunicira istu informaciju/upozorenje:

Upozorenje

Fond za nepredviđene izdatke koji nudimo ne osigurava Vam pravo na isplatu pa je moguće da čak ni u slučaju gubitka nećete primiti isplatu. Operater fonda za nepredviđene izdatke ima apsolutno diskrecijsko pravo u pogledu iznosa koji se može isplatiti, a to uključuje i neizvršavanje nikakve isplate. Ulagatelji se stoga ne bi trebali pouzdati u moguće isplate iz fonda za nepredviđene izdatke prilikom razmatranja hoće li ući u ulaganje odnosno koliko će uložiti.

- f) Ako pružatelj usluga skupnog financiranja izrađuje dopunu i/ili izmjenu sadržaja promidžbene komunikacije zbog netočnih podataka ili podataka koje dovode u zabludu a podaci koji su sadržani u prethodnim promidžbenim komunikacijama, obvezan je komunicirati sljedeće upozorenje:

Upozorenje

Ova promidžbena komunikacija sadrži izmjene i/ili dopune u odnosu na prethodnu promidžbenu komunikaciju [pojasniti na koju se komunikaciju konkretno misli] te se njome otklanjaju netočni podaci i/ili podaci koji dovode u zabludu.

Završna odredba

31. Ove smjernice se objavljuju na internetskoj stranici Hanfe te stupaju na snagu danom objave.

KLASA: 011-01/22-08/02
URBROJ: 326-01-70-72-22-1
Zagreb, 25. kolovoza 2022.

PREDSJEDNIK UPRAVNOG VIJEĆA
dr. sc. Ante Žigman