



Svenska institutet mot penningtvätt
Swedish Anti-Money Laundering Institute

Kundkännedom värdepappersområdet

Detta utkast till vägledning inom kundkännedom på värdepappersområdet har tagits fram inom Svenska Fondhandlareföreningen.

Öppen konsultation i juni 2019

UTKAST

Innehållsförteckning

Inledning.....	3
Andra lagar	4
Allmänt om värdepappersområdet.....	4
3 Vem är kund och ska vara föremål för åtgärder för kundkännedom?.....	5
Inledning.....	5
Affärsförbindelse.....	5
Enstaka transaktion.....	6
Vem är inte kund?	6
Kundens kund.....	6
Kundkännedom i fråga om fonder	7
Kontraktsrättslig konstruktion.....	7
Associationsrättslig konstruktion	7
Kundkännedom i fråga om försäkringslösningar och försäkringsbolag.....	9
Kundkännedom vid kontoföring av värdepapper	9
Inledning.....	9
Depå	9
Värdepapperskonto hos Euroclear Sweden	10
Servicekonto hos Euroclear Sweden.....	11
Sub-custody.....	11
Kundkännedom i fråga om företagstransaktioner.....	12
Corporate Finance	12
Börsintroduktion av bolag (IPO).....	13
M&A	13
Kundkännedom i fråga om emissioner och vissa andra företagshändelser	13
Inledning.....	13
Emissioner	14
Inledning.....	14
Anmälan via depåinstitut	14
Anmälan direkt till emissionsinstitutet	15
Teckning av aktier vid börsintroduktioner	16
Utdelning.....	16
Uppköpserbjudande.....	16
Garanti- och teckningsförbindelser.....	17
Garantiförbindelser	17
Teckningsförbindelser	17

Simpts vägledning tas fram av sju organisationer i finansbranschen och deras medlemmar. Den utgår från medlemmarnas behov av vägledning och är inte avsedd att vara heltäckande.

Vägledningen beskriver hur branschen tolkar och tillämpar penningtvättsregelverket i aktuella delar.

Vägledningen ersätter inte lagar, föreskrifter och andra rättskällor. Dessa måste alltid beaktas och tillämpas i förekommande fall.

Det finns inte någon skyldighet att använda vägledningen. Den som använder vägledningen måste alltid göra bedömningen om vägledningen är tillämplig i det enskilda fallet.

Denna del av vägledningen har tagits fram av medlemmar hos Svenska Fondhandlareföreningen. Vissa andra frågor som instituten också är berörda av – frågor om att avsluta affärsförbindelser, verklig huvudman och personer i politiskt utsatt ställning, PEP – finns i en separat, branschgemensam, del av vägledningen.

Vägledningen ska läsas tillsammans med och kompletterar den grundläggande vägledningen inom kundkännedom. Den grundläggande vägledningen omfattar bl.a. en beskrivning av åtgärder vid låg, normal eller hög risk och tillämpas av instituten när relevant. Rubriknumreringen motsvarar numreringen i den grundläggande vägledningen.

I denna del av vägledningen hänvisas bl.a. till lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden (LVPM), lagen (2017:630) om åtgärder mot penningtvätt och finansiering av terrorism (penningtvättslagen) och Finansinspektionens föreskrifter (2017:11) om åtgärder mot penningtvätt och finansiering av terrorism (penningtvättsföreskrifterna).

Inledning

Denna vägledning inom kundkännedom avser värdepappersområdet och omfattar vissa frågor som värdepappersinstituten (instituten) är särskilt berörda av. Med institut avses värdepappersbolag, svenska kreditinstitut med tillstånd att driva värdepappersrörelse och andra företag som driver värdepappersrörelse i Sverige, dvs. värdepappersinstitut, som begreppet definieras i LVPM.

En central fråga för institutet är att veta vem som är institutets kund enligt penningtvättslagen och som därmed ska vara föremål för institutets åtgärder för kundkännedom. Den frågan är central för denna vägledning. Även frågan om vem som är kundens kund hanteras här i olika sammanhang. I vissa fall kan det finnas faktorer som medför att det finns anledning att vidta vissa åtgärder med anledning av kundens kund (ej åtgärder för kundkännedom beträffande kundens kund), vilket bl.a. styrs av risken med den aktuella produkten eller tjänsten.

Vägledningen utgår från olika produkter och tjänster som ofta tillhandahålls av institutet samt olika situationer som kan uppstå, t.ex. när flera institut är involverade i en företagshändelse. Vägledningen är inte avsedd att vara heltäckande, utan tar upp några produkter och tjänster som regelbundet erbjuds på värdepappersområdet. Den är inte heller avsedd att vara heltäckande vad gäller de frågeställningar som kan uppstå inom kundkännedom. Avsikten är att vidareutveckla och fördjupa vägledningen framöver.

I vägledningen hanteras både *retail* och *wholesale*. Med *retail* avses tillhandahållandet av produkter och tjänster i större skala till privatpersoner och mindre företag. För många institut utgör retail en affärsverksamhet som typiskt sett inte involverar en nära relation med någon affärsansvarig hos institutet, vilket kan vara en faktor som medför en förhöjd risk för penningtvätt (frånvaron av en sådan relation kan medföra en förhöjd risk för att behållning eller avkastning av ett brott passerar ett konto).

Med *wholesale* avses den del av värdepappersmarknaden som riktar sig till institutionella investerare och inte till privatpersoner eller mindre företag. Den inkluderar många olika typer av motparter och aktörer, inklusive börser, multilaterala handelsplattformar (MTF), centrala motparter, förvaringsinstitut, rådgivare, *prime brokers*, *investment managers*, *executing brokers* och *clearing brokers*. När det gäller företag med en bred företagsaffär har institutet i regel en etablerad affärsförbindelse med företaget, vilket innebär att institutet redan har genomfört åtgärder för kundkännedom. Det kan dock förekomma kunder som gör en enstaka värdepappersaffär, vilket exempelvis kan ske i samband med en större företagstransaktion (se avsnittet om kundkännedom i fråga om företagstransaktioner).

Andra lagar

De institut som hanterar värdepapper och värdepapperstransaktioner är bundna även av andra regelverk, bl.a. sådana som styr handeln med finansiella instrument. I vägledningen används *MiFID-regelverket* som ett samlingsnamn för EU:s direktiv (2014/65/EU) om värdepappersmarknaden (MiFID II), EU:s förordning (600/2014) om värdepappersmarknaden (MiFIR), samt för de delegerade akter, genomförandeakter, tekniska standarder, svenska lagar och föreskrifter som implementerar regelverket. Se mer om MiFID och MiFIR på Finansinspektionens hemsida.

<https://www.fi.se/sv/marknad/vardepappersmarknad-mifidmifir/om-mifidmifir>

Enligt MiFID-regelverket måste kunderna vara klassificerade och passandebedömda för den typ av affär som de vill göra med ett institut. De frågor som ställs och de kontroller som genomförs enligt MiFID-regelverket görs utifrån andra perspektiv än bekämpning av penningtvätt och finansiering av terrorism. De utgör dock ett komplement till de frågor och kontroller som görs enligt penningtvättsregelverket och leder det till en mer fullödig bild av bl.a. syftet med affären. Det är alltid viktigt att veta enligt vilket regelverk som information har inhämtats om kunden. Det finns exempelvis särskilda regler om att bevara sådana handlingar och uppgifter som har inhämtats enligt bestämmelserna i penningtvättslagen (5 kap. penningtvättslagen).

Frågan om penningtvättslagens företrädare framför annan lagstiftning har inte behandlats särskilt utförligt i motiven till penningtvättslagen (prop. 2016/17:173). Det uttalas dock att penningtvättslagens krav på att uppnå tillräcklig kundkännedom går före rätten till ett betalkonto med grundläggande funktioner i betaltjänstlagen och före den kontraheringsplikt som följer av lagen om insättningsgaranti, dvs. rätten att göra insättning på konto som omfattas av insättningsgarantin (se s. 255). Det finns inte lika tydliga uttalanden avseende penningtvättslagens företrädare framför andra lagar, t.ex. aktiebolagslagen (2005:551), som bl.a. reglerar företrädesrätter, incitament och hembud. Institutet bör alltid analysera i vilka situationer som konflikter kan uppstå med andra regelverk (frågan om tillräcklig kundkännedom tas upp i Simpts vägledning inom kundkännedom och avsluta affärsförbindelse).

Allmänt om värdepappersområdet

Den som handlar med värdepapper kan vara allt från en privatperson som investerar sitt sparande till ett stort internationellt börsbolag, som ingår transaktioner för att förvalta överskottslikvid i sin verksamhet, hanterar risker avseende ränta och valuta eller deltar i ett företagsförvärv. Affären kan göras med storbanker, som har ett stort utbud av produkter och tjänster eller med mindre företag, som kan vara specialiserade på vissa typer av produkter, affärer och kundsegment.

Ofta har den kund som ska genomföra en värdepapperstransaktion redan en etablerad affärsförbindelse med institutet, vilket innebär att åtgärder för kundkännedom har vidtagits i ett tidigare skede. Kunden kan i många fall sköta sina affärer själv elektroniskt, där personlig kontakt för varje enskild affär inte behövs, men kan också ta hjälp av en förvaltare inom *private banking* för att få hjälp med rådgivning eller diskretionär förmögenhetsförvaltning. Vid förvaltning görs en regelbunden genomgång av kundens engagemang för att följa upp utfallet av placeringarna och uppdatera kundens riskaptit, exempelvis i de fall nytt kapital har inkommit. I denna kartläggning gör institutet i regel också en uppföljning av uppgifterna om kundkännedom, bl.a. av affärsförbindelsens syfte och art, för att säkerställa att uppgifterna är aktuella.

En juridisk eller fysisk person kan vara kund hos flera institut samtidigt. Varje institut är skyldigt att inhämta kundkännedom. Affärsförbindelsens syfte och art kan variera mellan instituten beroende på sådana faktorer som vilka typer av produkter och tjänster som instituten erbjuder.

3 Vem är kund och ska vara föremål för åtgärder för kundkännedom?

Inledning

En central fråga för institutet är att veta vem det har ett kundförhållande med och vem som således ska vara föremål för institutets åtgärder för kundkännedom.

Enligt 1 kap. 8 § punkten 4 penningtvättslagen är kund den som har trätt eller står i begrepp att träda i avtalsförbindelse med sådan verksamhetsutövare som avses i penningtvättslagen (se mer i Simpts grundläggande vägledning inom kundkännedom).

Institutet ska vidta åtgärder för kundkännedom beträffande kunden i ett antal olika situationer. Åtgärder för kundkännedom krävs vid etablering av en affärsförbindelse med kunden (se om affärsförbindelse nedan). Om det inte uppstår en affärsförbindelse med kunden, krävs åtgärder för kundkännedom vid enstaka transaktioner som uppgår till ett belopp motsvarande 15 000 euro eller mer (se om enstaka transaktion nedan), vid transaktioner som understiger 15 000 euro, men som verksamhetsutövaren inser eller borde inse har ett samband med en eller flera andra transaktioner som tillsammans uppgår till minst 15 000 euro (s.k. sambandstransaktioner) och vid vissa överföringar av medel som överstiger ett belopp motsvarande 1 000 euro (se 3 kap. 4 § penningtvättslagen).

Affärsförbindelse

Institutet måste vidta åtgärder för kundkännedom när det ingår en affärsförbindelse med kunden, dvs. när förbindelsen med kunden förväntas ha en viss varaktighet (se 1 kap. 8 § punkten 1 penningtvättslagen). Det handlar alltså om en affärsmässig förbindelse som, när den etableras, förväntas ha en viss varaktighet.

Det kan också uppstå en etablerad affärsförbindelse om en kund återkommer till företaget och utför enstaka transaktioner. Affärsförbindelsen har då etablerats genom företagets och kundens faktiska handlande. Enligt Finansinspektionen kan en utgångspunkt för den bedömningen vara tolv transaktioner under en tolv månadersperiod som genomförs av samma person (Finansinspektionens rapport Erfarenheter från penningtvättstillsynen 2016–17, 12 april 2018).

<https://www.fi.se/contentassets/c7fb7b60ae4945f5a70fbc50cfb2faa4/fi-tillsyn-1-penningtvattn.pdf>

Den som tecknar sig för en produkt hos ett institut, t.ex. ett konto eller en depå, ingår i regel en affärsförbindelse med institutet, eftersom förbindelsen förväntas ha en viss varaktighet, det ligger i "avtalsförbindelsens natur".

Utförs en transaktion via ett annat institut är det normalt sett det andra institutet som är kund. Åtgärder för kundkännedom ska då vidtas på det andra institutet under förutsättning att det finns en affärsförbindelse med det andra institutet. Även bestämmelserna om korrespondentförbindelse måste beaktas (se om korrespondentförbindelser i Simpts bankspecifika vägledning inom kundkännedom).

Enstaka transaktion

I de fall det finns en kundrelation, men det inte uppstår en affärsförbindelse med kunden (dvs. det finns ingen förväntan på varaktighet), krävs det att institutet vidtar åtgärder för kundkännedom när det är en enstaka transaktion som uppgår till ett belopp motsvarande 15 000 euro eller mer (se under inledningen om några andra fall där det också krävs). Transaktionerna kan t.ex. avse olika företags-händelser.

Utförs transaktionen via ett annat institut är det normalt sett det andra institutet som är kund. Åtgärder för kundkännedom ska då vidtas på det andra institutet om det inte är fråga om en affärsförbindelse men transaktionen uppgår till ett belopp motsvarande 15 000 euro eller mer.

Vem är inte kund?

Det finns olika typer av relationer som faller utanför penningtvättslagens definition av kund, vilket innebär att de inte omfattas av lagens krav på åtgärder för kundkännedom. Exempel på relationer som faller utanför definitionen är vissa fall där en part endast agerar som ombud mellan institutet och institutets kunder. Ombudet är inte kund till institutet. Avtalet ingås mellan institutet och den part på vars uppdrag ombudet utför sitt uppdrag och det är den på vars uppdrag ombudet utför sitt uppdrag som blir kund. Ombudets identitet och behörighet att företräda kunden ska dock kontrolleras enligt bestämmelserna om att kontrollera företrädare för kunden (se 3 kap. 3, 6 och 7 §§ penningtvättsföreskrifterna).

Det finns också fall där motparten utför en tjänst på uppdrag av ett finansiellt institut enligt avtal med det finansiella institutet. Exempel på detta är tjänster som levereras av infrastrukturbolag, såsom börser, centrala motparter och värdepapperscentraler, men också av leverantörer av tjänster som är inte är relaterade till verksamheten, t.ex. lokalvård och fruktleveranser. Dessa motparter är inte kunder till institutet i penningtvättslagens mening. I regel är det i stället institutet som är kund till leverantören. Däremot kan det finnas andra skäl för att göra en genomlysning av leverantörer och bakomliggande huvudmän, t.ex. vad gäller säkerhet och intressekonflikter.

Kundens kund

Ett institut har i regel inte ansvar för att utföra åtgärder för kundkännedom på kundens kunder enligt penningtvättslagen (prop. 2016/17:173 s. 509). När kunden är ett försäkringsbolag, blir försäkringsbolagets kunder (försäkringstagarna) inte institutets kunder, om ingen annan tjänst avtalas med försäkringsbolagets underliggande kund. Ett institut har inte heller ansvar för att vidta åtgärder för kundkännedom på ett annat depåinstitutets kunder eller andra bakomliggande investerare. Det kan dock vara så vad gäller värdepappersaffärer (särskilt vid större företagstransaktioner) att kundens riskprofil motiverar en förståelse också för bakomliggande intressen, men även för sådant som vilka typer av kunder som en viss motpart normalt sett riktar sina affärer mot. I vissa fall kan sådana åtgärder som riktas mot kundens kund likna kundkännedomsåtgärder, men skillnaden är att dessa åtgärder vidtas inom ramen för de åtgärder som vidtas för att kunna hantera risken med kunden.

I de fall kunden är ett finansiellt institut bör åtgärderna för kundkännedom bl.a. innefatta en bedömning av vilka kunder det finansiella institutet har samt vilka kundkännedomsprocesser det finansiella institutet tillämpar på sina kunder. Omfattningen av bedömningen bör ske i relation till

kundens riskprofil. Exempelvis bör bedömningen utföras i större utsträckning om det finansiella institutet är etablerat i tredje land där det enligt bedömningsrapporter har fastställts att landet saknar effektiva system för bekämpning av penningtvätt och terroristfinansiering. Utöver de åtgärder som alltid ska vidtas för att uppnå kundkännedom bör åtgärderna omfatta en verifiering av att sådana kunder står under relevant tillsyn.

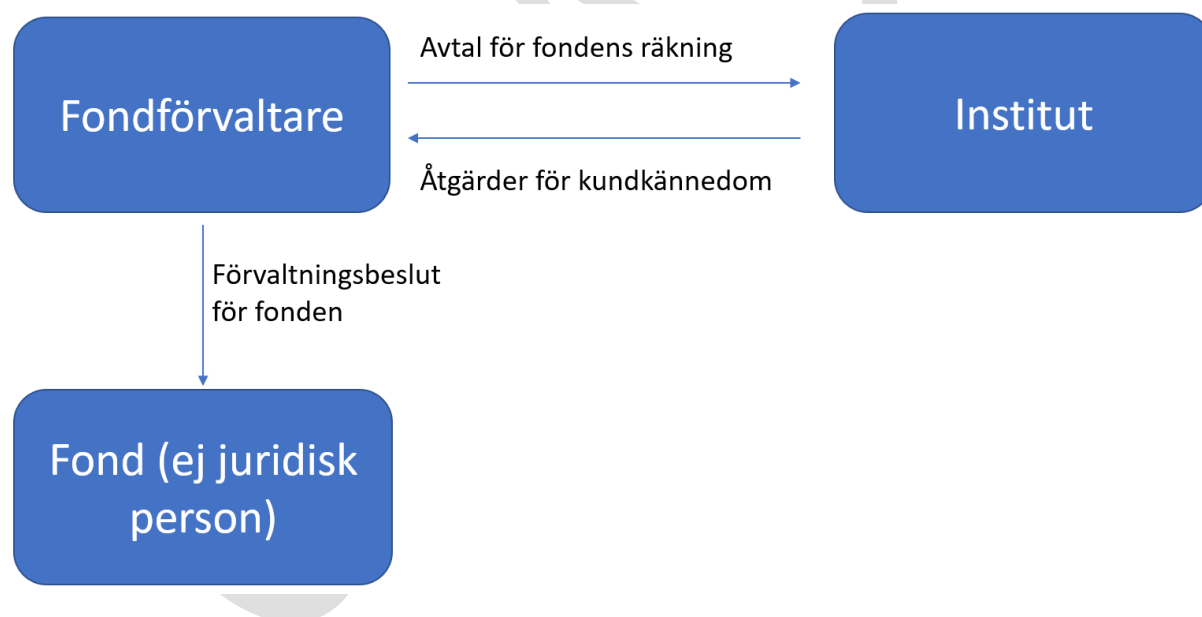
Kundkännedom i fråga om fonder

Kontraktsrättslig konstruktion

Enligt svensk lag är inte värdepappersfonder (svenska UCITS-fonder) och specialfonder (i svensk rätt en typ av reglerade alternativa investeringsfonder, AIF) juridiska personer. En värdepappersfond förvaltas av ett fondbolag och en specialfond förvaltas av en förvaltare av alternativa investeringsfonder (i det följande benämns båda fondförvaltare). Det är fondförvaltaren som tar alla förvaltningsbeslut och rättshandlar för fondens räkning (kontraktsrättslig konstruktion). Förvaltaren anses därför vara kund, vilket innebär att åtgärder för kundkännedom utförs på fondförvaltaren (se illustrationen nedan).

Det bör noteras att även i de fall en fondförvaltare har delegerat förvaltningsbesluten till exempelvis ett värdepappersbolag, är det fondförvaltaren som ansvarar för förvaltningen av fonden och den som ska vara föremål för åtgärder för kundkännedom.

Illustration kontraktsrättslig konstruktion



Associationsrättslig konstruktion

I den associationsrättsliga konstruktionen är fonden en juridisk person och kan således rättshandla för egen räkning. Denna typ av konstruktion är vanligt förekommande i de stora fondjurisdiktionerna såsom Luxemburg (där fonden kallas Société d'investissement à Capital Variable, SICAV), Caymanöarna och Jersey. Fonden kan vara en UCITS-fond eller en alternativ investeringsfond, AIF.

Det bör noteras att en associationsrättslig UCITS-fond kan förvaltas av såväl ett svenskt fondbolag som ett utländskt förvaltningsbolag. Det innebär att när det är fråga om ett svenskt fondbolag som förvaltar en UCITS-fond, kan fonden antingen ha en kontraktsrättslig konstruktion (om det är en svensk värdepappersfond, men det gäller även för vissa utländska UCITS-fonder) eller ha en associationsrättslig konstruktion (gäller för vissa utländska UCITS-fonder).

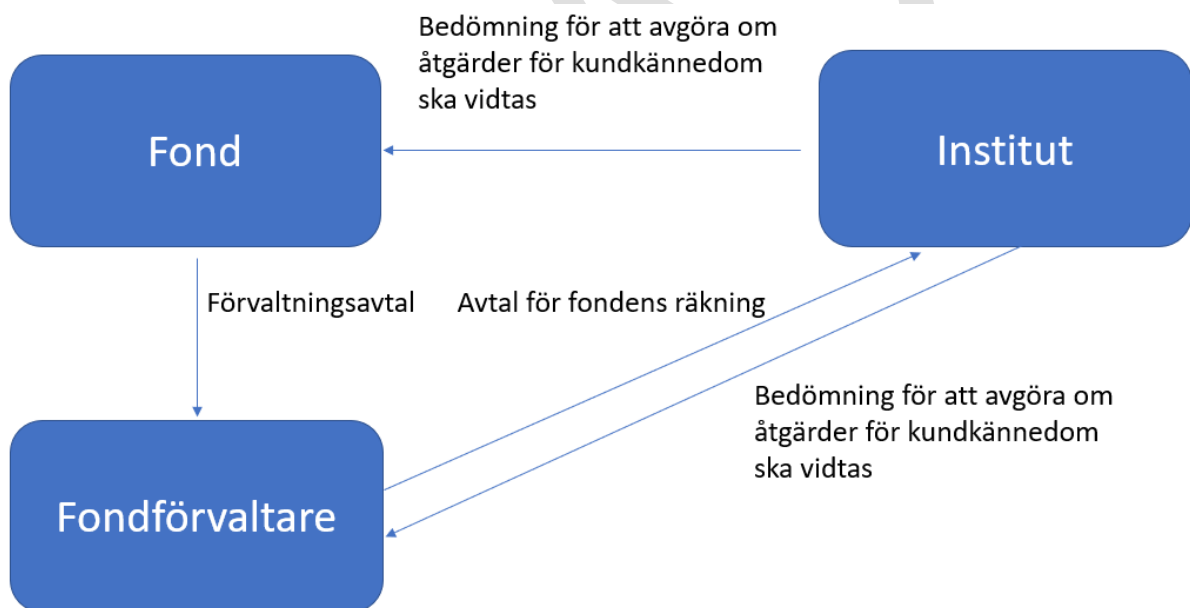
En fond med associationsrättslig konstruktion kan förvaltas antingen internt eller externt. Vid intern förvaltning är fonden och förvaltaren samma juridiska person. Vid extern förvaltning har fonden utsett en (extern) förvaltare. När en extern förvaltare utses, exempelvis när en AIF utser en extern förvaltare (AIF-manager eller AIFM), är AIFM en juridisk person som agerar och ingår avtal för fondens räkning. Som konstaterats är en associationsrättslig fond en juridisk person. Vid intern förvaltning är det tydligt att fonden är kund och den som ska vara föremål för åtgärder för kundkännedom. Det är inte alltid lika tydligt vad som gäller vid extern förvaltning.

Fondkonstruktioner kan se olika ut beroende på t.ex. vilka parter som finns, vilken roll institutet har och vilka tjänster som utförs. Bedömningen av vem som är kund och som ska vara föremål för institutets åtgärder för kundkännedom måste därför utgå från omständigheterna i det enskilda fallet.

I figuren som illustreras nedan ges ett exempel där ett förvaltningsavtal har ingåtts mellan en fond, t.ex. en AIF och en extern fondförvaltare, AIFM. I figuren finns också ett avtal mellan institutet och fondförvaltaren, som agerar för fondens räkning.

Huruvida en kundrelation etableras med både fonden och fondförvaltaren beror på arten och naturen av affärsförhållandet med båda parterna och vilken status fondförvaltaren har i förhållande till fonden. Vid en sådan bedömning beaktas t.ex. om fondförvaltaren har ett diskretionärt mandat eller agerar i enlighet med en instruktion från fonden och vilken typ av tjänst som utförs.

Illustration associationsrättslig konstruktion



Kundkännedom i fråga om försäkringslösningar och försäkringsbolag

Ett försäkringsbolag kan öppna depå hos ett institut för sin kunds försäkring. Försäkringsbolaget äger innehavet på depån och försäkringstagaren äger motsvarande fordran på försäkringsbolaget. Försäkringstagaren eller dennes förvaltare handlar på depån med fullmakt.

Institutets kund är i dessa fall försäkringsbolaget. Relationen omfattas inte av definitionen av korrespondentförbindelse, men affärsförbindelsen är mycket lik en sådan förbindelse. De åtgärder som vidtas för att uppnå kundkännedom bör därför motsvara de som gäller vid korrespondentförbindelser (se om korrespondentförbindelser i Simpts bankspecifika vägledning inom kundkännedom). Mellan institutet och försäkringstagaren föreligger ingen avtals- eller affärsförbindelse. Försäkringstagaren är alltså inte institutets kund och omfattas därmed inte av kraven på kundkännedom (försäkringstagaren är kundens kund). Baserat på verksamhetsutövarens allmänna riskbedömning kan det dock finnas anledning att utreda försäkringstagaren, eftersom det kan vara relevant för exempelvis syfte och art eller medlens ursprung.

Kundkännedom vid kontoföring av värdepapper

Inledning

Både kunder inom retail och wholesale behöver ett förvar för sina värdepapper. På den svenska marknaden finns två huvudsakliga typer av förvar; värdepapperskonto (vp-konto) och depå. Vilken typ av förvar kunden har kan vara av betydelse för att avgöra huruvida det föreligger en affärsförbindelse. Det finns även en typ av förvar för wholesalekunder som betecknas *sub-custody* (se avsnittet om sub-custody).

Depå

Med depåkund avses en juridisk eller fysisk person som, inom ramen för en etablerad affärsförbindelse, innehar en depå hos ett institut. I depån registrerar institutet sådana värdepapper som har tagits emot för förvaring för kundens räkning. Institutet får som förvaltare låta registrera mottagna värdepapper i eget namn hos en värdepapperscentral, t.ex. Euroclear, eller hos ett annat institut, t.ex. en depåbank (se avsnittet om sub-custody). Det innebär att kundens värdepapper normalt registreras tillsammans med andra ägares värdepapper av samma slag under institutets namn "för kunders räkning".

När en depå öppnas inom ramen för en etablerad affärsförbindelse kan institutet behöva uppdatera den befintliga kundkännedomen, bl.a. syftet och arten med förbindelsen. Det kan t.ex. vara inom ramen för private banking och avse sådant som en bankflytt, sparande eller placering av stort arv. Eftersom innehav av värdepapper kan avse ett betydande värde, är information om medlens ursprung lika viktig som vid innehav av medel på vanligt konto.

I de fall en juridisk eller fysisk person har en depå hos ett institut, men gör köp eller säljorder hos ett annat institut, kan personen vara kund hos båda instituten och båda är därmed skyldiga att vidta åtgärder för kundkännedom. Detta är ett relativt vanligt scenario för stora institutionella kunder, däremot är det mer sällan förekommande för retailkunder.

Det kan förekomma att den juridiska eller fysiska personen köper och betalar värdepappren hos ett institut och sedan begär en överföring till ett annat institut. Även i detta fall är personen kund hos båda instituten och båda instituten behöver vidta åtgärder för kundkännedom.

Det bör noteras att kundens riskklass kan påverkas av sådant som vad depån ska användas till och vem som ska göra affärer på depån.

Värdepapperskonto hos Euroclear Sweden

I detta avsnitt ges i huvudsak en beskrivning av de praktiska svårigheter som uppkommer i förhållande till värdepapperskonton som finns hos Euroclear Sweden när det gäller att vidta åtgärder enligt penningtvättsregelverket.

Med värdepapperskonto (vp-konto) avses ett konto för värdepapper som tillhandahålls av Euroclear Sweden (Euroclear), men som administreras av en bank eller ett värdepappersbolag som har rollen som kontoförande institut (KI) hos Euroclear. Det är KI som registrerar vp-kontot hos Euroclear på instruktion av en investerare. En investerare som har värdepapper på ett vp-konto har värdepappret registrerat i sitt eget namn i Euroclears system för kontoföring och avveckling (VPC-systemet). När ett nytt vp-konto läggs upp, ansvarar KI för att inhämta tillräcklig kundkännedom om investeraren (se avsnittet om depå). Av bl.a. historiska skäl och dess funktionalitet utgör vp-konton hos Euroclear ett av de mest svårhanterliga fallen vid åtgärder mot penningtvätt. Detta beror bl.a. på följande omständigheter.

- I VPC-systemet finns inga särskilda kundkännedomsuppgifter registrerade, exempelvis saknas uppgift om person i politiskt utsatt ställning (PEP), verklig huvudman, alternativt verklig huvudman och annan information som kan behövas för att ha en fullt dokumenterad kundkännedom. Respektive institut måste i stället dokumentera informationen i sina egna system.
- Till vp-kontot knyts ett avkastningskonto för insättning av utdelning och annan avkastning. Dessa avkastningskonton behöver inte finnas hos KI utan både utländska och andra svenska bankers konton kan anges som avkastningskonto. Det finns även värdepapperskonton som är upplagda utan att avkastningskonto angivits, varvid utbetalningar görs via en bankgiro-utbetalning.
- Ett KI kan överföra värdepapper till ett annat KI:s vp-konto och, om en viss typ av dispositionsfullmakt finns, även från ett annat KI:s vp-konto. Överföringen sker på uppdrag av den som är kund hos det KI som tar emot överföringsuppdraget och det är detta institut som har ansvar för åtgärderna för kundkännedom. Mottagande KI får inga uppgifter om att en insättningstransaktion har skett och det är därför svårt för mottagande KI att få kännedom om att en kontroll behöver göras. Formellt sett bör institutet som tar emot överföringsuppdraget ha ansvaret att hantera överföringen ur ett penningtvättsperspektiv. Även om avsändande KI har kännedom om den transaktion som det utför, t.ex. att det är fråga om ett arv, saknar det kännedom om vad som i övrigt händer på värdepapperskontot, t.ex. vilka andra transaktioner som bokas mot kontot.
- Transaktioner kan ske på ett vp-konto utan inblandning av KI. Det innebär att varje institut som gör affärer med kontoinnehavaren måste betrakta denne som kund. När en kund gör ett köp eller en säljaffär hos ett annat institut än KI, är det andra institutet ansvarigt för att vidta åtgärder för kundkännedom för den affärsförbindelsen eller enstaka transaktionen. Denna kundkännedom är dock svår att uppnå i praktiken, vilket blir särskilt tydligt vid emissioner och andra företagshändelser som hanteras av andra KI:n (se avsnittet om emissioner och vissa andra företagshändelser).

Som framgår ovan kan transaktioner och andra händelser alltså ske på ett vp-konto utan inblandning av KI. Av naturliga skäl kan ett KI normalt sett inte anses ha ansvaret för att åtgärder för kundkännedom utförs på kontoinnehavaren i dessa fall.

Med anledning av ovanstående omständigheter, som sammantaget medför att det blir ett otydligt förhållande mellan KI och vp-kontohavaren, är kundkännedomsprocessen inte alltid gjord eller uppdaterad för vp-kontohavaren. Till det bidrar också att många konton lades upp i samband med att värdepappersmarknaden dematerialiserades för 30 år sedan, då inte samma krav på kundkännedom fanns. Vidare kan avkastningskontot ligga kvar på ett institut medan själva vp-kontot är kopplat till ett annat institut, eftersom uppgifter inte alltid uppdateras i samband med t.ex. bankbyte. Det kan även vara svårt att hämta in den kundinformation som krävs, speciellt från utländska kunder och andra som saknar svenskt personnummer eller organisationsnummer. Det finns också fiktiva kundnummer på parter där kontakten med kunden har tappats och tillräcklig kundkännedom inte finns.

Att Euroclear inte lyder under penningtvättslagen bidrar också till att göra vp-konton svåra att hantera, eftersom instituten har svårt att kontrollera de transaktioner som sker via kontot. Om KI gör egna affärer kan de monitorera dessa i sina affärssystem, men när överföringar görs av andra KI finns inga signaler eller rapporter för ansvarigt KI att hämta ut för att se vilka transaktioner som har skett under en viss period. Det är därför svårt för KI att t.ex. övervaka högrisk kunder. Till skillnad från ett depåsystem finns det inte heller aktuella marknadskurser på de värdepapper som finns registrerade på vp-kontot.

Kundavtalen hos de olika bankerna ser olika ut och i vissa fall används endast den branschgemensamma anmälan för värdepapperskonton (Anmälan om vp-konto, anmälan om ombud m.m. 2014.01.15 <http://www.fondhandlarna.se/regler-mm/vp-blanketter/aktuella/>). För s.k. servicekonton (se avsnittet om servicekonton) är anmälan integrerad med mer utförliga villkor, som liknar de som finns för depåer.

Med anledning av de praktiska svårigheter som finns att vidta åtgärder enligt penningtvättsregelverket pågår det en diskussion i branschen kring hanteringen av dessa konton.

Servicekonto hos Euroclear Sweden

Ett servicekonto är också ett värdepapperskonto (vp-konto), men det fungerar på ett sätt som gör att vissa av de problem som kan uppstå med de andra vp-kontona hos Euroclear i regel inte uppstår. Det beror bl.a. på att kontohavaren för ett servicekonto finns upplagd som kund hos KI och att endast bankkonton hos det KI som lägger upp servicekontot kan anges som avkastningskonto. För servicekonton har också möjligheten för andra banker att med stöd av fullmakt från kontohavaren göra registreringar på kontot tagits bort.

Sub-custody

Sub-custody innebär att ett institut förvarar värdepapper i eget namn på en depå hos ett annat institut. Oftast är det fråga om ett utländskt institut som har ett konto hos ett svenskt depåinstitut. Institutet behöver inte vara den verkliga innehavaren av värdepappren, utan detta kan ha underliggande kunder. Innehavet ligger då hos det svenska depåinstitutet på ett förvaltarkonto hos Euroclear. Det innebär att det i depån typiskt sett finns innehav för ett stort antal underliggande ägare vars gemensamma nämnare är att de är kunder hos ett annat institut som i sin tur har ett konto hos det svenska depåinstitutet för sina kunders innehav av svenska värdepapper.

Förvaltaren, dvs. det svenska depåinstitutet, har bara en kundrelation med depåinnehavaren. Det krävs att det svenska depåinstitutet säkerställer att kunden, dvs. depåinnehavaren, har en väl

etablerad process för sin kundkännedom i förhållande till sina egna kunder. Normalt sett har inte det svenska depåinstitutet kännedom om de verkliga underliggande ägarna till de värdepapper som förvaras i depån och även om det i enskilda fall får sådan kännedom (t.ex. vid skatterapportering), uppstår normalt sett ingen kundrelation och därmed inte heller något krav på åtgärder för kundkännedom. Denna typ av kundrelation bör omfattas av reglerna om korrespondentförbindelse (se om korrespondentförbindelser i Simpts bankspecifika vägledning inom kundkännedom).

Kundkännedom i fråga om företagstransaktioner

När ett institut agerar som rådgivare eller genomför en företagstransaktion är uppdragsgivaren, som normalt sett är ett företag, att betrakta som kund.

De parter som är involverade i företagstransaktioner kan ha varit kunder hos institutet i flera år innan en transaktion äger rum. En sådan affärsförbindelse innebär att institutet redan vidtagit åtgärder för kundkännedom beträffande kunden. En företagstransaktion innebär oftast att det endast sker en transaktion och vid det tillfället är det viktigt att institutet kontrollerar att den befintliga kundkännedomen är aktuell.

I de fall företagstransaktionen medför att en depå eller ett kassakonto öppnas, utan att det finns en affärsförbindelse sedan tidigare, innebär öppnandet att en affärsförbindelse etableras, vilket ställer krav på åtgärder för kundkännedom.

I stora transaktioner som involverar flera institut finns det en möjlighet för institutet att förlita sig på de åtgärder för kundkännedom som har utförts av andra parter. Detta görs med stöd av den s.k. förlitanderegeln (3 kap. 21 § penningtvättslagen, se mer i den grundläggande vägledningen inom kundkännedom). Om förlitanderegeln används kan institutet använda de uppgifter som den andra parten har inhämtat som underlag för sin egen kundkännedom och riskklassificering av kunden.

För att kunna tillämpa förlitanderegeln måste också den part som har inhämtat uppgifterna omfattas av penningtvättsregelverket. Ansvar för att de åtgärder för kundkännedom som vidtas är tillräckliga och att uppgifterna är tillförlitliga ligger på det institut som förlitar sig på åtgärderna, även om institutet alltså inte självt har utfört åtgärderna. Den som förlitar sig på uppgifterna måste på begäran kunna få del av den dokumentation som ligger till grund för uppgifterna. Om förlitanderegeln ska användas måste detta därför regleras i avtal mellan instituten.

Corporate Finance

Corporate Finance innebär att kunden – främst företagskunder – får del av rådgivnings- och projektledningstjänster, t.ex. vid nyemissioner och börsintroduktioner, försäljning av bolag eller tillgångar, kapitalfinansieringar, struktureringar av och förändrat ägarskap av företag och verksamheter. Corporate Finance-verksamhet inbegriper flera olika transaktionsformer och affärsupplägg.

Genomförandet av en affärstransaktion kan omfatta flera motparter och avse stora belopp. Institutet bör, på samma sätt som i andra situationer, tillämpa ett riskbaserat arbetssätt vid genomförandet av en affärstransaktion. Inom Corporate Finance är kunden ofta en enstaka initiativtagare alternativt en grupp av initiativtagare. Kunden utgörs typiskt sett av den uppdragsgivare som har anlitat institutet som tillhandahåller Corporate Finance-tjänsten. Det förekommer att uppdragsgivaren i transaktionen har sitt förvar av värdepapper hos institutet och sedan tidigare är kund hos institutet. Motparter som har sitt förvar hos ett annat institut är däremot inte att betrakta som kunder till institutet som tillhandahåller Corporate Finance-tjänsten.

Det är inte ovanligt att transaktioner inom Corporate Finance innehåller en hög grad av komplexitet, vilket innebär att en noggrann analys av affärsuppdraget kan vara nödvändig innan en affärsförbindelse inleds eller en enstaka transaktion genomförs. Transaktionerna kan innefatta omfattande värdeöverföringar och även involvera komplicerade ägarstrukturer med eller utan internationellt inslag. Sammantaget kan det föreligga olika typer av individuella omständigheter i respektive transaktionsupplägg som ska bedömas och riskhanteras utifrån det gällande penningtvättsregelverket. Se vidare i avsnittet om emissioner och vissa andra företagshändelser (nyemission, uppköpserbjudande och liknande händelser) i aktiebolag vars aktier är registrerade och kontoförda av Euroclear.

Börsintroduktion av bolag (IPO)

En börsintroduktion (Initial Public Offering *IPO*) innebär att ett bolag väljer att ta upp sina aktier för handel (notering) på en reglerad marknad eller MTF (börs). Vid noteringen blir bolagets aktier tillgängliga för allmänheten och kan handlas fritt på den börs där bolaget noterats. En vanlig orsak till notering är att bolaget behöver få in kapital, att ägarna vill sälja av aktieinnehav eller en kombination. Det är bolagets aktieägare som beslutar om genomförandet av en börsintroduktion. För att få noteras är det många krav som ska uppfyllas och det är börsen där bolaget har ansökt om notering som beslutar om bolaget är lämpligt att noteras eller inte.

Ett bolag som ska börsintroduceras och anlitar ett institut som rådgivare, blir kund till institutet och åtgärder för kundkännedom måste genomföras på bolaget. Det är även vanligt att befintliga ägare med större innehav ingår en avtalsförbindelse med institutet för att avyttra sina aktier. Även dessa blir då kunder till institutet.

M&A

Mergers and Acquisitions (M&A) är en av de tjänster som ingår i Corporate Finance-verksamheten. M&A inbegriper transaktioner där ett företag köper ett annat företag eller dess tillgångar. När institutet företräder en part i en M&A-transaktion är denna part att betrakta som kund till institutet. Motparten är inte att betrakta som kund till institutet.

I samband med transaktionen kan institutet i vissa fall göra en genomgång (*due diligence*) av det bolag som ska förvärvas, vilket bland annat omfattar analys av ägarstruktur, verksamhet och bolagets tillgångsmassa. Den due diligence som institutet gör ligger till grund för värderingen av det objekt som ska förvärvas samt synliggör de risker som förvärvet medför för det köpande bolaget. Det finns tydliga likheter mellan en due diligence och en fullständig kundkännedom, men syftet med de båda kontrollerna är inte detsamma.

Om förvärvet innebär att bolagen fusioneras kan det, i de fall motparten fusioneras in i institutets kund, bli aktuellt att kontrollera och uppdatera den kundkännedom som institutet tidigare har inhämtat på kunden, eftersom nya förutsättningar kan föreligga. Det kan bl.a. bli aktuellt att utreda om ägarförhållandena har ändrats, om det har skett en förändring av verklig huvudman och om större risker har uppstått i form av t.ex. verksamhet i nya högriskområden.

Kundkännedom i fråga om emissioner och vissa andra företagshändelser

Inledning

Företagshändelser kan avse förändringar i ett bolags aktiebok, t.ex. ägarförändringar vid ett uppköp, eller kapitaltillskott genom en nyemission. Bolaget kan också, för att få kapitaltillskott utan att förändra ägandet, emittera nya värdepapper, t.ex. obligationer, vilket inte primärt påverkar aktieägarna.

Det finns två tillvägagångssätt i de fall en företagshändelse ska genomföras i ett aktiebolag, vars aktier är registrerade hos och kontoförda av Euroclear. Antingen hanteras företagshändelsen (t.ex. split och

tvångsinlösen) ensamt av Euroclear eller genom att emittenten utser ett emissionsinstitut (t.ex. nyemission och uppköpserbjudande), som hanterar företagshändelsen i samarbete med Euroclear. I det följande behandlas några olika företagshändelser där ett emissionsinstitut utses.

Hur institut hanterar olika typer av företagshändelser varierar beroende på sådant som typen av händelse, vilken roll institutet har och storleken på emissionen. Teckningar i mindre bolag sker inte alltid på samma sätt och med samma processer som när stora börsbolag genomför emissioner. Volymerna och hur teckning sker påverkar möjligheterna att vidta åtgärder för kundkännedom. Det är angeläget att branschen kan hantera företagshändelser på ett sätt som är praktiskt möjligt, vilket är bakgrunden till att vissa verksamhetsutövare använder de bedömningsgrunder för kundbegreppet som finns inom ramen för MiFID-regelverket. Det pågår en diskussion i branschen på detta område.

En viktig frågeställning är i vilka situationer de åtgärder som emissionsinstitutet vidtar i förhållande till en aktieägare eller blivande aktieägare ger upphov till skyldigheter för institutet enligt penningtvättslagen. Det uppstår normalt sett inga problem när aktierna förvaras hos ett depåinstitut. De åtgärder som kan behöva vidtas i samband med en företagshändelse görs av depåinstitutet. Eftersom institutet inte har ansvar för kundens kunder när det gäller tillämpningen av penningtvättslagen, behöver emissionsinstitutet inte vidta några åtgärder för kundkännedom i förhållande till aktieägaren eller den blivande aktieägaren.

En mer komplicerad frågeställning är när emissionsinstitutet i samband med en företagshändelse vidtar åtgärder avseende värdepapperskonton (vp-konton, även servicekonton omfattas). Euroclear har inget ansvar avseende vp-konton, vilket blir en utmaning ur ett penningtvättsperspektiv (se avsnittet om värdepapperskonto hos Euroclear Sweden). Institutet behöver därför, för varje typ av transaktion, ta ställning till vilka åtgärder för kundkännedom som behöver vidtas.

För att förenkla vägledningen avhandlas i det följande endast aktier, men transaktionerna kan även avse teckningsoptioner, konvertibler, företagsobligationer eller andra icke-aktierelaterade instrument.

Emissioner

Inledning

Vid emission utses emissionsinstitutet av emittenten i enlighet med Euroclears regelverk (Euroclear Sweden, Regelverk för emittenter och emissionsinstitut, version 2019:1). Emissionsinstitutet har ett uppdrag från emittenten att göra registreringar gällande finansiella instrument hos Euroclear och att hantera eventuella betalningar i samband med företagshändelsen.

Den som tecknar sig för aktier kallas i det följande för deltagare. Det är vanligt förekommande att teckning sker med företrädesrätt till befintliga aktieägare. Deltagandet görs då, för vp-kontokunder, genom en direktinbetalning till emissionsinstitutet eller indirekt via depåkundernas respektive institut. Anmälan kan också ske utan företrädesrätt. Deltagandet sker då via ett depåinstitut eller genom en anmälningsblankett som skickas direkt till emissionsinstitutet. Vp-kontohavare utan företrädesrätt anmäler sig alltid direkt till emissionsinstitutet.

I det följande utvecklas hur dessa teckningsförfaranden kan bedömas med avseende på frågor om kundkännedom.

Anmälan via depåinstitut

En anmälan via ett depåinstitut innebär att depåinstitutet vidarebefordrar en lista till emissionsinstitutet med uppgifter om antalet personer som önskar teckna sig. Vid exempelvis börsbolags nyemissioner med företräde tecknar sig depåinstitutets depåkunder för aktier och gör en betalning till

sin bank, som sedan anmäler deltagande kunder och överför betalning till emissionsinstitutet. Ingen anmälan sker via pappersanmälan. Listan som skickas till emissionsinstitutet innehåller inga personuppgifter, vilket innebär att emissionsinstitutet inte har kännedom om vilka personer som har tecknat sig för aktier. Depåinnehavarna är inte kunder till emissionsinstitutet utan till depåinstitutet, dvs. kundens kund. Något krav ställs därför inte på emissionsinstitutet att utföra kundkännedsåtgärder på depåinnehavarna.

Anmälan direkt till emissionsinstitutet

Företrädesemissioner omfattar normalt sett följande steg med avseende på den innehavare av värdepapperskonton som utnyttjar sin företrädesrätt. Emissionsinstitutet – som främst har en teknisk och administrativ roll i förhållande till emittenten och Euroclear – skickar, för emittentens räkning, ett emissionsuppdrag till Euroclear. Euroclear gör en sökning i sina system, bokar upp emissionsrätter på aktieägarnas vp-konton och skickar anmälningssedel med inbetalningskort direkt till kontohavaren. Emissionsinstitutet öppnar ett bankgirokonto för emittentens räkning till vilket inbetalning kan ske, varvid kontoinnehavarna betalar in teckningslikviden direkt till bankgirokotot. När full inbetalning skett – bankgirot, institutets emissionssystem och Euroclears system kommunicerar direkt med varandra – bokas s.k. betalda tecknade aktier (BTA) automatiskt in på berört värdepapperskonto.

De kontoinnehavare som inte har företrädesrätt, men som ändå vill anmäla sitt intresse att teckna aktier i emissionen, skickar in en anmälningssedel till emissionsinstitutet. Anmälningssedeln tas fram av emissionsinstitutet på emittentens uppdrag och finns på emittentens hemsida. Deltagaren skickar sedan in teckningsanmälan till emissionsinstitutet, varefter emittenten beslutar om slutlig tilldelning och deltagaren informeras om den teckningslikvid som ska inbetalas. Vanligtvis får dessa investerare inga BTA utan får vänta tills Bolagsverket registrerat emissionen och Euroclear bokat ut aktier.

Det har konstaterats att det förekommer två tolkningar i branschen vad gäller frågan om deltagaren är kund till emissionsinstitutet vid en emission där anmälan sker direkt till emissionsinstitutet. I vägledningen förespråkas inte någon tolkning framför någon annan. Det är viktigt att verksamhetsutövaren dokumenterar den bedömning som har gjorts och som ligger till grund för det sätt på vilket verksamhetsutövaren hanterar emissionen ur ett penningtvättsperspektiv.

Den ena tolkningen innebär att deltagaren blir kund och att åtgärder för kundkännedom ska vidtas om transaktionen uppgår till ett belopp motsvarande 15 000 euro eller mer, dvs. enligt reglerna om enstaka transaktion (det blir i regel inte fråga om en affärsförbindelse i dessa fall).

Den andra tolkningen grundar sig på den bedömning av begreppet kund som har gjorts inom ramen för MiFID-regelverket. Med beaktande av den administrativa roll som emissionsinstitutet har, där institutet endast agerar på uppdrag av emittenten, innebär tolkningen att deltagaren som huvudregel inte blir kund till emissionsinstitutet, vilket medför att några åtgärder för kundkännedom inte vidtas, oavsett belopp.

I samband med införandet av MiFID-regelverket konstaterades att en alltför strikt tillämpning av kundbegreppet vid emissionshändelser medför svårigheter att upprätthålla en fungerande värdepappersmarknad (Finansinspektionens rapport Ett år med MiFID, 2009-04-09 s. 23 ff). Finansinspektionen uttalade att bedömningen av om ett kundförhållande ska anses uppstå i samband med en emission beror på en rad olika omständigheter, bl.a. om tecknaren redan är kund hos institutet, om institutet aktivt har marknadsfört erbjudandet, om institutet erbjuder rådgivning i samband med erbjudandet eller om investeraren uppfattar att han inleder en kundrelation med institutet när han tecknar aktier genom betalning eller skickar in en anmälan om att förvärva finansiella instrument i en primärmarknadstransaktion. En bedömning bör således göras från fall till fall. Huvudregeln bör emellertid, i linje med Finansinspektionens uttalande, vara att något kundförhållande inte uppstår när

ett värdepappersinstituts uppdrag är att vara emissionsinstitut i samband med en emission. De riktlinjer som Finansinspektionen angav i samband med MiFID:s införande, dvs. att det krävs en aktiv marknadsföring eller rådgivning avseende erbjudandet, bör alltså kunna beaktas också vid institutets bedömning om det finns en skyldighet att vidta kundkännedsåtgärder enligt penningtvättsregelverket (frågan om en annan bedömning ska göras om det är emissionsinstitutet som självt emitterar aktier berörs inte här). Rättsläget synes inte ha ändrats i och med införandet av MiFID II, se prop. 2016/17:162 Nya regler om marknader för finansiella instrument MiFID II och MiFIR, s. 254 ff och Fondhandlareföreningens promemoria i samma fråga.

Det kan i sammanhanget konstateras att en skyldighet att tillämpa kundkännedsreglerna leder till betydande svårigheter att hantera en emission i en större emittent, bl.a. med tanke på det begränsade tidsschemat, svårigheterna att kommunicera med aktieägare som inte är kunder hos emissionsinstitutet, aktieägarnas rättigheter enligt aktiebolagslagen och den stora andelen aktier som alltjämt hålls genom värdepapperskonton (och servicekonton).

Teckning av aktier vid börsintroduktioner

Vid en börsintroduktion kan allmänheten anmäla intresse för att teckna aktier i bolaget. En person som önskar teckna aktier kan antingen göra det direkt via sitt depåinstitut eller via en anmälningsblankett direkt till det emissionsinstitut som ansvarar för noteringen. Sker anmälan via ett depåinstitut ansvarar depåinstitutet för att förmedla uppdraget till emissionsinstitutet. Något krav ställs inte på emissionsinstitutet att utföra kundkännedsåtgärder på depåinnehavaren som anmält intresse via sitt depåinstitut, eftersom denne anses vara kundens kund. Däremot är depåinstitutet som regel kund till emissionsinstitutet och åtgärder för kundkännedom vidtas på depåinstitutet (se avsnittet om kundkännedom vid kontoföring av värdepapper och underavsnittet om depå).

För frågan om emissionsinstitutet ska vidta åtgärder för kundkännedom avseende den som tecknar sig för aktier direkt hos emissionsinstitutet, tillämpas samma resonemang som vid emission (se avsnittet om emissioner).

Utdelning

Ett aktiebolags utdelning sker normalt sett från ett utbetalningskonto hos en bank till vilken emittenten tillhandahåller de medel som ska delas ut. Euroclear har dispositionsrätt till kontot och verkställer själva utbetalningen till värdepapperskontohavare och förvaltare, huvudsakligen genom en instruktion till Bankgirot.

Vid en utdelning utses inget emissionsinstitut av emittenten. Den bank som verkställer utdelningen för aktiebolagets räkning har inget avtal med de aktieägare som tar emot utdelningen. Betalningsmottagarna betraktas därför inte som kunder till den utbetalande banken och banken behöver inte vidta åtgärder för kundkännedom avseende betalningsmottagarna.

Uppköpserbjudande

Ett uppköpserbjudande innebär att ett bolag, köparbolaget, erbjuder sig att köpa samtliga aktier i ett målbolag. Ersättning för aktier vid ett sådant köp kan utgå i form av kontant betalning eller finansiella instrument till säljaren. Transaktionen innebär att köparbolaget överför likvida medel eller finansiella instrument till målbolagets aktieägare i utbyte mot dessas aktier i målbolaget.

Emissionsinstitutet utses av köparbolaget i enlighet med Euroclears regelverk (Euroclear Sweden, Regelverk för emittenter och emissionsinstitut, version 2019:1). Emissionsinstitutet administrerar anmälningar från målbolagets aktieägare. Emissionsinstitutet har ett uppdrag från köparbolaget att göra registreringar gällande finansiella instrument hos Euroclear och att hantera betalningar i samband med företagshändelsen. Även säljaren kan utse utsemissionsinstitutet.

Mellan emissionsinstitutet och köparbolaget uppstår - genom uppdraget - en kundförbindelse vilken medför att emissionsinstitutet måste inhämta kundkännedom avseende köparbolaget innan transaktionen kan genomföras.

Vid genomförandet av uppköpserbjudandet anmäler sig de av målbolagets aktieägare som önskar delta och har aktier i en depå via sitt depåinstitut, medan de som har sina aktier på ett värdepapperskonto anmäler sig direkt till emissionsinstitutet. Emissionsinstitutet verkställer sedan, på uppdrag av köparbolaget, överföring av den kontanta ersättningen eller instrumenten till aktieägaren i enlighet med aktieägarens ställningstagande. Aktieägarens ställningstagande riktas till köparbolaget.

För frågan om emissionsinstitutet ska vidta åtgärder för kundkännedom avseende målbolagets aktieägare tillämpas samma resonemang som vid emission (se avsnittet om emissioner).

Garanti- och teckningsförbindelser

Garantiförbindelser

En garantiförbindelse är ett avtal som vid en emission upprättas mellan emittenten och en aktieägare eller en utomstående part (garanten). Garanten åtar sig att teckna en viss del aktier om emissionen av någon anledning inte skulle bli fulltecknad. Betalning utgår vanligtvis till garanten som ersättning för att säkerställa teckningen i emissionen. Garanten kan vara en fysisk eller juridisk person. Även ett värdepappersinstitut kan agera som garant, vilket kräver tillstånd enligt 2 kap. 1 § punkten 6 LVPM. Garantavtalet upprättas vanligtvis på ett tidigt stadium i emissionsprocessen. Den finansiella rådgivaren är ofta den part som kontaktar potentiella garantier. Hanteringen av åtgärder för kundkännedom torde vara densamma för garantier som för de personer som deltar i emissionen (se avsnittet om kundkännedom vid emissioner).

Teckningsförbindelser

En teckningsförbindelse innebär att en befintlig aktieägare åtar sig att utnyttja samtliga tilldelade teckningsrätter i emissionen. Ingen ersättning erlaggs till aktieägaren. Hanteringen av åtgärder för kundkännedom avseende de befintliga aktieägare som har ingått en teckningsförbindelse bör hanteras på liknande sätt som för övriga personer som deltar i emissionen (se avsnittet om kundkännedom vid emissioner)