

Forretningsgang for markedsføring

(denne aktivitet er ikke reguleret
af Finanstilsynet)

Selskab	Panorama Invest ApS
Udarbejdet af	Jan Vedersø, Anders Parker og Henrik Meinertz
Ikrafttrædelsesdato	05-01-26
Version	1
Godkendt af direktionen	05-01-26

Indholdsfortegnelse

1. INDLEDNING	3
2. GENERELT	3
3. KUNDEOPLYSNINGER	3
4. OPDATERING AF FORRETNINGSGANGEN	4

1. Indledning

- 1.1. Nærværende forretningsgang for markedsføring har til formål at sikre, at Panorama Invest ApS ("Selskabet") undgår potentielle interessekonflikter i forbindelse med virksomhedens todelte forretningsmodel.

2. Generelt

- 2.1. Selskabet yder alene investeringsrådgivning til Selskabets eneste kunde, som er en UCITS-fond ("fond" eller "fonden").
- 2.2. Selskabet varetager distribution og markedsføring af fonden. Markedsføring og distribution forventes rettet mod detailkunder og professionelle kunder via sociale medier, hjemmesiden, foredrag, møder samt ved om-tale fra eksisterende investorer.
- 2.3. Selskabet skal sikre, at al kommunikation, herunder reklame og markedsføring, er tydelig og ikke virker vild-ledende. Selskabets markedsføring må desuden ikke i sit indhold, sin form eller den anvendte fremgangs-måde være vildledende, aggressiv eller udsætte forbrugerne for en utilbørlig påvirkning, der er egnet til at forvride en kundes økonomiske adfærd.
- 2.4. Markedsføringsmateriale skal tydeligt fremstå som sådan, ligesom det tydeligt skal fremgå, at denne aktivitet ikke er reguleret af Finanstilsynet.
- 2.5. Ved Selskabets markedsføring af fonden til detailkunder, skal Selskabet oplyse, at der er udarbejdet et pro-spekt, hvis et sådant udarbejdes, et dokument med central investorinformation eller et dokument med væ-sentlig investorinformation samt oplyse om, hvordan offentligheden kan få prospektet og disse dokumenter udleveret eller få adgang hertil vederlagsfrit, inden kundens køb af andele.

3. Kundeoplysninger

- 3.1. Selskabet skal i god tid inden udøvelse af dets aktiviteter om at markedsføre fonden oplyse kunden om føl-gende:
 - a) At selskabet ikke tilbyder investeringsrådgivning i forbindelse med markedsføring af fonden.
 - b) At Selskabet i sin markedsføring ikke anses for uafhængig.
 - c) Selskabets navn og fysiske adresse
 - d) At virksomhedens markedsføringsaktiviteter ikke er reguleret af Finanstilsynet samt i hvilket register virksomheden er registreret.
 - e) De forventede årlige omkostninger i procent (ÅOP) i fonden.

f) Størrelsen på eventuelle modtagne provisioner eller andre ydelser, som Selskabet modtager fra andre finansielle virksomheder.

g) Hvilken klageinstans kunden kan henvende sig til.

3.2. Selskabet anses ikke i sin markedsføring af fonden som uafhængig. Selskabet skal derfor oplyse herom på Selskabets hjemmeside, ligesom Selskabet skal oplyse om størrelsen af eller beregningsgrundlaget for en eventuel provision eller andet vederlag.

4. Opdatering af forretningsgangen

4.1. Direktionen skal gennemgå og opdatere forretningsgangen efter behov, dog som minimum én gang årligt.