

Forretningsgang for interessekonflikter

1. BAGGRUND

Som følge af § 8 i lov om finansielle rådgivere, investeringsrådgivere og boligkreditformidlere skal AI Alpha Lab ApS (herefter **Selskabet**) have en forretningsgang for håndtering af interessekonflikter mellem Selskabet og kunderne. Selskabet skal heri identificere potentielle interessekonflikter og tage stilling til, hvordan de håndteres.

Det kan give anledning til en potentiel interessekonflikt, hvis der er modstridende interesser mellem:

- På den ene side ejerne af Selskabet, Selskabet selv eller en medarbejder og på den anden side en kunde, en UCITS eller en AIF Selskabet yder investeringsrådgivning til samt en investor deri eller en investeringsanalyse abonnent hos en samarbejdspartner.
- Selskabets kunder/UCITS/AIF/investorer/investeringsanalyse abonnenter indbyrdes.

Forretningsgangen finder anvendelse på samtlige Selskabets kundeforhold, herunder de UCITS eller AIF Selskabet yder investeringsrådgivning til og investorerne heri samt investeringsanalyse abonnenter hos samarbejdspartnere (herefter **Kunder**)

2. POTENTIELLE INTERESSEKONFLIKTER

Generelt set er Selskabets produktsystematik med til at begrænse omfanget af potentielle interessekonflikter. Kunden vælger en strategi (en AI model), som Selskabet ikke efterfølgende har mulighed for at ændre på uden aftale med Kunden. I og med produktet er "låst", er der ikke risiko for, at Selskabets strategier påvirkes af andre faktorer end de faktorer, der allerede er fastlagt i AI modellen.

På baggrund heraf har Selskabet identificeret følgende potentielle interessekonflikter, og hvordan de håndteres.

Ejerinteresser

Ejerne af Selskabet kan have interesser, der ikke er i Kundernes bedste interesse, hvilket kan skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden. Det kan fx være tilfældet, hvis ejeren er en anden finansiell virksomhed.

Selskabet er imidlertid ejet direkte af personerne bag Selskabet. Det er således også i ejernes interesse, at Kunderne altid får den bedst mulige rådgivning og anbefales de produkter, som er bedst for Kunderne, og at Selskabet leverer de bedste investeringsanalyser til abonnenter. Det er med til at sikre, at Kunderne forbliver kunder i Selskabet.

Produkttyper

Selskabet har tre forskellige produkttyper. Et værktøj, der kan implementeres i Kundens investeringsproces eventuelt i kombination med investeringsrådgivning, en UCITS/AIF fondsløsning og et investeringsanalyse abonnement. På grund af fee-strukturen for de tre produkttyper kan den ene vise sig at være mere profitabel for Selskabet end de andre. Det kan give Selskabet et incitament til

primært at sælge den ene produkttype. Det kan skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden.

På grund af den måde Selskabets Kunder foretager deres investeringer, vil det for langt de fleste Kunder alene være den ene produkttype, der er relevant. I de få tilfælde, hvor begge produkttyper er relevante for Kunden, vil Selskabet tilbyde begge typer og loyalt fremhæve fordele og ulemper ved begge over for Kunden.

Handelsomkostninger

Flere handler end nødvendigt (churning) kan generere højere handelsomkostninger end nødvendigt for Kunden og kan være til fordel for en af Selskabets samarbejdspartnere, fx hvis denne driver en handelsplatform og samarbejdspartnerens kunder har et investeringsanalyse abonnement. Det kan skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden.

Selskabet hverken formidler eller foretager handler for Kunder, ligesom Selskabet ikke har nogle aftaler herom med samarbejdspartnere. Der er heller ikke indgået aftale om handelsfrekvens med de samarbejdspartnere, hvis kunder har investeringsanalyse abonnementer hos Selskabet, og de strategier, Selskabet tilbyder som investeringsanalyse abonnement, følger samme handelsfrekvens som Selskabets andre strategier.

Selskabet har derfor ikke indtægter relateret til handelsomkostninger og således ikke noget incitament til at generere flere handler end nødvendigt. Samtidig vil unødvendige handelsomkostninger skade Kundens afkast. Det vil være en ulempe for Selskabet, da afkast altid sammenlignes med et benchmark og konkurrenters afkast.

Provision

Modtager Selskabet provision på baggrund af rådgivning om en anden finansiel virksomheds produkter, kan det skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden.

Selskabet har ikke indgået nogle provisionsaftaler, og der er derfor ikke risiko for, at Selskabets rådgivning påvirkes heraf.

Tredjepartsbetalinger

Betalinger fra Selskabet til samarbejdspartnere kan skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden.

Dette er mest relevant i forbindelse med samarbejdsaftaler om investeringsanalyse abonnementer, men der sker ingen betaling fra Selskabet til samarbejdspartneren som følge af abonnementsordningen.

Ligebehandling af Kunder

Selskabet kan i særlige tilfælde indgå aftale med to Kunder om levering af den samme eller to næsten ens strategier. Det kan skabe en teoretisk interessekonflikt mellem de to Kunder, hvis den ene Kunde modtager rådgivning eller investeringsanalyse før den anden og dermed har mulighed for at handle først.

Selskabet yder dog alene rådgivning og investeringsanalyse om likvide, børsnoterede værdipapirer, hvorfor det er Selskabets vurdering, at rådgivningen eller investeringsanalysen ikke har potentiale til mærkbart at kunne påvirke værdipapirernes kurs.

For at sikre ligebehandling af Selskabets Kunder har Selskabet imidlertid etableret en procedure, hvorefter levering af den samme eller to næsten ens strategier til to forskellige Kunder sker på samme tid. Hvor dette ikke kan ske, informeres den sidste Kunde herom.

Front running

I forbindelse med Selskabets rådgivning omkring værdipapirer og levering af investeringsanalyser er der mulighed for, at Selskabet eller medarbejderne personligt handler samme værdipapirer og drager fordel af viden om Kunders kommende handler. Det kan skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden.

Selskabet yder alene rådgivning og investeringsanalyse om likvide, børsnoterede værdipapirer. Eventuelle handler foretaget af Selskabet eller medarbejdere vil derfor ikke være til ulempe for Kunder, da de ikke har potentiale til mærkbart at kunne påvirke værdipapirernes kurs.

Samtidig vil viden om handler på baggrund af Selskabets investeringsrådgivning eller investeringsanalyser heller ikke have potentiale til mærkbart at kunne påvirke kursen på de relevante værdipapirer. Selskabet har derfor ikke fastlagt regler for Selskabets eller medarbejdernes værdipapirhandler.

Gaver

Modtagelse af gaver eller Selskabets gavegivning kan skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden.

Selskabets medarbejdere er derfor forpligtede til at rapportere til direktøren om modtagne gaver, hvis værdi overstiger DKK 750. Direktøren er tilsvarende forpligtet til at rapportere til Selskabets ejere om sådanne gaver, som direktøren modtager. Modtageren af rapporteringen tager stilling til, om gaven kan beholdes.

Der gælder samme beløbsgrænse og regler for godkendelse af gaver givet af Selskabet.

Aflønning

En aflønningsstruktur, hvor Selskabets medarbejdere aflønnes på baggrund af opnåede resultater, kan skabe en potentiel interessekonflikt mellem Selskabet og Kunden.

Selskabet har fastsat en lønpolitik og det følger heraf, at ingen medarbejdere aflønnes på baggrund af opnåede resultater.

3. RAPPORTERING AF INTERESSEKONFLIKTER

Selskabet tilstræber, at der ikke opstår interessekonflikter.

Bliver en af Selskabets medarbejdere alligevel bekendt med en potentiel eller aktuel interessekonflikt, skal medarbejderen straks rapportere dette til Selskabets direktør. Direktøren vurderer, om der foreligger en interessekonflikt og gemmer information herom.

4. OPLYSNING OM INTERESSEKONFLIKTER

Selskabet skal straks oplyse en Kunde om en potentiel eller aktuel interessekonflikt, som ikke kan undgås. Samtidig skal det oplyses, hvilke tiltag der vil blive iværksat for at imødegå interessekonflikten. Oplysningerne skal gives skriftligt forinden der ydes rådgivning.

Selskabets direktør skal vurdere, om Selskabet skal afstå fra at yde rådgivning til kunden på baggrund af interessekonflikten og gemme denne vurdering.

5. REVISION OG OFFENTLIGGØRELSE

Direktøren sørger for, at forretningsgangen gennemgås ved behov og mindst én gang årligt. Direktøren er ansvarlig for, at alle Selskabets medarbejdere er bekendt med forretningsgangen.

Seneste version af forretningsgangen skal altid være tilgængelig på Selskabets hjemmeside.