

Version	4
Date:	27.06.2024

Opis rynku docelowego dla instrumentów finansowych

Mintos Marketplace AS (zwana dalej „Firmą inwestycyjną” lub „Firmą”) podczas produkcji lub dystrybucji instrumentów finansowych objętych zakresem dyrektywy MiFID II (dalej – „Instrumenty finansowe”) lub świadczenia powiązanych usług ma określone obowiązki w zakresie zarządzania produktami wynikające z Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie rynków instrumentów finansowych (dalej „Dyrektywa MiFID II”) oraz Dyrektywy Delegowanej Komisji (UE) 2017/593 z dnia 7 kwietnia 2016 r. uzupełniającej Dyrektywę MiFID II (zwane łącznie „Regulacjami MiFID II”).

Firma określa rynek docelowy dla instrumentów finansowych, które wytwarza i dystrybuje. Wskazuje się tych klientów, których typ klienta, wiedza, doświadczenie, sytuacja finansowa, tolerancja ryzyka i cele inwestycyjne odpowiadają tym instrumentom finansowym. Dystrybucja instrumentów finansowych odbywa się zarówno z inicjatywy klienta, jak i poprzez usługi zarządzania portfelem.

Ważne: materiał ten służy wyłącznie jako źródło informacji ogólnych. Udostępnianie danych o rynku docelowym nie obejmuje i nie stanowi marketingu, osobistej rekomendacji, doradztwa inwestycyjnego ani żadnej innej formy rekomendacji dotyczącej instrumentów finansowych.

Kryteria definiowania i dystrybucji na rynku docelowym

Kryteria	Opis	Atrybut
Rodzaj klienta	Status klienta, dla którego przeznaczony jest określony instrument finansowy. Niniejsze oświadczenie zostało wydane zgodnie z Ustawą o rynku instrumentów finansowych Republiki Łotewskiej oraz klasyfikacjami klientów zgodnie z dyrektywą MiFID II.	1. Klient prywatny. 2. Klient profesjonalny. 3. Uprawniony kontrahent.
Wiedza i doświadczenie klienta	Wiedza i doświadczenie związane z instrumentem finansowym, pomagają zrozumieć strukturę, rodzaj, cechy i ryzyka dotyczące instrumentu finansowego. W niektórych przypadkach wiedza i doświadczenie mogą być traktowane jako kryteria uzupełniające, tzn. inwestor z minimalnym doświadczeniem może być odpowiednim klientem docelowym, jeśli brak doświadczenia jest rekompensowany rozległą wiedzą.	1. Podstawowy inwestor (nie może podjąć decyzji inwestycyjnej na podstawie informacji zawartych w prospekcie podstawowym instrumentu finansowego): - brak lub bardzo ograniczona wiedza na temat instrumentów finansowych - brak doświadczenia w transakcjach z wykorzystaniem instrumentów finansowych. 2. Poinformowany inwestor może podjąć decyzję inwestycyjną na podstawie informacji zawartych w prospekcie podstawowym; jest w stanie zrozumieć charakter/ryzyka związane z danym instrumentem finansowym (m.in., czy instrument finansowy należy do kategorii „złożony instrument finansowy” zgodnie z klasyfikacją MiFID II, to te określone aspekty) na podstawie posiadanej wiedzy i doświadczenia: - znajomość instrumentów i produktów finansowych na średnim poziomie, w tym znajomość inwestycji opartych na pożyczkach, uwidoczniła w postaci: (a) wykształcenia wyższego lub zawodowego w dziedzinie ekonomii i finansów i/lub doświadczenia w pracy w instytucji finansowej związanej z usługami inwestycyjnymi; oraz (b) co najmniej niewielkiego doświadczenia w zakresie obrotu jakimikolwiek instrumentami finansowymi. LUB (a) wykształcenia wyższego lub zawodowego w dziedzinach nieekonomicznych i niefinansowych i/lub doświadczenia w pracy w instytucji finansowej niezwiązanej z usługami inwestycyjnymi; oraz (b) doświadczenia w transakcjach z wykorzystaniem dowolnego rodzaju instrumentów finansowych przez co najmniej 1 rok, przy czym transakcje zostały zrealizowane na kwotę 25 000 EUR, albo doświadczenia w transakcjach z wykorzystaniem różnych rodzajów instrumentów finansowych nie krótszego niż 1 rok.

		<p>3. Zaawansowany inwestor może podjąć decyzję inwestycyjną na podstawie informacji zawartych w prospekcie podstawowym; jest w stanie zrozumieć charakter/ryzyka związane z danym instrumentem finansowym (m.in., czy instrument finansowy należy do kategorii „złożony instrument finansowy” zgodnie z klasyfikacją MiFID II, to te określone aspekty są rozumiane) na podstawie posiadanej wiedzy i doświadczenia:</p> <p>- dobra znajomość instrumentów i produktów finansowych, w tym znajomość inwestycji opartych na pożyczkach, uwidocznioma w postaci:</p> <p>(a) wykształcenia wyższego lub zawodowego w dziedzinie ekonomii i finansów i/lub doświadczenia w pracy w instytucji finansowej związanej z usługami inwestycyjnymi; lub</p> <p>(b) wykształcenia wyższego lub zawodowego w dziedzinach nieekonomicznych i niefinansowych oraz w pracy w instytucji finansowej; oraz</p> <p>(c) ponad dwuletniego doświadczenia w zakresie inwestycji opartych na pożyczkach, w tym, co najmniej 50 transakcji w ciągu ostatnich 12 miesięcy o łącznej wartości co najmniej 100 000 EUR; lub</p> <p>(d) ponad dwuletniego doświadczenia w zakresie różnych rodzajów instrumentów finansowych, w tym rzeczywistych transakcji zrealizowanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy; lub</p> <p>(e) ponad rocznego doświadczenia w zakresie różnego rodzaju inwestycji, w tym inwestycji dokonanych w ciągu ostatniego roku o wartości co najmniej 25 000 EUR.</p>
Zdolność Klienta do ponoszenia strat	Zdolność klienta do ponoszenia zobowiązań finansowych (od małych do całkowitych strat). Kryterium to wskazuje procent potencjalnych strat, które docelowi klienci powinni być w stanie oraz skłonni ponieść, a także na istnienie dodatkowych zobowiązań płatniczych, które mogłyby przekroczyć zainwestowaną kwotę.	<p>1. Straty nie są dopuszczalne. Inwestor nie jest w stanie ponieść straty zainwestowanej kwoty.</p> <p>2. Dopuszczalne są straty na ograniczonym poziomie. Inwestor jest w stanie ponieść straty do 20% portfela, inwestując długoterminowo (powyżej 3 lat).</p> <p>3. Strata pełnej kwoty inwestycji. Inwestor jest w stanie ponieść straty w wysokości zainwestowanej kwoty.</p> <p>4. Straty przekraczające pierwotnie zainwestowaną kwotę. Inwestor jest w stanie ponieść straty w wysokości przekraczającej zainwestowaną kwotę.</p>
Tolerancja ryzyka i zgodność profilu ryzyka/zysku produktu z rynkiem docelowym	Ogólny stosunek klienta do ryzyka inwestycyjnego	<p><u>Produkty PRIIP (detaliczne produkty zbiorowego inwestowania i ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne)</u></p> <p>Metodyka ogólnego wskaźnika ryzyka (SRI) dla produktów PRIIP służąca ocenie poziomu dopuszczalnego ryzyka od 1 (najniższe ryzyko) do 7 (najwyższe ryzyko)</p> <p><u>Metodyka wewnętrzna</u></p> <p>1. Poziom niski</p>

		<p>Inwestor nie chce podejmować ryzyka inwestycyjnego ani zaakceptować ryzyka utraty jakiegokolwiek części zainwestowanej kwoty</p> <p>2. Poziom średni Inwestor jest przygotowany na krótkoterminowy spadek wartości inwestycji i jest gotów zaakceptować niższą płynność w zamian za wzrost wartości w długim okresie.</p> <p>3. Poziom wysoki Inwestor jest przygotowany na znaczne wahania wartości inwestycji, aż do utraty całej zainwestowanej kwoty, w zamian za możliwość osiągnięcia maksymalnej stopy zwrotu.</p>
Cel i potrzeby klienta	Cele inwestycyjne klienta	<p><u>Rentowność</u></p> <p>1. Zachowanie wartości. Celem inwestora jest utrzymanie wartości inwestycji dzięki żądaniu zapewnienia wysokiej płynności przy minimalnych wahaniami lub bez nich.</p> <p>2. Wzrost wartości. Celem inwestora jest wzrost wartości inwestycji</p> <p>3. Dochód. Celem inwestora jest maksymalizacja bieżącej stopy zwrotu z inwestycji</p> <p>4. Spekulacja</p> <p><u>Okres inwestycji</u></p> <p>1. Krótszy niż rok</p> <p>2. Od 1 roku do 5 lat</p> <p>3. Ponad 5 lat</p>
Strategia dystrybucji	Kanały dystrybucji produktów inwestycyjnych	<p>1. Tylko realizacja.</p> <p>2. Realizacja z oceną odpowiedniości.</p> <p>3. Doradztwo inwestycyjne.</p> <p>4. Usługa zarządzania portfelem.</p>

Informacje o rynku docelowym i strategii dystrybucji instrumentów finansowych:

- 1) Noty, z których stopa zwrotu jest powiązana z pożyczkami udzielonymi przez firmy pożyczkowe lub płatnościami leasingowymi, Noty (*Fractional Bonds*), które są powiązane z obligacjami, a także Noty powiązane z nieruchomościami (nieruchomościowe papiery wartościowe).

Uwaga: Niniejszy instrument finansowy należy do kategorii „złożonych instrumentów finansowych” zgodnie z klasyfikacją określoną w dyrektywie MiFID II.

Kryteria	Atrybut	Ocena rynku docelowego / strategii dystrybucji
Rodzaj klienta	1. Klient prywatny 2. Klient profesjonalny 3. Uprawniony kontrahent	1. Tak 2. Tak 3. Tak
Wiedza i doświadczenie klienta	1. Podstawowy inwestor 2. Poinformowany inwestor 3. Zaawansowany inwestor	1. Nie 2. Tak 3. Tak
Zdolność Klienta do ponoszenia strat	1. Straty nie są dopuszczalne 2. Dopuszczalne są ograniczone straty 3. Strata pełnej kwoty inwestycji 4. Strata przekraczająca pierwotnie zainwestowaną kwotę	1. Nie 2. Neutralny 3. Tak 4. Neutralny (uwaga: produkt nie ma tej cechy)
Tolerancja ryzyka i zgodność profilu ryzyka/zysku produktu z rynkiem docelowym	Produkty PRIIP (detaliczne produkty zbiorowego inwestowania i ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne) Metodyka ogólnego wskaźnika ryzyka (SRI) dla produktów PRIIP służąca ocenie poziomu dopuszczalnego ryzyka od 1 (najniższe ryzyko) do 7 (najwyższe ryzyko) Metodyka wewnętrzna 1. Poziom niski 2. Poziom średni 3. Poziom wysoki	Ogólny wskaźnik ryzyka (SRI) dla produktów PRIIPS = 5 Inwestor jest skłonny do podjęcia średnio wysokiego ryzyka Metodyka wewnętrzna 1. Nie 2. Tak 3. Tak
Cel i potrzeby klienta	<u>Rentowność</u> 1. Zachowanie wartości 2. Wzrost wartości 3. Dochód 4. Spekulacja <u>Okres inwestycji</u> 1. Krótszy niż rok 2. Od 1 roku do 5 lat 3. Ponad 5 lat	1. Nie 2. Tak 3. Tak 4. Neutralny 1. Tak 2. Tak 3. Tak
Strategia dystrybucji	1. Tylko realizacja 2. Realizacja z oceną odpowiedniości 3. Doradztwo inwestycyjne 4. Usługa zarządzania portfelem	1. Nie 2. Tak 3. Tak 4. Tak

Objaśnienia obok tabeli:

Tak – rynek docelowy;

Nie – negatywny rynek docelowy;

Neutralny – ani rynek docelowy, ani negatywny rynek docelowy

2) ETF

Uwaga: niniejszy instrument finansowy nie należy do kategorii „złożonych instrumentów finansowych” zgodnie z klasyfikacją określoną w dyrektywie MiFID II.

		(obligacyjne fundusze ETF – krótko- i średnioterminowe) (0-3 lat)	(Obligacyjne fundusze ETF – długoterminowe)	(Akcyjne fundusze ETF)
Kryteria	Atrybut	Ocena rynku docelowego / strategii dystrybucji		
Rodzaj klienta	1. Klient prywatny 2. Klient profesjonalny 3. Uprawniony kontrahent	1. Tak 2. Tak 3. Tak	1. Tak 2. Tak 3. Tak	1. Tak 2. Tak 3. Tak
Wiedza i doświadczenie klienta	1. Podstawowy inwestor 2. Poinformowany inwestor 3. Zaawansowany inwestor	1. Tak 2. Tak 3. Tak	1. Tak 2. Tak 3. Tak	1. Tak 2. Tak 3. Tak
Zdolność Klienta do ponoszenia strat	1. Straty nie są dopuszczalne 2. Dopuszczalne są ograniczone straty 3. Strata pełnej kwoty inwestycji 4. Strata przekraczająca pierwotnie zainwestowaną kwotę	1. Nie 2. Neutralny 3. Tak 4. Neutralny (uwaga: produkt nie ma tej cechy)	1. Nie 2. Neutralny 3. Tak 4. Neutralny (uwaga: produkt nie ma tej cechy)	1. Nie 2. Neutralny 3. Tak 4. Neutralny (uwaga: produkt nie ma tej cechy)
Tolerancja ryzyka i zgodność profilu ryzyka/zysku produktu z rynkiem docelowym	Produkty PRIIP (detailed produkty zbiorowego inwestowania i ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne) Metodyka ogólnego wskaźnika ryzyka (SRI) dla produktów PRIIP służąca	PRIIPS SRI = 1-2 Inwestor jest skłonny do podjęcia średnio wysokiego ryzyka Metodyka wewnętrzna	PRIIPS SRI = 3 Inwestor jest skłonny do podjęcia średnio wysokiego ryzyka Metodyka wewnętrzna	PRIIPS SRI = 4 Inwestor jest skłonny do podjęcia średnio wysokiego ryzyka Metodyka

	ocenie poziomu dopuszczalnego ryzyka od 1 (najniższe ryzyko) do 7 (najwyższe ryzyko) Metodyka wewnętrzna 1. Poziom niski 2. Poziom średni 3. Poziom wysoki	1. Tak 2. Tak 3. Tak	1. Nie 2. Tak 3. Tak	wewnętrzna 1. Nie 2. Tak 3. Tak
Cele i potrzeby klienta	Rentowność 1. Zachowanie wartości 2. Wzrost wartości 3. Dochód 4. Spekulacja Okres inwestycji 1. Krótszy niż rok 2. Od 1 roku do 5 lat 3. Ponad 5 lat	1. Nie 2. Tak 3. Neutralny 4. Neutralny 1. Neutralny 2. Tak 3. Tak	1. Nie 2. Tak 3. Neutralny 4. Neutralny 1. Neutralny 2. Tak 3. Tak	1. Nie 2. Tak 3. Neutralny 4. Neutralny 1. Neutralny 2. Neutralny 3. Tak
Strategia dystrybucji	1. Tylko realizacja 2. Realizacja z oceną odpowiedniości 3. Doradztwo inwestycyjne 4. Usługa zarządzania portfelem	1. Nie 2. Nie 3. Nie 4. Tak	1. Nie 2. Nie 3. Nie 4. Tak	1. Nie 2. Nie 3. Nie 4. Tak

Objaśnienia obok tabeli:

Tak – rynek docelowy;

Nie – negatywny rynek docelowy;

Neutralny – ani rynek docelowy, ani negatywny rynek docelowy

3) Smart Cash (fundusz rynku pieniężnego)

Uwaga: niniejszy instrument finansowy nie należy do kategorii „złożonych instrumentów finansowych” zgodnie z klasyfikacją określoną w dyrektywie MiFID II.

Kryteria	Atrybut	Ocena rynku docelowego / strategii dystrybucji
Rodzaj klienta	1. Klient prywatny 2. Klient profesjonalny 3. Uprawniony kontrahent	1. Tak 2. Tak 3. Tak
Wiedza i doświadczen	1. Podstawowy inwestor 2. Poinformowany inwestor	1. Tak 2. Tak

ie klienta	3. Zaawansowany inwestor	3. Tak
Zdolność Klienta do ponoszenia strat	1. Straty nie są dopuszczalne 2. Dopuszczalne są ograniczone straty 3. Strata pełnej kwoty inwestycji 4. Strata przekraczająca pierwotnie zainwestowaną kwotę	1. Nie 2. Neutralny 3. Tak 4. Neutralny (uwaga: produkt nie ma tej cechy)
Tolerancja ryzyka i zgodność profilu ryzyka/zysku produktu z rynkiem docelowym	Produkty PRIIP (detailed produkty zbiorowego inwestowania i ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne) Metodyka ogólnego wskaźnika ryzyka (SRI) dla produktów PRIIP służąca ocenie poziomu dopuszczalnego ryzyka od 1 (najniższe ryzyko) do 7 (najwyższe ryzyko) Metodyka wewnętrzna 1. Poziom niski 2. Poziom średni 3. Poziom wysoki	PRIIPS SRI = 1 Inwestor jest skłonny do podjęcia średnio wysokiego ryzyka Metodyka wewnętrzna 1. Tak 2. Tak 3. Tak
Cel i potrzeby klienta	<u>Rentowność</u> 1. Zachowanie wartości 2. Wzrost wartości 3. Dochód 4. Spekulacja <u>Okres inwestycji</u> 1. Krótszy niż rok 2. Od 1 roku do 5 lat 3. Ponad 5 lat	1. Tak 2. Tak 3. Tak 4. Neutralny 1. Tak 2. Tak 3. Tak
Strategia dystrybucji	1. Tylko realizacja 2. Realizacja z oceną odpowiedniości 3. Doradztwo inwestycyjne 4. Usługa zarządzania portfelem	1. Tak 2. (NIE DOTYCZY) 3. Tak 4. Tak

Objaśnienia obok tabeli:

Tak – rynek docelowy;

Nie – negatywny rynek docelowy;

Neutralny – ani rynek docelowy, ani negatywny rynek docelowy