2025/1156

3.11.2025

KOMMISSIONENS DELEGEREDE FORORDNING (EU) 2025/1156

af 12. juni 2025

om supplerende regler til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 600/2014 for så vidt angår reguleringsmæssige tekniske standarder vedrørende forpligtelsen til at gøre markedsdata tilgængelige for offentligheden på rimelige handelsmæssige vilkår

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-KOMMISSIONEN HAR —

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde,

under henvisning til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 600/2014 af 15. maj 2014 om markeder for finansielle instrumenter og om ændring af forordning (EU) nr. 648/2012 ([1]), særlig artikel 13, stk. 5, fjerde afsnit, og

ud fra følgende betragtninger:

(1) For at sikre, at markedsdata leveres på rimelige handelsmæssige vilkår, efter objektive og rimelige aftalevilkår og på en ensartet måde i hele Unionen, er det nødvendigt at præcisere, hvilke betingelser der bør opfyldes af markedsoperatører og investeringsselskaber, der driver en markedsplads, godkendte offentliggørelsesordninger (»APA'er«), udbydere af konsolideret løbende handelsinformation (»CTP'er«) og systematiske internalisatorer. Disse betingelser bør sikre, at forpligtelsen til at levere markedsdata på RCB'er er tilstrækkelig klar og anvendes på en effektiv og ensartet måde, samtidig med at der tages hensyn til forskellige driftsmodeller og omkostningsstrukturer hos markedsoperatører og investeringsselskaber, der driver en markedsplads, APA'er, CTP'er og systematiske internalisatorer.

(2) For at sikre, at der leveres markedsdata på RCB'er, er det nødvendigt at beskrive, hvordan de omkostninger, der kan henføres til markedsdata, skal beregnes. Beregningen af de omkostninger, der kan henføres til markedsdata, bør kun omfatte de omkostninger, der har direkte tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata. For at foretage en sådan beregning bør omkostningerne kategoriseres således, at der skelnes mellem omkostninger med tilknytning til den infrastruktur, der anvendes til udarbejdelse og formidling af markedsdata, fysiske aktiver og software, der anvendes til at muliggøre den nødvendige konnektivitet med henblik på udarbejdelse og formidling af markedsdata, personaleomkostninger, finansielle omkostninger og andre omkostninger, herunder administrationsomkostninger, der kan henføres til udarbejdelse og formidling af markedsdata. For at sikre, at der ikke foretages dobbelttælling af omkostninger, bør omkostninger med tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata udelukkende fordeles på én omkostningskategori på grundlag af arten af hver omkostningsfaktor. Revisionsomkostninger bør ikke medtages i fordelingen af omkostninger ved udarbejdelse og formidling af markedsdata.

(3) Udbydere af markedsdata, navnlig markedspladser, udbyder ofte en række tjenesteydelser ud over levering af markedsdata. Disse enheder pådrager sig derfor forskellige omkostninger, der dækker kategorier såsom teknologi og infrastruktur, softwareudvikling, salg og markedsføring, analyse, kvantitativ forskning, driftsaktiviteter eller overholdelse. For at fastsætte gebyrer for markedsdata på RCB'er er det vigtigt f.eks. at skelne mellem de omkostninger, der kan henføres til den primære erhvervsaktivitet, som består i at formidle kontakt mellem købere og sælgere, og de omkostninger, der kan henføres direkte til udarbejdelse og formidling af markedsdata.

(4) I nogle tilfælde kan fysiske aktiver, software, personale og administrative tjenester delvist anvendes til udarbejdelse af andre tjenesteydelser, der ikke har direkte tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata. I den henseende er det nødvendigt at afmåle de omkostninger, der kan henføres til fælles ressourcer, på grundlag af en klar metode, der beskriver, i hvilket omfang hver ressource bidrager til udarbejdelse og formidling af markedsdata. De finansielle omkostninger, der hidrører fra fælles ressourcer, bør også afmåles på grundlag af fordelingen af sådanne ressourcer til udarbejdelse og formidling af markedsdata. Den metode, der anvendes til afmåling af omkostninger, bør gennemgås årligt for at sikre, at den er korrekt. Udbydere af markedsdata bør fremlægge dokumentation for den valgte metode og ændringer heraf for den relevante kompetente myndighed.

([1]) EUT L 173 af 12.6.2014, s. 84, ELI:http://data.europa.eu/eli/reg/2014/600/oj .

(5) Den margen, der indgår i gebyrerne for markedsdata, bør fastsættes, så den skaber balance mellem behovet for at sikre, at udarbejdelse og formidling af markedsdata forbliver kommercielt levedygtig for udbydere af markedsdata, og behovet for at sikre, at adgangen til markedsdata er så bred som muligt. For CTP'er, som vil blive etableret i de kommende år, bør margenen være tilstrækkelig til at støtte investeringen til etablering heraf og den kommercielle levedygtighed i den periode, der er nødvendig for, at deres erhvervsaktiviteter kan modnes.

(6) For at sikre, at der leveres markedsdata på RCB'er, er det nødvendigt at beskrive, hvordan den margen, der indgår i gebyrerne for markedsdata, skal bestemmes. Margenen bør navnlig være det driftsresultat, som udbyderen af markedsdata har opnået, efter at alle udgifter med tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata er trukket fra dens indtægter. Sådanne udgifter bør omfatte driftsomkostninger såsom infrastruktur, aktiver, der anvendes med henblik på konnektivitet, personale med ansvar for udarbejdelse og formidling af markedsdata og finansielle udgifter. For at øge gennemsigtigheden bør margenen udtrykkes som en procentdel af omkostningerne.

(7) For at sikre, at den margen, der indgår i gebyrerne for markedsdata, er rimelig, er det nødvendigt at præcisere, at margenen ikke bør stå i urimeligt forhold til de omkostninger, der påløber i forbindelse med udarbejdelse og formidling af markedsdata, og at margenen bør bringes i overensstemmelse med de margener, der gælder for de samlede erhvervsaktiviteter, som udbyderen af markedsdata udøver.

(8) For at sikre ikkediskrimination blandt kunder bør udbydere af markedsdata råde over skalerbare kapaciteter til at give alle kunder rettidig adgang til markedsdata.

(9) I de seneste år har muligheden for at anvende gebyrforskelle, der står i et rimeligt forhold til den værdi, som markedsdataene repræsenterer for kunden, ført til oprettelse af flere kundekategorier, som blev anvendt samtidigt på den samme kunde med deraf følgende gebyrduplikering.

(10) For at sikre, at der leveres markedsdata på RCB'er, bør udbydere af markedsdata kunne oprette kundekategorier på grundlag af faktuelle forhold, herunder kundens brug af markedsdata eller dennes størrelse. Kategoriseringen af kunder bør gøre det muligt for udbydere af markedsdata at foretage en forskellig behandling af kunder, der har forskellige faktuelle karakteristika. Kunder inden for en given kategori bør klart kunne skelnes fra kunder i andre kategorier ved hjælp af et eller flere forhold, der adskiller dem fra kunder i andre kategorier. En kunde bør kun tilhøre én kategori. Udbydere af markedsdata kan f.eks. oprette en særskilt kundekategori for videredistributører af data, erhvervskunder eller ikkeerhvervskunder. De kriterier, der anvendes til at opstille kundekategorier, bør være tilstrækkeligt generelle til at kunne anvendes på en kundegruppe. Kategoriseringen bør derfor resultere i et begrænset antal kategorier.

(11) For at sikre, at der leveres markedsdata på RCB'er, bør de gebyrer, der opkræves af kunder i en given kategori, fastsættes på grundlag af de omkostninger, der påløber ved datalevering til disse kunder, og en rimelig margen udtrykt som en procentdel af omkostningerne, som bør være homogen blandt kunder i samme kategori. Udbydere af markedsdata bør kunne opkræve forskellige gebyrer for forskellige datatyper (f.eks. viste data og ikkeviste data) på grundlag af forskelle i omkostningerne ved udarbejdelse og formidling af sådanne datatyper.

(12) I de seneste år er der konstateret en række problemer med tilknytning til vilkår og betingelser, der er indsat i markedsdataaftaler til skade for kunderne. Nogle af disse problemer vedrører udbydere af markedsdatas praksis med at pålægge markedsdatakunder bebyrdende administrative forpligtelser, herunder gennem hyppige og detaljerede anmodninger om brug af markedsdata. Andre former for praksis omfatter brug af tvetydige formuleringer i markedsdataaftalerne eller hyppige ændringer heraf, som tvinger kunden til at bruge ressourcer på at fortolke eller

gennemgå aftalen. Nogle gange har markedsdatakunder været nødt til at slette historiske data fra deres systemer ved kontraktophør, betale gebyrer pr. lokalitet, eller er markedsdatakunder blevet unødigt begrænset i den måde, hvorpå de kan gøre brug af markedsdata. Sådanne former for praksis risikerer at medføre uberettigede omkostninger ved adgang til markedsdata. For at vilkår og betingelser kan være rimelige og objektive, bør sådanne former for praksis derfor forbydes. Kravene om rimelige og objektive aftalevilkår i denne forordning bør supplere de øvrige gældende bestemmelser i EU-retten, navnlig Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2023/2854 ([2]) (dataforordningen), samt andre forordninger om forbrugerbeskyttelse, herunder Rådets direktiv 93/13/EØF ([3]) (direktivet om urimelige kontraktvilkår).

(13) For at øge gennemsigtigheden bør udbydere af markedsdata sikre, at vilkår og betingelser for levering af markedsdata fastsættes på en klar og koncis måde. Dette indebærer, at vilkår og betingelser skal være forståelige for kunderne, som de står, uden at henvise til andre dokumenter, medmindre disse dokumenter er klart identificeret og lette at finde for kunderne.

(14) For at give kunden tilstrækkelig tid til at forstå en ændring, der er foretaget i markedsdataaftalen, samt til at sammenligne og reflektere over andre udbud på markedet, bør udbydere af markedsdata, hvis markedsdataaftalerne giver mulighed for ensidige ændringer, underrette kunden om sådanne ændringer 90 dage i forvejen. For at undgå ensidige ændringer, der skaber krævende eller byrdefulde resultater for markedsdatakunden, herunder ændringer, som f.eks. resulterer i en gebyrforhøjelse, bør aftalen give kunden ret til at opsige kontrakten, når sådanne ensidige ændringer finder sted, uden at der pålægges nogen sanktioner. Muligheden for at opsige og forny markedsdataaftalen bør ikke benyttes af udbydere af markedsdata til at omgå anvendelsen af de relevante garantier i tilfælde af ensidige kontraktændringer.

(15) For at undgå, at kunder opkræves flere gebyrer for samme levering af markedsdata, når de erhverver dem fra forskellige udbydere og leverandører, bør markedsdata, når kunden anmoder herom, udbydes på kundebasis. CTP'erne indsamler data fra markedspladser og APA'er og konsoliderer disse data i en kontinuerlig elektronisk live-datastrøm med centrale markedsdata og reguleringsmæssige data. CTP'ers levering af disse data bør derfor betragtes som adskilt fra markedspladsers og APA'ers levering af markedsdata. CTP'er bør derfor kunne opkræve et gebyr af deres kunde, selv hvis en markedsplads eller en APA pålægger samme kunde gebyrer for markedsdata.

(16) For at markedsdatakunder kan erhverve markedsdata, uden at de forpligtes til at købe andre tjenesteydelser, bør markedsdata udbydes uden at være bundet til andre tjenesteydelser.

(17) Vilkår og betingelser vedrørende sanktioner og revisioner er blevet vurderet til at være uforholdsmæssigt byrdefulde for markedskunder og bidrage til at øge omkostningerne ved markedsdata ud over omkostningerne ved udarbejdelse og formidling og en rimelig margen. For at undgå uberettigede sanktioner bør der kun pålægges sanktioner på grundlag af beviser for overtrædelse af markedsdataaftalen. Desuden bør sanktioner ikke være alt for omfattende, og deres størrelse bør baseres på det beløb, som kunden ville have betalt, hvis denne havde overholdt markedsdataaftalen. For at sætte kunden i stand til at træffe rettidige foranstaltninger for at undgå gentagelse af overtrædelser af markedsdataaftalen bør udbyderen af markedsdata desuden pålægge bøden inden for en rimelig frist fra det tidspunkt, hvor overtrædelsen fandt sted. Den rimelige frist bør ikke overstige fem år fra den dato, hvor der gives meddelelse om en revision. Denne tidsramme er i overensstemmelse med investeringsselskabernes forpligtelser at opbevare dokumentation i henhold til artikel 16 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/65/EU ([4]).

([2]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2023/2854 af 13. december 2023 om harmoniserede regler om fair adgang til og anvendelse af data og om ændring af forordning (EU) 2017/2394 og direktiv (EU) 2020/1828 (EUT L, 2023/2854, 22.12.2023, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2023/2854/oj).

([3]) Rådets direktiv 93/13/EØF af 5. april 1993 om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler (EFT L 95 af 21.4.1993, s. 29, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/1993/13/oj).

([4]) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/65/EU af 15. maj 2014 om markeder for finansielle instrumenter og om ændring af direktiv 2002/92/EF og direktiv 2011/61/EU (EUT L 173 af 12.6.2014, s. 349, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2014/65/oj).

(18) I øjeblikket indeholder markedsdataaftaler bestemmelser om revisioner, som er besværlige for markedsdatakunder på grund af deres hyppighed, længde og den krævede bevisbyrde for markedsdatakunden. For at sikre, at markedsdataaftalerne er rimelige og objektive, i tilfælde hvor udbyderen af markedsdata i henhold til markedsdataaftalen kan anmode om revision, bør vilkårene i markedsdataaftalen derfor fastsætte krav om, at revisionen skal baseres på specifikke og troværdige indikationer på en potentiel overtrædelse, der fandt sted højst fem år forud for den dato, hvor der gives meddelelse om revision. For at mindske risikoen for partiskhed og øge retfærdigheden bør udbydere af markedsdata, der foretager en revision, desuden kun kunne anmode om oplysninger, der er nødvendige for at indsamle bevismateriale i tilknytning til den påståede overtrædelse.

(19) For at give kunder og kompetente myndigheder mulighed for effektivt at kunne vurdere, om der leveres markedsdata på RCB'er, bør udbydere af markedsdata fremlægge alle oplysninger med relevans for udbuddet af markedsdata, i klare og utvetydige vendinger. Disse oplysninger bør gøre det muligt for kunder og kompetente myndigheder at forstå markedsdatapolitikker, herunder hvordan gebyrniveauet for markedsdata bestemmes, og bør have et ensartet indhold i et ensartet format og med en ensartet terminologi. Udbydere af markedsdata bør efter anmodning give den kompetente myndighed oplysninger om de samlede omkostninger ved udarbejdelse og formidling af markedsdata, herunder en rimelig margen, ved anvendelse af et harmoniseret format.

(20) For at give kunder og kompetente myndigheder mulighed for at forstå, hvordan gebyrerne beregnes, bør det i markedsdatapolitikkerne angives, hvilken tællingsenhed der anvendes til at fakturere gebyret til kunderne. Ved hjælp af tællingsenheden kan der sondres mellem markedsdatatyper (f.eks. viste data og ikkeviste data), og den bør være unik for samme markedsdatatype. Tællingsenheden bør stå i forhold til de omkostninger, der påløber ved levering af markedsdata.

(21) For at sikre en gnidningsløs og effektiv gennemførelsesproces er det nødvendigt at fastsætte en udskudt anvendelsesdato for at give markedsdeltagere, der er meddelt tilladelse før datoen for denne forordnings ikrafttræden, tilstrækkelig tid til at omformulere, forhandle og indgå reviderede aftaler og dermed minimere eventuelle forstyrrelser. Da der i øjeblikket ikke findes nogen CTP'er, som er meddelt tilladelse og er operationelle, er der ikke behov for en udskudt anvendelsesdato for CTP'er.

(22) Behandlingen af personoplysninger med henblik på denne forordning skal foretages i overensstemmelse med EU-retten om beskyttelse af personoplysninger. I den forbindelse bør enhver behandling af personoplysninger, der foretages af nationale kompetente myndigheder i medfør af denne forordning, foretages i overensstemmelse med Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679 ([5]) og nationale krav om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger. Enhver behandling af personoplysninger, som Den Europæiske Værdipapir- og Markedstilsynsmyndighed (ESMA) foretager i medfør af denne forordning, bør foretages i overensstemmelse med Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 ([6]).

(23) Denne forordning er baseret på det udkast til reguleringsmæssige tekniske standarder, som ESMA har forelagt for Kommissionen.

(24) ESMA har afholdt åbne offentlige høringer om de udkast til reguleringsmæssige tekniske standarder, som denne forordning er baseret på, analyseret de potentielle omkostninger og fordele herved samt anmodet om rådgivning fra interessentgruppen for værdipapirer og markeder, som er nedsat i henhold til artikel 37 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1095/2010 ([7]).

([5]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679 af 27. april 2016 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af direktiv 95/46/EF (generel forordning om databeskyttelse) (EUT L 119 af 4.5.2016, s. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

([6]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 af 23. oktober 2018 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger i Unionens institutioner, organer, kontorer og agenturer og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af forordning (EF) nr. 45/2001 og afgørelse nr. 1247/2002/EF (EUT L 295 af 21.11.2018, s. 39, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

([7]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1095/2010 af 24. november 2010 om oprettelse af en europæisk tilsynsmyndighed (Den Europæiske Værdipapir- og Markedstilsynsmyndighed), om ændring af afgørelse nr. 716/2009/EF og om ophævelse af Kommissionens afgørelse 2009/77/EF (EUT L 331 af 15.12.2010, s. 84, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2010/1095/oj).

(25) Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse er blevet hørt i overensstemmelse med artikel 42, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725 og fremsatte formelle bemærkninger den 17. marts 2025 —

VEDTAGET DENNE FORORDNING:

KAPITEL I

DEFINITIONER

Artikel 1

Definitioner

I denne forordning forstås ved:

a) »markedsdatakunde«: den fysiske eller juridiske person, der underskriver markedsdataaftalen, og som faktureres for markedsdatagebyrerne

b) »markedsdata«: de oplysninger, som offentliggøres af markedsoperatører og investeringsselskaber, der driver en markedsplads, godkendte offentliggørelsesordninger (»APA'er«), udbydere af konsolideret løbende handelsinformation (»CTP'er«) og systematiske internalisatorer i overensstemmelse med artikel 3 og 4, artikel 6-11a og artikel 14, 20, 21, 27g og 27h i forordning (EU) nr. 600/2014

c) »tidsforskudte markedsdata«: markedsdata, der stilles til rådighed 15 minutter efter offentliggørelsen heraf i henhold til artikel 13, stk. 2, i forordning (EU) nr. 600/2014

d) »udbyder af markedsdata«: en markedsoperatør eller et investeringsselskab, der driver en markedsplads, en APA, en CTP eller en systematisk internalisator, der udøver en kommerciel aktivitet i form af formidling af markedsdata til kunder

e) »samlede omkostninger«: alle de omkostninger, som udbyderen af markedsdata afholder og har direkte tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata

f) »driftsresultat«: den indtægt, som udbyderen af markedsdata indtjener, idet de samlede omkostninger fratrækkes den omsætning, der genereres ved udarbejdelse og formidling af markedsdata

g) »markedsdataaftale«: enhver aftale mellem udbyderen af markedsdata og markedsdatakunden om levering af markedsdata, der afspejler de oplysninger og gebyrer, der fremlægges og oplyses i markedsdatapolitikken

h) »markedsdatapolitik«: et eller flere dokumenter fra udbyderen af markedsdata, der indeholder oplysninger om levering af markedsdata i overensstemmelse med denne forordnings kapitel V

i) »gebyr pr. kunde«: en model for opkrævning af gebyrer for markedsdata, som gør det muligt for kunderne at undgå flere fakturaer, hvis de har indhentet markedsdata gennem flere udbydere eller videredistributører af markedsdata.

KAPITEL II

BEREGNING AF DE SAMLEDE OMKOSTNINGER VED OG MARGENER FOR MARKEDSDATA

Artikel 2

Samlede omkostninger

1. Udbydere af markedsdata skal beregne de samlede omkostninger, som de har afholdt i løbet af et regnskabsår. Beregningen af de samlede omkostninger skal omfatte følgende omkostningskategorier:

a) infrastrukturomkostninger, der kan henføres til fysiske aktiver, softwarelicenser og leasede tjenesteydelser eller enhver anden infrastruktur, der er nødvendig for udarbejdelse og formidling af markedsdata

b) konnektivitetsomkostninger, der kan henføres til alle former for fysiske aktiver, softwarelicenser og leasede tjenesteydelser, som sikrer den konnektivitet, der er nødvendig med henblik på udarbejdelse og formidling af markedsdata

c) omkostninger, der kan henføres til personale med ansvar for udarbejdelse og formidling af markedsdata

d) finansielle omkostninger, herunder afskrivninger, amortiseringer og kapitalomkostninger ved finansiering af markedsdatatjenester

e) andre omkostninger, herunder administrationsomkostninger, der er nødvendige med henblik på udarbejdelse og formidling af markedsdata.

2. Infrastrukturomkostninger, der deles med andre tjenester, som ikke har direkte tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata, skal afmåles under hensyntagen til, hvordan hver enkelt tjeneste gør brug af den relevante infrastruktur.

3. Konnektivitetsomkostninger, der deles med andre tjenester, som ikke har direkte tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata, skal afmåles under hensyntagen til, hvordan hver enkelt tjeneste gør brug af den relevante ramme for konnektivitet.

4. Omkostninger, der kan henføres til personale, som delvist beskæftiger sig med udarbejdelse og formidling af markedsdata, skal fordeles under hensyntagen til, hvor stor en del af dette personales arbejdsaktivitet der er forbundet med udarbejdelse og formidling af markedsdata.

5. Finansielle omkostninger, der kan henføres til infrastruktur, konnektivitet og personale, og som deles med andre tjenester, der ikke har direkte tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata, skal afmåles under hensyntagen til, hvordan hver enkelt tjeneste gør brug af de relevante aktiver og tjenester.

6. Udbydere af markedsdata skal kunne angive alle andre omkostninger, som de henfører til udarbejdelse og formidling af markedsdata, og begrunde, hvorfor de har indregnet sådanne omkostninger.

7. Udbydere af markedsdata skal årligt den gennemgå metode, der er anvendt til afmåling af de omkostninger, der er omhandlet i stk. 2-6.

Artikel 3

Principper for fastsættelse af en rimelig margen for markedsdata

1. Den rimelige margen for markedsdata er driftsresultatet.

2. Den rimelige margen for markedsdata

a) skal fastsættes som en procentdel af de samlede omkostninger

b) må ikke overstige de samlede omkostninger i uforholdsmæssig grad

c) skal for udbydere af markedsdata, der udbyder andre tjenesteydelser end udarbejdelse og formidling af markedsdata, med rimelighed kunne sammenlignes med det driftsresultat, der kan henføres til udbyderne af markedsdatas samlede erhvervsaktiviteter.

3. Den rimelige margen opnås ved at fastsætte gebyrer for markedsdata, der giver et maksimalt antal markedsdatakunder dataadgang.

KAPITEL III

IKKEDISKRIMINERENDE ADGANG

Artikel 4

Forpligtelse til at levere markedsdata på et ikkediskriminerende grundlag

1. Udbydere af markedsdata skal give adgang til markedsdata på et ikkediskriminerende grundlag for så vidt angår gebyrer, vilkår og betingelser, som vedrører adgang, tekniske ordninger og distributionskanaler.

2. Udbydere af markedsdata skal anvende den samme gebyroversigt og de samme vilkår og betingelser for adgang til markedsdata for alle kunder, som anmoder om adgang til markedsdata.

3. Udbydere af markedsdata skal råde over skalerbare kapaciteter til at sikre, at markedsdatakunder til enhver tid gives rettidig adgang til markedsdata på et ikkediskriminerende grundlag.

4. Udbydere af markedsdata skal tilbyde kunderne det samme sæt valgmuligheder med hensyn til tekniske ordninger og sikre, at tekniske ordninger hverken diskriminerer eller skaber urimelige fordele eller ulemper.

5. Udbydere af markedsdata skal kunne begrunde eventuelle forskelle i de leverede løsninger for adgang til markedsdata, der er vedtaget på grundlag af gyldige tekniske begrænsninger.

Artikel 5

Gebyrforskelle

1. Udbydere af markedsdata må kun gøre brug af gebyrforskelle, hvis disse fastsættes på grundlag af en kundekategorisering, og forudsat at alle følgende betingelser er opfyldt:

a) de kriterier, der anvendes til at fastsætte kategorier, er baseret på elementer, der er faktuelle, let verificerbare og tilstrækkeligt generelle til at kunne anvendes på en kundegruppe

b) den margen for markedsdata, der er fastsat i overensstemmelse med artikel 3, er den samme for alle kunder i samme kategori

c) forskellene mellem kategorierne fremgår tydeligt, og kunderne er i stand til at forstå, hvilken kategori de tilhører

d) hver enkelt kunde kan kun være omfattet af én kategori.

2. Hvis der er flere og betydelige forskellige ekstraomkostninger ved levering af markedsdata til samme kunde, kan udbydere af markedsdata tilføje et tillæg til det gældende gebyr, der fastsættes ud fra de ekstraomkostninger, der er påløbet.

3. Udbydere af markedsdata må kun indrømme rabatter eller andre midlertidige gebyrnedsættelser, hvis disse rabatter eller nedsættelser er baseret på elementer, som er faktuelle, let verificerbare og tilstrækkeligt generelle til at gælde for mere end én kunde.

Artikel 6

Distributionskanaler

Udbydere af markedsdata skal sikre, at markedsdata, herunder tidsforskudte markedsdata, sendes gennem alle distributionskanaler på samme tid.

KAPITEL IV

OBJEKTIVE OG RIMELIGE AFTALEVILKÅR

Artikel 7

Fremlæggelse af oplysninger forud for aftaleindgåelse

1. Inden der indgås en markedsdataaftale, skal udbyderne af markedsdata efter anmodning fra markedsdatakunden give kunderne alle de oplysninger om de faktiske gebyrer og bestemmelser, der gælder for disse kunder, og som er nødvendige for at kunne sammenligne de markedsdatatilbud, der er tilgængelige på markedet, og træffe en informeret beslutning om, hvorvidt der skal indgås en markedsdataaftale.

2. De i stk. 1 omhandlede oplysninger skal være i overensstemmelse med de gebyrer, der fremgår af markedsdatapolitikken.

Artikel 8

Rimelige vilkår

1. Markedsdataaftalen skal skabe balance mellem parternes rettigheder og forpligtelser i henhold til aftalen og skal opfylde kravene om god tro.

2. Parterne i markedsdataaftalen skal afholde sig fra at fremsætte omfattende eller hyppige anmodninger eller foretage omfattende eller hyppige fremlæggelser af oplysninger, som ikke er nødvendige for en korrekt gennemførelse af aftalen, eller udøve andre former for praksis, som medfører uberettigede ekstraomkostninger for en af parterne.

Artikel 9

Aftalevilkår

1. Markedsdataaftalen skal på en klar og koncis måde præcisere vilkårene og betingelserne for levering af markedsdata og gøre det let for kunden at forstå de forpligtelser og rettigheder, der følger af denne aftale.

2. Der skal i markedsdataaftalen benyttes klare og forståelige definitioner og udtryk og den terminologi, der er anvendt i markedsdatapolitikken, som fastsat i artikel 18.

Artikel 10

Vilkårenes overensstemmelse med markedsdatapolitikken

Udbydere af markedsdata skal sikre, at vilkårene i markedsdataaftalens er i overensstemmelse med de oplysninger, der er fremlagt i den offentliggjorte markedsdatapolitik.

Artikel 11

Tillægsgebyrer

Vilkår og betingelser i markedsdataaftaler, som kan medføre tillægsgebyrer eller gebyrstigninger, herunder inflationsrelaterede justeringer, skal klart oplyses i markedsdataaftalen.

Artikel 12

Gebyrer pr. kunde

1. Udbydere af markedsdata skal indføre ordninger, der sikrer, at der kun én gang opkræves gebyr for en enkelt levering af markedsdata.

2. Med henblik herpå skal udbydere af markedsdata, hvis der er indhentet markedsdata gennem flere udbydere af markedsdata eller videredistributører, give mulighed for kun at opkræve gebyrer én gang pr. kunde for samme levering af markedsdata.

Artikel 13

Forpligtelse til at levere data i ubunden form

Udbydere af markedsdata må ikke lade leveringen af markedsdata være bundet til andre tjenester.

Artikel 14

Sanktioner

1. Udbydere af markedsdata skal i markedsdataaftalen klart angive overtrædelser af de rettigheder og forpligtelser, der følger af denne aftale, og for hvilke der kan pålægges sanktioner.

2. Sanktionernes beløbsmæssige størrelse må ikke i urimelig grad overstige de gebyrer, som kunden ville have betalt, hvis denne havde overholdt markedsdataaftalen.

3. En anmodning om betaling af et strafgebyr kan kun fremsættes inden for et rimeligt tidsrum efter det tidspunkt, hvor overtrædelsen fandt sted, som ikke må overstige fem år fra den dato, hvor der gives meddelelse om en revision, og anmodningen skal være baseret på klare beviser for overtrædelsen.

Artikel 15

Aftalebestemmelser om revision

Hvis udbyderen af markedsdata i henhold til markedsdataaftalen kan anmode om revisioner for at fastslå, om der er sket en overtrædelse af markedsdataaftalen, skal vilkårene i markedsdataaftalen sikre, at:

a) anmodningen om revision er baseret på specifikke og troværdige indikationer på en potentiel overtrædelse, der er sket højst fem år forud for den dato, hvor der blev givet meddelelse om revision

b) de dokumenter og oplysninger, som markedsdatakunden anmodes om at fremlægge, er begrænset til, hvad der er nødvendigt for at indsamle bevismateriale vedrørende den påståede overtrædelse.

Artikel 16

Ensidige ændringer af gebyrer og betingelser

1. Hvis vilkårene og betingelserne i markedsdataaftalen gør det muligt for udbyderen af markedsdata at foretage ensidige ændringer af gebyrerne eller betingelserne for levering af markedsdata, skal en sådan ændring meddeles markedsdatakunden mindst 90 dage før den pågældende ændring træder i kraft.

2. Hvis de i stk. 1 omhandlede ændringer resulterer i mindre gunstige gebyrer og betingelser for markedsdatakunden, har denne ret til at trække sig ud af markedsdataaftalen uden at blive pålagt yderligere gebyrer eller sanktioner. Denne rettighed skal præciseres i markedsdataaftalen.

KAPITEL V

INDHOLD AF, FORMAT FOR OG TERMINOLOGI I MARKEDSDATAPOLITIKKERNE

Artikel 17

Oplysninger, der skal indgå i markedsdatapolitikken

1. Udbydere af markedsdata skal stille en markedsdatapolitik til rådighed for offentligheden, som indeholder alle oplysninger med relevans for udbuddet af markedsdata, i klare og utvetydige vendinger. Sådanne oplysninger skal omfatte:

a) oversigten over gebyrer for levering af markedsdata

b) vilkårene og betingelserne for levering af markedsdata, herunder enhver indirekte tjenesteydelse, der er nødvendig for at få adgang til markedsdataene

c) vilkårene og betingelserne for den i artikel 15 omhandlede revision.

2. De oplysninger om udbud af markedsdata, der fremlægges i markedsdatapolitikken, skal gøre det muligt for markedsdatakunder at forstå de gebyrer, vilkår og betingelser, der gælder herfor, inden der indgås en markedsdataaftale.

Artikel 18

Terminologi i markedsdatapolitikker

Ud over de relevante definitioner i artikel 1 skal udbydere markedsdataudbydere gøre brug af følgende terminologi i deres markedsdatapolitik og gebyroversigter:

a) »tællingsenhed«: for at angive den enhed, der anvendes til at måle niveauet for levering af markedsdata, der skal faktureres til markedsdatakunden, og som anvendes til gebyrformål. Hvis det er relevant, kan tællingsenheden sondre mellem viste data og ikkeviste data eller andre datatyper

b) »erhvervskunde«: for at angive en kunde, der driver en reguleret finansiel tjenesteydelse, udøver en reguleret finansiel aktivitet eller leverer en tjenesteydelse til tredjeparter

c) »ikkeerhvervskunde«: for at angive en kunde, der ikke opfylder definitionen af erhvervskunde i litra b)

d) »viste data«: for at angive de markedsdata, der leveres gennem support fra en monitor eller en skærm, og som er menneskeligt læsbare

e) »ikkeviste data«: for at angive alle de markedsdata, der ikke opfylder definitionen af viste data i litra d)

f) »historiske data«: for at angive markedsdata, der vedrører en periode, der ligger forud for den foregående arbejdsdag, og som udbyderen af markedsdata arkiverer og lagrer.

Artikel 19

Tilgængeligt format for markedsdatapolitikker

1. Udbydere af markedsdata skal gøre markedsdatapolitikken tilgængelig på deres websteder på et gratis, ikkediskriminerende og lettilgængeligt grundlag. Hvis markedsdatapolitikken består af mere end ét dokument, skal udbydere af markedsdata klart angive dette og gøre alle dokumenter i markedsdatapolitikken tilgængelige gennem ét enkelt sted på deres websted.

2. Udbydere af markedsdata skal gøre markedsdatapolitikker for de foregående fem år tilgængelige på deres websteder på et gratis, ikkediskriminerende og lettilgængeligt grundlag og sikre, at dato og tidspunkt for offentliggørelse og anvendelse af disse markedsdatapolitikker er klart angivet.

Artikel 20

Tællingsenhed

1. Udbydere af markedsdata skal angive gebyret for markedsdata pr. tællingsenhed for at måle leveringen af markedsdata i deres markedsdatapolitik og i modellen i bilag I.

2. Den tællingsenhed, som en udbyder af markedsdata anvender til markedsdata, skal være unik for hver markedsdatatype, herunder, hvis det er relevant, viste data og ikkeviste data, og være baseret på omkostningerne ved at udarbejde og formidle denne markedsdatatype.

Artikel 21

Format for offentliggørelse af markedsdatapolitik

1. Udbydere af markedsdata skal offentliggøre markedsdatapolitikken ved at benytte modellen i bilag I. Denne model må ikke benyttes til andre oplysninger.

2. I markedsdatapolitikken skal udbydere af markedsdata fremlægge oplysninger på en konsekvent måde og med samme detaljeringsgrad og sikre, at tilbud til markedsdatakunder let kan sammenlignes. Oplysninger om før- og efterhandelsdata skal fremlægges særskilt.

Artikel 22

Oplyste omkostninger

1. Udbydere af markedsdata skal i markedsdatapolitikken medtage en sammenfatning af, hvordan gebyrniveauet for markedsdata blev fastsat, og en mere detaljeret redegørelse for den anvendte omkostningsberegningsmetode.

2. Redegørelsen for omkostningsberegningsmetoden skal som minimum indeholde en liste over alle de omkostningstyper, der indgår i gebyrerne for markedsdata, med eksempler på sådanne omkostninger og tildelingsprincipper og fordelingsnøgler for omkostninger, der deles med andre tjenesteydelser, som ikke har direkte tilknytning til udarbejdelse og formidling af markedsdata.

3. Udbydere af markedsdata skal oplyse, om de indregner en margen i gebyrerne for markedsdata, og redegøre for, hvordan de sikrer, at margenerne er rimelige.

4. Udbydere af markedsdata skal ajourføre de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, 2 og 3, umiddelbart efter at have afsluttet den revision, der er omhandlet i artikel 2, stk. 7.

KAPITEL VI

DATAADGANG, INDHOLD AF OG FORMAT FOR TIDSFORSKUDTE MARKEDSDATA

Artikel 23

Adgang til tidsforskudte markedsdata

Markedsoperatører og investeringsselskaber, der driver en markedsplads, APA'er og systematiske internalisatorer skal give enhver kunde adgang til tidsforskudte markedsdata på et ikkediskriminerende grundlag uden at stille krav om nogen form for registrering.

Artikel 24

Indhold af tidsforskudte markedsdata

Markedsoperatører og investeringsselskaber, der driver en markedsplads, APA'er og systematiske internalisatorer skal stille tidsforskudte markedsdata fra alle de systemer, de driver, til rådighed for offentligheden i overensstemmelse med følgende kriterier:

a) de tidsforskudte førhandelsmarkedsdata skal indeholde de aktuelle bedste købs- og salgskurser og markedsdybden ved disse bedste købs- og salgspriser

b) de tidsforskudte efterhandelsmarkedsdata skal indeholde alle relevante felter med henblik på efterhandelsgennemsigtighed, jf. Kommissionens delegerede forordning (EU) 2017/587 ([8]) og (EU) 2017/583 ([9]), og ingen andre felter.

Artikel 25

Format for tidsforskudte markedsdata

Markedsoperatører og investeringsselskaber, der driver en markedsplads, APA'er og systematiske internalisatorer skal stille tidsforskudte markedsdata til rådighed i et format, der er tilpasset kundernes behov, i et tilstrækkeligt tidsrum som følger:

a) de tidsforskudte førhandelsmarkedsdata skal gøres tilgængelige i et maskinlæsbart og menneskeligt læsbart format til og med den følgende arbejdsdag

b) de tidsforskudte efterhandelsmarkedsdata skal leveres i et maskinlæsbart og menneskeligt læsbart format og stilles til rådighed i almindeligt anvendte programmer, som gør det muligt for kunderne at automatisere dataudtræk.

Med henblik på litra b) skal tidsforskudte efterhandelsdata gøres tilgængelige for alle handlede instrumenter eller for en instrumentkategori i samme fil, som kun skal omfatte de tidsforskudte markedsdata. Dataene for hver handelsdag skal gøres tilgængelige i samme fil.

([8]) Kommissionens delegerede forordning (EU) 2017/587 af 14. juli 2016 om supplerende regler til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 600/2014 om markeder for finansielle instrumenter for så vidt angår reguleringsmæssige tekniske standarder for gennemsigtighedskrav for markedspladser og investeringsselskaber med hensyn til aktier, depotbeviser, exchange-traded funds, certifikater og andre lignende finansielle instrumenter og kravet om, at transaktioner i visse aktier skal gennemføres via en markedsplads eller en systematisk internalisator (EUT L 87 af 31.3.2017, s. 387, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/587/oj).

([9]) Kommissionens delegerede forordning (EU) 2017/583 af 14. juli 2016 om supplerende regler til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 600/2014 om markeder for finansielle instrumenter for så vidt angår reguleringsmæssige tekniske standarder for gennemsigtighedskrav for markedspladser og investeringsselskaber med hensyn til obligationer, strukturerede finansielle produkter, emissionskvoter og derivater (EUT L 87 af 31.3.2017, s. 229, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/583/oj).

Den daglige fil, der er omhandlet i andet afsnit, skal ajourføres hvert minut. Hvis tidsrummet mellem de indberettede data overstiger ét minut, skal filen ajourføres, så snart markedsdataene opfylder betingelserne for offentliggørelse som tidsforskudte markedsdata. Den daglige fil skal som minimum gøres tilgængelig til og med den næste arbejdsdag, således at markedsdatakunder kan foretage dataudtræk.

KAPITEL VII

INDHOLD AF, FORMAT FOR OG TERMINOLOGI I DE OPLYSNINGER, DER SKAL FORELÆGGES FOR DE KOMPETENTE MYNDIGHEDER

Artikel 26

Oplysning, der skal forelægges for de kompetente myndigheder

1. Udbydere af markedsdata skal efter anmodning forelægge oplysningerne om de samlede omkostninger og rimelige margener, jf. kapitel II, ved anvendelse af modellen i bilag II, for de kompetente myndigheder.

2. De oplysninger, der skal forelægges for de kompetente myndigheder, skal indeholde:

a) nærmere oplysninger med henblik på identifikation af udbyderen af markedsdata og, hvis det er relevant, den koncern, som den pågældende udbyder af markedsdata tilhører

b) nærmere oplysninger om den markedsdatatype, der udbydes

c) nærmere oplysninger om de samlede omkostninger, herunder følgende elementer:

   i) en beskrivelse af de vigtigste infrastrukturer, som udbyderen af markedsdata gør brug af

   ii) de dele af den pågældende infrastruktur, som har relevans for beregningen af de samlede omkostninger

   iii) en nærmere angivelse af omkostningstal, der kan henføres til udarbejdelse og formidling af markedsdata

d) den anvendte rimelige margen

e) redegørelser for, hvordan gebyrernes beløbsmæssige størrelse fastsættes

f) hvis der gøres brug af gebyrforskelle, en redegørelse for, hvordan omkostninger og marginer fordeles mellem de forskellige kategorier af markedsdatakunder, hvis det er relevant

g) alle andre oplysninger eller al anden dokumentation eller begge dele, som kan anses for at være relevant for den kompetente myndighed, når de samlede omkostninger og rimelige margener tages i betragtning.

KAPITEL VIII

AFSLUTTENDE BESTEMMELSER

Artikel 27

Overgangsforanstaltninger

For markedsoperatører og investeringsselskaber, der driver en markedsplads, APA'er og systematiske internalisatorer, som er meddelt tilladelse før den 23. november 2025, finder denne forordning anvendelse fra den 23. august 2026.

Artikel 28

Ikrafttræden

Denne forordning træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 12. juni 2025.

På Kommissionens vegne
Ursula VON DER LEYEN
Formand

BILAG I

Model til offentliggørelse af markedsdatapolitik

<table>
<tr><th>Retsgrundlag</th><th colspan="4">Indhold</th></tr>
<tr><td>Denne forordnings artikel 17</td><td colspan="4">Markedsdatapolitik: årstal ÅÅÅÅ</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="4">[Indsæt link til:
i) oversigten over gebyrer for levering af markedsdata
ii) vilkårene og betingelserne for levering af markedsdata, herunder enhver indirekte tjenesteydelse, der er nødvendig for at få adgang til markedsdataene
iii) vilkårene og betingelserne for den i artikel 15 omhandlede revision.]</td></tr>
<tr><td>Denne forordnings artikel 5 og 20</td><td colspan="4">[Indsæt et en overordnet sammenfatning af de gebyrer, der tilbydes i gebyroversigten. Gebyroversigten bør indeholde følgende poster:
i) gebyrer pr. tællingsenhed for før- og efterhandelsmarkedsdata
ii) kundekategorier og de kriterier, der er anvendt til at fastsætte kategorierne
iii) rabatpolitikker
iv) gebyrer for andre undergrupper af oplysninger, herunder de oplysninger, der er påkrævet efter oplysningernes detaljeringsgrad, jf. Kommissionens delegerede forordning (EU) 2017/572
v) andre aftalevilkår og -betingelser.
Eventuelle ændringer af prislisten bør angives tydeligt, og der bør redegøres herfor.]</td></tr>
<tr><td>Denne forordnings artikel 16</td><td colspan="4">Forudgående fremlæggelse med en minimumsfrist på tre måneder for meddelelse af fremtidige gebyrændringer, som træder i kraft den DD/MM/ÅÅÅÅ [Her indsættes et link til den fremtidige gebyroversigt med datoen for ikrafttræden].</td></tr>
<tr><td>Artikel 13, stk. 1, i forordning (EU) nr. 600/2014</td><td colspan="4">Oplysninger om indhold af markedsdata
Pågældende periode: 1.1.ÅÅÅÅ – 31.12.ÅÅÅÅ</td></tr>
<tr><td></td><td>Aktivklasse</td><td>1) Antal omfattede instrumenter</td><td>2) Samlet omsætning for de omfattede instrumenter</td><td>3) Forhold mellem før- og efterhandelsmarkedsdata</td></tr>
<tr><td></td><td>Aktieinstrumenter (aktier, ETF'er, depotbeviser, certifikater, andre finansielle instrumenter, som ligner aktieinstrumenter)</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Obligationer</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>ETC'er ETN'er</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>SFP'er</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>securitiserede derivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>rentederivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>kreditderivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>aktiederivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>valutaderivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>emissionskvotederivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>C10-derivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>råvarederivater</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>CFD'er</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>emissionskvoter</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

Retsgrundlag	Indhold	
Denne forordnings artikel 22	**Oplyste omkostninger: årstal ÅÅÅÅ**	
	Oplysninger om, hvordan gebyrernes størrelse beregnes	[*Indsæt venligst sammenfatning om, hvordan gebyrernes størrelse beregnes*]
	Omkostningsberegnings-metoder	[*Indsæt venligst link til omkostningsberegningsmetoden*]
		1) Liste over omkostningstyper, jf. denne forordnings artikel 2
		2) Fordelingsnøgler (i %)
		3) Fordelingsprincipper
		4) Redegør for, hvorvidt der indgår en margen, og hvordan det sikres, at den er rimelig

BILAG II

Model for de oplysninger, der skal forelægges for de kompetente myndigheder i henhold til artikel 13, stk. 4, i forordning (EU) nr. 600/2014

AFDELING 1

Den udbyder af markedsdata, som indsender oplysninger

Tabel 1.A.

Almindelige oplysninger

Enhedens navn	*[Udbyderen af markedsdatas fulde navn, herunder:* — *den retlige form som angivet landeregistret i henhold til den ret, efter hvilken den er stiftet, hvis det er relevant, og* — *den kode, der betegner identifikatoren for juridiske enheder (LEI-koden), jf. ISO 17442 LEI-kode, hvis det er relevant]*
Adresse	*[Fuldstændig adresse (f.eks. gade, gadenummer, postnummer, by, stat/provins) og land.]*
Kontakt med henblik på yderligere anmodning om oplysninger	*[Person, der skal kontaktes hos udbyderen af markedsdata, i forbindelse med oplysninger vedrørende denne model (f.eks. CFO) og relevante kontakt oplysninger:* — *for- og efternavn(e)* — *kontaktpersonens stilling hos udbyderen af markedsdata* — *arbejdsmail.]*

Tabel 2.B.

Koncernoplysninger

Er enheden del af en koncern?	☐ Ja ☐ Nej
Hvis der svares ja, er enheden da den eneste enhed i koncernen, som afholder omkostninger ved udarbejdelse og formidling af data?	☐ Ja ☐ Nej
Hvis der svares nej, angives det, hvilken anden enhed i koncernen der afholder omkostninger ved udarbejdelse og formidling af data.	*[Enhedens fulde navn, herunder:* — *den retlige form som angivet landeregistret i henhold til den ret, efter hvilken den er stiftet, hvis det er relevant, og* — *den kode, der betegner identifikatoren for juridiske enheder (LEI-koden), jf. ISO 17442 LEI-kode, hvis det er relevant.* — *fuldstændig adresse (f.eks. gade, gadenummer, postnummer, by, stat/provins) og land.]*

AFDELING 2

Oplysninger om leverede data

Udbudte data	Link til den markedsdatapolitik, der fremgår af webstedet i henhold til [artiklerne om leverede data] [AFDELING A i markedsdatapolitikken]
Typen af udbudte data	Angiv nærmere den udbudte markedsdatatype ☐ Hele ordrebogen ☐ Øverste del af ordrebogen ☐ Seneste salg ☐ Ubalance mellem købs- og salgsordrer ☐ Andre, angives nærmere:

AFDELING 3

Omkostninger

3.A. *Generel systembeskrivelse*

Giv en kort illustration af systemet og processerne for udarbejdelse og formidling af markedsdata

3.B. *Komponenter, der indgår i beregningen af omkostninger ved markedsdata*

Idet der tages hensyn til systemet, således som det er beskrevet, angives de **komponenter** i det pågældende system, som indgik i beregningen af omkostninger ved markedsdata, og de kriterier, der blev anvendt til at identificere disse komponenter.

3.C. *Omkostninger ved markedsdata*

Nedenfor angives de nødvendige omkostninger ved udarbejdelse af data, beregnet i løbet af regnskabsåret pr. komponent (kategorien i artikel 2)

IKKEDELTE OMKOSTNINGER

Infrastruktur — herunder fysiske aktiver, softwarelicenser og leasede tjenesteydelser, der er nødvendige for udarbejdelse og formidling af markedsdata

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger

Konnektivitet — herunder fysiske aktiver, softwarelicenser og leasede tjenesteydelser, som garanterer konnektivitet, der er nødvendig for udarbejdelse og formidling af markedsdata

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger

Omkostninger, der kan henføres til personale med ansvar for udarbejdelse og formidling af markedsdata

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger

Finansielle omkostninger — herunder afskrivninger, amortiseringer og kapitalomkostninger

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger

Andet

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger

DELTE OMKOSTNINGER

Infrastruktur — herunder fysiske aktiver, softwarelicenser og leasede tjenesteydelser, der er nødvendige for udarbejdelse og formidling af markedsdata

Komponent (som angivet i 3.B.)	Samlede omkostninger	Procentvis fordeling med henblik på markedsdata	Begrundelse for fordelingen

Konnektivitet — herunder fysiske aktiver, softwarelicenser og leasede tjenesteydelser, som garanterer konnektivitet, der er nødvendig for udarbejdelse og formidling af markedsdata

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger	Procentvis fordeling med henblik på markedsdata	Begrundelse for fordelingen

Omkostninger, der kan henføres til personale med ansvar for udarbejdelse og formidling af markedsdata

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger	Procentvis fordeling med henblik på markedsdata	Begrundelse for fordelingen

Finansielle omkostninger, der følger af ovenstående kategorier — herunder afskrivninger, amortiseringer og kapitalomkostninger

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger	Procentvis fordeling med henblik på markedsdata	Begrundelse for fordelingen

Øvrige

Komponent (som angivet i 3.B.)	Omkostninger	Procentvis fordeling med henblik på markedsdata	Begrundelse for fordelingen

Tabel over deraf følgende dataomkostninger, beregnet i løbet af dataudbyderens regnskabsår

Omkostningstyper	Værdi
Ikkedelte omkostninger	
Delte omkostninger	
I ALT	

AFDELING 4

Kundekategorier

Offentliggjorte gebyrer	[*Her indsættes et link til den markedsdatapolitikken, således som den fremgår på udbyderen af markedsdatas websted*]
Gør du brug af gebyrforskelle for de udbudte data, dvs. inddeler du kunderne i kategorier?	☐ Ja ☐ Nej
Hvis der svares ja, hvad er da kriterierne for kategorisering af kunder?	
Hvor mange kundekategorier er der, og hvor mange kunder indgår der som regel i hver kategori?	# kategorier # i kategori 1 # i kategori 2 [*tilføj efter behov*]

AFDELING 5

Rimelig margen

Margen pr. kundekategori

Kundekategori	Margen udtrykt i absolutte tal, beregnet som driftsresultat	Margen udtrykt som en procentdel af de samlede dataomkostninger	Margenens rimelighed [*redegør venligst for de elementer, der taget i betragtning ved beregning af margenen*]
[*tilføj efter behov*]			
I ALT			Ikke relevant

Procentvis ændring af margenen i forhold til det foregående år

Kundekategori	Procentvis ændring	Begrundelse
[*tilføj efter behov*]		

AFDELING 6

Årlige omkostninger, margen og sanktioner

6.A. *Margen for markedsdata*

Regnskabsår	Samlede årlige ([1]) omkostninger	Samlet årlig margen	Samlede gebyrer pr. år ([2])	Gennemsnitsmargen angivet i %	Samlede sanktioner

([1]) Ved »årlig« forstås regnskabsåret.
([2]) Ved »gebyrer pr. år« forstås summen af alle de fakturaer for markedsdata, som er udsted i løbet af det pågældende regnskabsår.

6.B. *Markedsdata i sammenligning med den samlede margen*

Kun for udbydere af markedsdata som omhandlet i artikel 3, stk. 2, litra c)

Regnskabsår	Samlede årsindtægter i den koncern, som dataudbyderen er del af.	Samlet årlig margen i den koncern, som dataudbyderen er del af.	Margen angivet i %	Gennemsnitsmargen for markedsdata angivet i % (tabel 6.A.)

Hvordan er den margen, der er beregnet for udarbejdelse og formidling af markedsdata, i sammenligning med den samlede margen for dine erhvervsaktiviteter?	

AFDELING 7

Supplerende oplysninger

Ønsker du at indsætte eventuelle supplerende oplysninger?	☐ Ja ☐ Nej
Hvis der svares ja, beskrives de her.	
Angiv venligst eventuelle andre dokumenter, som er vedlagt denne meddelelse.	