Jornal Oficial
da União Europeia

PT
Série L

2025/1156

3.11.2025

REGULAMENTO DELEGADO (UE) 2025/1156 DA COMISSÃO

de 12 de junho de 2025

que complementa o Regulamento (UE) n.º 600/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho no que respeita às normas técnicas de regulamentação sobre a obrigação de disponibilizar dados de mercado ao público em condições comerciais razoáveis

(Texto relevante para efeitos do EEE)

A COMISSÃO EUROPEIA,

Tendo em conta o Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia,

Tendo em conta o Regulamento (UE) n.º 600/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de maio de 2014, relativo aos mercados de instrumentos financeiros e que altera o Regulamento (UE) n.º 648/2012 ([1]), nomeadamente o artigo 13.º, n.º 5, quarto parágrafo,

Considerando o seguinte:

(1) A fim de assegurar que os dados de mercado são fornecidos em condições comerciais razoáveis, com condições contratuais imparciais e justas e de forma uniforme em toda a União, é necessário especificar as condições que os operadores de mercado e as empresas de investimento que operam uma plataforma de negociação, os sistemas de publicação autorizados («APA»), os prestadores de informação consolidada («CTP») e os internalizadores sistemáticos devem cumprir. As condições contratuais devem assegurar que a obrigação de fornecer dados de mercado em condições comerciais razoáveis é suficientemente clara e é aplicada de forma eficaz e uniforme, tendo simultaneamente em conta os diferentes modelos operacionais e estruturas de custos dos operadores de mercado e das empresas de investimento que operam uma plataforma de negociação, sistemas de publicação autorizados, prestadores de informação consolidada e internalizadores sistemáticos.

(2) A fim de assegurar que os dados de mercado são fornecidos em condições comerciais razoáveis, é necessário especificar a forma como são calculados os custos que lhes são imputáveis. O cálculo dos custos imputáveis aos dados de mercado deve incluir apenas os custos diretamente associados à produção e divulgação de dados de mercado. Para efetuar esse cálculo, os custos devem ser categorizados, distinguindo entre os custos relacionados com a infraestrutura utilizada para efeitos de produção e divulgação de dados de mercado, os ativos físicos e o software utilizados para permitir a conectividade necessária para a produção e divulgação de dados de mercado, os custos de pessoal, os custos financeiros e outros custos, incluindo os custos administrativos dedicados à produção e divulgação de dados de mercado. A fim de garantir que não se procede a uma dupla contabilização dos custos, os custos relativos à produção e divulgação de dados de mercado devem ser afetados, com base na natureza de cada fator de custo, exclusivamente a uma única categoria de custos. Os custos de auditoria não devem ser incluídos na afetação dos custos de produção e divulgação de dados de mercado.

(3) Os fornecedores de dados de mercado, em especial as plataformas de negociação, oferecem frequentemente uma variedade de serviços para além do fornecimento de dados de mercado. Por conseguinte, essas entidades incorrem em custos diversos que abrangem categorias como a tecnologia, infraestruturas, desenvolvimento de software, vendas e *marketing*, análise, investigação quantitativa, operações ou garantia da conformidade. A fim de estabelecer comissões para os dados de mercado em condições comerciais razoáveis, é importante diferenciar, por exemplo, os custos atribuíveis à atividade principal de reunir os compradores e vendedores dos custos diretamente imputáveis à produção e divulgação de dados de mercado.

(4) Em alguns casos, os ativos físicos, o software, o pessoal e os serviços administrativos podem ser parcialmente utilizados para a produção de outros serviços não diretamente relacionados com a produção e divulgação de dados de mercado. Deste modo, é necessário repartir os custos imputáveis aos recursos partilhados com base numa metodologia clara, especificando em que medida cada recurso contribui para a produção e divulgação de dados de mercado. Os custos financeiros decorrentes de recursos partilhados devem também ser repartidos, com base na sua afetação à produção e divulgação de dados de mercado. A metodologia utilizada para a repartição dos custos deve ser revista anualmente, a fim de garantir a sua exatidão. Os fornecedores de dados de mercado devem fornecer à autoridade competente relevante elementos comprovativos da metodologia escolhida e das respetivas alterações.

([1]) JO L 173 de 12.6.2014, p. 84, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2014/600/oj.

(5) A margem incluída nas comissões aplicáveis aos dados de mercado deve ser estabelecida de modo a encontrar um equilíbrio entre a necessidade de assegurar que a produção e divulgação de dados de mercado continuam a ser atividades comercialmente viáveis para os fornecedores de dados de mercado e a necessidade de assegurar um acesso tão amplo quanto possível aos dados de mercado. Para os prestadores de informação consolidada, que serão estabelecidos nos próximos anos, a margem deve ser suficiente para apoiar o investimento na criação e na viabilidade comercial durante o período necessário para que as suas atividades atinjam a maturidade.

(6) A fim de assegurar que os dados de mercado são fornecidos em condições comerciais razoáveis, é necessário especificar a forma como devem ser determinadas as margens a integrar nas comissões aplicáveis aos dados de mercado. Em especial, a margem deve ser o resultado de exploração obtido pelo fornecedor de dados de mercado após subtração às suas receitas de todas as despesas relacionadas com a produção e divulgação de dados de mercado. Essas despesas devem incluir os custos operacionais, como as infraestruturas, os ativos utilizados para efeitos de conectividade, o pessoal dedicado à produção e divulgação de dados de mercado e as despesas financeiras. De modo a aumentar a transparência, a margem deve ser expressa em percentagem dos custos.

(7) A fim de assegurar que a margem incluída nas comissões relativas aos dados de mercado é razoável, é necessário especificar que essa margem não deve ser desproporcionada, quando comparada com os custos suportados para a produção e divulgação de dados de mercado, e que deve ser alinhada com as margens aplicáveis à atividade global que o fornecedor de dados de mercado desenvolve.

(8) A fim de assegurar a não discriminação entre os clientes, os fornecedores de dados de mercado devem ter capacidades adaptáveis para conceder acesso atempado aos dados de mercado a todos os clientes.

(9) Nos últimos anos, a possibilidade de aplicar diferenciais de comissões proporcionais ao valor que os dados de mercado representam para o cliente levou à criação de várias categorias de clientes que foram aplicadas simultaneamente ao mesmo cliente, com a consequente duplicação das comissões.

(10) A fim de assegurar que os dados de mercado são fornecidos em condições comerciais razoáveis, os fornecedores de dados de mercado devem poder estabelecer categorias de clientes com base em elementos factuais, incluindo a utilização ou a dimensão do cliente. A categorização dos clientes deve permitir que os fornecedores de dados de mercado tratem de forma diferente clientes que apresentem características factuais diferentes. Os clientes pertencentes a uma categoria devem ser claramente distinguíveis dos clientes de outras categorias por um ou mais elementos distintivos. Um cliente deve pertencer a apenas uma categoria. Os fornecedores de dados de mercado podem, por exemplo, criar uma categoria de clientes separada para os redistribuidores de dados ou para os clientes profissionais ou não profissionais. Os critérios utilizados para estabelecer as categorias de clientes devem ser suficientemente gerais para serem aplicáveis a um grupo de clientes. Por conseguinte, a categorização deve resultar num número limitado de categorias.

(11) A fim de assegurar que os dados de mercado são fornecidos em condições comerciais razoáveis, as comissões cobradas aos clientes pertencentes a uma determinada categoria devem ser estabelecidas com base nos custos suportados para fornecer dados a esses clientes e numa margem razoável, expressa em percentagem dos custos, que deve ser homogénea entre os clientes pertencentes à mesma categoria. Os fornecedores de dados de mercado podem cobrar comissões diferentes por diferentes tipos de dados (por exemplo, dados afixados e não afixados) com base nas diferenças nos custos de produção e divulgação desses tipos de dados.

(12) Nos últimos anos, foram identificadas várias questões relacionadas com termos e condições inseridos em acordos sobre dados de mercado em detrimento dos interesses dos clientes. Algumas dessas questões dizem respeito à prática dos fornecedores de dados de mercado de imporem aos clientes de dados de mercado obrigações administrativas onerosas, nomeadamente através de pedidos frequentes e pormenorizados sobre a utilização dos dados de mercado. Outras práticas incluem a utilização de linguagem ambígua nos acordos sobre dados de mercado ou alterações frequentes que obrigam o cliente a mobilizar recursos para interpretar ou rever o acordo. Por vezes, os clientes de

dados de mercado têm sido obrigados a apagar dados históricos dos seus sistemas aquando da rescisão do contrato, a pagar comissões por localização ou foram desnecessariamente restringidos na forma como poderiam utilizar os dados de mercado. Tais práticas correm o risco de implicar custos injustificados de acesso aos dados de mercado. Por conseguinte, para que os termos e condições sejam justos e imparciais, tais práticas devem ser proibidas. Os requisitos em matéria de cláusulas contratuais justas e imparciais previstos no presente regulamento devem complementar as outras disposições aplicáveis do direito da União, em especial o Regulamento (UE) 2023/2854 do Parlamento Europeu e do Conselho ([2]) (Regulamento dos Dados), bem como outra regulamentação relativa à proteção dos consumidores, incluindo a Diretiva 93/13/CEE ([3]) do Conselho (Diretiva Cláusulas Abusivas).

(13) A fim de reforçar a transparência, os fornecedores de dados de mercado devem assegurar que os termos e condições para o fornecimento de dados de mercado são especificados de forma clara e concisa. Tal implica que os termos e condições sejam compreensíveis pelos clientes de forma autónoma, sem fazer referência a outros documentos, a menos que esses documentos sejam claramente identificados e fáceis de obter pelos clientes.

(14) A fim de dar ao cliente tempo suficiente para compreender uma alteração introduzida no acordo sobre dados de mercado, bem como comparar e refletir sobre outras ofertas disponíveis no mercado, caso os acordos sobre dados de mercado permitam alterações unilaterais, os fornecedores de dados de mercado devem notificar o cliente dessas alterações com 90 dias de antecedência. Deste modo, para evitar alterações unilaterais que criem resultados onerosos para o cliente de dados de mercado, nomeadamente alterações que resultem num aumento das comissões, o acordo deve conferir ao cliente o direito de rescindir o contrato quando tais alterações unilaterais ocorrerem, sem incorrerem em quaisquer sanções. A possibilidade de rescindir e renovar o acordo sobre dados de mercado não deve ser utilizada pelos fornecedores de dados de mercado para contornar a aplicação das salvaguardas pertinentes em caso de alterações unilaterais do contrato.

(15) A fim de evitar que sejam cobrados múltiplos encargos ao cliente pelo mesmo fornecimento de dados de mercado quando este os compra a diferentes fornecedores e vendedores, e quando solicitado pelo cliente, os dados de mercado devem ser fornecidos cliente a cliente. Os prestadores de informação consolidada recolhem dados das plataformas de negociação e dos sistemas de publicação aprovados e consolidam esses dados num fluxo eletrónico contínuo de dados em direto que fornece dados de base do mercado e dados regulamentares. Por conseguinte, o fornecimento desses dados por prestadores de informação consolidada deve ser considerado distinto do fornecimento de dados de mercado pelas plataformas de negociação e pelos sistemas de publicação autorizados. Deste modo, os prestadores de informação consolidada devem poder cobrar uma comissão ao seu cliente mesmo nos casos em que esse cliente também deva pagar pelos dados de mercado a uma plataforma de negociação ou sistema de publicação autorizado.

(16) A fim de permitir que os clientes dos dados de mercado possam obter esses mesmos dados sem ter de adquirir outros serviços, os dados de mercado devem ser oferecidos separadamente de outros serviços.

(17) Os termos e condições relativos às sanções e auditorias foram reconhecidos como excessivamente onerosos para os clientes de dados de mercado, contribuindo assim para o aumento do custo dos dados de mercado para além do custo de produção, divulgação e de uma margem razoável. A fim de evitar sanções injustificadas, estas só devem ser impostas com base em provas de infração ao acordo sobre dados de mercado. Assim sendo, as sanções não devem ser excessivamente onerosas e a sua dimensão deve basear-se no montante que o cliente teria pago caso tivesse cumprido o acordo sobre dados de mercado. Além disso, a fim de permitir que o cliente tome medidas atempadas para evitar a repetição de infrações ao acordo sobre dados de mercado, o prestador de dados de mercado deve impor a sanção num prazo razoável a contar da ocorrência da infração. O prazo razoável não deve exceder cinco anos a contar da data de notificação da auditoria. Esse prazo está em conformidade com as obrigações de manutenção de registos das empresas de investimento estabelecidas no artigo 16.º da Diretiva 2014/65/UE do Parlamento Europeu e do Conselho ([4]).

([2]) Regulamento (UE) 2023/2854 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de dezembro de 2023, relativo a regras harmonizadas sobre o acesso equitativo aos dados e a sua utilização e que altera o Regulamento (UE) 2017/2394 e a Diretiva (UE) 2020/1828 (JO L, 2023/2854, 22.12.2023, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2023/2854/oj).

([3]) Diretiva 93/13/CEE do Conselho, de 5 de abril de 1993, relativa às cláusulas abusivas nos contratos celebrados com os consumidores (JO L 95 de 21.4.1993, p. 29, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/1993/13/oj).

([4]) Diretiva 2014/65/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de maio de 2014, relativa aos mercados de instrumentos financeiros e que altera a Diretiva 2002/92/CE e a Diretiva 2011/61/UE (JO L 173 de 12.6.2014, p. 349, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2014/65/oj).

(18) Atualmente, os acordos sobre dados de mercado preveem auditorias que são onerosas para os clientes de dados de mercado devido à sua frequência, à sua duração e ao ónus da prova que é exigido ao cliente de dados de mercado. Por conseguinte, a fim de assegurar que os acordos sobre dados de mercado são justos e imparciais, sempre que o acordo sobre dados de mercado preveja que o fornecedor de dados de mercado possa solicitar auditorias, os termos do acordo sobre dados de mercado devem exigir que a auditoria se baseie em indícios específicos e credíveis de uma potencial infração que tenha ocorrido não mais de cinco anos antes da data de notificação da auditoria. Além disso, a fim de atenuar os riscos de parcialidade e reforçar a equidade, os fornecedores de dados de mercado que realizam uma auditoria só devem poder exigir as informações necessárias para recolher provas relativas à alegada infração.

(19) A fim de permitir que os clientes e as autoridades competentes avaliem eficazmente se os dados de mercado são fornecidos em condições comerciais razoáveis, os fornecedores de dados de mercado devem divulgar todas as informações relevantes para a oferta de dados de mercado em termos claros e inequívocos. Essas informações devem permitir que os clientes e as autoridades competentes compreendam as políticas de dados de mercado, incluindo a forma como o nível das comissões aplicáveis aos dados de mercado é determinado, e devem ser fornecidas com um conteúdo, formato e terminologia uniformes. Os fornecedores de dados de mercado devem fornecer à autoridade competente, a pedido desta, as informações sobre os custos totais de produção e divulgação dos dados de mercado, incluindo uma margem razoável, utilizando um formato harmonizado.

(20) A fim de permitir que os clientes e as autoridades competentes compreendam a forma como as comissões são calculadas, a política de dados marcada deve indicar a unidade de contagem utilizada para faturar a comissão aos clientes. A unidade de contagem pode distinguir entre tipos de dados de mercado (por exemplo, dados afixados e não afixados) e deve ser única para o mesmo tipo de dados de mercado. A unidade de contagem deve estar relacionada com os custos sustentados para fornecer os dados de mercado.

(21) A fim de assegurar um processo de execução harmonioso e eficiente, é necessário estabelecer uma data de aplicação diferida, de maneira que os participantes no mercado autorizados tenham tempo suficiente para reformular, negociar e celebrar acordos revistos antes da data de entrada em vigor do presente regulamento, minimizando assim eventuais perturbações. Uma vez que atualmente não existem prestadores de informação consolidada autorizados e operacionais, não é necessária, nesse caso, uma data de aplicação diferida.

(22) O tratamento de dados pessoais para efeitos do presente regulamento deve ser efetuado em conformidade com a legislação da União em matéria de proteção dos dados pessoais. A este respeito, qualquer tratamento de dados pessoais efetuado pelas autoridades nacionais competentes em aplicação do presente regulamento deverá ser efetuado em conformidade com o Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho ([5]) e com os requisitos nacionais em matéria de proteção das pessoas singulares no que respeita ao tratamento dos dados pessoais. Qualquer tratamento de dados pessoais efetuado pela Autoridade Europeia dos Valores Mobiliários e dos Mercados (ESMA) em aplicação do presente regulamento deverá ser efetuado em conformidade com o Regulamento (UE) 2018/1725 do Parlamento Europeu e do Conselho ([6]).

(23) O presente regulamento tem por base os projetos de normas técnicas de regulamentação apresentados à Comissão pela ESMA.

(24) A ESMA realizou consultas públicas abertas sobre os projetos de normas técnicas de regulamentação em que se baseia o presente regulamento, analisou os potenciais custos e benefícios associados e solicitou o parecer do Grupo de Interessados do Setor dos Valores Mobiliários e dos Mercados criado em conformidade com o artigo 37.º do Regulamento (UE) n.º 1095/2010 do Parlamento Europeu e do Conselho ([7]).

([5]) Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados) (JO L 119 de 4.5.2016, p. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

([6]) Regulamento (UE) 2018/1725 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de outubro de 2018, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais pelas instituições e pelos órgãos e organismos da União e à livre circulação desses dados, e que revoga o Regulamento (CE) n.º 45/2001 e a Decisão n.º 1247/2002/CE (JO L 295 de 21.11.2018, p. 39, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

([7]) Regulamento (UE) n.º 1095/2010 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de novembro de 2010, que cria uma Autoridade Europeia de Supervisão (Autoridade Europeia dos Valores Mobiliários e dos Mercados), altera a Decisão n.º 716/2009/CE e revoga a Decisão 2009/77/CE da Comissão (JO L 331 de 15.12.2010, p. 84, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2010/1095/oj).

(25) A Autoridade Europeia para a Proteção de Dados foi consultada nos termos do artigo 42.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2018/1725 e apresentou observações formais em 17 de março de 2025,

ADOTOU O PRESENTE REGULAMENTO:

CAPÍTULO I

DEFINIÇÕES

Artigo 1.º

Definições

Para efeitos do presente regulamento, entende-se por:

a) «Cliente de dados de mercado», a pessoa singular ou coletiva que assina o acordo sobre dados de mercado e que é faturada pelas comissões de dados de mercado;

b) «Dados de mercado», as informações que os operadores de mercado e as empresas de investimento que operam uma plataforma de negociação, os sistemas de publicação autorizados, os prestadores de informação consolidada e os internalizadores sistemáticos publicam nos termos dos artigos 3.º e 4.º, dos artigos 6.º a 11.º-A e dos artigos 14.º, 20.º, 21.º, 27.º-G e 27.º-H do Regulamento (UE) n.º 600/2014;

c) «Dados de mercado diferidos», os dados de mercado disponibilizados 15 minutos após a publicação, nos termos do artigo 13.º, n.º 2, do Regulamento (UE) n.º 600/2014;

d) «Prestador de dados de mercado», um operador de mercado ou a uma empresa de investimento que opera uma plataforma de negociação, um sistema de publicação autorizado, um prestador de informação consolidada ou um internalizador sistemático que exerce uma atividade comercial de divulgação de dados de mercado a clientes;

e) «Custos totais», todos os custos suportados pelo fornecedor de dados de mercado diretamente relacionados com a produção e divulgação de dados de mercado;

f) «Resultado de exploração», o rendimento obtido pelo fornecedor de dados de mercado, subtraindo os custos totais às receitas geradas pela produção e divulgação de dados de mercado;

g) «Acordo sobre dados de mercado», qualquer acordo entre o fornecedor de dados de mercado e o cliente de dados de mercado para o fornecimento de dados de mercado e que reflita as informações e as comissões divulgadas na política de dados de mercado;

h) «Política de dados de mercado», um ou mais documentos do fornecedor de dados de mercado que contêm informações sobre o fornecimento de dados de mercado, em conformidade com o capítulo V do presente regulamento;

i) «Comissão por cliente», um modelo de cobrança de comissões por dados de mercado que permite aos clientes evitar a faturação múltipla caso os dados de mercado tenham sido obtidos através de múltiplos fornecedores de dados de mercado ou redistribuidores.

CAPÍTULO II

CÁLCULO DOS CUSTOS TOTAIS E DAS MARGENS DOS DADOS DE MERCADO

Artigo 2.º

Custos totais

1. Os fornecedores de dados de mercado devem calcular os custos totais suportados durante um exercício contabilístico. O cálculo dos custos totais deve incluir as seguintes categorias de custos:

a) Custos de infraestrutura imputáveis a ativos físicos, licenças de software e serviços alugados, ou quaisquer outras infraestruturas necessárias para a produção e divulgação de dados de mercado;

b) Custos de conectividade imputáveis a quaisquer ativos físicos, licenças de software e serviços alugados que assegurem a conectividade necessária para a produção e divulgação de dados de mercado;

c) Custos imputáveis ao pessoal dedicado à produção e divulgação de dados de mercado;

d) Custos financeiros, incluindo depreciação, amortização e custos de financiamento do capital afetado aos serviços de dados do mercado;

e) Outros custos, incluindo os custos administrativos necessários para a produção e divulgação de dados de mercado.

2. Os custos de infraestrutura partilhados com outros serviços não diretamente relacionados com a produção e divulgação de dados de mercado devem ser repartidos tendo em conta a utilização da infraestrutura em causa por cada serviço.

3. Os custos de conectividade partilhados com outros serviços não diretamente relacionados com a produção e divulgação de dados de mercado devem ser repartidos tendo em conta a utilização do quadro de conectividade pertinente por cada serviço.

4. Os custos imputáveis ao pessoal parcialmente dedicado à produção e divulgação de dados de mercado devem ser imputados tendo em conta a parte da atividade profissional desse pessoal relacionada com a produção e divulgação de dados de mercado.

5. Os custos financeiros resultantes das infraestruturas, da conectividade e do pessoal partilhados com outros serviços não diretamente relacionados com a produção e divulgação de dados de mercado devem ser repartidos tendo em conta a utilização dos ativos e serviços relevantes.

6. Os fornecedores de dados de mercado devem poder especificar quaisquer outros custos que afetem à produção e divulgação de dados de mercado e apresentar uma justificação para a inclusão desses custos.

7. Os fornecedores de dados de mercado devem rever anualmente a metodologia utilizada para a repartição dos custos a que se referem os n.os 2 a 6.

Artigo 3.º

Princípios para a fixação de uma margem razoável para os dados de mercado

1. A margem razoável para os dados de mercado deve ser equivalente aos resultados de exploração.

2. A margem razoável para os dados de mercado deve:

a) Ser estabelecida em percentagem dos custos totais;

b) Não exceder desproporcionadamente os custos totais;

c) Ser razoavelmente comparável aos resultados de exploração imputáveis à atividade global realizada pelo fornecedor de dados de mercado, no caso dos fornecedores de dados de mercado que oferecem diferentes serviços de produção e divulgação de dados de mercado.

3. A margem razoável deve ser alcançada através do estabelecimento de comissões aplicáveis aos dados de mercado que permitam o acesso aos dados ao maior número possível de clientes de dados de mercado.

CAPÍTULO III

ACESSO NÃO DISCRIMINATÓRIO

Artigo 4.º

Obrigação de fornecer dados de mercado numa base não discriminatória

1. Os fornecedores de dados de mercado devem conceder acesso aos dados de mercado numa base não discriminatória, no que respeita a comissões, termos e condições relacionados com o acesso, disposições técnicas e canais de distribuição.

2. Os fornecedores de dados de mercado devem aplicar a mesma tabela de comissões e os mesmos termos e condições de acesso aos dados de mercado a todos os clientes que solicitem acesso a dados de mercado.

3. Os fornecedores de dados de mercado devem dispor de capacidades moduláveis para assegurar que os clientes de dados de mercado obtêm acesso atempado aos dados de mercado em qualquer momento, de forma não discriminatória.

4. Os fornecedores de dados de mercado devem oferecer aos clientes o mesmo conjunto de opções no que respeita aos mecanismos técnicos e assegurar que tais mecanismos não discriminam nem criam qualquer vantagem ou desvantagem injusta.

5. Os fornecedores de dados de mercado devem poder justificar eventuais divergências nas soluções fornecidas para o acesso aos dados de mercado adotadas com base em condicionalismos técnicos válidos.

Artigo 5.º

Diferenciação entre comissões

1. Os fornecedores de dados de mercado só podem aplicar comissões diferenciadas se estas forem determinadas com base numa categorização dos clientes e desde que estejam preenchidas todas as seguintes condições:

a) Os critérios utilizados para estabelecer categorias baseiam-se em elementos factuais, facilmente verificáveis e suficientemente gerais para serem aplicáveis a um grupo de clientes;

b) A margem para os dados de mercado, estabelecida nos termos do artigo 3.º, é a mesma para todos os clientes da mesma categoria;

c) As diferenças entre categorias são claras e os clientes são capazes de compreender a categoria a que pertencem;

d) Só é aplicável uma categoria por cliente.

2. Caso existam custos adicionais múltiplos e significativos para o fornecimento de dados de mercado ao mesmo cliente, os fornecedores de dados de mercado podem aplicar um acréscimo à comissão aplicável, determinado pelos custos adicionais incorridos.

3. Os fornecedores de dados de mercado só podem conceder descontos ou outras reduções temporárias de comissões desde que esses descontos ou reduções se baseiem em elementos factuais, facilmente verificáveis e suficientemente gerais para se referirem a mais do que um cliente.

Artigo 6.º

Canais de distribuição

Os fornecedores de dados de mercado devem assegurar que os dados de mercado, incluindo os dados de mercado diferidos, são enviados simultaneamente através de todos os canais de distribuição.

CAPÍTULO IV

CLÁUSULAS CONTRATUAIS IMPARCIAIS E JUSTAS

Artigo 7.º

Prestação de informações pré-contratuais

1. Antes da celebração do acordo sobre dados de mercado, a pedido do cliente de dados de mercado, os fornecedores de dados de mercado devem fornecer aos clientes todas as informações sobre as comissões e disposições efetivamente aplicáveis a esses clientes que sejam necessárias para comparar as ofertas de dados de mercado disponíveis no mercado e tomar uma decisão informada sobre a celebração do acordo sobre dados de mercado.

2. As informações referidas no n.º 1 devem ser coerentes com as comissões apresentadas na política de dados de mercado.

Artigo 8.º

Condições equitativas

1. O acordo sobre dados de mercado deve alcançar um equilíbrio entre os direitos e as obrigações das partes decorrentes do contrato e respeitar os requisitos de boa-fé.

2. As partes no acordo sobre dados de mercado devem abster-se de apresentar pedidos extensos ou frequentes ou de fornecer informações que não sejam necessárias para a correta execução do contrato, bem como de outras práticas que resultem em custos adicionais injustificados para uma das partes.

Artigo 9.º

Cláusulas contratuais

1. O acordo sobre dados de mercado deve especificar de forma clara e concisa os termos e condições para o fornecimento de dados de mercado e permitir que o cliente compreenda facilmente as obrigações e os direitos desse acordo.

2. O acordo sobre dados de mercado deve utilizar definições e termos claros e compreensíveis e utilizar a terminologia da política de dados de mercado estabelecida no artigo 18.º.

Artigo 10.º

Conformidade das condições com a política de dados de mercado

Os fornecedores de dados de mercado devem assegurar que as condições do acordo sobre dados de mercado estão em conformidade com as informações fornecidas na política de dados de mercado publicada.

Artigo 11.º

Comissões adicionais

Os termos e condições dos acordos sobre dados de mercado que possam resultar num maior número de comissões, ou num aumento das comissões, incluindo os ajustes devidos à inflação, devem ser claramente divulgados no acordo sobre dados de mercado.

Artigo 12.º

Honorários por cliente

1. Os fornecedores de dados de mercado devem criar mecanismos para assegurar que uma única prestação de dados de mercado é cobrada apenas uma vez.

2. Para o efeito, sempre que os dados de mercado tenham sido obtidos através de vários fornecedores de dados de mercado ou redistribuidores, os fornecedores de dados de mercado devem oferecer a possibilidade de cobrar comissões apenas uma vez por cliente pelo mesmo fornecimento de dados de mercado.

Artigo 13.º

Obrigação de manter os dados desagregados

Os fornecedores de dados de mercado não devem agrupar o fornecimento de dados de mercado com outros serviços.

Artigo 14.º

Sanções

1. Os fornecedores de dados de mercado devem indicar claramente no acordo sobre dados de mercado as infrações aos direitos e obrigações decorrentes desse acordo que são passíveis de sanções.

2. O montante das sanções não deve exceder injustificadamente as comissões que o cliente teria pago caso tivesse cumprido o acordo sobre dados de mercado.

3. O pedido de pagamento de uma sanção só pode ser apresentado num prazo razoável a contar da ocorrência da infração, que não pode exceder cinco anos a contar da data de notificação da auditoria, e deve basear-se em provas claras da infração.

Artigo 15.º

Disposições contratuais em matéria de auditoria

Caso o acordo sobre dados de mercado preveja que o fornecedor de dados de mercado pode solicitar auditorias para determinar se ocorreu uma infração ao acordo sobre dados de mercado, os termos do acordo de dados de mercado devem assegurar que:

a) O pedido de auditoria se baseia em indícios específicos e credíveis de uma potencial infração que tenha ocorrido não mais de cinco anos antes da data de notificação da auditoria;

b) Os documentos e as informações que o cliente dos dados de mercado é convidado a fornecer limitam-se ao necessário para recolher elementos de prova relativos à alegada infração.

Artigo 16.º

Alterações unilaterais das comissões e condições

1. Caso os termos e condições do acordo sobre dados de mercado permitam ao prestador de dados de mercado alterar unilateralmente as comissões ou condições para o fornecimento de dados de mercado, essa alteração deve ser notificada ao cliente de dados de mercado pelo menos 90 dias antes da respetiva entrada em vigor.

2. Caso as alterações a que se refere o n.º 1 resultem em comissões e condições menos favoráveis para o cliente dos dados de mercado, este tem o direito de se retirar do acordo sobre os dados de mercado sem incorrer em comissões ou sanções adicionais. Esse direito deve ser especificado no acordo sobre dados de mercado.

CAPÍTULO V

CONTEÚDO, FORMATO E TERMINOLOGIA DAS POLÍTICAS EM MATÉRIA DE DADOS DE MERCADO

Artigo 17.º

Informações a incluir na política de dados de mercado

1. Os fornecedores de dados de mercado devem disponibilizar ao público uma política de dados de mercado que divulgue todas as informações relevantes para a oferta de dados de mercado em termos claros e inequívocos. As informações devem incluir:

a) a tabela de comissões para o fornecimento de dados de mercado,

b) Os termos e condições do fornecimento de dados de mercado, incluindo qualquer serviço indireto necessário para aceder aos dados de mercado;

c) Os termos e condições da auditoria referida no artigo 15.º.

2. As informações sobre a oferta de dados de mercado divulgadas na política de dados de mercado devem permitir que os clientes de dados de mercado compreendam as comissões e os termos e condições que lhes são aplicáveis, antes da celebração de um acordo sobre dados de mercado.

Artigo 18.º

Terminologia das políticas em matéria de dados de mercado

Para além das definições pertinentes estabelecidas no artigo 1.º, os fornecedores de dados de mercado devem adotar a seguinte terminologia na sua política de dados de mercado e nas suas tabelas de comissões:

a) «Unidade de contagem» para indicar a unidade utilizada para medir o nível de fornecimento de dados de mercado a faturar ao cliente de dados de mercado e que é aplicada para efeitos de comissões. Se for caso disso, a unidade de contagem pode distinguir entre dados afixados e não afixados ou outros tipos de dados;

b) «Cliente profissional» para indicar um cliente que opera um serviço financeiro regulamentado ou uma atividade financeira regulamentada ou que presta um serviço a terceiros;

c) «Cliente não profissional», para indicar um cliente que não corresponde à definição de cliente profissional a que se refere a alínea b);

d) «Dados afixados» para indicar os dados de mercado fornecidos através de um monitor ou ecrã e num formato que permita a leitura humana;

e) «Dados não afixados» para indicar todos os dados de mercado que não correspondem à definição de dados de visualização referida na alínea d);

f) «Dados históricos» para indicar os dados de mercado respeitantes a um período anterior ao dia útil precedente e que são arquivados e armazenados pelo fornecedor de dados de mercado.

Artigo 19.º

Formato acessível das políticas em matéria de dados de mercado

1. Os fornecedores de dados de mercado devem disponibilizar a política de dados de mercado nos seus sítios Web de forma livre, não discriminatória e facilmente acessível. Se a política de dados de mercado consistir em mais do que um documento, os fornecedores de dados de mercado devem indicar claramente esse facto e disponibilizar todos os documentos da política de dados de mercado através de um único local no seu sítio Web.

2. Os fornecedores de dados de mercado devem disponibilizar nos seus sítios Web as políticas de dados de mercado dos cinco anos anteriores, de forma livre, não discriminatória e facilmente acessível, e devem assegurar que a data e hora de publicação e aplicação dessas políticas de dados de mercado sejam claramente indicadas.

Artigo 20.º

Unidade de contagem

1. Os fornecedores de dados de mercado devem apresentar a comissão aplicável aos dados de mercado por unidade de contagem para medir o fornecimento de dados de mercado na sua política de dados de mercado e no modelo estabelecido no anexo I.

2. A unidade de contagem utilizada por um fornecedor de dados de mercado para os dados de mercado deve ser única por tipo de dados de mercado, incluindo, se for caso disso, os dados afixados e não afixados e com base nos custos de produção e distribuição do tipo de dados de mercado.

Artigo 21.º

Formato para a publicação da política de dados de mercado

1. Os fornecedores de dados de mercado devem publicar a política de dados de mercado utilizando o modelo constante do anexo I. Esse modelo não deve ser utilizado para quaisquer outras informações.

2. Na política de dados de mercado, os fornecedores de dados de mercado devem fornecer informações de forma coerente e com o mesmo nível de granularidade e assegurar que as ofertas aos clientes de dados de mercado possam ser facilmente comparadas. As informações sobre os dados pré e pós-negociação devem ser fornecidas separadamente.

Artigo 22.º

Divulgação dos custos

1. Os fornecedores de dados de mercado devem incluir na política de dados de mercado um resumo da forma como foi fixado o nível das comissões aplicáveis aos dados de mercado e uma explicação mais pormenorizada da metodologia de contabilização dos custos utilizada.

2. A explicação da metodologia de contabilização dos custos deve fornecer, no mínimo, a lista de todos os tipos de custos incluídos nas comissões aplicáveis aos dados de mercado, com exemplos desses custos, bem como os princípios e as chaves de imputação no que respeita aos custos partilhados com outros serviços não diretamente relacionados com a produção e divulgação de dados de mercado.

3. Os fornecedores de dados de mercado devem divulgar se incluem uma margem nas comissões cobradas pelos dados de mercado e explicar de que forma asseguram que essas margens são razoáveis.

4. Os fornecedores de dados de mercado devem atualizar as informações referidas nos n.os 1, 2 e 3 do presente artigo imediatamente após terem concluído a análise a que se refere o artigo 2.º, n.º 7.

CAPÍTULO VI

ACESSO AOS DADOS, CONTEÚDO E FORMATO DOS DADOS DE MERCADO DIFERIDOS

Artigo 23.º

Acesso a dados de mercado diferidos

Os operadores de mercado, as empresas de investimento que operam uma plataforma de negociação, os sistemas de publicação autorizados e os internalizadores sistemáticos devem facultar o acesso a dados de mercado diferidos a qualquer cliente numa base não discriminatória, sem exigir qualquer tipo de registo.

Artigo 24.º

Conteúdo dos dados de mercado diferidos

Os operadores de mercado e as empresas de investimento que operam uma plataforma de negociação, os sistemas de publicação autorizados e os internalizadores sistemáticos disponibilizam ao público dados de mercado diferidos sobre todos os sistemas que operam, em conformidade com os seguintes critérios:

a) Os dados diferidos respeitantes ao mercado pré-negociação devem conter os melhores preços de compra e de venda atualmente disponíveis e a profundidade do interesse de negociação a esses melhores preços de compra e de venda;

b) Os dados diferidos respeitantes ao mercado pós-negociação devem conter todos os campos relevantes para efeitos de transparência pós-negociação, tal como especificado nos Regulamentos Delegados (UE) 2017/587 ([8]) e (UE) 2017/583 ([9]) da Comissão, com exclusão de qualquer outro campo.

Artigo 25.º

Formato dos dados de mercado diferidos

Os operadores de mercado e as empresas de investimento que operam uma plataforma de negociação, os sistemas de publicação autorizados e os internalizadores sistemáticos disponibilizam ao público os dados de mercado diferidos num formato adaptado às necessidades dos clientes durante um período suficiente, do seguinte modo:

a) Os dados de mercado diferidos respeitantes à pré-negociação devem ser disponibilizados num formato legível por máquina e legível por pessoas, até ao dia útil seguinte, inclusive;

b) Os dados de mercado diferidos respeitantes à pós-negociação devem ser fornecidos num formato legível por máquina e legível por pessoas e disponibilizados em programas de uso corrente que permitam aos clientes automatizar a extração de dados.

Para efeitos da alínea b), os dados de mercado diferidos respeitantes à pós-negociação devem ser disponibilizados para todos os instrumentos negociados ou para uma categoria de instrumentos num mesmo dossiê, que deve incluir apenas esses dados de mercado diferidos. Os dados relativos a cada dia de negociação são disponibilizados num mesmo dossiê.

([8]) Regulamento Delegado (UE) 2017/587 da Comissão, de 14 de julho de 2016, que complementa o Regulamento (UE) n.º 600/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho relativo aos mercados de instrumentos financeiros no que diz respeito às normas técnicas de regulamentação relativas aos requisitos de transparência aplicáveis às plataformas de negociação e às empresas de investimento relativamente a ações, certificados de depósito, fundos de índices cotados, certificados e outros instrumentos financeiros similares e às obrigações de execução das transações de certas ações numa plataforma de negociação ou por um internalizador sistemático (JO L 87 de 31.3.2017, p. 387, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/587/oj).

([9]) Regulamento Delegado (UE) 2017/583 da Comissão, de 14 de julho de 2016, que complementa o Regulamento (UE) n.º 600/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho, relativo aos mercados de instrumentos financeiros, no que respeita às normas técnicas de regulamentação sobre os requisitos de transparência para as plataformas de negociação e empresas de investimento em matéria de obrigações, produtos financeiros estruturados, licenças de emissão e instrumentos derivados (JO L 87 de 31.3.2017, p. 229, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/583/oj).

O dossiê diário referido no segundo parágrafo deve ser atualizado a cada minuto. Se o período entre os dados comunicados exceder um minuto, esse dossiê deve ser atualizado logo que os dados de mercado se tornem elegíveis para publicação diferida. O dossiê diário deve estar disponível pelo menos até ao dia útil seguinte, inclusive, a fim de permitir a extração de dados pelos clientes de dados de mercado.

CAPÍTULO VII

CONTEÚDO, FORMATO E TERMINOLOGIA DAS INFORMAÇÕES A FORNECER ÀS AUTORIDADES COMPETENTES

Artigo 26.º

Informações a prestar às autoridades competentes

1. Os fornecedores de dados de mercado devem fornecer às autoridades competentes, mediante pedido, as informações sobre os custos totais e as margens razoáveis, tal como referido no capítulo II, através do modelo constante do anexo II.

2. As informações a fornecer às autoridades competentes devem especificar:

a) Dados para efeitos de identificação do fornecedor de dados de mercado e, se for caso disso, do grupo a que esse fornecedor de dados de mercado pertence;

b) Pormenores sobre o tipo de dados de mercado oferecidos;

c) Pormenores sobre os custos totais, incluindo os seguintes elementos:

   i) uma descrição das principais infraestruturas utilizadas pelo fornecedor de dados de mercado,

   ii) os componentes dessa infraestrutura que são relevantes para determinar os custos totais,

   iii) uma especificação dos valores dos custos atribuíveis à produção e divulgação de dados de mercado;

d) A margem razoável aplicada;

e) Explicações sobre a forma como é determinado o nível das comissões;

f) Caso sejam aplicadas comissões diferenciadas, uma explicação sobre a forma como os custos e as margens são repartidos entre as diferentes categorias de clientes de dados de mercado, se aplicável;

g) Quaisquer outras informações ou documentos comprovativos, ou ambos, que possam ser considerados relevantes para a autoridade competente ao considerar os custos totais e as margens razoáveis.

CAPÍTULO VIII

DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 27.º

Medidas transitórias

No que respeita aos operadores de mercado e empresas de investimento que operam uma plataforma de negociação, aos sistemas de publicação autorizados e aos internalizadores sistemáticos autorizados antes de 23 novembro 2025, o presente regulamento é aplicável a partir de 23 agosto 2026.

Artigo 28.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor no vigésimo dia seguinte ao da sua publicação no *Jornal Oficial da União Europeia*.

O presente regulamento é obrigatório em todos os seus elementos e diretamente aplicável em todos os Estados-Membros.

Feito em Bruxelas, em 12 de junho de 2025.

Pela Comissão
A Presidente
Ursula VON DER LEYEN

ANEXO I

Modelo para publicação da política de dados de mercado

<table>
<tr><td>Base jurídica</td><td colspan="4">Índice</td></tr>
<tr><td>Artigo 17.º do presente regulamento</td><td colspan="4">Política de dados de mercado: Ano XXXX</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="4">[Inserir hiperligação para:
i) a tabela de comissões para o fornecimento de dados de mercado,
ii) os termos e condições do fornecimento de dados de mercado, incluindo qualquer serviço indireto necessário para aceder aos mesmos,
iii) os termos e condições da auditoria referida no artigo 15.º.]</td></tr>
<tr><td>Artigos 5.º e 20.º do presente regulamento</td><td colspan="4">[Inserir um resumo de alto nível das comissões propostas na tabela de comissões. A tabela de comissões deve incluir os seguintes elementos:
i) as comissões por unidade de contagem de dados de mercado pré-negociação e pós-negociação,
ii) as categorias de clientes e os critérios utilizados para definir essas categorias,
iii) as políticas de descontos,
iv) as comissões para outros subconjuntos de informações, incluindo os exigidos em conformidade com o nível de desagregação dos dados nos termos do Regulamento Delegado (UE) 2017/572 da Comissão,
v) outras condições contratuais.

Quaisquer alterações à lista de preços devem ser claramente indicadas e explicadas.]</td></tr>
<tr><td>Artigo 16.º do presente regulamento</td><td colspan="4">Divulgação prévia com um pré-aviso mínimo de 3 meses sobre a futura alteração das comissões com a entrada em vigor em DD/MM/AAAA [Inserir a hiperligação para a futura tabela de comissões com a data de entrada em vigor]</td></tr>
<tr><td>Artigo 13.º, n.º 1, do Regulamento (UE) n.º 600/2014</td><td colspan="4">Informações sobre o conteúdo dos dados de mercado
Período abrangido: 1.1.AAAA — 31.12.AAAA</td></tr>
<tr><td></td><td>Classe de ativos</td><td>(1) Número de instrumentos abrangidos</td><td>(2) Volume de negócios total dos instrumentos abrangidos</td><td>(3) Rácio entre os dados de mercado pré-negociação e pós-negociação</td></tr>
<tr><td></td><td>Instrumentos de capital próprio [ações, fundos de índices cotados (ETF), certificados de depósito, certificados, outros instrumentos financeiros equiparáveis a capital]</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Obrigações</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Mercadorias negociadas em bolsa e notas negociadas em bolsa</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Instrumentos financeiros estruturados</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados titularizados</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados de taxas de juro</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados de crédito</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados de capitais próprios</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados cambiais</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados de licenças de emissão</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados C10</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Derivados de mercadorias</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Contratos diferenciais</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Licenças de emissão</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

Base jurídica	Índice	
Artigo 22.º do presente regulamento	**Divulgação dos custos: ano AAAA**	
	Informações sobre a forma como é fixado o nível das comissões	[*Inserir resumo sobre a forma como é fixado o nível das comissões*]
	Metodologias de contabilização dos custos	[*Inserir hiperligação para a metodologia de contabilização dos custos*]
		(1) Lista dos tipos de custos, em conformidade com o artigo 2.º do presente regulamento
		(2) Chaves de repartição (%)
		(3) Princípios de afetação
		(4) Explicar se está incluída uma margem e como é garantida a sua razoabilidade.

ANEXO II

Modelo com as informações a fornecer à autoridade competente nos termos do artigo 13.º, n.º 4, do Regulamento (UE) n.º 600/2014

SECÇÃO 1

Fornecedor de dados de mercado que apresenta as informações

Quadro 1.A

Informações gerais

Nome da entidade	*[Nome completo do fornecedor de dados de mercado, incluindo:* — *a sua forma jurídica, tal como consta do registo do país ao abrigo de cuja lei foi constituída, se aplicável, e* — *o código Identificador de Entidade Jurídica (LEI) em conformidade com a norma ISO 17442, se aplicável.]*
Endereço	*[Endereço completo (por exemplo, rua, número de porta, código postal, localidade, distrito/província) e país.]*
Contacto para pedido de informações adicionais	*[Pessoa a contactar no âmbito do fornecedor de dados de mercado para informações relativas a este modelo (por exemplo, Diretor Financeiro) e contactos pertinentes:* — *nome(s) próprio(s) e apelido(s),* — *posição da pessoa de contacto no fornecedor de dados de mercado,* — *endereço de correio eletrónico profissional.]*

Quadro 2.B

Informações sobre o grupo

A entidade faz parte de um grupo?	☐ sim ☐ não
Em caso afirmativo, a entidade é a única entidade do grupo que suporta os custos da produção e divulgação de dados?	☐ sim ☐ não
Em caso negativo, especificar que outra entidade do grupo suporta os custos da produção e divulgação dos dados.	*[Nome completo da entidade, incluindo:* — *a sua forma jurídica, tal como consta do registo do país ao abrigo de cuja lei foi constituída, se aplicável, e* — *o código Identificador de Entidade Jurídica (LEI) em conformidade com a norma ISO 17442, se aplicável.* — *[Endereço completo (por exemplo, rua, número de porta, código postal, localidade, distrito/província) e país]*

SECÇÃO 2

Informações sobre os dados fornecidos

Dados disponibilizados	Ligação para a política de dados de mercado apresentada no sítio Web nos termos dos [artigos sobre os dados fornecidos] [SECÇÃO A da política de dados de mercado]
Tipo de dados disponibilizados	Especifique o tipo de dados disponibilizados: ☐ carteira completa ☐ parte principal da carteira ☐ última venda ☐ desequilíbrio dos leilões ☐ outro (queira especificar):

SECÇÃO 3

Custos

3.A. *Descrição geral do sistema*

Ilustre sucintamente o sistema e os processos de produção e divulgação de dados de mercado.

3.B. *Componentes tidos em conta para determinar o custo dos dados de mercado*

Tendo em conta o sistema descrito, queira indicar os **componentes** desse sistema que foram tidos em conta para determinar o custo dos dados de mercado e os critérios utilizados para identificar esses componentes.

3.C. *Custo dos dados de mercado*

Indique abaixo o custo necessário para produzir dados, calculado ao longo do exercício contabilístico e por componente (categoria do artigo 2.º)

CUSTO NÃO PARTILHADO

Infraestruturas — incluindo ativos físicos e licenças de *software* e serviços alugados necessários para a produção e divulgação de dados de mercado

Componente (como no ponto 3B)	Custo

Conectividade — incluindo ativos físicos e licenças de *software* e serviços alugados que asseguram a conectividade necessária para a produção e divulgação de dados de mercado

Componente (como no ponto 3B)	Custo

Custos imputáveis ao pessoal dedicado à produção e divulgação de dados de mercado

Componente (como no ponto 3B)	Custo

Custos financeiros — incluindo depreciação, amortização e custo do capital

Componente (como no ponto 3B)	Custo

Outros

Componente (como no ponto 3B)	Custo

CUSTOS PARTILHADOS

Infraestruturas — incluindo ativos físicos e licenças de *software* e serviços alugados necessários para a produção e divulgação de dados de mercado

Componente (como no ponto 3B)	Custo total	Percentagem afetada aos dados de mercado	Fundamentação da afetação

Conectividade — incluindo ativos físicos e licenças de *software* e serviços alugados que asseguram a conectividade necessária para a produção e divulgação de dados de mercado

Componente (como no ponto 3B)	Custo	Percentagem afetada aos dados de mercado	Fundamentação da afetação

Custos imputáveis ao pessoal dedicado à produção e divulgação de dados de mercado

Componente (como no ponto 3B)	Custo	Percentagem afetada aos dados de mercado	Fundamentação da afetação

Custos financeiros resultantes das categorias acima referidas — incluindo depreciação, amortização e custo do capital

Componente (como no ponto 3B)	Custo	Percentagem afetada aos dados de mercado	Fundamentação da afetação

Outros

Componente (como no ponto 3B)	Custo	Percentagem afetada aos dados de mercado	Fundamentação da afetação

Quadro relativo ao custo global resultante dos dados, calculado ao longo do exercício contabilístico do fornecedor dos dados

Tipos de custos	Valor
Custos não partilhados	
Custos partilhados	
TOTAL	

SECÇÃO 4

Categorias de clientes

Comissões publicadas	[*Inserir a ligação para a política de dados de mercado em conformidade com o sítio Web do fornecedor de dados de mercado*]
Faz diferenciação nas comissões cobradas pelos dados oferecidos, ou seja, identifica categorias de clientes?	☐ sim ☐ não
Em caso afirmativo, quais são os critérios para classificar os clientes?	
Qual é o número de categorias de clientes e quantos clientes se encontram, a título indicativo, em cada categoria?	# número de categorias: # na categoria 1 # na categoria 2 [*acrescentar conforme necessário*]

SECÇÃO 5

Margem razoável

Margens por categoria de cliente

Categoria de cliente	Margem expressa em termos absolutos, calculada como resultado de exploração	Margem expressa em percentagem do custo global dos dados	Razoabilidade da margem [*incluir uma explicação dos elementos tidos em conta para fixar a margem*]
[*acrescentar conforme necessário*]			
TOTAL			N/A

Variação percentual das margens em relação ao ano anterior

Categoria de cliente	Variação percentual	Fundamentação
[*acrescentar conforme necessário*]		

SECÇÃO 6

Custo anual, margens e sanções

6.A. *Margem dos dados de mercado*

Exercício contabilístico	Custo anual ([1]) total	Margem anual total	Comissões anuais totais ([2])	Margem média em %	Total das sanções

([1]) Entende-se por exercício anual o exercício contabilístico.
([2]) A entender como a soma de todas as faturas relativas a dados de mercado emitidas ao longo do exercício contabilístico.

6.B. *Dados de mercado em comparação com a margem global*

Apenas para os fornecedores de dados de mercado a que se refere o artigo 3.º, n.º 2, alínea c)

Exercício contabilístico	Receita anual total do grupo de que o fornecedor de dados faz parte	Margem anual total do grupo de que o fornecedor de dados faz parte	Margem em %	Margem média relativa aos dados de mercado em % (quadro 6A)

Como é feita a comparação entre a margem estabelecida para a produção e divulgação de dados de mercado e a margem global da sua empresa?	

SECÇÃO 7

Informações adicionais

Deseja acrescentar informações adicionais?	☐ sim ☐ não
Em caso afirmativo, explicitar	
Enumerar qualquer documento adicional anexado à presente notificação	