Europeiska unionens
officiella tidning

SV
L-serien

2025/1156

3.11.2025

KOMMISSIONENS DELEGERADE FÖRORDNING (EU) 2025/1156

av den 12 juni 2025

om komplettering av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 600/2014 vad gäller tekniska tillsynsstandarder avseende skyldigheten att göra marknadsdata tillgängliga för allmänheten på rimliga affärsvillkor

(Text av betydelse för EES)

EUROPEISKA KOMMISSIONEN HAR ANTAGIT DENNA FÖRORDNING

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt,

med beaktande av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 600/2014 av den 15 maj 2014 om marknader för finansiella instrument och om ändring av förordning (EU) nr 648/2012 ([1]), särskilt artikel 13.5 fjärde stycket, och

av följande skäl:

(1) För att säkerställa att marknadsdata tillhandahålls på rimliga affärsvillkor, med opartiska och rättvisa avtalsvillkor och på ett enhetligt sätt i hela unionen, är det nödvändigt att specificera de villkor som marknadsoperatörer och värdepappersföretag som driver en handelsplats, godkända publiceringsarrangemang (APA), tillhandahållare av konsoliderad handelsinformation (CTP) och systematiska internhandlare bör uppfylla. Dessa villkor bör säkerställa att skyldigheten att tillhandahålla marknadsdata på rimliga affärsvillkor är tillräckligt tydlig och tillämpas på ett ändamålsenligt och enhetligt sätt samtidigt som hänsyn tas till olika verksamhetsmodeller och kostnadsstrukturer hos marknadsoperatörer och värdepappersföretag som driver en handelsplats, APA, CTP och systematiska internhandlare.

(2) För att säkerställa att marknadsdata tillhandahålls på rimliga affärsvillkor är det nödvändigt att specificera hur de kostnader som kan hänföras till marknadsdata bör beräknas. Beräkningen av de kostnader som kan hänföras till marknadsdata bör endast omfatta de kostnader som är direkt förknippade med framtagning och spridning av marknadsdata. För utförandet av en sådan beräkning bör kostnaderna kategoriseras så att man skiljer mellan kostnader för den infrastruktur som används för att ta fram och sprida marknadsdata, de fysiska tillgångar och den programvara som används för att möjliggöra den konnektivitet som krävs för att ta fram och sprida marknadsdata, personalkostnader, finansiella kostnader och andra kostnader, inklusive administrativa kostnader, för att ta fram och sprida marknadsdata. För att säkerställa att inga kostnader dubbelräknas bör kostnader för att ta fram och sprida marknadsdata endast räknas till en kostnadskategori, på grundval av karaktären hos varje kostnadsfaktor. Revisionskostnader bör inte inkluderas vid fördelningen av kostnaderna för att ta fram och sprida marknadsdata.

(3) Leverantörer av marknadsdata, särskilt handelsplatser, erbjuder ofta ett utbud av andra tjänster utöver tillhandahållandet av marknadsdata. Sådana enheter har därför en rad olika kostnader inom kategorier som teknik och infrastruktur, programvaruutveckling, försäljning och marknadsföring, analys, kvantitativa undersökningar, drift och efterlevnad. För att kunna fastställa avgifter för marknadsdata på rimliga affärsvillkor är det viktigt att skilja mellan exempelvis kostnader som kan hänföras till den primära verksamheten, dvs. att sammanföra köpare och säljare, och kostnader som kan hänföras direkt till framtagning och spridning av marknadsdata.

(4) I vissa fall kan fysiska tillgångar, programvara, personal och administrativa tjänster delvis användas för produktion av andra tjänster utan direkt koppling till framtagning och spridning av marknadsdata. Det är då nödvändigt att dela upp kostnaderna som kan hänföras till delade resurser enligt en tydlig metod och specificera hur mycket varje resurs används för framtagning och spridning av marknadsdata. Finansiella kostnader för delade resurser bör också delas upp på grundval av fördelningen av dessa resurser till framtagning och spridning av marknadsdata. Den tillämpade metoden för kostnadsfördelning bör ses över årligen för att säkerställa att den är korrekt. Leverantörer av marknadsdata bör lämna styrkande underlag för den metod som valts och ändringar av denna till den relevanta behöriga myndigheten.

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

(5) Vid fastställandet av den marginal som inkluderas i avgifterna för marknadsdata bör behovet av att säkerställa att framtagningen och spridningen av marknadsdata förblir kommersiellt lönsam för leverantörerna av marknadsdata balanseras mot behovet av att säkerställa en så bred tillgång som möjligt till dessa data. När det gäller CTP, som kommer att etablera sig under de kommande åren, bör marginalen vara tillräcklig för att stödja etableringsinvesteringen och den kommersiella lönsamheten under den period som krävs för att verksamheten ska mogna.

(6) För att säkerställa att marknadsdata tillhandahålls på rimliga affärsvillkor är det nödvändigt att specificera hur den marginal som inkluderas i avgifterna för marknadsdata bör fastställas. Mer specifikt bör marginalen vara det rörelseresultat som leverantören av marknadsdata uppnår när samtliga utgifter kopplade till framtagning och spridning av marknadsdata har dragits av från intäkterna. Sådana utgifter bör omfatta driftskostnader för t.ex. infrastruktur, tillgångar som används för konnektivitetsändamål, personal som arbetar med framtagning och spridning av marknadsdata samt finansiella utgifter. För större transparens bör marginalen uttryckas som en procentandel av kostnaderna.

(7) För att säkerställa att den marginal som inkluderas i avgifterna för marknadsdata är rimlig måste det preciseras att marginalen inte bör vara oproportionerlig i förhållande till de kostnader som framtagningen och spridningen av marknadsdata ger upphov till, samt att marginalen bör ligga i linje med de marginaler som är tillämpliga på den övergripande verksamhet som leverantören av marknadsdata bedriver.

(8) För att säkerställa icke-diskriminering mellan kunder bör leverantörer av marknadsdata ha anpassningsbar kapacitet att ge alla kunder snabb tillgång till marknadsdata.

(9) Under de gångna åren har möjligheten att tillämpa avgiftsskillnader i proportion till det värde marknadsdata har för kunden lett till inrättandet av flera olika kundkategorier som tillämpats samtidigt på samma på kund, vilket resulterat i en flerdubbling av avgifterna.

(10) För att säkerställa att marknadsdata tillhandahålls på rimliga affärsvillkor bör leverantörer av marknadsdata kunna inrätta kundkategorier på grundval av faktiska omständigheter, inbegripet kundens användning av marknadsdata eller kundens storlek. Kategoriseringen av kunder bör göra det möjligt för leverantörer av marknadsdata att behandla kunder med olika faktiska egenskaper på olika sätt. Kunder inom en viss kategori bör tydligt kunna särskiljas från kunder i andra kategorier genom ett eller flera särskiljande element. En kund bör endast tillhöra en kategori. Leverantörer av marknadsdata skulle exempelvis kunna inrätta en separat kundkategori för återförsäljare av data eller för professionella respektive icke-professionella kunder. De kriterier som används för att inrätta kundkategorier bör vara tillräckligt allmänna för att kunna tillämpas på en grupp kunder. Därmed bör kategoriseringen ge upphov till ett begränsat antal kategorier.

(11) För att säkerställa att marknadsdata tillhandahålls på rimliga affärsvillkor bör de avgifter som tas ut av kunder i en viss kategori fastställas på grundval av de kostnader som uppstår för att tillhandahålla data till dessa kunder och en rimlig marginal, uttryckt som en procentandel av kostnaderna, som bör vara densamma för de kunder som tillhör samma kategori. Leverantörer av marknadsdata bör kunna ta ut olika avgifter för olika typer av data (t.ex. visade data och icke-visade data) på grundval av skillnader i kostnaderna för att ta fram och sprida sådana typer av data.

(12) Under de senaste åren har en rad problem identifierats när det gäller villkor som införts i avtal om marknadsdata och som varit till nackdel för kunderna. Vissa av dessa problem har att göra med ett förfaringssätt hos leverantörerna av marknadsdata där de påför sina marknadsdatakunder betungande administrativa skyldigheter, bland annat genom frekventa och detaljerade förfrågningar om användningen av marknadsdata. Det förekommer också att leverantörerna använder ett tvetydigt språk i avtalen om marknadsdata eller ständigt ändrar dessa avtal, vilket tvingar

kunden att avsätta resurser för att tolka eller granska avtalet. I vissa fall har marknadsdatakunder varit skyldiga att radera historiska data från sina system vid uppsägning av avtalet, att betala en avgift per plats eller att i onödig utsträckning begränsa sitt sätt att använda marknadsdata. Denna typ av förfaringssätt riskerar att medföra en omotiverad kostnad för tillgång till marknadsdata. För att uppnå opartiska och rättvisa villkor bör sådana förfaringssätt därför förbjudas. Kraven på rättvisa och opartiska avtalsvillkor i denna förordning bör komplettera andra tillämpliga bestämmelser i unionsrätten, särskilt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2023/2854 ([2]) (dataförordningen) samt andra regler om konsumentskydd, inbegripet rådets direktiv 93/13/EEG ([3]) (direktivet om oskäliga villkor i konsumentavtal).

(13) För att öka transparensen bör leverantörer av marknadsdata se till att villkoren för tillhandahållande av marknadsdata anges på ett tydligt och kortfattat sätt. Detta innebär att villkoren i sig bör vara begripliga för kunderna, utan att några andra dokument behöver konsulteras, såvida inte dessa dokument är tydligt identifierade och lätta för kunderna att få tillgång till.

(14) För att ge kunden tillräckligt med tid att förstå en ändring av avtalet om marknadsdata och jämföra och överväga andra erbjudanden på marknaden, bör leverantörer av marknadsdata, om avtalen medger ensidiga ändringar, underrätta kunden om alla sådana ändringar 90 dagar i förväg. För att undvika ensidiga ändringar som medför betungande resultat för marknadsdatakunden, inbegripet ändringar som leder till höjda avgifter, bör kunden enligt avtalet ha rätt att säga upp det utan att åläggas något vite om sådana ensidig ändringar införs. Leverantörerna av marknadsdata bör inte utnyttja möjligheten att säga upp och sedan förnya avtalet om marknadsdata i syfte att kringgå skyddsmekanismerna mot ensidiga ändringar av avtalet.

(15) För att undvika att kunder debiteras flera gånger för samma tillhandahållande av marknadsdata när dessa köps in från olika leverantörer och säljare bör marknadsdata, på kundens begäran, erbjudas individuellt per kund. CTP samlar in data från handelsplatser och APA och konsoliderar dessa data i ett kontinuerligt elektroniskt realtidsinformationsflöde som tillhandahåller centrala marknadsdata och regulatoriska data. Det bör därför göras åtskillnad mellan tillhandahållande av dessa data från CTP och tillhandahållande av marknadsdata från handelsplatser och APA. Följaktligen bör CTP kunna ta ut en avgift av sin kund även om kunden debiteras för marknadsdata av en handelsplats eller ett APA.

(16) För att möjliggöra för marknadsdatakunder att erhålla marknadsdata utan att behöva köpa andra tjänster bör marknadsdata erbjudas separat från andra tjänster.

(17) Det har konstaterats att villkor avseende viten och revisioner har varit orimligt betungande för marknadsdatakunder och bidragit till att kostnaden för marknadsdata har ökat så att den kommit att överstiga kostnaden för framtagning och spridning och en rimlig marginal. För att undvika omotiverade viten bör viten endast åläggas på grundval av bevis för överträdelse av avtalet om marknadsdata. Dessutom bör vitena inte vara alltför betungande och deras omfattning bör baseras på det belopp som kunden skulle ha betalat om avtalet om marknadsdata hade efterlevts. För att kunden ska kunna vidta lämpliga åtgärder för att undvika att överträdelsen av avtalet om marknadsdata upprepas bör leverantören av marknadsdata dessutom ålägga vitet inom rimlig tid efter överträdelsen. Den rimliga tiden bör inte överstiga fem år från den dag då en revision meddelas. Denna tidsram är i linje med de dokumentationskrav för värdepappersföretag som fastställs i artikel 16 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/65/EU ([4]).

([2]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2023/2854 av den 13 december 2023 om harmoniserade regler för skälig åtkomst till och användning av data och om ändring av förordning (EU) 2017/2394 och 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/EEG av den 5 april 1993 om oskäliga villkor i konsumentavtal (EGT L 95, 21.4.1993, s. 29, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/1993/13/oj).

([4]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/65/EU av den 15 maj 2014 om marknader för finansiella instrument och om ändring av direktiv 2002/92/EG och av direktiv 2011/61/EU (EUT L 173, 12.6.2014, s. 349, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2014/65/oj).

(18) I nuläget är de revisioner som föreskrivs i avtal om marknadsdata betungande för marknadsdatakunderna till följd av revisionernas frekvens och varaktighet samt den bevisbörda som åläggs marknadsdatakunderna. För att säkerställa att avtal om marknadsdata är rättvisa och opartiska, bör villkoren i avtalet om marknadsdata därför kräva att revisionen grundar sig på specifika och trovärdiga indikationer på en potentiell överträdelse som ägt rum högst fem år före den dag då revisionen meddelas, om avtalet föreskriver att leverantören av marknadsdata får begära revisioner. I syfte att minska risken för partiskhet och öka rättvisan bör leverantörer av marknadsdata som utför en revision dessutom endast få begära sådan information som är nödvändig för att samla in bevis för den påstådda överträdelsen.

(19) För att kunder och behöriga myndigheter på ett ändamålsenligt sätt ska kunna bedöma om marknadsdata tillhandahålls på rimliga affärsvillkor bör leverantörer av marknadsdata offentliggöra all information som är relevant för erbjudandet av marknadsdata på ett tydligt och otvetydigt sätt. Denna information bör göra det möjligt för kunder och behöriga myndigheter att förstå marknadsdatapolicyerna, inbegripet hur avgiftsnivån för marknadsdata fastställs, och bör tillhandahållas med ett enhetligt innehåll, ett enhetligt format och en enhetlig terminologi. Leverantörer av marknadsdata bör på begäran förse den behöriga myndigheten med information om de totala kostnaderna för framtagning och spridning av marknadsdata, inklusive en rimlig marginal, i ett harmoniserat format.

(20) För att kunder och behöriga myndigheter ska kunna förstå hur avgifterna beräknas bör den beräkningsenhet som används för att fakturera kunderna avgiften anges i marknadsdatapolicyn. Beräkningsenheten får skilja mellan olika typer av marknadsdata (t.ex. visade data och icke-visade data) och bör vara unik per typ av marknadsdata. Beräkningsenheten bör vara kopplad till de kostnader som tillhandahållandet av marknadsdata ger upphov till.

(21) För att säkerställa ett smidigt och effektivt genomförande är det nödvändigt att fastställa ett senarelagt tillämpningsdatum så att marknadsaktörer som har auktoriserats innan den dag då denna förordning träder i kraft får tillräckligt med tid att omarbeta, förhandla och ingå reviderade avtal, så att eventuella störningar minimeras. Eftersom det för närvarande inte finns några auktoriserade och operativa CPT behövs inget senarelagt tillämpningsdatum för CPT.

(22) Behandling av personuppgifter enligt denna förordning bör ske i enlighet med unionsrätten avseende skydd av personuppgifter. All behandling av personuppgifter som utförs av de nationella behöriga myndigheter som tillämpar denna förordning bör alltså ske i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 ([5]) och nationella krav om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter. All behandling av personuppgifter som utförs av Europeiska värdepappers- och marknadsmyndigheten (Esma) vid tillämpning av denna förordning bör utföras i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 ([6]).

(23) Denna förordning bygger på det förslag till tekniska tillsynsstandarder som Esma har överlämnat till kommissionen.

(24) Esma har genomfört öppna offentliga samråd om det förslag till tekniska tillsynsstandarder som denna förordning bygger på, analyserat möjliga kostnader och fördelar och begärt in råd från den intressentgrupp för värdepapper och marknader som inrättats i enlighet med artikel 37 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1095/2010 ([7]).

([5]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) (EUT L 119, 4.5.2016, s. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

([6]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 av den 23 oktober 2018 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter som utförs av unionens institutioner, organ och byråer och om det fria flödet av sådana uppgifter samt om upphävande av förordning (EG) nr 45/2001 och beslut nr 1247/2002/EG (EUT L 295, 21.11.2018, s. 39, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

([7]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1095/2010 av den 24 november 2010 om inrättande av en europeisk tillsynsmyndighet (Europeiska värdepappers- och marknadsmyndigheten), om ändring av beslut nr 716/2009/EG och om upphävande av kommissionens beslut 2009/77/EG (EUT L 331, 15.12.2010, s. 84, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2010/1095/oj).

(25) Europeiska datatillsynsmannen har hörts i enlighet med artikel 42.1 i förordning (EU) 2018/1725 och avgav formella kommentarer den 17 mars 2025.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

KAPITEL I

DEFINITIONER

Artikel 1

Definitioner

I denna förordning gäller följande definitioner:

a) *marknadsdatakund*: den fysiska eller juridiska person som undertecknar avtalet om marknadsdata och som faktureras avgifterna för marknadsdata.

b) *marknadsdata*: den information som marknadsoperatörer och värdepappersföretag som driver en handelsplats, godkända publiceringsarrangemang (APA), tillhandahållare av konsoliderad handelsinformation (CTP) och systematiska internhandlare offentliggör i enlighet med artiklarna 3 och 4, artiklarna 6–11a samt artiklarna 14, 20, 21, 27g och 27h i förordning (EU) nr 600/2014.

c) *fördröjda marknadsdata*: marknadsdata som görs tillgängliga 15 minuter efter offentliggörandet, i enlighet med artikel 13.2 i förordning (EU) nr 600/2014.

d) *leverantör av marknadsdata*: en marknadsoperatör eller ett värdepappersföretag som driver en handelsplats, ett APA, en CPT eller en systematisk internhandlare som bedriver kommersiell verksamhet som består i att sprida marknadsdata till kunder.

e) *totala kostnader*: alla de kostnader som bärs av leverantören av marknadsdata och som är direkt kopplade till framtagning och spridning av marknadsdata.

f) *rörelseresultat*: resultat för leverantören av marknadsdata när de totala kostnaderna dras av från de intäkter som framtagningen och spridningen av marknadsdata genererar.

g) *avtal om marknadsdata*: varje avtal mellan en leverantör av marknadsdata och en marknadsdatakund som rör tillhandahållande av marknadsdata och som återspeglar den information och de avgifter som redovisas i marknadsdatapolicyn.

h) *marknadsdatapolicy*: ett eller flera dokument från leverantören av marknadsdata som innehåller information om tillhandahållandet av marknadsdata, i enlighet med kapitel V i denna förordning.

i) *avgift per kund*: en avgiftsmodell för marknadsdata där kunden kan undvika att bli fakturerad flera gånger i fall där marknadsdata har anskaffats från flera leverantörer eller återförsäljare av marknadsdata.

KAPITEL II

BERÄKNING AV TOTALA KOSTNADER OCH MARGINALER FÖR MARKNADSDATA

Artikel 2

Totala kostnader

1. Leverantörer av marknadsdata ska beräkna sina totala kostnader per räkenskapsår. Beräkningen av de totala kostnaderna ska omfatta följande kostnadskategorier:

a) Infrastrukturkostnader som kan hänföras till fysiska tillgångar, programvarulicenser och hyrda tjänster, eller annan infrastruktur som krävs för framtagning och spridning av marknadsdata.

b) Konnektivitetskostnader som kan hänföras till fysiska tillgångar, programvarulicenser och hyrda tjänster som säkerställer den konnektivitet som krävs för framtagning och spridning av marknadsdata.

c) Kostnader som kan hänföras till personal som arbetar med framtagning och spridning av marknadsdata.

d) Finansiella kostnader, inklusive avskrivningar och kapitalkostnader för finansiering av marknadsdatatjänster.

e) Andra kostnader, inklusive administrativa kostnader som är nödvändiga för framtagning och spridning av marknadsdata.

2. Infrastrukturkostnader som delas med andra tjänster som inte är direkt kopplade till framtagning och spridning av marknadsdata ska delas upp med beaktande av hur den relevanta infrastrukturen används för varje tjänst.

3. Konnektivitetskostnader som delas med andra tjänster som inte är direkt kopplade till framtagning och spridning av marknadsdata ska delas upp med beaktande av hur den relevanta konnektivitetsramen används för varje tjänst.

4. Kostnader som kan hänföras till personal som delvis arbetar med framtagning och spridning av marknadsdata ska fördelas med beaktande av hur stor andel av personalens arbete som rör framtagning och spridning av marknadsdata.

5. Finansiella kostnader som hänför sig till infrastruktur, konnektivitet och personal och som delas med andra tjänster som inte är direkt kopplade till framtagning och spridning av marknadsdata ska delas upp med beaktande av användningen av de relevanta tillgångarna och tjänsterna.

6. Leverantörer av marknadsdata ska kunna specificera alla andra kostnader som de tillskriver framtagningen och spridningen av marknadsdata och redogöra för det resonemang som ligger till grund för att dessa kostnader har inkluderats.

7. Leverantörer av marknadsdata ska årligen se över den metod som används för att fördela de kostnader som avses i punkterna 2–6.

Artikel 3

Principer för fastställande av en rimlig marginal för marknadsdata

1. Den rimliga marginalen för marknadsdata ska utgöras av rörelseresultatet.

2. Den rimliga marginalen för marknadsdata ska

a) fastställas som en procentandel av de totala kostnaderna,

b) inte i oproportionerlig utsträckning överstiga de totala kostnaderna, och

c) för leverantörer av marknadsdata som erbjuder andra tjänster än framtagning och spridning av marknadsdata, vara rimligen jämförbar med det rörelseresultat som kan hänföras till den övergripande verksamhet som bedrivs av leverantören av marknadsdata.

3. Den rimliga marginalen ska uppnås genom att fastställa avgifter för marknadsdata som möjliggör dataåtkomst för så många marknadsdatakunder som möjligt.

KAPITEL III

ICKE-DISKRIMINERANDE TILLGÅNG

Artikel 4

Skyldighet att tillhandahålla marknadsdata på icke-diskriminerande grunder

1. Leverantörer av marknadsdata ska bevilja tillgång till marknadsdata på ett icke-diskriminerande sätt med avseende på avgifter, villkor för tillgång, tekniska arrangemang och distributionskanaler.

2. Leverantörer av marknadsdata ska tillämpa samma avgiftstablå och samma villkor för att få tillgång till marknadsdata på alla kunder som begär sådan tillgång.

3. Leverantörer av marknadsdata ska förfoga över anpassningsbar kapacitet för att se till att marknadsdatakunder alltid kan få snabb tillgång till marknadsdata på icke-diskriminerande grunder.

4. Leverantörer av marknadsdata ska erbjuda alla kunder samma uppsättning alternativ när det gäller tekniska arrangemang och säkerställa att de tekniska arrangemangen varken medför diskriminering eller skapar orättvisa fördelar eller nackdelar.

5. Leverantörer av marknadsdata ska kunna motivera eventuella skillnader mellan de tillhandahållna lösningarna för tillgång till marknadsdata på grundval av giltiga tekniska begränsningar.

Artikel 5

Skillnader i avgifter

1. Leverantörer av marknadsdata får endast tillämpa skillnader i avgifter om dessa fastställs på grundval av en kategorisering av kunder och förutsatt att samtliga följande villkor är uppfyllda:

a) De kriterier som används för att fastställa kategorier bygger på faktiska omständigheter som är lätta att kontrollera och tillräckligt allmänna för att kunna tillämpas på en grupp kunder.

b) Marginalen för marknadsdata, som fastställts i enlighet med artikel 3, är densamma för alla kunder som tillhör samma kategori.

c) Skillnaderna mellan kategorierna är tydliga och kunderna kan förstå vilken kategori de tillhör.

d) Endast en kategori är tillämplig per kund.

2. Om tillhandahållandet av marknadsdata till en och samma kund ger upphov till flera olika betydande extrakostnader får leverantörer av marknadsdata göra ett tillägg till den tillämpliga avgiften som fastställs på grundval av de extrakostnader som uppstått.

3. Leverantörer av marknadsdata får bevilja rabatter eller andra tillfälliga avdrag på avgifterna endast under förutsättning att dessa rabatter eller avdrag grundar sig på faktiska omständigheter som är lätta att kontrollera och tillräckligt allmänna för att gälla mer än en kund.

Artikel 6

Distributionskanaler

Leverantörer av marknadsdata ska se till att marknadsdata, inklusive fördröjda marknadsdata, skickas via samtliga distributionskanaler samtidigt.

KAPITEL IV

OPARTISKA OCH RÄTTVISA AVTALSVILLKOR

Artikel 7

Tillhandahållande av förhandsinformation

1. Innan ett avtal om marknadsdata ingås ska leverantörer av marknadsdata, på marknadsdatakundens begäran, förse kunder med all den information om de faktiska avgifter och bestämmelser som är tillämpliga på kunderna i fråga och som krävs för att jämföra de erbjudanden om marknadsdata som finns tillgängliga på marknaden och fatta ett välgrundat beslut om huruvida avtalet om marknadsdata ska ingås.

2. Den information som avses i punkt 1 ska överensstämma med de avgifter som anges i marknadsdatapolicyn.

Artikel 8

Rättvisa villkor

1. Avtalet om marknadsdata ska resultera i en balans mellan parternas rättigheter och skyldigheter enligt avtalet och ska uppfylla kraven på god sed.

2. Parterna i avtalet om marknadsdata ska avstå från att frekvent begära eller tillhandahålla stora mängder information som inte är nödvändig för ett korrekt genomförande av avtalet samt från andra förfaringssätt som leder till omotiverade extrakostnader för någon av parterna.

Artikel 9

Avtalsvillkor

1. Avtalet om marknadsdata ska på ett tydligt och kortfattat sätt specificera villkoren för tillhandahållande av marknadsdata och göra det enkelt för kunden att förstå skyldigheterna och rättigheterna i avtalet.

2. I avtalet om marknadsdata ska tydliga och begripliga definitioner och termer samt den terminologi för marknadsdatapolicyer som anges i artikel 18 användas.

Artikel 10

Villkorens överensstämmelse med marknadsdatapolicyn

Leverantörer av marknadsdata ska säkerställa att villkoren i avtalet om marknadsdata överensstämmer med informationen i den offentliggjorda marknadsdatapolicyn.

Artikel 11

Tilläggsavgifter

Villkor i avtal om marknadsdata som kan leda till tilläggsavgifter eller avgiftshöjningar, inklusive inflationsrelaterade justeringar, ska tydligt anges i avtalet om marknadsdata.

Artikel 12

Avgifter per kund

1. Leverantörer av marknadsdata ska införa arrangemang för att säkerställa att ett enda tillhandahållande av marknadsdata endast debiteras en gång.

2. I detta syfte ska leverantörer av marknadsdata, i fall där marknadsdata har anskaffats från flera leverantörer eller återförsäljare av marknadsdata, erbjuda möjligheten att endast debitera avgifter en gång per kund för samma tillhandahållande av marknadsdata.

Artikel 13

Skyldighet att tillhandahålla data separat

Leverantörer av marknadsdata får inte knyta tillhandahållandet av marknadsdata till andra tjänster.

Artikel 14

Viten

1. Leverantörer av marknadsdata ska i avtalet om marknadsdata tydligt ange de överträdelser av de rättigheter och skyldigheter som följer av avtalet för vilka viten är tillämpliga.

2. Vitesbelopp får inte i orimlig utsträckning överstiga de avgifter som kunden skulle ha betalat om avtalet om marknadsdata hade efterlevts.

3. En begäran om betalning av ett vite får endast göras inom rimlig tid från det att överträdelsen ägde rum, vilket inte får vara mer än fem år från den dag då en revision meddelades, och ska grunda sig på tydliga bevis för överträdelsen.

Artikel 15

Avtalsbestämmelser om revision

Om det i avtalet om marknadsdata föreskrivs att leverantören av marknadsdata får begära revisioner för att fastställa om en överträdelse av avtalet om marknadsdata har ägt rum, ska villkoren i avtalet om marknadsdata säkerställa

a) att begäran om revision bygger på specifika och trovärdiga indikationer på en potentiell överträdelse som ägt rum högst fem år före den dag då revisionen meddelades, och

b) att de dokument och den information som marknadsdatakunden ombes att tillhandahålla är begränsade till vad som är nödvändigt för att samla in bevis för den påstådda överträdelsen.

Artikel 16

Ensidiga ändringar av avgifter och villkor

1. Om villkoren i avtalet om marknadsdata tillåter att leverantören av marknadsdata ensidigt ändrar avgifterna eller villkoren för tillhandahållande av marknadsdata, ska en sådan ändring meddelas marknadsdatakunden minst 90 dagar innan ändringen träder i kraft.

2. Om de ändringar som avses i punkt 1 resulterar i mindre förmånliga avgifter och villkor för marknadsdatakunden, ska marknadsdatakunden ha rätt att frånträda avtalet om marknadsdata utan att ådra sig ytterligare avgifter eller viten. Denna rätt ska anges i avtalet om marknadsdata.

KAPITEL V

INNEHÅLL, FORMAT OCH TERMINOLOGI FÖR MARKNADSDATAPOLICYER

Artikel 17

Information som ska ingå i marknadsdatapolicyn

1. Leverantörer av marknadsdata ska offentliggöra en marknadsdatapolicy som redovisar all information som är relevant för erbjudandet av marknadsdata på ett tydligt och otvetydigt sätt. Denna information ska omfatta följande:

a) Avgiftstablån för tillhandahållande av marknadsdata.

b) Villkoren för tillhandahållandet av marknadsdata, inbegripet eventuella indirekta tjänster som krävs för att få tillgång till marknadsdata.

c) Villkoren för sådana revisioner som avses i artikel 15.

2. Den information om erbjudandet av marknadsdata som redovisas i marknadsdatapolicyn ska göra det möjligt för marknadsdatakunder att förstå de avgifter och villkor som gäller för dem, innan ett avtal om marknadsdata ingås.

Artikel 18

Terminologi för marknadsdatapolicyer

Utöver de relevanta definitioner som anges i artikel 1 ska leverantörer av marknadsdata tillämpa följande terminologi i sina marknadsdatapolicyer och avgiftstablåer:

a) *beräkningsenhet*: den enhet som används för att mäta omfattningen av det tillhandahållande av marknadsdata för vilket marknadsdatakunden ska faktureras och som används för avgiftsändamål; beräkningsenheten får när det är relevant skilja mellan visade data och icke-visade data eller andra typer av data.

b) *professionell kund*: en kund som driver en reglerad finansiell tjänst eller reglerad finansiell verksamhet eller tillhandahåller en tjänst till tredje part.

c) *icke-professionell kund*: en kund som inte uppfyller definitionen av professionell kund i led b.

d) *visade data*: marknadsdata som tillhandahålls med hjälp av en datorskärm eller annan skärm och som är människoläsbara.

e) *icke-visade data*: alla marknadsdata som inte uppfyller definitionen av visade data i led d.

f) *historiska data*: marknadsdata som avser en period som föregår föregående arbetsdag och som arkiveras och lagras av leverantören av marknadsdata.

Artikel 19

Tillgängligt format för marknadsdatapolicyer

1. Leverantörer av marknadsdata ska göra marknadsdatapolicyn tillgänglig på sina webbplatser på ett kostnadsfritt, icke-diskriminerande och lättillgängligt sätt. Om marknadsdatapolicyn består av mer än ett dokument ska leverantören av marknadsdata tydligt ange detta och göra alla de dokument som ingår i policyn tillgängliga på samma plats på sin webbplats.

2. Leverantörer av marknadsdata ska göra marknadsdatapolicyer från de föregående fem åren tillgängliga på sina webbplatser på ett kostnadsfritt, icke-diskriminerande och lättillgängligt sätt och säkerställa att datum och klockslag för offentliggörande och tillämpning av dessa marknadsdatapolicyer tydligt anges.

Artikel 20

Beräkningsenhet

1. Leverantörer av marknadsdata ska redovisa avgiften för marknadsdata per beräkningsenhet för att mäta omfattningen av tillhandahållandet av marknadsdata i sin marknadsdatapolicy och i den mall som anges i bilaga I.

2. Den beräkningsenhet för marknadsdata som en leverantör av marknadsdata använder ska vara unik för varje typ av marknadsdata, inklusive, i förekommande fall, visade data och icke-visade data, och baseras på kostnaderna för framtagning och spridning av marknadsdata.

Artikel 21

Format för offentliggörande av marknadsdatapolicy

1. Leverantörer av marknadsdata ska använda mallen i bilaga I när de offentliggör marknadsdatapolicyn. Denna mall ska inte användas för någon annan information.

2. Leverantörer av marknadsdata ska tillhandahålla informationen i marknadsdatapolicyn på ett konsekvent sätt och med samma detaljnivå och säkerställa att erbjudanden till marknadsdatakunder enkelt kan jämföras. Information om data före och efter handel ska anges separat.

Artikel 22

Redovisning av kostnader

1. Leverantörer av marknadsdata ska i marknadsdatapolicyn inkludera en sammanfattning av hur avgiftsnivån för marknadsdata har fastställts samt en mer detaljerad förklaring av den kostnadsredovisningsmetod som används.

2. Förklaringen av kostnadsredovisningsmetoden ska som minimum innehålla en förteckning över alla kostnadstyper som ingår i avgifterna för marknadsdata, med exempel på sådana kostnader samt fördelningsprinciper och fördelningsnycklar för kostnader som delas med andra tjänster som inte är direkt kopplade till framtagning och spridning av marknadsdata.

3. Leverantörer av marknadsdata ska ange huruvida de inkluderar en marginal i avgifterna för marknadsdata och förklara hur de säkerställer att marginalerna är rimliga.

4. Leverantörer av marknadsdata ska uppdatera den information som avses i punkterna 1, 2 och 3 i denna artikel omedelbart efter att ha slutfört den översyn som avses i artikel 2.7.

KAPITEL VI

DATAÅTKOMST, INNEHÅLL OCH FORMAT FÖR FÖRDRÖJDA MARKNADSDATA

Artikel 23

Tillgång till fördröjda marknadsdata

Marknadsoperatörer och värdepappersföretag som driver en handelsplats, APA och systematiska internhandlare ska ge alla kunder tillgång till fördröjda marknadsdata på ett icke-diskriminerande sätt utan att någon typ av registrering krävs.

Artikel 24

Innehållet i fördröjda marknadsdata

Marknadsoperatörer och värdepappersföretag som driver en handelsplats, APA och systematiska internhandlare ska för allmänheten tillgängliggöra fördröjda marknadsdata från alla system som de driver, i enlighet med följande kriterier:

a) Fördröjda marknadsdata före handel ska innehålla de aktuella bästa köp- och säljbud som är tillgängliga och orderdjupet vid dessa bästa köp- och säljbud.

b) Fördröjda marknadsdata efter handel ska innehålla alla relevanta fält för transparens efter handel, i enlighet med kommissionens delegerade förordningarna (EU) 2017/587 ([8]) och (EU) 2017/583 ([9]), och inga andra fält.

Artikel 25

Format för fördröjda marknadsdata

Marknadsoperatörer och värdepappersföretag som driver en handelsplats, APA och systematiska internhandlare ska göra fördröjda marknadsdata tillgängliga för allmänheten i ett format som är anpassat till kundernas behov under en tillräckligt lång tidsperiod, enligt följande:

a) Fördröjda marknadsdata före handel ska göras tillgängliga i ett maskinläsbart och människoläsbart format till och med påföljande arbetsdag.

b) Fördröjda marknadsdata efter handel ska tillhandahållas i ett maskinläsbart och människoläsbart format och göras tillgängliga i allmänt förekommande program som gör det möjligt för kunderna att automatisera dataextraheringen.

Vid tillämpningen av led b ska fördröjda data efter handel för alla instrument som handlas eller för en kategori av instrument göras tillgängliga i samma fil, som endast ska innehålla fördröjda marknadsdata. Data för varje handelsdag ska göras tillgängliga i samma fil.

([8]) Kommissionens delegerade förordning (EU) 2017/587 av den 14 juli 2016 om komplettering av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 600/2014 om marknader för finansiella instrument avseende tekniska standarder för tillsyn när det gäller krav på transparens för handelsplatser och värdepappersföretag för aktier, depåbevis, börshandlade fonder, certifikat och andra liknande finansiella instrument och krav på att utföra transaktioner för vissa aktier på en handelsplats eller genom en systematisk internhandlare (EUT L 87, 31.3.2017, s. 387, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/587/oj).

([9]) Kommissionens delegerade förordning (EU) 2017/583 av den 14 juli 2016 om komplettering av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 600/2014 avseende tekniska tillsynsstandarder när det gäller krav på transparens för handelsplatser och värdepappersföretag för obligationer, strukturerade finansiella produkter, utsläppsrätter och derivat (EUT L 87, 31.3.2017, s. 229, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg_del/2017/583/oj).

Den dagliga fil som avses i andra stycket ska uppdateras varje minut. Om tidsperioden mellan rapporterade data överstiger en minut ska filen uppdateras så snart marknadsdata uppfyller kriterierna för offentliggörande av fördröjda marknadsdata. Den dagliga filen ska hållas tillgänglig åtminstone till och med nästa arbetsdag för att göra det möjligt för marknadsdatakunder att extrahera data.

KAPITEL VII

INNEHÅLL, FORMAT OCH TERMINOLOGI FÖR DEN INFORMATION SOM SKA LÄMNAS TILL DE BEHÖRIGA MYNDIGHETERNA

Artikel 26

Information som ska lämnas till de behöriga myndigheterna

1. Leverantörer av marknadsdata ska på begäran förse behöriga myndigheter med den information om totala kostnader och rimlig marginal som avses i kapitel II, med hjälp av mallen i bilaga II.

2. I den information som ska lämnas till de behöriga myndigheterna ska följande anges:

a) Uppgifter för identifiering av leverantören av marknadsdata och, i tillämpliga fall, den koncern som leverantören av marknadsdata tillhör.

b) Uppgifter om den typ av marknadsdata som erbjuds.

c) Uppgifter om de totala kostnaderna, inklusive följande:

   i) En beskrivning av den centrala infrastruktur som används av leverantören av marknadsdata.

   ii) Uppgift om vilka delar av denna infrastruktur som är relevanta för beräkningen av de totala kostnaderna.

   iii) En specifikation av de kostnadssiffror som kan hänföras till framtagning och spridning av marknadsdata.

d) Den rimliga marginal som tillämpas.

e) Förklaringar av hur avgiftsnivån fastställs.

f) Om skillnader i avgifter tillämpas, en förklaring av hur kostnader och marginaler fördelas mellan de olika kategorierna av marknadsdatakunder, i tillämpliga fall.

g) All eventuell annan information och/eller styrkande dokumentation som kan anses relevant för den behöriga myndigheten vid granskning av de totala kostnaderna och rimliga marginalerna.

KAPITEL VIII

SLUTBESTÄMMELSER

Artikel 27

Övergångsbestämmelser

För marknadsoperatörer och värdepappersföretag som driver en handelsplats, APA och systematiska internhandlare som auktoriserats före 23 november 2025 ska denna förordning tillämpas från och med den 23 augusti 2026.

Artikel 28

Ikraftträdande

Denna förordning träder i kraft den tjugonde dagen efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Bryssel den 12 juni 2025.

På kommissionens vägnar
Ursula VON DER LEYEN
Ordförande

BILAGA I

Mall för offentliggörande av marknadsdatapolicy

<table>
<tr><th>Rättslig grund</th><th colspan="4">Innehåll</th></tr>
<tr><td>Artikel 17 i denna förordning</td><td colspan="4">Marknadsdatapolicy: år XXXX</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="4">[Infoga länk till
i) avgiftstablån för tillhandahållande av marknadsdata,
ii) villkoren för tillhandahållande av marknadsdata, inbegripet eventuella indirekta tjänster som krävs för att få tillgång till marknadsdata,
iii) villkoren för sådana revisioner som avses i artikel 15.]</td></tr>
<tr><td>Artiklarna 5 och 20 i denna förordning</td><td colspan="4">[Ange en övergripande sammanfattning av avgifterna i avgiftstablån. Avgiftstablån ska innehålla följande poster:
i) Avgift per beräkningsenhet för marknadsdata före handel och för marknadsdata efter handel.
ii) Kundkategorier och de kriterier som använts för att fastställa kategorierna.
iii) Regler för rabatter.
iv) Avgifter för andra datamängder, inbegripet de som behövs för att för att uppnå den detaljnivå för data som krävs enligt kommissionens delegerade förordning (EU) 2017/572.
v) Andra avtalsvillkor.
Alla eventuella ändringar av prislistan bör markeras tydligt och förklaras.]</td></tr>
<tr><td>Artikel 16 i denna förordning</td><td colspan="4">Förhandsinformation med minst tre månaders varsel om en framtida avgiftsförändring som träder i kraft den dd.mm.åå [Infoga länk till den nya avgiftstablån med datum för ikraftträdande]</td></tr>
<tr><td>Artikel 13.1 i förordning (EU) nr 600/2014</td><td colspan="4">Information om innehållet i marknadsdata
Period som omfattas: 1.1.åå–31.12.åå</td></tr>
<tr><td></td><td>Tillgångskategori</td><td>1. Antal instrument som omfattas</td><td>2. Den totala omsättningen av instrument som omfattas</td><td>3. Förhållande mellan marknadsdata före och efter handel</td></tr>
<tr><td></td><td>Aktieinstrument (aktier, börshandlade fonder, depåbevis, certifikat, andra aktieliknande finansiella instrument)</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>Börshandlade råvaror, börshandlade certifikat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Strukturerade finansiella instrument</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Värdepapperiserade derivat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Räntederivat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Kreditderivat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Aktiederivat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Valutaderivat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Utsläppsrättsderivat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>C10-derivat</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Råvaruderivat</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>Utsläppsrätter</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

Rättslig grund	Innehåll	
Artikel 22 i denna förordning	**Redovisning av kostnader: år ÅÅÅÅ**	
	Information om hur avgiftsnivån fastställs	[*Ange sammanfattning av hur avgiftsnivån fastställs*]
	Kostnadsredovisningsmetod	[*Infoga länk till kostnadsredovisningsmetoden*]
		1. Förteckning över typer av kostnader enligt artikel 2 i denna förordning
		2. Fördelningsnycklar (%)
		3. Fördelningsprinciper
		4. Uppge huruvida en marginal ingår och beskriv hur det säkerställs att marginalen är rimlig

BILAGA II

Mall för den information som ska lämnas till behörig myndighet enligt artikel 13.4 i förordning (EU) nr 600/2014

AVSNITT 1

Leverantör av marknadsdata som lämnar in informationen

Tabell 1.A

Allmän information

Enhetsnamn	*[Fullständigt namn för leverantören av marknadsdata, inklusive* — *den rättsliga formen enligt vad som föreskrivs i landets register i enlighet med den lag som ligger till grund för dess inrättande, i tillämpliga fall, och* — *identifieringskoden för juridiska personer i enlighet med ISO 17442, i förekommande fall.]*
Adress	*[Fullständig adress (t.ex. gatunamn, gatunummer, postnummer, ort, delstat/provins) och land.]*
Kontakt för ytterligare förfrågningar om information	*[Den person hos leverantören av marknadsdata som ska kontaktas angående information rörande denna mall (t.ex. finansdirektör) och dennes kontaktuppgifter:* — *För- och efternamn.* — *Kontaktpersonens position hos leverantören av marknadsdata.* — *E-postadress på arbetsplatsen.]*

Tabell 2.B

Information om koncernen

Ingår enheten i en koncern?	☐ Ja ☐ Nej
Om ja, är enheten den enda enhet i koncernen som bär kostnaden för framtagning och spridning av data?	☐ Ja ☐ Nej
Om nej, ange vilken annan enhet inom koncernen som bär någon del av kostnaden för framtagning och spridning av data.	*[Enhetens fullständiga namn, inklusive* — *den rättsliga formen enligt vad som föreskrivs i landets register i enlighet med den lag som ligger till grund för dess inrättande, i tillämpliga fall, och* — *identifieringskoden för juridiska personer i enlighet med ISO 17442, i tillämpliga fall.* — *Fullständig adress (t.ex. gatunamn, gatunummer, postnummer, ort, delstat/provins) och land.]*

AVSNITT 2

Information om data som tillhandahålls

Data som erbjuds	Länk till marknadsdatapolicyn såsom den visas på webbplatsen i enlighet med [artiklar om tillhandahållna data] [AVSNITT A i marknadsdatapolicyn]
Typ av data som erbjuds	Ange de typer av data som erbjuds: ☐ fullständig orderbok ☐ högsta köp- och säljkurs ☐ senaste avslut ☐ auktionsobalans ☐ andra typer av data, ange vilka

AVSNITT 3

Kostnader

3.A *Allmän beskrivning av systemet*

Beskriv kortfattat systemet och processerna för framtagning och spridning av marknadsdata.

3.B *Komponenter som beaktas för att fastställa kostnaden för marknadsdata*

Med beaktande av det system som beskrivs, ange de **komponenter** i systemet som beaktades för att fastställa kostnaden för marknadsdata och de kriterier som använts för att identifiera dessa komponenter.

3.C *Kostnader för marknadsdata*

Ange nedan den kostnad som krävs för att ta fram data, beräknad för räkenskapsåret, per komponent (se kategorin i artikel 2).

EJ DELAD KOSTNAD

Infrastruktur – inklusive fysiska tillgångar och programvarulicenser samt hyrda tjänster som krävs för framtagning och spridning av marknadsdata

Komponent (enligt 3B)	Kostnad

Konnektivitet – inklusive fysiska tillgångar och programvarulicenser samt hyrda tjänster som säkerställer den konnektivitet som krävs för framtagning och spridning av marknadsdata

Komponent (enligt 3B)	Kostnad

Kostnader som kan hänföras till personal som arbetar med framtagning och spridning av marknadsdata

Komponent (enligt 3B)	Kostnad

Finansiella kostnader – inklusive avskrivningar och kapitalkostnader

Komponent (enligt 3B)	Kostnad

Annat

Komponent (enligt 3B)	Kostnad

DELAD KOSTNAD

Infrastruktur – inklusive fysiska tillgångar och programvarulicenser samt hyrda tjänster som krävs för framtagning och spridning av marknadsdata

Komponent (enligt 3B)	Total kostnad	Procentandel som fördelats till marknadsdata	Motivering till fördelningen

Konnektivitet – inklusive fysiska tillgångar och programvarulicenser samt hyrda tjänster som säkerställer den konnektivitet som krävs för framtagning och spridning av marknadsdata

Komponent (enligt 3B)	Kostnad	Procentandel som fördelats till marknadsdata	Motivering till fördelningen

Kostnader som kan hänföras till personal som arbetar med framtagning och spridning av marknadsdata

Komponent (enligt 3B)	Kostnad	Procentandel som fördelats till marknadsdata	Motivering till fördelningen

Finansiella kostnader till följd av ovanstående kategorier – inklusive avskrivningar och kapitalkostnader

Komponent (enligt 3B)	Kostnad	Procentandel som fördelats till marknadsdata	Motivering till fördelningen

Övriga

Komponent (enligt 3B)	Kostnad	Procentandel som fördelats till marknadsdata	Motivering till fördelningen

Tabell över resulterande totalkostnad för data, beräknad för dataleverantörens räkenskapsår

Typ av kostnader	Värde
Ej delade kostnader	
Delade kostnader	
TOTALT	

AVSNITT 4

Kundkategorier

Offentliggjorda avgifter	[*Infoga länk till marknadsdatapolicyn på webbplatsen för leverantören av marknadsdata*]
Tillämpar ni skillnader i avgifter för de data som erbjuds, dvs. använder ni kundkategorier?	☐ Ja ☐ Nej
Om ja, enligt vilka kriterier kategoriseras kunderna?	
Hur många kundkategorier finns det, och ungefär hur många kunder ingår i varje kategori?	Antal kategorier: Antal kunder i kategori 1: Antal kunder i kategori 2: [*lägg till efter behov*]

AVSNITT 5

Rimlig marginal

Marginal per kundkategori

Kundkategori	Marginal uttryckt i absoluta termer, beräknad som rörelseresultat	Marginal uttryckt som en procentandel av den totala kostnaden för data	Marginalens rimlighet [*ange en förklaring av de faktorer som beaktats vid fastställandet av marginalen*]
[*lägg till efter behov*]			
TOTALT			Inte tillämpligt

Förändring i procent av marginalen jämfört med föregående år

Kundkategori	Procentuell förändring.	Motivering
[*lägg till efter behov*]		

AVSNITT 6

Årliga kostnader, marginal och viten

6.A *Marginal för marknadsdata*

Räkenskapsår	Kostnad för året totalt ([1])	Marginal för året totalt	Avgifter för året totalt ([2])	Genomsnittlig marginal i %	Viten totalt

([1]) Året avser räkenskapsåret.
([2]) Avser summan av alla fakturor för marknadsdata som utfärdats under räkenskapsåret.

6.B *Marknadsdata jämfört med den övergripande marginalen*

Endast för de leverantörer av marknadsdata som avses i artikel 3.2 c

Räkenskapsår	De totala årliga intäkterna för den koncern som dataleverantören tillhör	Den totala årliga marginalen för den koncern som dataleverantören tillhör	Marginal i %	Genomsnittlig marginal för marknadsdata i % (tabell 6A).

Hur är förhållandet mellan den marginal som fastställts för framtagning och spridning av marknadsdata och den övergripande marginalen för er verksamhet?	

AVSNITT 7

Ytterligare information

Vill du lägga till ytterligare information?	☐ Ja ☐ Nej
Om ja, beskriv	
Ange eventuella ytterligare dokument som bifogas denna anmälan	