



European Securities and
Markets Authority

Orientações relativas ao Regulamento «Abuso de Mercado»

Pessoas objeto de sondagens de mercado



Índice

1	Âmbito.....	3
2	Referências, abreviaturas e definições.....	3
3	Objetivo.....	4
4	Obrigações de cumprimento e de notificação.....	4
4.1	Natureza jurídica das orientações.....	4
4.2	Requisitos de notificação.....	4
5	Orientações aplicáveis às pessoas objeto de sondagens de mercado.....	5

1 Âmbito

Quem?

1. As presentes orientações destinam-se às autoridades competentes e às pessoas objeto de sondagens de mercado.

O quê?

2. As presentes orientações aplicam-se aos fatores, passos e registos que as pessoas objeto de sondagens de mercado deverão ter em conta e implementar, nos termos do artigo 11.º, n.º 11, do Regulamento (UE) n.º 596/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho.

Quando?

3. As presentes orientações são aplicáveis 10/01/2017.

2 Referências, abreviaturas e definições

Regulamento ESMA	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
MSR	Pessoa objeto da sondagem de mercado
DMP	Participante no mercado que transmite a informação
MAR	Regulamento (UE) n.º 596/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de abril de 2014, relativo ao abuso de mercado (Regulamento «Abuso de Mercado») e que revoga a Diretiva 2003/6/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e as Diretivas 2003/124/CE, 2003/125/CE e 2004/72/CE da Comissão
Normas técnicas de regulamentação relativas às sondagens de mercado	Regulamento Delegado (UE) 2016/960 da Comissão, de 17 de maio de 2016, que complementa o Regulamento (UE) n.º 596/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho no que diz respeito às normas técnicas de regulamentação relativas aos dispositivos, sistemas e procedimentos adequados aplicáveis aos participantes no mercado que transmitem a informação e que realizam sondagens de mercado

3 Objetivo

4. O artigo 11.º, n.º 11, do Regulamento «Abuso de Mercado» estabelece que a ESMA emitirá orientações dirigidas às pessoas objeto de sondagem de mercado sobre:
 - a) os **fatores** que uma pessoa objeto da sondagem de mercado deve ter em conta quando a informação lhe é facultada como parte de uma sondagem de mercado a fim de ponderar se a informação constitui informação privilegiada;
 - b) os **passos** que uma pessoa objeto de uma sondagem de mercado deve seguir se lhe foi facultada informação privilegiada para que cumpra as disposições dos artigos 8.º e 10.º do Regulamento «Abuso de Mercado»; bem como
 - c) os **registos** que uma pessoa objeto de uma sondagem de mercado deve manter a fim de demonstrar que cumpriu as disposições dos artigos 8.º e 10.º do Regulamento «Abuso de Mercado».
5. As presentes orientações têm por objetivo assegurar uma abordagem comum, uniforme e coerente dos requisitos aplicáveis às pessoas objeto de sondagem de mercado. Visam igualmente reduzir o risco global de divulgação de informação privilegiada comunicada no decurso da sondagem de mercado e facultar às autoridades competentes instrumentos para realizarem eficazmente investigações de casos em que há suspeita de abuso de mercado.

4 Obrigações de cumprimento e de notificação

4.1 Natureza jurídica das orientações

6. O presente documento contém orientações emitidas ao abrigo do artigo 11.º, n.º 11, do Regulamento «Abuso de Mercado». As autoridades competentes e os intervenientes nos mercados financeiros devem desenvolver todos os esforços para dar cumprimento às orientações e recomendações.

4.2 Requisitos de notificação

7. As autoridades competentes às quais as presentes orientações se destinam devem comunicar à ESMA se dão ou tencionam dar cumprimento às mesmas, indicando as razões que justifiquem o eventual não cumprimento, no prazo de dois meses a contar da data da publicação pela ESMA, para [MARguidelinesGL2@esma.europa.eu]. Na falta de

resposta dentro deste prazo, as autoridades competentes serão consideradas incumpridoras. Encontra-se disponível no sítio Web da ESMA um modelo para as notificações.

8. As pessoas objeto de sondagens de mercado não estão obrigadas a informar se dão cumprimento às presentes orientações.

5 Orientações aplicáveis às pessoas objeto de sondagens de mercado

1. Procedimentos internos e formação dos funcionários

9. As pessoas objeto de sondagens de mercado devem estabelecer, aplicar e manter procedimentos internos adequados e proporcionais à escala, dimensão e natureza da sua atividade económica, a fim de:
 - a. assegurar que, nos casos em que a pessoa objeto da sondagem de mercado designa uma pessoa específica ou um ponto de contacto para receber sondagens de mercado, as informações são disponibilizadas ao participante no mercado que transmite a informação;
 - b. assegurar que a informação recebida no decurso da sondagem de mercado é divulgada a nível interno apenas através de canais de comunicação predeterminados e na medida do necessário;
 - c. assegurar que a(s) pessoa(s), a função ou o órgão responsáveis por avaliar se a pessoa objeto da sondagem de mercado detém informação privilegiada em virtude da sondagem de mercado estão claramente identificados e receberam formação adequada para esse efeito;
 - d. gerir e controlar o fluxo de informação privilegiada resultante da realização da sondagem de mercado junto da pessoa objeto da sondagem e dos seus funcionários, de modo a que estes cumpram as disposições dos artigos 8.º e 10.º do Regulamento «Abuso de Mercado».
10. A pessoa objeto da sondagem de mercado deve assegurar que os funcionários que recebem e tratam a informação obtida no decurso da sondagem de mercado receberam formação adequada sobre os procedimentos internos pertinentes, bem como sobre as proibições, nos termos dos artigos 8.º e 10.º do Regulamento «Abuso de Mercado», decorrentes da detenção de informação privilegiada. A formação deve ser adequada e proporcional à escala, dimensão e natureza da atividade económica da pessoa objeto da sondagem de mercado.

2. Comunicação da pretensão de não ser objeto de sondagens de mercado

11. Depois de ser abordado por um participante no mercado que transmite a informação, a pessoa objeto da sondagem de mercado deve notificar este último de que não pretende ser objeto de futuras sondagens de mercado no que respeita a todas as possíveis transações ou a todos os tipos específicos de possíveis transações.

3. Avaliar se a pessoa objeto da sondagem de mercado detém informação privilegiada em virtude da sondagem de mercado e quando deixa de dispor de informação privilegiada

12. As pessoas objeto de sondagens de mercado devem avaliar, por si só, se detêm informação privilegiada em virtude da sondagem de mercado, considerando como fatores relevantes a avaliação do participante no mercado que transmite a informação e todas as informações à disposição da(s) pessoa(s), da função ou do órgão da pessoa objeto da sondagem de mercado responsáveis pela realização dessa avaliação, nomeadamente informações obtidas juntos de fontes que não sejam o participante no mercado que transmite a informação. Ao realizar a avaliação, a(s) pessoa(s), a função ou o órgão não devem ser obrigados a infringirem as barreiras de informação instituídas para prevenir o acesso a informação privilegiada no âmbito da pessoa objeto da sondagem de mercado.
13. Além da notificação, por parte do participante no mercado que transmite a informação, de que a informação divulgada no decurso da sondagem de mercado já não constitui informação privilegiada, as pessoas objeto de sondagens de mercado devem avaliar, por si só, se ainda detêm informação privilegiada, tendo em conta a avaliação do participante no mercado que transmite a informação e todas as informações à disposição da(s) pessoas, da função ou do órgão da pessoa objeto da sondagem de mercado responsáveis pela realização dessa avaliação, nomeadamente as informações obtidas junto de fontes que não sejam o participante no mercado que transmite a informação. Ao realizar a avaliação, a(s) pessoa(s), a função ou o órgão não devem ser obrigados a infringirem as barreiras de informação instituídas para prevenir o acesso a informação privilegiada no âmbito da pessoa objeto da sondagem de mercado.

4. Avaliação dos instrumentos financeiros relacionados

14. Sempre que a pessoa objeto da sondagem de mercado determine que detém informação privilegiada em virtude de uma sondagem de mercado deve, para efeitos de cumprimento do disposto no artigo 8.º do Regulamento «Abuso de Mercado», identificar todos os emitentes e instrumentos financeiros aos quais considere que a informação privilegiada se refere.

5. Atas ou notas escritas

15. Sempre que, em conformidade com o artigo 6.º, n.º 2, alínea d), das normas técnicas de regulamentação relativas às sondagens de mercado, o participante no mercado que transmite a informação tiver redigido atas ou notas escritas das reuniões ou conversas

telefónicas não gravadas, as pessoas objeto de sondagens de mercado devem, no prazo de cinco dias úteis a contar da data de receção:

- a. assinar essas atas ou notas, sempre que tiverem chegado a acordo quanto ao seu conteúdo; ou
- b. facultar ao participante no mercado que transmite a informação a sua própria versão dessas atas ou notas devidamente assinadas, sempre que não chegarem a acordo quanto ao seu conteúdo.

6. Manutenção de registos

16. As pessoas objeto de sondagens de mercado devem manter registos dos elementos a seguir enumerados num suporte duradouro que assegure a sua acessibilidade e legibilidade durante um período mínimo de cinco anos:

- a. os procedimentos internos a que se refere o n.º 1;
- b. as notificações a que se refere o n.º 2;
- c. as avaliações a que se refere o n.º 3 e as respetivas justificações;
- d. as avaliações dos instrumentos relacionados a que se refere o n.º 4;
- e. as pessoas que para elas trabalham ao abrigo de um contrato de trabalho ou outro e que executam tarefas através das quais têm acesso à informação comunicada no decurso de sondagens de mercado, enumeradas por ordem cronológica para cada sondagem de mercado.