



Структурные продукты для клиентов Private Banking VTB 24

Дисклеймер по структурным продуктам

Банк ВТБ 24 предлагает структурные продукты только для квалифицированных клиентов.

При покупке клиентом структурных продуктов, необходимо убедиться, что:

- 1) Клиент полностью ознакомился с содержанием условий размещения структурных продуктов;
- 2) Условия размещения финансовых инструментов, в том числе правила обращения структурных продуктов, выплаты доходов и погашения требования по финансовым инструментам, Клиенту полностью понятны;
- 3) Клиент подтверждает, что его навыки и опыт в отношении вопросов инвестирования позволяют ему оценивать риски и выгоду от инвестирования в указанные финансовые инструменты;
- 4) Клиент понимает и принимает на себя все риск, связанные с приобретением структурных продуктов на брокерский счет клиента;
- 5) Клиент понимает и соглашается с тем, что неполучение ожидаемого дохода по структурному продукту может быть вызвано сложившейся ситуации на финансовых рынках, вины ВТБ 24(ПАО) в этом нет.

Описанные в данной презентации условия продуктов, являются индикативными и могут измениться в ходе выпуска продукта из-за изменения состояния финансовых рынков.

Глоссарий

- Эмитент (Issuer) – крупный западный банк, выпускающий продукт для VTB 24;
- Базовый актив (Underlying) – актив (или корзина активов), доходность, которого (-ых) лежит в основе структурного продукта;
- Автоколл (autocall)– возможность продукта досрочно прекратить свое действие, если все базовые активы будут выше цены входа (страйка) на какую-либо дату наблюдения;
- Страйк (Initial Spot Price) – первоначальная цена базового актива (корзины базовых активов), определяемая в момент запуска продукта;
- Дата промежуточного наблюдения (Observation Date) – дата, на которую может произойти корпоративное событие по структурному продукту: погашение, выплата купона;
- Дата погашения (Redemption Date) – дата, на которую продукт прекращает свое действие и инвестор получает финальный финансовый результат;
- Защитный барьер - барьер, определяемый при запуске продукта, устанавливает защиту капитала при снижении цен на базовый актив. На дату погашения худший базовый актив должен быть выше защитного барьера, тогда погашения продукта происходит по 100% от номинала. Если худший базовый актив пробил защитный барьер, то размер погашения зависит от на сколько упал худший защитный актив от своих первоначальных значений;
- Купонный барьер – барьер, определяемый при запуске продукта, устанавливает, что при развитии негативной тенденции по базовым активам, инвестор будет получать купон. Если на дату наблюдения, худший базовый актив не достиг купонного барьера, то инвестор получает купон. Гарантированный купон выплачивается при каждом промежуточном наблюдении, условный купон зависит от положения базовых активов относительно купонного барьера;
- Memory effect – эффект запоминания купона, если базовый актив (или худший из корзины базовых активов) пробил купонный барьер на дату наблюдения. Если на дату наблюдения, худший базовый актив упал ниже купонного барьера, то купон не выплачивается, а запоминается. При этом он может быть выплачен, в следующую дату наблюдения, если худший базовый актив будет выше купонного барьера.
- Купон (Coupon) – купон, который получает инвестор, в случае если все базовые активы находятся выше купонного барьера;
- Коэффициент участия (Participation rate) - параметр определяет, какая доля от доходности базового актива будет выделена инвестору по продукту;

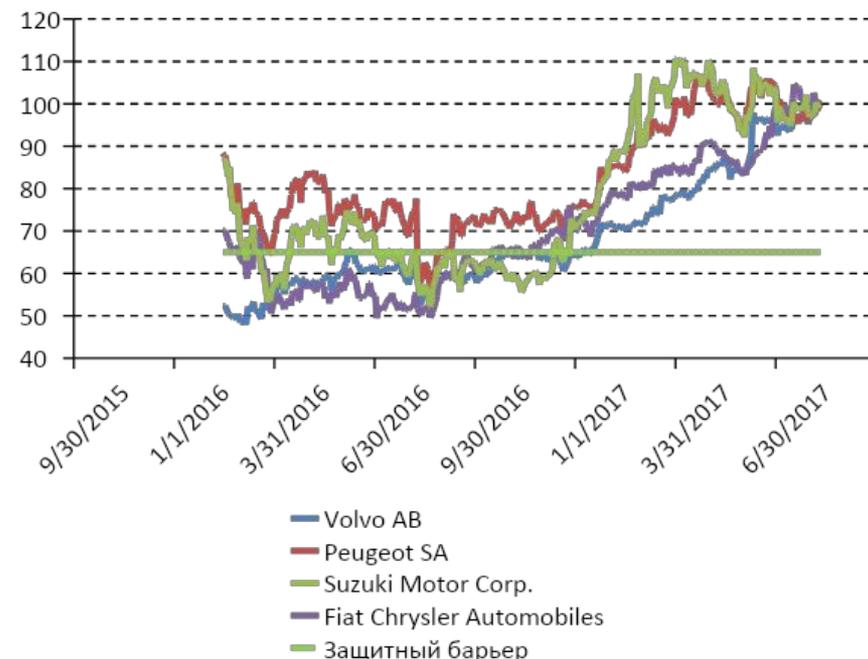
AUTOCALL на автомобильные компании

ПАРАМЕТРЫ

Эмитент	Крупный западный банк, с рейтингом не ниже BBB(Fitch)
Защита капитала	Условный барьер
Базовые активы (акции)	Volvo AB Peugeot SA Fiat Chrysler Automobiles Suzuki Motor Corp.

ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ

Структура	Memory Autocall with StepDown
Валюта	USD
Срок обращения	5 лет
Условный купон	USD: 2% в квартал (8% год.)
Наблюдение	Квартал
Барьеры	Защитный – 65% (европейский) Купонный барьер - 75%



Досрочный отзыв

Продукт досрочно отзывается в случае, если на дату наблюдения худший из базовых активов в корзине находится выше цены на дату размещения ноты (страйка), уменьшенную на 2%. Каждую последующую дату наблюдения уровень цены для досрочного отзыва уменьшается на 2% от предыдущего значения.

Погашение

Нота погашается по номинальной стоимости в случае, если на дату погашения худший базовый актив корзины находится выше Защитного барьера. Иначе финансовый результат инвестора соответствует инвестиции в худший по динамике базовый актив корзины (с учетом полученных купонов).

AUTOCALL на автомобильные компании

- Volvo AB - в настоящее время концерн является шведским поставщиком грузовиков, автобусов и строительного оборудования, систем морских двигателей, космических компонентов и финансовых услуг. Общая капитализация концерна на июнь 2017 года составила свыше 27,615 млрд. дол США. Объем выручки компании за 2016 год 8,963 млрд. дол США.
- Peugeot SA – французская автомобилестроительная компания, второй по величине производитель автомобилей в Европе. Штаб-квартира – в Париже. Владелец таких брендов, как Citroën, Peugeot, Opel, Vauxhall, Hindustan Motors и DS Automobiles. Общая капитализация компании на июнь 2017 года составила 16,512 млрд. дол США. Объем выручки компании за 2016 год 1,942 млрд. дол США.
- Fiat Chrysler Automobiles - является седьмым по величине автопроизводителем в мире. Группа выпускает автомобили под марками: Chrysler, Jeep, Fiat, Fiat Professional, Alfa Romeo, Lancia, Abarth, Dodge, RAM, SRT, Ferrari и Maserati, а также фирменные аксессуары и запчасти под маркой Mopar. Компания имеет представительства в 40 странах и реализует свои автомобили на 150 рынках. Рыночная капитализация на июнь 2017 года составляет 19,311 млрд. дол. США. Объем выручки компании за 2016 год 4,92 млрд. дол США.
- Suzuki Motor Corp. - специализируется на производстве мотоциклов и компактных малолитражных автомобилей. По выпуску автомобилей эта японская компания занимает 11 место в мире, продукция Suzuki реализуется более чем в 190 странах. Рыночная капитализация компании на июнь 2017 года составила свыше 23 млрд. дол США. Объем выручки компании за 2017 год 3,945 млрд. дол США.

Риски, связанные с приобретением структурных продуктов.

Целью настоящей Декларации является предоставление клиенту информации о рисках, связанных с приобретением структурных продуктов. Структурные продукты могут быть приобретены на внебиржевом рынке.

Рыночный (ценовой) риск.

Структурные продукты, являются сложными финансовыми инструментами и могут включать в себя несколько видов инструментов, где выплата зависит от изменений определенных характеристик базовых ценных бумаг, фондовых индексов, процентных ставок, и других базовых активов, и которые могут быть проданы в качестве единого инструмента или быть комплексом взаимосвязанных инструментов. Таким образом, структурные продукты рассматриваются как инвестиционное решение, посредством которого можно достичь определенного уровня доходности при некоторых заранее определенных условиях. Основной из рисков, связанных с инвестированием в структурные продукты, является риск потери инвестированной суммы. Покупка структурных продуктов предполагает их удержание в портфеле течение определенного (фиксированного) периода. Досрочное погашение, если это возможно исходя из рыночных условий, может привести к существенным убыткам.

Риск из-за структуры продукта.

В определенных типах структурных продуктов, при наличии встроенной защиты капитала (защитный барьер), предоставленной эмитентом продукта, такая защита обеспечивается только в конце срока действия продукта. В связи с этим, если на дату финального погашения, стоимость продукта, исходя из текущих рыночных условий или снижения рыночной цена на базовый актив, окажется ниже первоначальной цены, инвестор может понести существенные убытки в размере, вплоть до полной потери капитала.

Риск ликвидности продукта.

Эмитент структурного продукта обязуется поддерживать двухсторонние котировки с минимальным спредом по выпущенному им продукту. Однако, при резком движении рыночной цены базового актива на который выпущен структурный продукт, продукт временно может потерять ликвидность, и клиент временно не сможет реализовать, приобретенный им ранее, продукт на вторичном рынке.

Риск банкротства эмитента.

Возможность наступления неплатежеспособности эмитента структурного продукта, что приведет к резкому падению цены (вплоть до полной потери ликвидности) такого структурного продукта и невозможностью погасить структурный продукт. Применительно к структурным продуктам этот риск в наибольшей степени определяется финансовым положением и платежеспособностью эмитента.