

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

(LV - 1013, Rīga, K.Valdemāra 157, tālr. 67388624)

L Ē M U M S Nr. E03-RIG-93

Rīgā

2008.gada 17.martā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
Piedaloties ārvalstu komersanta filiālei „NORDEA BANKA FINLAND PLC LATVIJAS
FILIĀLE”

vienotās reģistrācijas numurs: 40003486767

juridiskā adrese: Rīgā, Kaļķu ielā 15,

piedaloties pilnvarotajam pārstāvim (...), izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

2007.gada 20.novembrī Patērētāju tiesību aizsardzības centrā (turpmāk tekstā – PTAC), saņemta Latvijas Republikas Finanšu ministrijas vēstule par Ārvalstu komersanta filiāles „NORDEA BANK FINLAND PLC LATVIJAS FILIĀLE” (turpmāk – NORDEA) izplatītās reklāmas (turpmāk tekstā – Reklāma) ar saukli „*Necepies! Labāk vāries! Fondu peļņas depozīts 20%**” atbilstību normatīvo aktu prasībām. Savā vēstulē Latvijas Republikas Finanšu ministrija norāda, ka reklāmā lietotais salīdzinājums par bankas augstāku kredītreitingu pār valsts kredītreitingu nav adekvāts.

2007.gada 4.decembrī PTAC nosūtīja NORDEA vēstuli Nr. 21-07/10060 ar pielikumu, kurā, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja NORDEA rakstveidā līdz 2007.gada 19.decembrim iesniegt paskaidrojumu par Latvijas Republikas Finanšu ministrijas vēstulē minēto, kā arī paskaidrojumu, kurā detalizēti tiktu sniegts skaidrojums par to, kādā veidā personas var gūt fondu peļņas depozītu 20% apmērā.

2007.gada 21.decembrī PTAC saņemta NORDEA vēstule, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

„Fondu peļņas depozīts” – 20%” piedāvājums sastāv no divu uzkrājumu produktu – depozīta un ieguldījumu investīciju fondos – kombinācijas. Piedāvājums paredz 50% no summas, kura nevar būt mazāka par 100 latiem, ieguldīt viena mēneša depozītā ar procentu likmi, kas latu valūtā sasniedza 20% gadā un otru 50% (min. 100 LVL vai citā valūtā ekvivalentu summu) ieguldīt NORDEA bankas piedāvātajos investīciju fondos. Garantētos procentus par depozītu klients saņem pēc viena mēneša. Pēc šī termiņa klients var arī izlemt, vai viņš vēlas pagarināt depozīta termiņu vai ieguldīt šo summu fondos, vai arī to izmantot citiem mērķiem.

Šī piedāvājuma ietvaros klients saglabā savu līdzekļu augstu likviditāti, jo depozīts ir tikai uz vienu mēnesi. Savukārt, naudas līdzekļiem, kas tika ieguldīti fondos, ir brīva pieeja, jo klients četru dienu laikā, iepriekš iesniedzot bankā attiecīgu pieteikumu, var pārdot savas ieguldījumu fondu apliecības. Bez tam fondu ieguldītājs var arī brīvi gan pirkt klāt fondu daļas, gan konvertēt, gan pārdot visu vai daļu no sava portfeļa.

NORDEA sadarbojas ar klientiem pēc augstākajiem klientu apkalpošanas standartiem, ko regulē arī nacionālie normatīvie akti. Tie cita starpā nosaka, ka bankai klientiem ir jāatklāj informācija par ar ieguldījumiem saistītajiem finanšu riskiem. Klientiem šī informācija tiek sniegta, kā arī klienti tiek informēti, ka ieguldījumi fondos ir saistīti ar izmaksām. Piemēram, fondu daļas pirkšana klientiem NORDEA izmaksā no 1.5-

2.5% no summas, ko klientam būtu jāmaksā, nopērkot fondus arī ārpus akcijas piedāvājuma. Ja klients nav gatavs īslaicīgi ciest zaudējumus vai uztraucās par komisijas atpelnīšanas iespējām, kā arī, ja klientam svarīgi nezaudēt ieguldīto pamatsummu, šis klients nav potenciālais mērķa klients šim piedāvājumam un bankas darbinieks viņam piedāvās citu uzkrājuma risinājumu ar garantētu pamatsummas atmaksu vai to pašu depozītu, kam joprojām likmes saglabājas diezgan augstā līmenī.

Attiecībā uz teikumu, ka „bankai ir augstāks kredītreitings nekā Latvijas valstij”, NORDEA paskaidro, ka kaut gan valsts un bankas kredītreitinga aprēķināšanas metodes, iespējams, ir atšķirīgas, tomēr pēc būtības kredītreitings atspoguļo attiecīgi valsts vai bankas spēju pildīt uzņemtās parāda saistības. Latvijas valsts un banku kredītreitingu ir noteikuši trīs lielākās starptautiskās reitinga aģentūras – Moody’s Investor Service, Standart&Poor’s un Fitch Ratings. Aģentūras kredītreitingu vērtē vairākās kategorijās, nosakot to gan ilgtermiņa, gan īstermiņa saistībām, gan ārvalstu, gan vietējā valūtā.

Gan Latvijas Republikai, gan bankai kredītreitings ir nepieciešams, lai parādītu potenciālajiem investoriem – investīciju bankām, ieguldījumu fondiem, kā arī citiem iespējamiem investoriem, ieguldījumu drošības līmeni valstī vai attiecīgajā bankā. Tāpat kredītreitings ir noteicošais faktors, veicot aizņēmumus starptautiskajā finanšu tirgū, tādējādi tas ietekmē aizņemšanās iespējas un izmaksas – jo augstāks kredītreitings, jo zemākas aizņemšanās izmaksas, un no investora viedokļa ieguldījums ir drošāks. Atsaucoties uz internetā publiskotajiem datiem, NORDEA norāda, ka bankas kredītreitings ir augstāks nekā Latvijas valstij un tāpēc uzskata, ka NORDEA nav pārkāpusi nedz Reklāmas likuma, nedz arī kādu citu normatīvo aktu prasības.

2008.gada 31.janvārī PTAC nosūtīja Latvijas Bankai un Valsts kasei vēstules, kurās, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 53.pantu, izteica lūgumu sniegt atzinumu par reklāmā ietvertās norādes „(...) bankai ir augstāks kredītreitings nekā Latvijas Republikai (...)” patiesumu un objektivitāti, t.sk., norādot, vai jēdzieni „bankas kredītreitings” un „kredītreitings Latvijas Republikā” ir objektīvi salīdzināmi jēdzieni.

2008.gada 1.februārī PTAC nosūtīja NORDEA vēstuli Nr. 21-07/960, kurā, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja NORDEA rakstveidā līdz 2008.gada 18.februārim iesniegt papildu paskaidrojumu ar pierādījumiem, atbildot uz tālāk minētajiem jautājumiem:

1. kāds peļņas procents gadā tiek piedāvāts, ja patērētājs nolemj pagarināt noslēgtā fondu peļņas depozīta līguma termiņu?
2. skaidrojumu par www.nordea.lv mājas lapā minēto, ka „*Rezultātā jūsu Ls 500 ieguldījumam noguldījumu depozītā tiek piemērota 20% peļņa gadā (EUR un USD valūtā 13% gadā), bet potenciālā investīciju fonda peļņa ir atkarīga no izvēlēta fonda vai fonda portfeļu ienesības*” un Reklāmā minētajā paziņojumā minēto, ka „*Garantētā 20% gada peļņa tiek piemērota noguldījumam depozītā*”. Kāda gada procentu likme tiek nodrošināta līdzekļiem, kas tiek ieguldīti investīciju fondos (iesniedzot attiecīgus pierādījumus)?
3. cik liela komisijas maksa (bankas izdevumi) patērētājam jāmaksā, lai patērētājs varētu ieguldīt naudas summu ieguldījumu investīciju fondos?
4. kādā veidā patērētājam tika sniegta informācija, ka, lai patērētājs varētu ieguldīt naudas summu ieguldījumu investīciju fondos, patērētājam jāsedz komisijas maksa (bankas izdevumi) par ieguldījuma veikšanu investīciju fondā?
5. kādā veidā tiek aprēķināti procenti (un kāds ir no procentiem aprēķinātās summas apmērs) un cik liela komisijas maksa patērētājam jāmaksā, ja patērētājs vēlējas ieguldīt Ls 500 viena mēneša depozītā un Ls 500, piemēram, investīciju fondā Far Eastern Value Fund?

6. kāds ir reklāmas izplatīšanas apjoms (veids, reklāmas materiālu skaits, to izvietojuma biežums un laika periods).

2008.gada 18.februārī PTAC saņēma NORDEA vēstule, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

2007.gada 5.novembrī uzsāktās kampaņas – „Necepies! Labāk vāries! Fondu peļņas depozīts – 20% - izvēles piedāvājums balstījās uz rūpīgu tirgus situācijas izpēti. Veicot vairākkārtējus pētījumus, NORDEA secināja, ka kopumā cilvēkiem ir zināms un saprotams depozīts kā uzkrājuma veids. Vienlaikus daudzi to vērtē kā nepietiekoši pelnošu ieguldījuma veidu. Depozīts asociējas ar naudas iesaldēšanu uz diezgan ilgu periodu, kamēr tā sāk nest peļņu. Savukārt ieguldījumu fondi daudziem liekas interesanti, moderni un ar labu peļņas potenciālu. Tomēr daudzi uzskata, ka tas ir sarežģīts ieguldījumu veids un viņiem nav pārliecības par savām zināšanām. Tāpat ir radies stereotips, ka fondu ieguldījums ir piemērots tikai tiem, kam jau ir uzkrāta diezgan liela naudas summa, piemēram, vismaz 5 – 10 tūkstoši lati.

Ar 20% fondu peļņas depozītu kampaņas palīdzību NORDEA vēlējas cilvēkus pārliecināt un izglītēt, ka ieguldījumus investīciju fondos var apvienot ar citiem klasiskiem uzkrājuma risinājumiem. Tādā veidā var padarīt savus uzkrājumus gan drošākus, gan mūsu piedāvājuma ietvaros arī vēl ienesīgākus (jo 20% garantēta peļņa ir līdzvērtīga potenciālai peļņai no ieguldījumiem fondos, kas savukārt ir saistīts ar zināmo risku).

Atbildot uz PTAC uzdotajiem jautājumiem, NORDEA norāda tālāk minēto:

1. "Fondu peļņas depozīts – 20%" piedāvājums sastāv no uzkrājuma un investīciju risinājumiem: termiņnoguldījums un ieguldījuma fondi. Klasisks ieguldījums depozītā – īstemiņa noguldījums uz vienu mēnesi ar garantēto peļņu, kas latu valūtā sasniedz 20% gadā (pēc mēneša klients saņems 1.66% no ieguldījuma summas). Pēc noguldījuma termiņa beigām klients var pats izvēlēties: vai viņš grib noslēgt jauno termiņnoguldījuma līgumu, saņemot procentu likmi atbilstoši aktuālajam NORDEA piedāvājumam, vai izlietot šo summu savādāk.

2. Skaidrojumu par www.nordea.lv mājas lapā minēto, ka „Rezultātā Jūsu Ls 500 ieguldījumam noguldījumu depozītā tiek piemērota 20% peļņa gadā, bet potenciālā investīciju fondu peļņa ir atkarīga no izvēlēta fonda vai fonda portfeļu ienesības” un reklāmā minētajā paziņojumā minēto, ka „Garantētā 20% gada peļņa tiek piemērota noguldījumam depozītā”. Kāda gada procentu likme tiek nodrošināta līdzekļiem, kas tiek ieguldīti investīciju fondos (iesniedzot attiecīgus pierādījumus). Kā minēts pašā jautājumā, līdzekļiem ieguldītajiem fondos nav nodrošināta peļņa, bet potenciālā peļņa ir atkarīga no izvēlēta fonda, ņemot vērā 40 piedāvāto fondu ienesīguma rādītājus. Ieguldījums fondos ir ilglaicīgas investīcijas un klienti tiek informēti par ilglaicīgas peļņas orientāciju.

3. Fondu daļas pirkšana klientiem NORDEA bankā izmaksā no 0.5 - 2.5% no ieguldītās summas atkarībā no izvēlēta fonda, ko klientam būtu jāmaksā pērkot fondus arī ārpus akcijas piedāvājuma.

4. NORDEA bankas darbinieki brīdina, ka ieguldījumi fondos saistīti ar izmaksām atbilstoši bankas cenrādim. Kā pakalpojums šis ir maksas pakalpojums.

5. Atbildot uz PTAC uzdoto jautājumu, kādā veidā tiek aprēķināti procenti un cik liela komisijas maksa patērētājam jāmaksā, ja patērētājs vēlējas ieguldīt Ls 500 viena mēneša depozītā un Ls 500, piemēram, investīciju fondā Far Easter Value Fund, NORDEA norāda: izvēloties termiņnoguldījumu un iemaksājot Ls 500.00, papildu izmaksas ir 0, gada procents ir 20% gadā un nopelnīts tiek 1.66%. Izvēloties Far Eastern Value Fund un iemaksājot Ls 500.00, papildu izmaksas būs sekojošā apmērā: no 1.5% līdz 2.5% no summas atkarībā no klienta statusa pēc bankas lojalitātes programmas nosacījumiem. Gada

procents būs atkarīgs no fonda ienesīguma ieguldītajā periodā. Pēc 2007.gada rezultātiem peļņa sasniedza 32.85%. Peļņa būs atkarīga no fondu ienesīguma izvēlētajā mēnesī. 2007.gada decembrī viena mēneša ienesīgums bija 1.28%.

6. Laika periodā no 6.11.2007. – 16.12.2007. „Nordea fondu peļņas depozīta” reklāma tika izvietota TV, radio, presē un izplatīta neadresētu sūtījumu veidā. Televīzijas kanālos LNT, TV3, PBK, 3+ un radio SWH, laika periodā 20 sekunžu gara reklāma tika pārraidīta 520 reizes (vidēji 87 reizes nedēļā). Neadresētu sūtījumu veidā Rīgā un lielākajās pilsētās tika izplatīti 335000 c65 formāta reklāmas materiāli.

2008.gada 20.februārī PTAC nosūtīja Finanšu un kapitāla tirgus komisijai vēstuli Nr. 21-07/1592 ar pielikumu, kurā, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 53.panta pirmo daļu, izteica lūgumu Finanšu un kapitāla tirgus komisijai sniegt atzinumu par to, vai NORDEA sniegtās atbildes uz PTAC uzdotajiem jautājumiem ir pareizas un vai, izejot no bankas sniegtā skaidrojuma, var izdarīt secinājumu, ka potenciālajiem bankas klientiem ir reāla iespēja gūt fondu peļņas depozītu 20% apmērā.

2008.gada 20.februārī PTAC saņēma Valsts kases vēstule Nr. 1.21-5.17/395 ar pielikumu, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

1. Kredītreitingu emitentam nosaka dažādas reitingu aģentūras, kurām mēdz būt atšķirīgs emitenta kredītriska novērtējums, ko ietver atšķirīgas reitingu aģentūru metodoloģijas un reitingu skalas. Kredītreitings ir emitenta kredītspējas novērtējums, tā spējas un vēlmes segt uzņemtās finanšu saistības. Piemēram, Latvijas Republikas kredītreitingu nosaka trīs lielākās starptautiskās reitingu aģentūras: Standard&Poor's, Moody's Investors Service un Fitch Ratings. Standard&Poor's un Fitch Ratings šobrīd noteikušas LR reitingu „BBB+” līmenī, bet Moody's – A2 līmenī. NORDEA bankas reklāmā nav norādīts, vai tiek salīdzināti vienas vai dažādu reitingu aģentūru noteiktie kredītreitingi. Salīdzinot emitentu (piem., divu valstu) kredītreitingus, svarīgi lietot vienas un tās pašas reitingu aģentūras noteikto vērtējumu.

Reitingu aģentūras nosaka arī valstī kredītreitinga griestus (country ceiling) – kredītreitinga maksimālo līmeni, kuru iespējams noteikt Latvijā dibinātam uzņēmumam vai finanšu institūcijai, kas var būt augstāks kā valsts kredītreitings. NORDEA ir ārvalstu bankas filiāle un nav Latvijas Republikā dibināts uzņēmums, līdz ar to salīdzinājums ir vēl vairāk neiederīgs.

Tajā pašā laikā Valsts kase atzīmē, ka Latvijas Republika un kredītiestāde pārstāv dažādas emitentu kategorijas. Finanšu institūcijas kredītreitings un valsts kredītreitings balstās uz atšķirīgiem vērtēšanas kritērijiem: valsts (sovereign) reitings galvenokārt balstās uz politiskās un makroekonomiskās situācijas, fiskālās un monetārās politikas novērtējumu; kredītiestādes reitings galvenokārt balstās uz šīs finanšu institūcijas biznesa un finanšu risku novērtējumu; kredītiestādes reitings galvenokārt balstās uz šīs finanšu institūcijas biznesa un finanšu risku novērtējumu.

Valsts kase norāda, ka, lai arī lielākās reitingu aģentūras izmanto vienu reitinga skalu visām emitentu kategorijām, kredītreitingi pa emitentu kategorijām nav salīdzināmi, jo to darbības pamatprincipi ir atšķirīgi un pēc būtības nesalīdzināmi.

Ievērojot visu iepriekš minēto, Valsts kase uzskata, ka NORDEA bankas izplatītajā reklāmā ietvertā norāde „... bankai ir augstāks kredītreitings nekā Latvijai...” ietvertie jēdzieni „bankas kredītreitings” un „kredītreitings Latvijai” nav objektīvi salīdzināmi.

2008.gada 27.februārī PTAC saņēma Finanšu un kapitāla tirgus komisijas vēstule, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

Finanšu un kapitāla tirgus komisija norāda, ka NORDEA bankas sniegtās atbildes uz PTAC uzdotajiem jautājumiem ir korektas.

Attiecībā uz PTAC uzdoto jautājumu, vai potenciālajiem bankas klientiem ir reāla iespēja gūt fondu peļņas depozītu 20% apmērā, Finanšu un kapitāla tirgus komisija norāda:

Jāņem vērā tas, ka fondu peļņas depozīts ir kombinēts naudas ieguldījumu veids, kurā puse summas tiek ieguldīta viena mēneša depozītā, otra puse – investīciju fondos. Par depozītā noguldītajiem naudas līdzekļiem ir iespēja gūt peļņu 20% gadā, tas mēnesī veidos 1.66%. Savukārt fondos ieguldītajiem naudas līdzekļiem nav nodrošināta fiksēta peļņa, tā ir atkarīga no izvēlēta fonda, ņemot vērā ienesīguma rādītājus. Finanšu un kapitāla tirgus komisija secina, ka potenciālajam filiāles klientam nav garantēta iespēja gūt peļņu 20% gadā, ieguldot naudas līdzekļus fondu peļņas depozītā.

2008.gada 28.februārī PTAC saņemta Latvijas Bankas vēstule, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

Parāda emitentam piešķirtais emitenta kredītreitings ir reitingu aģentūras viedoklis par šā parādnieka vispārēju finanšu spēju segt savas finanšu saistības (kredītspeju). Šis viedoklis attiecas uz parādnieku spēju un vēlmi pildīt savas finanšu saistības šo saistību izpildes brīdī. Kredītreitingu emitentam piešķir dažādas privātas kredītreitingu aģentūras. Lielākās no tām ir Moody's Investors Service, Standard & Poor's un Fitch Ratings. Katra aģentūra izmanto savu kredītreitingu apzīmējumu skalu un kredītreitingu noteikšanas metodoloģiju.

Aģentūras, nosakot emitenta kredītreitingu, izmanto emitentam atbilstošu novērtēšanas metodoloģiju, lai izvērtētu ar šo emitentu saistītos riskus. Piemēram, vērtējot valstis kā emitentus, būtiskākie kritēriji ir valsts politiskie un ekonomiskie riski, bet, vērtējot finanšu institūcijas, - darbības vide, uzņēmējdarbības un finanšu riski. Tomēr, lai gan izmantotie novērtējuma kritēriji dažādiem emitentiem var būt atšķirīgi, aģentūras piešķirtie kredītreitingi atspoguļo tikai un vienīgi tās vērtējumu par šā emitenta spēju pildīt savas finanšu saistības. Pamatojoties uz minēto, Latvijas Banka uzskata, ka vienas aģentūras dažādiem emitentiem piešķirtie emitenta kredītreitingi ir objektīvi salīdzināmi.

Latvijas Banka norāda, ka NORDEA nav ārvalstu bankas dibināts pastāvīgs finanšu uzņēmums Latvijā, bet ir Somijā reģistrētas bankas Nordea Banka Finland Plc filiāle Latvijā. Tā kā visas filiāles saistības ir Nordea banka Finland Plc saistības, uz šīm saistībām attiecināms Nordea Banka Finland Plc emitenta kredītreitings. No publiski pieejamās informācijas ir secināms, ka aģentūras piešķirušas Nordea Bank Finland Plc augstāku emitenta kredītreitingu nekā Latvijai gan īstermiņa, gan ilgtermiņa saistībām. Izņēmums ir Moody's Investors Service piešķirtais emitenta kredītreitings īstermiņa saistībām, kas Nordea Banka Finland Plc un Latvijai ir vienāds.

2008.gada 4.martā PTAC nosūtīja NORDEA vēstuli Nr. 21-07/1952, kurā paziņoja par administratīvā pārkāpuma izskatīšanas vietu un laiku, kā arī, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu, izteica aicinājumu izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

2008.gada 14.martā PTAC saņemta NORDEA vēstule, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

NORDEA nepiekrīt PTAC viedoklim, jo Reklāmā tiek uzsvērts – „Fondu peļņas depozīts – (20%) un nevis, ka visa piedāvājuma peļņa ir 20%, līdz ar to patērētājs tomēr var iegūt reklāmā norādīto peļņu 20%. Tas ir atrunāts arī piezīmēs. Pilnīgi visās reklāmās tika iekļauta šī atruna, ka 20% attiecas tikai uz depozītu daļu. Šī reklāma bija depozīta reklāma, ar šo reklāmu netika reklamēti fondi. Tas pats attiecas arī uz PTAC pausto apgalvojumu, ka „Reklāmas vizuālais noformējums rada iespaidu par to, ka 20% peļņa tiek piemērota gan

attiecībā uz noguldījumu depozīta fondā, gan arī uz noguldījumu investīciju fondos”, tādā veidā ignorējot faktu, ka visās reklāmās bija uzsvērts, ka 20% attiecas tikai uz depozīta daļu. NORDEA nepiekrīt PTAC izteiktajam viedoklim par PTAC maldinošo raksturu, jo tajā tika atrunāts tas, ka 20% tiek garantēti tikai depozīta daļai. Attiecībā uz ieguldījumu fondiem informācija par komisijas maksām netika publicēta tāpēc, ka šī nav ieguldījumu fondu reklāma. Turklāt NORDEA pakalpojumu cenrādis ir pieejams jebkuram patērētājam gan NORDEA mājas lapā internetā, gan arī klientu apkalpošanas centros. Bez tam, savā ikdienas darbā NORDEA ir novērojusi, ka vidējais patērētājs ir labi informēts par banku cenrāžiem, kuros ir noteiktas maksas par pakalpojumiem. Reklāma arī satur aicinājumu sazināties ar banku, norādot telefona numuru, kā arī interneta adresi, kurā ir iespējams uzzināt vairāk par piedāvājumu. Ja arī patērētājs nebūtu iepriekš papildu interesējies par piedāvājuma noteikumiem, tad par komisiju viņš noteikti būtu informēts atnākot uz klientu apkalpošanas centru, kur NORDEA darbinieki sarunā par produkta piedāvājumu informētu arī par piemērojamo komisijas maksu.

NORDEA piekrīt PTAC paustajam viedoklim, ka komisijas maksa ir jāiekļauj ieguldījumu fondu reklāmās, tomēr tas jādara tad, ja, piemēram, tiek salīdzināta peļņa vairākiem ieguldījumu fondiem un, ka ja tiek mēģināts pierādīt, ka konkrētie ieguldījumu fondi patērētājiem sniedz lielāku peļņu. Tad ir iespējams gadījums, ka, piemēram, vienas ieguldījumu sabiedrības ieuldījumu fonda atdeve ir 20%, bet nav komisijas. Līdz ar to, raugoties no patērētāja viedokļa, peļņa abos gadījumos ir 20%, un pilnīgi pamatoti varētu pārņemt maldinošu reklāmu pirmajai ieguldījumu sabiedrībai, ja tā savā reklāmā apgalvotu, ka tās klienta peļņa ir lielāka nekā otrās ieguldījumu sabiedrības klientu peļņa. Minētajā gadījumā ir būtiski, jo patērētājam netiek veikts nekāds salīdzinājums. Līdz ar to NORDEA uzskata, ka komisiju minēšana šajā konkrētajā gadījumā nebūtu ietekmējusi personas ekonomisko rīcību izvēlēties tieši NORDEA piedāvājumu un tāpēc nekvalificējas Reklāmas likuma 8.panta otrajā punktā dotajai maldinošas reklāmas definīcijai.

Nemot vērā iepriekš minēto, NORDEA uzskata, ka reklāma nevar tikt kvalificēta kā maldinoša, jo patērētājs saņem tieši to, kas viņam ir reklāmā solīts, t.i. 20% par depozītu, reklāmā bija atrunāts, ka 20% tiek garantēti tikai depozīta daļai un komisiju minēšana reklāmā nebūtu ietekmējusi personu ekonomisko rīcību.

Izvērtējot kopumā visus administratīvās lietas materiālus, PTAC norāda tālāk minēto:

Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka „*Reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem*”.

NORDEA izplatītā paziņojuma tekstā iekļauta tālāk minētā informācija:
„Necepies! Labāk vāries! Fondu peļņas depozīts 20% (...) Joprojām ienesīgākais un drošākais depozīts Latvijā, banka, kuras kredītreitings ir augstāks nekā Latvijas valstij. Gan Nordea, gan citu banku klientiem. Sākot no 200 latiem. Kā tas iespējams? Nāciet uz Nordea, mēs izstāstīsim. 7096096 www.nordea.lv Iedzīvotāju peļņas programma uzņem apgriezienus.”, „**Fondu peļņas depozīts paredz 50% summas ieguldījumu Nordea investīciju fondos un 50% summas noguldījumu viena mēneša latu depozītā. Garantētā 20% peļņa tiek piemērota noguldījumam depozītā. Piedāvājums spēkā līdz 2007.gada 28.decembrim.*”

Iepriekš minētais atbilst visām reklāmas (turpmāk tekstā – Reklāma) pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo ietver sevī paziņojumu, adresētu sabiedrībai, par

NORDEA saimniecisko darbību – finanšu pakalpojumu sniegšanu, kas veicina tās popularitāti un/vai pieprasījumu pēc tās.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas noteikumiem „*Nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes - **atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par:***

1) *preču vai **pakalpojumu** pieejamību, īpašībām, darbību, saturu, ražošanas vai piegādes metodi un datumu, nolūku, lietošanu, daudzumu, ietekmi uz vidi vai cilvēka veselību, preču ģeogrāfisko vai komerciālo izcelsmi vai rezultātiem, kas sagaidāmi no to lietošanas, vai par preču vai pakalpojumu testēšanas vai pārbaudes rezultātiem vai materiālām pazīmēm;*

2) *cenu vai cenas aprēķināšanas veidu un nosacījumiem, ar kādiem tiek piegādātas preces vai sniegti pakalpojumi;*

3) *reklāmas devēju, arī tā identitāti un labajām īpašībām, kvalifikāciju, īpašumtiesībām vai apbalvojumiem.”*

No Reklāmas vizuālā noformējuma redzams, ka Reklāmā ar palielinātiem un izceltiem skaitļiem redzama informācija „*Fondu peļņas depozīts* 20%*”, savukārt Reklāmas labajā pusē tālāk sīkā drukā ir norādīta papildus informācija, kas paredz, ka „**Fondu peļņas depozīts paredz 50% summas ieguldījumu Nordea investīciju fondos un 50% summas noguldījumu **viena mēneša latu depozītā. Garantētā 20% peļņa tiek piemērota noguldījumam depozītā.(...)***”. Tādējādi no Reklāmā minētā teksta redzams, ka patērētājam 20% peļņu gadā iespējams iegūt, noslēdzot līgumu uz **vienu mēnesi**, kas nozīmē, ka patērētājs mēnesī var iegūt peļņu 1.66% apmērā no ieguldītās summas daļas depozīta noguldījumā, savukārt saskaņā ar NORDEA sniegto informāciju, pēc tam patērētājs var noslēgt jaunu līgumu par depozīta noguldījumu ar citu gada procentu likmi.

Izvērtējot kopumā visus administratīvās lietas materiālus, PTAC saskata Reklāmā pazīmes, kuras liecina par tās maldinājumu – atbilstību Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā noteiktajām maldinošas reklāmas pazīmēm sekojošu iemeslu dēļ:

1) Reklāmas likuma 8.panta regulējums kā vienus no kritērijiem, kas var kalpot par pamatu reklāmas atzīšanai par maldinošu izvirza, piemēram, atsevišķu sastāvdaļu un reklāmas noformējuma izvērtējumu. Izvērtējot Reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām PTAC ir ņēmis vērā arī iepriekš minētos kritērijus.

2) No Reklāmas noformējuma redzams, ka Reklāma veicina NORDEA piedāvāta finanšu pakalpojuma fondu peļņas depozīta popularitāti. Līdz ar to ir nepamatots NORDEA izteiktais viedoklis, ka Reklāma attiecas tikai uz noguldījuma depozītu konta daļu.

Reklāmas vizuālais noformējums patērētājam varēja radīt iespaidu par to, ka 20% peļņa tiek piemērota gan attiecībā uz noguldījumu depozīta fondā, gan arī uz noguldījumu investīciju fondos. Gan NORDEA, gan arī Finanšu un kapitāla tirgus komisija savās atbildes vēstulēs PTAC ir norādījušas, ka attiecībā uz noguldījumu investīcijas fondos NORDEA nevar garantēt 20% peļņu, jo tā ir atkarīga no vairākiem apstākļiem - patērētāja peļņa mēnesī atkarīga no fondu ienesīguma izvēlētajā mēnesī. Līdz ar to Reklāmā norādītā informācija par 20% peļņu fondu peļņas depozītā, ņemot vērā tās pasniegšanas veidu, nav atzīstama par patiesu un objektīvu.

3) Iegūstot un izvērtējot informāciju administratīvajā lietā, secināms, ka fondu daļas pirkšana NORDEA klientiem izmaksā no 0.5% - 2.5% no ieguldītās summas atkarībā no izvēlētajā fonda. Tādējādi secināms, ja patērētājs nolemj izmantot NORDEA piedāvāto fondu peļņas depozītu, noslēdzot līgumu uz vienu mēnesi Ls 500.00 iegulda fondu peļņas depozītā un otru pusi – Ls 500.00 noguldīt viena mēneša depozītā, tad viņam ir iespējams iegūt peļņu

1.66% no ieguldījuma summas latu depozītā, bet viņam, veicot ieguldījumu investīciju fondos (piemēram, ieguldot otru Ls 500.00), tajā pašā laikā ir jāveic komisijas maksājumi no 0.5% - 2.5% no ieguldītās summas. Minētā informācija NORDEA piedāvātā fondu peļņas depozīta Reklāmā nav norādīta.

4) NORDEA ir izplatījusi Reklāmu ar saukli „*Necepies! Labāk vāries! Fondu peļņas depozīts 20%**”, iekļaujot tajā atrunu, ka piedāvājums paredz 50% no summas, kura nevar būt mazāka par 100 latiem, ieguldīt viena mēneša depozītā ar procentu likmi, kas latu valūtā sasniedz 20% gadā. Tātad, ņemot vērā piedāvājuma ierobežojumu laikā, secināms, ka patērētājam 20% peļņu nav iespējams iegūt viena mēneša termiņā.

Reklāmā izmantotais informācijas sniegšanas veids un noformējums ir vērtējams kā pretrunā esošs ar Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā iekļauto likuma mērķi – to, ka reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi, kā arī to, ka reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem. Ņemot vērā Reklāmas likuma mērķi, kā arī 8.panta regulējumu, nav pieļaujama reklāmas atsevišķo sastāvdaļu vai reklāmas noformējuma (piem., salīdzinājumā ar pārējo tekstu ar daudz lielāku burtu izmēru izcelts sauklis „*Necepies! Labāk vāries! Fondu peļņas depozīts 20%**”) izmantošana, ar to palīdzību piedāvājumu padarot nepamatoti pievilcīgu patērētājiem – kā konkrētajā gadījumā, reklāmā atspoguļojot 20% peļņas procentu, ko patērētājam ar viena mēneša noguldījumu nav iespējams iegūt (iespējams iegūt tikai 1.66%). Šādas reklāmas prakses atzīšana novestu pie situācijas, ka tiktu atļauta reklāmu izplatīšana, iekļaujot tajās, piemēram, vairākas vairāk vai mazāk vizuāli grūti pamanāmas atrunas, kas pēc būtības būtu pretrunā ar reklāmā izteikto piedāvājumu vai reklāmas saukli.

Tādējādi no Reklāmas likuma 8.panta izriet, ka, vērtējot reklāmas atbilstību, jāņem vērā ne tikai reklāmā ievietotā informācija, bet arī tās pasniegšanas veids. Arī Administratīvā apgabaltiesa 2005.gada 8.novembra spriedumā lietā Nr.A420264704 (10.punkts), tulkojot Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu kopsakarā ar Reklāmas likuma 8.pantu nonākusi pie secinājuma, ka no “*minētajām Reklāmas likuma normām izriet, ka reklāmas saturam, no vienas puses, jābūt objektīvam un patiesam, un, no otras puses, reklāmas satura pasniegšanas veidam jābūt tādām, lai reklāma ne netieši, ne tieši nevarētu būt maldinoša un personas ekonomisko rīcību ietekmējoša vai konkurentam kaitējoša*”.

Ņemot vērā iepriekš secināto, patērētājs, iepazīstoties ar Reklāmas tekstu varēja veikt ekonomisko rīcību, piemēram, laužot līgumu ar kādu citu kredītiestādi un izvēloties tieši NORDEA pakalpojumus, nezinot par to, ka, noslēdzot līgumu ar NORDEA un vienu mēnesi un veicot ieguldījumu fondā, viņam papildus ir jāmaksā 0.5% - 2.5% komisijas maksa, un, ņemot vērā Reklāmas vizuālo noformējumu, kas, iespējams, patērētāju atturētu no šādas rīcības. Līdz ar to NORDEA Reklāma ir uzskatāma par maldinošu un sava maldinošā rakstura dēļ varēja ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību izvēlēties tieši NORDEA piedāvāto pakalpojumu. PTAC uzskata, ka arī, ņemot vērā „vidusmēra patērētāja” uztveri, viņam iepriekš minētā informācija par komisijas maksu varēja būt nezināma no iepriekš minētā Reklāmas teksta.

Reklāmas likuma 8.panta otrā daļa nosaka, ka „*Maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam*”. Ņemot vērā iepriekš secināto un izvērtējot Reklāmas vizuālo noformējumu, tajā iekļauto informāciju un tās pasniegšanas veidu, Reklāma ir vērtējama kā maldinoša.

PTAC viedokli pamato arī Eiropas Kopienų tiesas prakse - Eiropas Kopienų Tiesa 2006.gada 19.septembra spiedumā lietā C-356/04 (80.punkts) konstatējusi, *“ka pārkāpums var padarīt reklāmu par maldinošu it īpaši tad, ja, ievērojot patērētājus, kam tā ir adresēta, reklāmas mērķis ir slēpt tādu apstākli, kas, ja tas būtu zināms, liktu ievērojamam patērētāju daudzumam atteikties no viņu lēmuma veikt pirkumu”*.

Reklāmas likuma 8.panta pirmā daļa nosaka, ka *„Maldinoša reklāma ir aizliegta”*.

Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *„Reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo un izplata reklāmu”*. NORDEA atbilst reklāmas devēja statusam Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo, izplatot Reklāmu, tiek veicināts NORDEA komerciālais labums.

Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka *„Reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu”*.

Ņemot vērā iepriekš minēto, NORDEA atbild par Reklāmas saturu.

b) Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *„Reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem”*.

Ņemot vērā iepriekš minēto, NORDEA nebija tiesīga izplatīt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu.

Administratīvā procesa likuma 65.panta trešā daļa nosaka: *„Ja piemērojamā tiesību normā noteikts, ka administratīvais akts izdodams, bet nav noteikts tā konkrētais saturs (satura izvēles administratīvais akts), iestāde izdod šo aktu, ievērojot piemērojamā tiesību normā noteiktos ietvarus, un šajos ietvaros, pamatodamās uz lietderības apsvērumiem, nosaka administratīvā akta saturu”*.

Reklāmas likuma 14.panta trešā daļa nosaka: *„Ja uzraudzības iestāde, izvērtējot reklāmu, konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, tā pieņem vismaz vienu no šā likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem”*.

Reklāmas likuma 15.panta ceturtā daļa (likuma redakcija, kas bija spēkā līdz 2007.gada 31.decembrim) nosaka: *„Ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai uzņēmēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz reklāmas izplatīšanu; 4) pieprasa reklāmas atsaukumu; 5) lemj par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un par administratīvā soda piemērošanu likumā noteiktajā kārtībā”*.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC secina, ka NORDEA nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1-4.punktā noteiktos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, uzsākot lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā. PTAC ņēma vērā, ka Reklāma tika izplatīta ierobežotā laika posmā un uz administratīvās lietas ierosināšanas brīdi Reklāma vairs netika izplatīta. Pie šādiem apstākļiem PTAC uzskata, ka, uzliekot kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1-4.punktā noteiktajiem tiesiskajiem pienākumiem, netiks sasniegts Reklāmas likuma 2.pantā noteiktais mērķis par sabiedrības interešu ievērošanu reklāmas izplatīšanas jomā. Tādējādi PTAC secina, ka administratīvās lietas ietvaros kā ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērojams administratīvais sods. Pie šādiem apstākļiem ietekmēšanas līdzekļa

piemērošana par administratīvo pārkāpumu, uzsākot lietvedību, ir vienīgais veids, kā nodoršināt, lai NORDEA savās turpmākajās reklāmās ievērotu normatīvo aktu prasības.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā pilnvarotie pārstāvji jaunus paskaidrojumus nesniedza un norādīja, ka turpmāk, organizējot šādas reklāmas kampaņas, vērsīsies PTAC, nolūkā precizēt tās atbilstību normatīvo aktu prasībām. Iepriekš minētais ir uzskatāms par vainu mīkstinošiem apstākļiem Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.panta trešās daļas izpratnē.

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta otrajai daļai viens no Reklāmas likuma mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā. Tādējādi, sniedzot reklāmu, reklāmas devējam jānodrošina, ka nevienas sabiedrības daļas intereses netiktu aizskartas.

Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka NORDEA ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu.

Ņemot vērā to, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un ka nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās, nepieciešams NORDEA piemērot administratīvo sodu. Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 12., 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu nepieciešamību, piemērotību, vajadzību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliedzamo ierobežojumu, patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk. tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām, faktu, ka atbildību pastiprinošie apstākļi nav konstatēti, un to, ka personas subjektīvai attieksmei (vainas formai), tā kā pie administratīvās atbildības ir saucama juridiskā persona, arī ievērojot Reklāmas likuma 15.panta piekto daļu, nav nozīmes lēmuma pieņemšanā, un juridiskās personas vainojamība izpaužas prettiesiskās darbībās, kas ir konstatētas, PTAC uzskata, ka NORDEA ir uzliedzams naudas sods par Reklāmas likuma noteikumiem neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu.

Nosakot NORDEA uzliedzamo naudas soda apmēru, tiek ņemts vērā arī tas, ka NORDEA tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166¹³.panta otrajā daļā, kurā noteikts, ka „*Par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu – uzliedz naudas sodu fiziskajām personām līdz divsimt piecdesmit latiem, bet juridiskajām personām – līdz desmittūkstoš latiem*”, kā arī Reklāmas izplatīšanas apjoms - laika periodā no 6.11.2007. – 16.12.2007. „Nordea fondu peļņas depozīta” reklāma tika izvietota TV, radio, presē un izplatīta neadresētu sūtījumu veidā. Televīzijas kanālos LNT, TV3, PBK, 3+ un radio SWH, laika periodā 20 sekunžu gara reklāma tika pārraidīta 520 reizes (vidēji 87 reizes nedēļā). Neadresētu sūtījumu veidā Rīgā un lielākajās pilsētās tika izplatīti 335000 c65 formāta reklāmas materiāli.

Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrā daļa nosaka, ka „*Uzliedzot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi,*

mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus”. Administratīvās lietas izskatīšanas gaitā nav konstatēti ne administratīvo atbildību mīkstinoši, ne pastiprinoši apstākļi.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta otro daļu, 33.panta trešās daļas, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

uzlikt ārvalstu komersanta filiālei „NORDEA BANKA FINLAND PLC LATVIJAS FILIĀLE”,
juridiskā adrese: Rīgā, Kaļķu ielā 15,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003486767
naudas sodu Ls 750.00 (septiņi simti piecdesmit) apmērā.

(zīmogs)

Direktores vietniece

(paraksts)

Brigita Liepiņa

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta otro daļu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā. Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs: Patērētāju tiesību aizsardzības centrs
Reģistrācijas Nr. 90000068854
Konts Nr. LV30TREL2120030260100

Saņēmēja iestāde: Valsts kase, kods TREL22.

Naudas sods jāsamaksā ne vēlāk kā 30 dienu laikā pēc dienas, kad saņemts lēmuma noraksts.

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-RIG-93. Ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.