

Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija  
Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 • tālr. (+371) 67388624 • fakss (+371) 67388634 • e-pasts: [ptac@ptac.gov.lv](mailto:ptac@ptac.gov.lv)

## LĒMUMS

Rīgā

2009.gada 26.jūnijs

Nr.E03-REUD-27

### **Par administratīvā soda uzlikšanu un tiesisko pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,  
 piedaloties akciju sabiedrības „Swedbank”,  
juridiskā adrese: Balasta dambis 1a, Rīga,  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003074764,  
pilnvarotajiem pārstāvjiem:  
(...)

izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz 29.01.2009. no Finanšu un kapitāla tirgus komisijas (turpmāk – FKTK) saņemto „Parex Asset Management” IPAS iesniegumu par a/s „Swedbank” (iepriekš – a/s „Hansabanka”, turpmāk – Sabiedrība) sniegtās pensiju (2.līmeņa) reklāmas kampaņu *Pensiju pārvaldīšana kā maratons*, kas tika realizēta televīzijas kanālos 2009.gada janvārī un interneta mājas lapā [www.hansabanka.lv](http://www.hansabanka.lv) un līdz šim brīdim tiek realizēta mājas lapā [www.swedbank.lv](http://www.swedbank.lv) (turpmāk kopā – Reklāma), ir izvērtējis Reklāmas atbilstību to reglamentējošo normatīvo aktu prasībām.

Reklāmas izvērtēšanas gaitā PTAC ir iepazinies ar Sabiedrības 26.03.2009. un 01.06.2009. sniegtajiem viedokļiem administratīvajā lietā, kompetentās iestādes – FKTK - 25.02.2009. atzinumu (turpmāk – Atzinums 1) un 21.04.2009. atzinumu (turpmāk – Atzinums 2) par Reklāmas atbilstību tās kompetencē (uzraudzībā) esošo normatīvo aktu prasībām, kā arī izskatījis Sabiedrības sniegtos pierādījumus saistībā ar Reklāmas atbilstību Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) prasībām.

PTAC 15.05.2009. vēstulē Nr. 21-07/3694 cita starpā informēja Sabiedrību, ka saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu Sabiedrībai līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai ir tiesības izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

01.06.2009. Sabiedrība iesniedza PTAC vēstuli Nr.316LG00-089A *Paskaidrojumi par „Swedbank” AS pensiju reklāmas kampaņu*, kurā minēts tālāk citētais:

„Š.g. 19. maijā „Swedbank” AS (turpmāk arī - Banka) ir saņēmusi Patērētāju tiesību aizsardzības centra (turpmāk – PTAC) 15.05.2009. vēstuli Nr. 21-07/3694 par

lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu. Banka nepiekrīt minētajā vēstulē izteiktajiem argumentiem un izmanto savas tiesības izteikt viedokli un argumentus rakstveidā līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai, kas notiks š.g. 2.jūnijā

Banka uzskata, ka PTAC vēstulē izteiktie argumenti par Valsts fondēto pensiju likuma (turpmāk – VFPL) 11.<sup>1</sup> pantā noteiktajiem fondēto pensiju shēmas līdzekļu pārvaldīšanas reklāmas noteikumu, Reklāmas likuma un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk - NKAL) pārkāpumiem ir nepamatoti. Pamatojums Bankas viedoklim tiek izklāstīts zemāk. (...)

VFPL 11.<sup>1</sup> panta 1.daļā noteikto prasību ievērošana TV reklāmā un interneta reklāmā  
Banka uzskata, ka „Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība” AS (turpmāk – Swedbank IPS) pārvaldīto valsts fondēto pensiju ieguldījumu plānu „Hansa pensiju ieguldījumu plāns „Stabilitāte”” (turpmāk – ieguldījumu plāns „Stabilitāte”) un „Hansa pensiju ieguldījumu plāns „Dinamika”” (turpmāk – ieguldījumu plāns „Dinamika”) reklāmas kampaņas „Pensiju pārvaldīšana kā maratons” ietvaros televīzijas kanālos un Bankas mājas lapā realizētajā reklāmā (turpmāk minētās reklāmas kopā - Reklāma, reklāma televīzijas kanālos – TV reklāma un reklāma Bankas mājas lapā – Reklāma internetā) tika ievērota VFPL 11.<sup>1</sup> panta 1. daļā noteiktā prasība, ka valsts fondēto pensiju shēmas (turpmāk – VFPS) līdzekļu pārvaldīšanas reklāmai ir jāatbilst Finanšu un kapitāla tirgus komisijā reģistrētajam ieguldījumu prospektam, jo Reklāmā minētā Swedbank pensiju stratēģija ir atspoguļota ieguldījumu plāna „Dinamika” un ieguldījumu plāna „Stabilitāte” prospektos, kur ir noteikta minēto plānu ieguldījumu politika, tai skaitā ieguldījumu stratēģija. Ieguldījumu plānu ieguldījumu politika ir noteikta saskaņā ar 27.05.2003. Ministru kabineta noteikumu Nr.272 „Noteikumi par valsts fondēto pensiju shēmas darbību” (turpmāk – Noteikumi) 15. punktu, kas nosaka:

„15. Plāna prospekta sadaļā "Ieguldījumu politika un ieguldījumu ierobežojumi" īsi un skaidri (lai tas būtu saprotams esošajiem un potenciālajiem shēmas dalībniekiem) norāda:

15.1. kādos finanšu instrumentos līdzekļu pārvaldītājs ieguldīs vai plāno ieguldīt ieguldījumu plāna naudas līdzekļus. Norāda arī jebkuru speciālo ieguldījumu praksi vai veidu (piemēram, ilgtermiņa vai īstermiņa ieguldījumi, ieguldījumi Latvijā un ārvalstīs);

15.2. kādu daļu no ieguldījumu plāna naudas līdzekļiem līdzekļu pārvaldītājs plāno ieguldīt valsts un pašvaldību emitētajos vai garantētajos parāda vērtspapīros un kredītiestāžu noguldījumos;

15.3. rajonu vai tautsaimniecības nozari, ja līdzekļu pārvaldītājs plāno ieguldījumu plāna līdzekļu ieguldījumus koncentrēt kādā konkrētā ģeogrāfiskā rajonā vai tautsaimniecības nozarē, vai tautsaimniecības nozaru grupā. Ar koncentrāciju saprot situāciju, kad līdzekļu pārvaldītājs 50 % vai vairāk no ieguldījumu plāna aktīvu vērtības iegulda vai plāno ieguldīt konkrētā ģeogrāfiskā rajonā vai tautsaimniecības nozarē, vai tautsaimniecības nozaru grupā. Ieguldījumu plāna nosaukums nedrīkst sniegt maldinošu informāciju par ieguldījumu koncentrāciju;

15.4. uz ieguldījumu plāna līdzekļu rēķina izdarāmo aizņēmumu principus un kārtību, kā arī aizņēmumu izdarīšanas ierobežojumus;

## 15.5. ieguldījumu ierobežojumus.”

Ņemot vērā, ka ieguldījumu plāns „Stabilitāte” un ieguldījumu plāns „Dinamika” ir reģistrēti Finanšu un kapitāla tirgus komisijā un Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūrā atbilstoši normatīvo aktu prasībām, uzskatām, ka minētajos ieguldījumu plānos ietvertā ieguldījumu politika, kurai atbilst Reklāmā norādītā Swedbank pensiju stratēģija, ir atspoguļota saprotami esošajiem un potenciālajiem shēmas dalībniekiem un līdz ar to arī vidusmēra patērētājiem. Atbilstoši Noteikumu 15. punkta prasībām katra ieguldījumu plāna prospektā iekļautajam ieguldījumu politikas aprakstam ir jābūt sagatavotam tā, „lai tas būtu saprotams esošajiem un potenciālajiem shēmas dalībniekiem” (Noteikumu 15.punkts). Tā kā ieguldījumu plānu prospekti kā normatīvo aktu prasībām atbilstoši ir reģistrēti Finanšu un kapitāla tirgus komisijā un Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūrā, uzskatām, ka ieguldījumu plānu prospektos noteiktā ieguldījumu politika, kurai atbilst Reklāmā norādītā Swedbank pensiju stratēģija, ir atspoguļota saprotami esošajiem un potenciālajiem shēmas dalībniekiem un līdz ar to arī vidusmēra patērētājiem. Līdz ar to Reklāmā ietvertā atsauce uz Swedbank pensiju stratēģiju atbilst Valsts fondēto pensiju likuma (turpmāk – VFPL) 11.<sup>1</sup> panta 1. daļā noteiktajām prasībām, jo Reklāma pilnībā atbilst Finanšu un kapitāla tirgus komisijā reģistrētajiem minēto ieguldījumu plānu prospektiem un tāpat tā ir arī likumīga, patiesa un objektīva, tajā ir ievērotas Reklāmas likuma 3. panta 1. daļā noteiktas likumības prasības.

VFPL 11. <sup>1</sup> panta 2. daļā noteikto prasību ievērošana TV reklāmā

Banka uzskata, ka TV Reklāma atbilst augstāk norādītajām VFPL 11.<sup>1</sup> panta 2.daļā noteiktajām prasībām, jo saskaņā ar minētajām prasībām TV reklāmā ir norādīts pārvaldošās sabiedrības nosaukums, juridiskā adrese un izpildinstitūcijas atrašanās vieta, pārvaldīto ieguldījumu plānu nosaukums, līdzekļu turētāja nosaukums, ieguldījumu plānu prospektu izsniegšanas vieta, paziņojums par to, ka līdzšinējais ienesīgums negarantē līdzīgu ienesīgumu nākotnē. Vēršam PTAC uzmanību, ka TV Reklāmā attiecīgā informācija tiek publicēta zem aģentūras „Bloomberg” grafika par ieguldījumiem akcijās un obligācijās - proti, tiek norādīti šādi dati:

- 1) pārvaldošās sabiedrības nosaukums - AS IPS „Hansa Fondi”,
- 2) pārvaldošās sabiedrības juridiskā adrese un izpildinstitūcijas atrašanās vieta - Balasta dambis 1a, Rīga, LV-1048,
- 3) pārvaldīto ieguldījumu plānu nosaukumi – pensiju 2.līmeņa plāni „Stabilitāte” un „Dinamika”,
- 4) līdzekļu turētāja nosaukums – AS „Hansabanka”;
- 5) ieguldījumu plānu prospektu izsniegšanas vieta – to pieejamība Swedbank mājaslapā [www.swedbank.lv](http://www.swedbank.lv);
- 6) paziņojums, ka vēsturiskais ienesīgums negarantē līdzīgu peļņu nākotnē.

Banka norāda, ka ir nepamatots PTAC vēstulē minētais arguments, ka saskaņā ar VFPL 11.<sup>1</sup> panta 2. daļu TV reklāmā norādītā augstāk minētā informācija „ir ļoti nepārskatāma, jo tiek izmantots pārāk mazs burtu izmērs”, jo normatīvajos aktos nav noteikts konkrēts burtu izmērs, kurš būtu jāizmanto šīs informācijas sniegšanai.

Vēlamies norādīt, ka, piemēram, tabakas izstrādājumu reklāmā<sup>1</sup> vai alkoholisko dzērienu reklāmā<sup>2</sup>, likumdevējs ir paredzējis speciālus noteikumus informatīvo uzrakstu noformēšanai, t.sk., burtu izmēru un informatīvā materiāla apjomu procentuāli pret visas reklāmas apjomu. Tātad, ja likumdevējs būtu uzskatījis, ka augstāk minētajai informācijai ieguldījumu plāna reklāmā būtu jāizmanto noteikts burtu lielums, tas būtu noteikts normatīvajos aktos.

Vienlaikus vēlamies norādīt, ka ir nepamatots PTAC arguments, ka TV reklāmā tiek izmantots neeksistējošas komercsabiedrības nosaukums – „Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība”, jo minētajā TV reklāmā pēdējā tās kadrā tiek izmantots tikai un vienīgi „Swedbank” zīmols - tā grafiskais attēls un vārds „Swedbank” - un TV reklāmā neparādās apzīmējums „Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība”. Attiecībā uz zīmola „Swedbank” izmantošanu, kā jau iepriekš Banka norādīja savā š.g. 26. marta vēstulē, Banka ir tiesīga lietot minēto zīmolu jau kopš 2008. gada 26. augusta saskaņā ar Preču zīmes licencēšanas līgumu, kas noslēgts starp Banku un Swedbank AB (Zviedrija). Ņemot vērā, ka jau kopš 2008. gada septembra masu informācijas līdzekļos tika plaši izplatīta informācija, ka kopš septembra AS „Hansabanka” (Bankas nosaukums līdz 2009. gada 17. martam) izmanto jauno zīmolu (vārdu „Swedbank” un grafisko attēlu), Banka uzskata, ka vidusmēra patērētājs bija par „Swedbank” zīmola izmantošanu pietiekoši informēts un nevarēja rasties situācija, ka patērētājs asociē TV reklāmā izmantoto zīmolu ar jebkādu citu finanšu institūciju vai organizāciju, izņemot Banku un Bankas grupas uzņēmumus, tai skaitā „Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība” AS. Vēl jo vairāk, TV reklāmā ir norādīts kontaktārunis (Tāl. 67444444) un Bankas interneta mājas lapas adrese ([www.swedbank.lv](http://www.swedbank.lv)), līdz ar to jebkurš vidusmēra patērētājs, kurš vēlējas iegūt papildus informāciju par TV reklāmā minēto pakalpojumu sniedzēju, bija tiesīgs iegūt patērētāju interesējošu papildus informāciju, izmantojot TV reklāmā norādīto Bankas kontaktinformāciju.

#### VFPL 11.<sup>1</sup> panta 2. daļā noteikto prasību ievērošana Reklāmā internetā

Banka norāda, ka ir nepamatots PTAC apgalvojums, ka Reklāmā internetā nav norādīta VFPL 11.<sup>1</sup> 2. daļas 2. - 4. punktā noteiktā informācija, jo, kā Banka jau iepriekš norādīja savā 26.03.2009. vēstulē PTAC, ņemot vērā interneta vides specifiku, reklāma interneta vidē ietver sevī ne tikai informāciju vienā noteiktā interneta vietnē, bet arī visu tālāko informāciju, ko var saņemt, izmantojot pakalpojuma sniedzēja uzturētās savstarpēji saistītās interneta saites attiecīgajā mājas lapā. Līdz ar to Bankas mājas lapā ir pieejama ne tikai vispārējā informācija par Swedbank IPS piedāvātajiem pakalpojumiem attiecībā uz pensiju 2. līmeni, bet ir publicēti arī ieguldījumu plānu „Dinamika” un „Stabilitāte” prospekti, kur ir ietverta visa nepieciešamā informācija saskaņā ar normatīvajiem aktiem, tai skaitā, VFPL 11.<sup>1</sup> panta 2. – 4. daļā noteiktā informācija. Iepazīties ar minētajos prospektos norādīto informāciju potenciālais shēmas dalībnieks var, uzklikšķinot uz interneta saiti ar nosaukumu „Stabilitāte” (kas ietver informāciju par ieguldījumu plānu „Stabilitāte”) un tālāk uz interneta saiti „Prospekts” vai arī, uzklikšķinot uz interneta saiti ar nosaukumu „Dinamika” (kas ietver informāciju par ieguldījumu plānu „Dinamika”) un tālāk uz interneta saiti

<sup>1</sup> 21.10.2008 Ministru kabineta Nr. 868 „Noteikumi par tabakas izstrādājumu iepakojuma vienību papildināšanu ar krāsainiem fotoattēliem vai ilustrācijām”

<sup>2</sup> Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10. pants

„Prospekts”. Līdz ar to uzskatām, ka visa saskaņā ar VFPL reklāmā par VFPS ieguldījumu plāniem sniedzamā informācija jebkuram vidusmēra patērētājam (kā norāda PTAC savā vēstulē – atbilstoši Eiropas Kopienu tiesas praksei par vidusmēra patērētāju ir uzskatāms patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērīgs un piesardzīgs) ir sniegta viegli pieejamā, ērti lietojamā un saprotamā veidā.

Vienlaikus vēlamies norādīt, ka Reklāmā internetā nav izmantots Swedbank IPS juridiskais nosaukums līdz pat š.g. 17. martam, kad Uzņēmumu reģistra komercreģistrā tika reģistrēts jaunais AS IPS „Hansa Fondi” nosaukums „Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība” AS. Līdz minētajam datumam, kad tika reģistrēts jaunais juridiskais nosaukums, Reklāmā internetā tika izmantots tikai un vienīgi vārdu salikums „Swedbank Ieguldījumu pārvaldes sabiedrība”, kamēr ieguldījumu pārvaldes sabiedrības kā akciju sabiedrības juridiskajā nosaukumā (firmā) atbilstoši Komerclikuma 27. panta 3. daļai ir jāietver norāde "akciju sabiedrība" vai tās saīsinājums "AS". Minētais vārdu salikums tika publicēts nolūkā norādīt līdzekļa pārvaldītāja saistību ar Bankas jauno zīmolu „Swedbank”, ka arī iepazīstināt ar šo zīmolu potenciālos un esošos VFPS dalībniekus. Šāda vārdu salikuma izmantošana nav aizliegta vai ierobežota ar normatīvajiem aktiem. Uzskatām, ka nepastāv iespēja, ka vidusmēra patērētājs, kam jābūt pietiekoši vērīgam, piesardzīgam un pietiekoši zinošam, varētu nonākt pie secinājuma, ka Reklāmā internetā ir sniegta informācija par jebkuru citu ieguldījumu pārvaldes sabiedrību, izņemot AS IPS „Hansa Fondi”.

VFPL 11.<sup>1</sup> panta 3.daļā noteikto prasību ievērošana TV reklāmā un Reklāmā internetā  
Banka uzskata, ka nav pamatots PTAC vēstulē minētais arguments, ka Reklāmā sniegtais apgalvojums „Mēs ieguldām uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas” ir neatbilstošs VFPL 11.<sup>1</sup> panta 3.daļai, kas nosaka, ka VFPS ieguldījumu plānu reklāmā nedrīkst nekādā veidā garantēt peļņu vai noteiktu ienesīguma līmeni, jo, kā jau Banka norādīja savos iepriekš, 26.03.2009. sniegtajos paskaidrojumus PTAC, demonstrējot Swedbank IPS veiktās datu analīzes rezultātus par augstāk minēto akciju indeksu cenu svārstībām, Reklāmā netiek jebkādā veidā garantēta peļņa vai noteikts ienesīguma līmenis, bet gan tieši pretēji – Reklāmā izmantotajā aģentūras „Bloomberg” grafikā ir parādīts ieguldījumu akcijās svārstīgums – peļņas kritums un peļņa pieaugums dažādos laika periodos, atspoguļojot vispārāztītās tendences uzņēmumu akciju tirgū grafikā norādītajos laika periodos.

Atbildot uz PTAC argumentu, ka augstāk minētais Reklāmā izteiktais apgalvojums ir pamatots ar teorētiskām un vēsturiskām atziņām, nevis ar Swedbank IPS darbības rezultātiem, pārvaldot VFPS ieguldījumu plānus, vēlamies paskaidrot sekojošo. Reklāmā sniegto apgalvojumu „Mēs ieguldām uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas” ilustrēja ziņu aģentūras Bloomberg indeksa rādītāju, kuri ir pamatoti ar teorētiskām un vēsturiskām atziņām, grafiks. Grozījumi VFPL 12. panta 2.daļas 11. apakšpunktā, kas nosaka, ka ieguldījumi kapitāla vērtspapīros (t.sk. akcijās) un ieguldījumu fondos, kuri var veikt ieguldījumus kapitāla vērtspapīros vai citos riska ziņā tiem pielīdzināmos finanšu instrumentos, kopā nedrīkst pārsniegt 50% no ieguldījumu plāna aktīviem, tika pieņemti tikai 2007. gada 26. aprīlī. Līdz šo noteikumu spēkā stāšanās brīdim kapitāla vērtspapīros varēja

ieguldīt tikai 30% no ieguldījumu plāna aktīviem. Līdz ar to normatīvo aktu noteikumi, kas nosaka ieguldījumu ierobežojumus VFPS ieguldījumiem akcijās, ir ievērojami mainījušies tikai pirms nedaudz vairāk kā diviem gadiem. Saskaņā ar VFPL 11. panta 4.<sup>1</sup> daļu, ja ieguldījumu plāna prospekta grozījumi paredz mainīt ieguldījumu plāna ieguldīšanas noteikumus, ieguldījumu plāna prospekta grozījumi stājas spēkā ne agrāk kā nākamā gada 1.janvārī. Līdz ar to grozījumi ieguldījumu plānos, kas šobrīd paredz ieguldīt akcijās un citos kapitāla vērtspapīros līdz 50% no ieguldījumu plāna aktīviem, stājas spēkā tikai ar 2008. gada 1. janvāri. Tomēr ieguldījumu rezultātus attiecībā ieguldījumiem kapitāla vērtspapīros korekti ir vērtēt ilgtermiņā, proti, minimāli pēc 10 gadu no ieguldījumu sākuma, perioda. Ņemot vērā, ka pirmie ieguldījumi plāni Latvijā ir izveidoti tikai 2003. gada 7. janvārī<sup>3</sup>, proti, mazāk nekā 7 gadus atpakaļ, ka arī šajā periodā mainījās ar VFPL noteiktais pieļaujamais akciju īpatsvars ieguldījumu plāna aktīvos, Banka uzskata, ka izmantot Swedbank IPS darbības rezultātus VFPS ieguldījumu plānu pārvaldē, lai raksturotu ieguldījumu akcijās īpašības, būtu nekorekti. Tomēr Swedbank IPS un Banka uzskatīja par nepieciešamu informēt esošos un potenciālos VFPS dalībniekus par ieguldījumu stratēģiju, kādu Swedbank IPS šobrīd izmanto, pārvaldot VFPS līdzekļus. Proti, pārvaldot ieguldījumu plānu „Dinamika”, akcijās un citos kapitāla vērtspapīros šobrīd tiek ieguldīti 40,9%<sup>4</sup> no ieguldījumu plāna līdzekļiem, kas ir vērtējams kā Swedbank IPS ieguldījumu plāna „Dinamika” ieguldījumu politikas specifika un kas atšķir šo ieguldījumu plānu no citu pārvaldītāju aktīvajiem ieguldījumu plāniem – piemēram, akciju īpatsvars VFPS ieguldījumu plānā „Parex aktīvais pensiju plāns”<sup>5</sup> ir 3%, VFPS ieguldījumu plānā „SEB aktīvais pensiju plāns” – 10,9%<sup>6</sup>, bet ieguldījumu plānā „Dinamika” – 40,9%. Ņemot vērā visu augstāk minēto, Banka uzskata, ka, lai pamatotu Swedbank IPS ieguldījumu plāna „Dinamika” specifiku, vienīgais korektais pierādīšanas veids ir tieši vēsturiskās un teorētiskās atziņas, kas ir atzītas un plaši izmantotas visā finanšu pasaulē.

Lai atspoguļotu Swedbank IPS ieguldījumu plāna „Dinamika” ieguldījumu politikas atšķirību no citu līdzekļu pārvaldītāju pārvaldīto ieguldījumu plānu ieguldījumu politikām un ilustrētu, kā ieguldījumi akcijās atšķiras no ieguldījumiem obligācijās, TV Reklāmā izmantots grafiks, kas saprotamā veidā parāda vidusmēra patērētājam atšķirības starp diviem ieguldījumu veidiem. Banka uzskata par nepamatotu PTAC 2009. gada 15. maija vēstulē Nr. 21-07/3694 pausto viedokli, ka potenciālais ieguldījumu plānu dalībnieks ”gūst/var gūt pārliecību, ka Sabiedrības piedāvājums nodrošinās viņam stabilus un pieaugošus uzkrājumus”, jo, tieši pretēji Jūsu argumentam, grafikā norādītās līknes, virzoties gan augšup, gan lejup, skaidri parāda, ka ieguldījumi akcijās ir svārstīgi. Tātad Reklāmā minētais apgalvojums „Mēs ieguldām uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas” un grafiks ir patiesa un pilnīga informācija, kas attiecas uz Bankas piedāvāto pakalpojumu un ilustrē Swedbank IPS ieguldījumu politiku. Tā kā minētais apgalvojums ir sniegts, pamatojoties uz iepriekš ar visu rūpību izstrādātu teorijas atziņu un tirgus prakses analīzi, ka arī nesatur nepatiesus apgalvojumus, kā arī šis informācijas pasniegšanas veids ir skaidrs un saprotams vidusmēra patērētājam un

<sup>3</sup> Avots: <http://www.manapensija.lv/plans/ip00000.php>, aplūkots: 21.05.2009.

<sup>4</sup> Dati uz 31.12.2008. avots: <http://www.manapensija.lv/plans/ip02003.php>

<sup>5</sup> Dati uz 31.12.2008, avots: <http://www.manapensija.lv/plans/ip04009.php>

<sup>6</sup> Dati uz 31.12.2008, avots: <http://www.manapensija.lv/plans/ip03005.php>

<sup>7</sup> Avots: <http://www.manapensija.lv>

nemaldina patērētāju lēmuma pieņemšanas procesā, Reklāma nevar būt atzīta kā maldinoša saskaņā ar NKAL 9. panta 1. daļas 1. punktu. Attiecīgi Reklāma neatbilst nevienai no NKAL 4. panta 2. daļā minētām negodīgas komercprakses pazīmēm un nevar būt atzīta par negodīgu komercpraksi.

Par apgalvojumu „Jūsu pensijas kapitāls tiek uzkrāts pie lielākā un stabilākā privātā pensiju pārvaldnieka Latvijā”

Attiecībā uz Reklāmā sniegto apgalvojumu „Jūsu pensijas kapitāls tiek uzkrāts pie lielākā un stabilākā privātā pensiju pārvaldnieka Latvijā” jautājumā par pamatojumu Swedbank IPS stabilitātei vēlamies vēlreiz paskaidrot, ka Swedbank IPS ir ieguldījumu pārvaldes sabiedrība ar Latvijā ilgāko darbības pieredzi, kas tika nodibināta jau 1997.gada 17. martā un 12 gadus bez pārtraukumiem nodarbojas ar līdzekļu pārvaldīšanu. Visas pārējās Latvijā darbojošās ieguldījumu pārvaldes sabiedrības ir dibinātas vēlāk un līdz ar to šo sabiedrību darbībā nav izveidojusies tik liela ieguldījumu pārvaldīšanas pieredze, proti, AS „Ieguldījumu pārvaldes sabiedrība „Hipo Fondi”” ir dibināta 1998. gada 23. jūlijā, IPAS “Invalida Asset Management Latvia” dibināta 1998.gada 1.septembrī, AS "NORVIK ieguldījumu pārvaldes sabiedrība" (iepriekšējais nosaukums - AS "LVA ieguldījumu pārvaldes sabiedrība") ir dibināta 1998. gada 24. septembrī, “SEB Wealth Management” IPAS - 2000.gada 29.decembrī, “Parex Asset Management” IPAS - 2002.gada 11.janvārī, AS “Ieguldījumu pārvaldes sabiedrība “LKB Krājfondi”” - 2002. gada 2. oktobrī, IPS “GE Money Asset Management” -- 2003.gada 27.oktobrī, IPAS „DnB NORD Fondi” - 2004.gada 1. septembrī un IPAS "Nordea Pensions Latvia” - 2008. gada 19. maijā. Uzskatām, ka Swedbank IPS ilgākā darbības pieredze Latvijā un darbības nepārtrauktība pierāda, ka Swedbank IPS ir stabilākais pensiju pārvaldnieks Latvijā.

Banka nevar piekrist PTAC 2009. gada 15. maija vēstulē minētajam par to, ka Reklāmas „apgalvojumā ir uzsvērts, ka pārvaldnieks pārvalda privātās pensijas”. Reklāmā minētajā apgalvojumā vārds „privātais” raksturo pašu pārvaldnieku, t.i., ieguldījumu pārvaldes sabiedrību, kas ir akciju sabiedrība ar privāto kapitālu. Atbilstoši latviešu valodas gramatikas likumiem reklāmas sniegtajā apgalvojumā „Jūsu pensijas kapitāls tiek uzkrāts pie lielākā un stabilākā privātā pensiju pārvaldnieka Latvijā” vārds „privātais” šajā apgalvojumā uzskatāms par apzīmētāju, kas ir lietots raksturojošā vārda „pārvaldnieks” ģenitīva locījumā. PTAC vēstulē minētais atbilstu patiesībai, ja Reklāmas apgalvojumā būtu minēts „(...) pie (...) privāto pensiju pārvaldnieka Latvijā”.

Banka nepiekrīt, ka vidusmēra patērētājam ir uztverams un saprotams, ka tieši Swedbank IPS pārvaldītie ieguldījumu plāni ilgtermiņā ir visstabilākie, bet citu tirgus dalībnieku piedāvātie ieguldījumu plāni – mazāk stabili. Reklāmā ir skaidra norāde tikai uz pensiju pārvaldītāja stabilitāti un lielumu, un nav ietverts Swedbank IPS pārvaldīto ieguldījumu plānu salīdzinājums ar citiem ieguldījumu plāniem, kas varētu patērētājam likt domāt, ka tie ir mazāk stabili. Tā kā minētais apgalvojums nesatur salīdzinājumu, kas tieši vai netieši norāda uz citu tirgus dalībnieku piedāvātiem pakalpojumiem, tad Reklāma vai Reklāmas daļa nevar būt atzīta par salīdzinošu reklāmu Reklāmas likuma 9. panta izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, uzskatām, ka Reklāma nevar jebkādā veidā negatīvi ietekmēt patērētāja ekonomisko rīcību, ierobežojot viņa iespēju pieņemt uz Reklāmu balstītu lēmumu, kā arī uzskatām, ka Reklāma pēc sava satura un pasniegšanas veida nemaldina un nevar maldināt vidusmēra patērētāju. Uz Bankas sniegto reklāmu par Swedbank IPS pārvaldītājiem ieguldījumu plāniem nav attiecināms NKAL 6. pants par profesionālajai rūpībai neatbilstošas komercprakses īstenošanu, jo Reklāma atbilst VFPL un Reklāmas likuma prasībām – tāpat tā ir sniegta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, kādu patērētājs var pamatoti sagaidīt. Vienlaikus tā ir uzskatāma par attiecīgajā saimnieciskās darbības jomā – valsts fondēto pensiju pārvaldīšanā – vispāratzītu godīgu tirgus praksi, ņemot vērā Reklāmas atbilstību ne tikai likumam, bet arī praksei attiecībā uz internetā publicējamo informāciju par VFPS ieguldījumu plāniem. Proti, kā jau norādījām savā 2009. gada 26. marta vēstulē PTAC, identiskā veidā – norādot VFPL noteiktās VFPS reklāmas prasības interneta mājas lapā, izmantojot pakalpojuma sniedzēja uzturētās savstarpēji saistītās interneta saites attiecīgajā mājas lapā un sniedzot pilnīgu informāciju par attiecīgo pakalpojumu ne tikai publicējot vispārējo informāciju, bet arī ievietojot interneta saikni uz attiecīgo VFPS ieguldījumu plāna prospektu, izmanto arī vairāki citi pensiju pārvaldnieki, piemēram, Ieguldījumu pārvaldes AS "SEB Wealth Management" (<http://www.seb.lv/lv/private/services/pension/pensionLevel2/>), AS „Ieguldījumu pārvaldes sabiedrība „LKB Krājfondi”” ([http://www.lkb.lv/lv/privatpersonam/pensiju\\_2\\_limenis/](http://www.lkb.lv/lv/privatpersonam/pensiju_2_limenis/)) un AS "NORVIK ieguldījumu pārvaldes sabiedrība" (<http://www.norvik.lv/lv/services/Pensija/>). Tāpat Banka ievēroja vispāratzītu tirgus praksi ieguldījumu plānu reklāmas jomā. Vēlamies uzsvērt, ka šāda informācijas internetā izvietojšanas kārtība veicina arī vidusmēra patērētāju, potenciālo valsts fondēto pensiju shēmas dalībnieku, pilnīgāku informētību par katru ieguldījumu plānu, jo ievietojot mazāka apjoma informāciju pirmajā interneta saitē un nodrošinot tālāk saiti uz ieguldījumu plānu prospektiem, potenciālie shēmas dalībnieki tiek vairāk motivēti iepazīties ar pēc iespējas pilnīgāku informāciju par attiecīgo ieguldījumu plānu, pirms izdarīt izvēli par labu konkrētam ieguldījumu plānam.

Pamatojoties uz visu augstāk minēto, uzskatām, ka uz Bankas Reklāmu nav attiecināms neviens no NKAL 4. panta 2. daļā minētiem negodīgas komercprakses nosacījumiem un līdz ar to Reklāma nevar tikt uzskatīta par negodīgu komercpraksi.

Līdz ar to, uzskatām, ka Reklāma atbilst reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, tā ir skaidra un vidusmēra patērētājam saprotama, un nav pamata uzskatīt, ka Banka ir pārkāpusi normatīvo aktu prasības par ko būtu piemērojams administratīvais sods.”

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji minēja jau iepriekš paskaidrojumos sniegtos argumentus, papildus norādot, ka uzskata par nepamatotu FKTK Atzinumā 1 un Atzinumā 2 pausto viedokli par to, ka Reklāmā lietotais apgalvojums „Mēs ieguldām līdzekļus uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas” neatbilst Valsts fondēto pensiju likumam (turpmāk – VFPL), jo Sabiedrība uzskata, ka šī frāze negarantē konkrētā pensiju plāna ienesīgumu. Sabiedrības pārstāvji uzsvēra, ka Reklāmās televīzijā ir norāde uz Sabiedrības interneta mājas lapas adresi, kur jebkurš patērētājs var uzzināt vairāk informācijas par konkrētajiem pensiju plāniem. Tāpat arī Sabiedrības pārstāvji norādīja, ka Reklāmā izmantoja Swedbank zīmolu, tādēļ patērētājam ir saprotams, par

kādu sabiedrību iet runa. Tāpat arī Sabiedrības pārstāvji informēja, ka Reklāmā izmantotajam grafikam tika izmantots 30 gadu termiņš, jo šis varētu būt vidējais laiks, kurš potenciālajiem pakalpojumu saņēmējiem ir atlicis līdz pensijai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus un ņemot vērā Sabiedrības sniegto viedokli, PTAC konstatē un norāda turpmāk minēto.

Reklāmas likuma 1.pantā ir noteikts, 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*; līdz ar to Reklāma uzskatāma par reklāmu minētā likuma izpratnē, savukārt saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu *darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam*, ir komercprakse. No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmas sniegšana ir komercprakse NKAL izpratnē, jo tā ir atzīstama par darbību, kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājiem.

Savukārt Sabiedrība saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu, kas nosaka, ka *komercprakses īstenotājs — ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā*, un ņemot vērā FKTK sniegto informāciju, ir viena no komercprakses īstenotājiem, kas konkrētajā gadījumā rīkojas ar mērķi popularizēt a/s IPS „Hansa Fondi” pārvaldāmo valsts fondēto pensiju shēmas līdzekļu pārvaldīšanas pakalpojumu.

PTAC uzsver, ka Sabiedrības īstenoto komercpraksi vērtē no vidusmēra patērētāja viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”), un Eiropas Kopienas tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vēriņš un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.paragrāfs; C-44/01, 55.paragrāfs; C-356/04, 78.paragrāfs; C-381/05, 23.paragrāfs). Tātad – no patērētāja, kurš nav speciālists finanšu un apdrošināšanas jomā, viedokļa.

PTAC ir pamats atzīt, ka patērētājs, iepazīstoties ar Reklāmā izteikto piedāvājumu, pieņēma vai varēja pieņemt lēmumu par tāda līguma slēgšanu, kādu viņš nebūtu noslēdzis gadījumā, ja Reklāmā būtu iekļauta skaidra, vidējam patērētājam saprotama un patiesa informācija.

Minēto PTAC pamato ar tālāk tekstā minētajiem apsvērumiem.

Reklāmā ir konstatēti vairāki VFPL 11.<sup>1</sup> pantā noteikto prasību pārkāpumi. Norādītā panta pirmā daļa nosaka, ka *jebkāda fondēto pensiju shēmas līdzekļu pārvaldīšanas un ar to saistīto pakalpojumu publiska sludināšana (reklāma) jebkurā veidā var notikt tikai atbilstoši Finanšu un kapitāla tirgus komisijā reģistrētam ieguldījumu plāna prospektam*, savukārt otrajā daļā noteikts, ka, *ievietojot sludinājumus vai publiski paziņojot ieguldījumu plāna noteikumus, ieguldījumu plāna*

reklāmā norāda: 1) ieguldījumu plāna nosaukumu; 2) pārvaldošās sabiedrības nosaukumu, juridisko adresi un izpildinstitūcijas atrašanās vietu; 3) līdzekļu turētāja nosaukumu; 4) ieguldījumu plāna prospekta izsniegšanas vietu.

Saskaņā ar FKTK sniegto Atzinumu 1 Reklāmā ir norādīts neeksistējošas komercsabiedrības nosaukums – „Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība”, kā arī norādīts, ka reklamēto ieguldījumu plānu pārvaldīšanā tiek izmantota Swedbank pensiju stratēģija, kas ir pretrunā ar VFPL 11.<sup>1</sup> panta pirmajā daļā noteikto. Turklāt FKTK Atzinumā 1 norāda, ka tajā reģistrētajos a/s IPS „Hansa Fondi” ieguldījumu plānu prospektos nav aprakstīta Reklāmas klipā minētā Swedbank pensiju stratēģija.

Attiecībā uz Reklāmas atbilstību VFPL 11.<sup>1</sup> panta prasībām FKTK Atzinumā 2 papildus norāda: „Komisija uzskata, ka Sabiedrības reklāmā lietotais apzīmējums "pensiju pārvaldīšana" ir vispārīgs un nenoteikts, jo nesniedz reklāmas auditorijai precīzu informāciju par konkrētajiem pārvaldāmajiem ieguldījumu plāniem, kā to paredz VFPL 11.<sup>1</sup> pants. Ņemot vērā to, ka "Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība" AS (tālāk tekstā arī – IPS) pārvalda arī "Swedbank Atklātais Pensiju Fonds" AS pensiju plānus "Stabilitāte+25", "Dinamika+60", "Dinamika+(USD)" un "Dinamika+100", kam ir līdzīgi nosaukumi ar valsts fondēto pensijas shēmas līdzekļu (tālāk tekstā – VFPSL) ieguldījumu plāniem "Stabilitāte" un "Dinamika", reklāmā sniegtā informācija var maldināt reklāmas auditoriju par piedāvāto pakalpojumu.

Tāpat reklāmā lietotie vārdi "Swedbank pensiju stratēģija" neatbilst VFPSL ieguldījumu plānu prospektos lietotajam terminam "ieguldījumu plāna ieguldījumu politika". Turklāt reklāmā minētais apgalvojums "Swedbank iegulda uzņēmumu akcijās" neatbilst VFPSL ieguldījumu plāna "Stabilitāte" prospektā noteiktajai ieguldījumu politikai, kas ir konservatīva, jo ieguldījumu plāna līdzekļi tiek ieguldīti finanšu instrumentos ar fiksētu ienesīgumu. Ieguldījumi šādos instrumentos tiek uzskatīti par mazāk riskantiem, salīdzinot ar ieguldījumiem kapitāla vērtspapīros (uzņēmumu akcijās). Saskaņā ar minētā ieguldījumu plāna prospektu līdzekļu pārvaldītājam aizliegts ieguldījumu plāna līdzekļus ieguldīt kapitāla vērtspapīros – uzņēmumu akcijās. Līdz ar to reklāmā sniegtā informācija par VFPSL ieguldījumu plāna "Stabilitāte" ieguldījumu politiku neatbilst minētā ieguldījumu plāna Komisijā reģistrētā prospekta saturam.”.

Attiecībā uz Sabiedrības zīmolu un IPS juridisko nosaukumu FKTK Atzinumā 2 norāda:

„Komisija norāda, ka atbilstoši sūdzības iesniedzēja 21.01.2009. iesniegumam pievienotajai kopijai no "Swedbank" AS interneta mājaslapas reklāmā tika iekļauts šāds teksts: "Swedbank šo pienākumu veic Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība, kas ir Swedbank meitas uzņēmums." Tātad jau 21.01.2009. tika lietota Sabiedrības firma, kas reģistrēta Uzņēmumu reģistrā tikai 17.03.2009. Šajā gadījumā norāde par to, ka vārdi "Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība" ir tikai un vienīgi vārdu salikums, neatbilst norādītajam, ka tas ir "Swedbank meitas uzņēmums", kas norāda, ka runa ir nevis par vispārīgu vārdu salikumu, bet gan par konkrētu komercsabiedrību – "Swedbank" AS meitas uzņēmumu. Papildus Komisija norāda, ka atbilstoši Komerclikuma 26. panta otrajā daļā norādītajam ar firmu šaurākā nozīmē saprotams apzīmējums bez norādes uz komersanta veidu. Līdz ar to Sabiedrībai nav obligāti jālieto norāde uz komersanta veidu "AS", lai vārdu salikums tiktu uztverts kā konkrētās sabiedrības firma, nevis vienkārši kā vārdu salikums. Sabiedrības norādītā Komerclikuma 27. panta trešā daļa ietver vispārīgus principus komersantu veida norādes veidošanā. Līdz ar to Sabiedrības apgalvojums, ka lietotie vārdi "Swedbank

Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība" tika lietoti kā vienkāršs vārdu salikums, nevis kā līdzekļu pārvaldītāja firma, nevar tikt uzskatīts par attaisnojamu ar Komerclikuma 27. panta trešajā daļā norādīto.

Papildus jānorāda, ka atbilstoši Ieguldījumu pārvaldes sabiedrību likuma 6. panta trešajai daļai komercsabiedrības, kas neveic minētajā likumā paredzēto darbību, savā firmā nedrīkst lietot papildinājumus, kuri tieši vai netieši norāda uz ieguldījumu pārvaldes sabiedrību. Šajā gadījumā reklāmā izmantotais vārdu salikums nepārprotami liek domāt, ka minētais veidojums ir ieguldījumu pārvaldes sabiedrība, kā arī juridiska persona, jo palīgtekstā tiek norādīts, ka tas "ir Swedbank meitas uzņēmums". Līdz ar to rodas jautājums – ja reklāmā norādītā juridiskā persona nav AS IPS "Hansa Fondi" (no 17.03.2009. "Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība" AS), tad par kādu tieši veidojumu, kas "Swedbank" AS veic 2. līmeņa līdzekļu pārvaldīšanas pienākumus, ir runa minētajā reklāmā. Atbilstoši Valsts fondēto pensiju likuma 11.<sup>1</sup> panta otrās daļas 2. punktam, publiski paziņojot ieguldījumu plāna noteikumus, ieguldījumu plāna reklāmā ir jābūt norādītam pārvaldošās sabiedrības nosaukumam, un, ja Sabiedrība ir ievērojusi minēto likuma prasību, tad, norādot "Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība", ir domājusi VFPSL ieguldījumu plānu "Stabilitāte" un "Dinamika" prospektos norādīto līdzekļu pārvaldītāju AS IPS "Hansa Fondi" (no 17.03.2009. "Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība" AS). Ja Sabiedrība nav norādījusi ieguldījumu plānos norādīto līdzekļu pārvaldītāju, tad var secināt, ka Sabiedrība ir pārkāpusi Valsts fondēto pensiju likuma 11.<sup>1</sup> panta otrās daļas prasības, norādot nevis pārvaldošās sabiedrības nosaukumu, bet vienkāršu vārdu salikumu. Komisija norāda, ka no minētā teksta un no Sabiedrības paskaidrojumiem nepārprotami nevar saprast, kas ir reklāmā norādītais 2. līmeņa līdzekļu pārvaldītājs un kas "Swedbank" AS veic šos pienākumus:

"Līdz 2002. gada 31. decembrim 2. līmeņa līdzekļus pārvaldīja tikai Valsts Kase. Kopš 2003. gada 2. līmeņa pensiju kapitālu pārvalda arī privātie līdzekļu pārvaldītāji. Līdzekļu pārvaldīšana, galvenokārt, nozīmē šo līdzekļu ieguldīšanu dažādos ieguldījumu objektos. Swedbank šo pienākumu veic Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība, kas ir Swedbank meitas uzņēmums."

Vienlaikus PTAC konstatē, ka VFPL 11.<sup>1</sup> panta otrajā daļā paredzētā informācija tiek rādīta Reklāmas klipā, tomēr ir ļoti nepārskatāma, jo tiek izmantots pārāk mazs burtu izmērs, kurus var salasīt tikai, apstādinot klipu un īpaši tam pievēršot uzmanību, kas PTAC ieskatā uzskatāms par minētā panta pārkāpumu, jo personas nesaņem normatīvajā aktā noteikto informāciju.

Ņemot vērā iepriekš norādīto un FKTK Atzinumā 1 un Atzinumā 2 sniegto viedokli, PTAC pretēji Sabiedrības paskaidrojumos minētajam konstatē, ka mājas lapā [www.hansabanka.lv](http://www.hansabanka.lv) (patlaban [www.swedbank.lv](http://www.swedbank.lv)) izplatītajā reklāmā nav norādīta VFPL 11.<sup>1</sup> panta pirmajā daļā, kā arī otrās daļas 2.-4.punktā noteiktā informācija. Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC konstatē, ka Reklāmā nav ievērota Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktā likumīguma prasība.

Attiecībā uz Reklāmā sniegto apgalvojumu „*Mēs ieguldām līdzekļus uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas*”, FKTK Atzinumā 1 norāda, ka VFPL 11.<sup>1</sup> panta trešās daļas noteikumi nosaka, ka, ievietojot sludinājumus vai publiski paziņojot ieguldījumu plāna noteikumus, ieguldījumu plāna reklāmā nedrīkst nekādā veidā garantēt peļņu vai noteiktu ienesīguma līmeni. Savukārt Sabiedrība Reklāmā apsola ieguldījumu plāna dalībniekiem augstāku ienesīguma līmeni, ko savā paskaidrojumā pamato ar teorētiskām un vēsturiskām atziņām, nevis ar

a/s "Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība" darbības rezultātiem, pārvaldot valsts fondēto pensiju shēmas līdzekļu ieguldījumu plānus.

Papildus attiecībā uz VFPL 11.<sup>1</sup> panta trešajā daļā noteikto prasību ievērošanu televīzijas reklāmā un interneta reklāmā FKTK Atzinumā 2 norāda: „Komisija uzskata, ka Sabiedrības reklāmā sniegtais apgalvojums "Mēs ieguldām uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas" neatbilst Valsts fondēto pensiju likuma 11.<sup>1</sup> panta trešās daļas prasībām, ka, ievietojot sludinājumus vai publiski paziņojot ieguldījumu plāna noteikumus, ieguldījumu plāna reklāmā nedrīkst nekādā veidā garantēt peļņu vai noteiktu ienesīguma līmeni. Savukārt Sabiedrības reklāmā slēptā veidā reklāmas auditorijai tiek solīta lielāka peļņa un augstāks ienesīguma līmenis.”

Tādējādi PTAC secina, ka apgalvojums „*Mēs ieguldām līdzekļus uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas*” ir pretrunā ar normatīvo aktu prasībām (VFPL 11.<sup>1</sup> panta trešā daļa) un nav patiens attiecībā uz reklamēto produktu, jo Sabiedrība par to nav iesniegusi pierādījumus saskaņā ar NKAL 15.panta otro daļu, savukārt Reklāmas pasniegšanas veids vidusmēra patērētājam, kas nepārzina un neorientējas valsts fondēto pensiju plānu terminos, rada/var radīt pārlicību, ka apgalvojums attiecas uz Sabiedrības piedāvāto pakalpojumu.

Nemot vērā minēto, PTAC konstatē, ka, pārkāpjot VFPL 11.<sup>1</sup> panta trešās daļas noteikumus, Reklāmā nav ievērota Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktā likumīguma prasība. PTAC norāda, ka Sabiedrībai, aicinot personas kļūt par tās klientiem, ir jāīsteno profesionālai rūpībai atbilstoša komercprakse. Saskaņā ar NKAL 6.pantu *komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam*. Sabiedrība, neievērojot speciālajā tiesību normā – VFPL – minētās prasības un Reklāmas likuma prasības, ir īstenojusi profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, jo patērētājam saskaņā ar vispāratzītu godīgu tirgus praksi un labas ticības principu ir tiesības sagaidīt, ka Sabiedrība ievēros normatīvo aktu prasības.

PTAC arī secina, ka Sabiedrības īstenotajā komercpraksē ir konstatējamās maldinošas darbības saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu, kas paredz, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis*. Komercpraksi uzskata par maldinošu šādā gadījumā: *tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza*. Sabiedrība, Reklāmā sniedzot nepatiesu apgalvojumu par pensiju plāna ienesīgumu, ietekmēja vai varēja ietekmēt patērētāja rīcību noslēgt tādu līgumu, kādu viņš nebūtu noslēdzis, ja viņā rīcībā būtu patiesa informācija.

PTAC norāda, ka saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu *par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības*. Līdz ar to, vērtējot komercprakses atbilstību, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz.

Analogu situāciju PTAC konstatē attiecībā uz Reklāmas videoklipā atspoguļotā grafika izmantošanu. Arī FKTK Atzinumā 1 norāda, ka nav saprotama klipā izmantotā

grafika (reitingu aģentūras Bloomberg indeksa rādītāju grafiks) saistība ar reklamēto ieguldījumu plānu darbības rādītājiem, kas var radīt potenciālajiem ieguldījumu plānu dalībniekiem maldinošu iespaidu par to, ka grafikā tiek norādīti tieši šo ieguldījumu plānu darbības rezultāti. Izvērtējot Sabiedrības iesniegtos materiālus saistībā ar Reklāmā izmantotajiem reitingu aģentūras Bloomberg datiem, PTAC, ņemot vērā FKTK sniegto informāciju, konstatē, ka Sabiedrības skaidrojums nesniedz pietiekamu informāciju par rādītājiem, kas atainoti aģentūras Bloomberg pētījumā, kā rezultātā nav iespējams izvērtēt Sabiedrības reklāmā izmantotā aģentūras Bloomberg pētījuma saistību ar reklamēto produktu. PTAC, vērtējot minētā grafika izmantošanas veidu Reklāmā, konstatē, ka vidusmēra patērētājs – potenciālais ieguldījumu plānu dalībnieks – no sniegtās informācijas kontekstā ar iepriekšminēto apgalvojumu par akciju ienesīgumu ilgtermiņā gūst/var gūt pārliecību, ka Sabiedrības piedāvājums nodrošinās viņam stabilus un pieaugošus uzkrājumus, ko Sabiedrība faktiski nevar pierādīt, un no minētā izriet, ka arī šādu apgalvojumu izmantošana Reklāmā nav pieļaujama.

Attiecībā uz Reklāmā sniegtā apgalvojuma „*Jūsu pensijas kapitāls tiek uzkrāts pie lielākā un stabilākā privātā pensiju pārvaldnieka Latvijā*” patiesumu FKTK savas kompetences ietvaros Atzinumā 1 paskaidro: ja, nosakot lielāko ieguldījumu plānu pārvaldnieku, kā kritēriju izmanto ieguldījumu plānu dalībnieku skaitu un aktīvu apmēru, tad FKTK varētu piekrist šādam apgalvojumam. Savukārt stabilitātes kritērijs Sabiedrības sniegtajā paskaidrojumā nav izklāstīts, līdz ar to nav iespējams izvērtēt minētā apgalvojuma atbilstību reālajai situācijai. Jāpiebilst, ka apgalvojumā ir uzsvērts, ka pārvaldnieks pārvalda privātās pensijas, bet Reklāmas saturs ir vērst uz valsts fondēto pensiju shēmas ieguldījumu plāniem.

Papildus attiecībā uz Reklāmā sniegto apgalvojumu "*Jūsu pensijas kapitāls tiek uzkrāts pie lielākā un stabilākā privātā pensiju pārvaldnieka Latvijā*" FKTK Atzinumā 2 norāda: „Komisija uzskata, ka Sabiedrības sniegtais pamatojums, kurā kā stabilitātes kritērijs tiek izmantota "Swedbank Ieguldījumu Pārvaldes Sabiedrība" AS ilgākā darbības pieredze Latvijā (kopš 17.03.1997.), nav pārliecinošs, jo licence valsts fondēto pensiju shēmas līdzekļu pārvaldei tai ir izsniegta 21.06.2002., savukārt "SEB Wealth Management" IPAS minētā licence ir izsniegta 07.06.2002., "Parex Asset Management" IPAS – 01.10.2002., AS "NORVIK ieguldījumu pārvaldes sabiedrībai" – 04.10.2002., IPAS "Invalida Asset Management Latvia" – 01.11.2002. Uzskatām, ka minētais apšaubā Sabiedrības sniegtā apgalvojuma pamatotību.”

PTAC, ņemot vērā minēto, konstatē, ka Sabiedrība PTAC nav iesniegusi dokumentārus pierādījumus, kas apstiprina apgalvojuma „(...) *pie (...) stabilākā privātā pensiju pārvaldnieka Latvijā*” patiesumu. NKAL 15.panta trešā daļa nosaka - *Ja komercprakses īstenotājs nesniedz saskaņā ar šā panta otro daļu pieprasīto informāciju vai sniedz to nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa.* Tādējādi secināms, ka personas ir maldinātas par Sabiedrības kā komercprakses īstenotāja īpašībām, jo tai piedēvēts nepatiess raksturojums, kas var ietekmēt personu rīcību slēgt līgumu par pakalpojuma saņemšanu, jo stabilitāte, neapšaubāmi, ir viena no svarīgākajām uzņēmēj sabiedrības pozitīva raksturojuma īpašībām un patērētājam būtisks kritērijs pakalpojuma izvēlē. Turklāt šāds paziņojums ietver slēptu, bezpersonisku salīdzinājumu un vidusmēra patērētājam ir uztverams un saprotams, ka tieši Sabiedrības piedāvātie pensiju plāni ilgtermiņā ir visstabilākie, bet citu tirgus dalībnieku piedāvātie pensiju plāni – mazāk stabili. Šāda priekšstata radīšana ir

pretrunā Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā noteiktajam, ka salīdzinājumu veido, izmantojot faktus, kurus var pierādīt.

Ievērojot iepriekš minēto un NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu, NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu, kas nosaka, ka maldinoša komercprakse ir uzskatāma par negodīgu, bet saskaņā ar šā panta pirmo daļu negodīga komercprakse ir aizliegta, Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1., 3.-4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem, bet saskaņā ar minētā panta 2.punktu uzlikt Sabiedrībai tiesisku pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi, pārtraucot sniegt normatīvajiem aktiem neatbilstošu informāciju mājas lapā [www.swedbank.lv](http://www.swedbank.lv). Savukārt, ņemot vērā, ka komercprakses negatīvā ietekme jau ir notikusi, un ņemot vērā Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, PTAC uzskata, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, kas paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā.

Ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī LAPK 1.panta pirmā daļa nosaka, ka *administratīvo pārkāpumu likumdošanas uzdevums ir aizsargāt sabiedrisko iekārtu, īpašumu, pilsoņu sociāli ekonomiskās, politiskās un personiskās tiesības un brīvības, kā arī komersantu, iestāžu un organizāciju tiesības un likumīgās intereses, noteikto pārvaldes kārtību, valsts un sabiedrisko kārtību, nostiprināt likumību, novērst tiesību pārkāpumus, audzināt pilsoņus likumu precīzas un stingras ievērošanas garā, ieaudzināt viņos cieņas pilnu attieksmi pret citu pilsoņu tiesībām, godu un pašcieņu, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā*, un juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, ka *soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos neizdarītu citas personas.* (Māris Baltis. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.).

Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.

Ņemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), kā arī 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 atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir noteikts LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā – „*Par negodīgu komercpraksi*”.

LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka *sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem*

*pārkāpumiem. Saskaņā ar LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu uzliek sodu par negodīgu komercpraksi - juridiskajām personām - līdz desmittūkstoš latiem.*

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 13.pantu un 66.panta pirmajā daļā minētos tiesību principus un lietderības apsvērumus, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu piemērotību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu komercpraksi un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkarotāšanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu, un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā nepatiesās informācijas sniegšanas vietu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību mīkstinājošo un pastiprinošo apstākļu neesamību, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 1000,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses, respektīvi, maldinošas un profesionālajai rūpībai neatbilstošas komercprakses īstenošana – raksturu.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas izskatīšanā konstatētos apstākļus, vienlaikus ņemot vērā, ka nepatiesā informācija vēl arvien tiek sniegta, un pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.<sup>1</sup> pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 4.panta otrās daļas 1. un 2. punktu, 7.panta otrās daļas 1.punktu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta pirmo, otro un trešo daļu un 15.panta astotās daļas 2. un 5.punktu,

## **n o l e m t s:**

**uzlikt** akciju sabiedrībai „Swedbank”,  
juridiskā adrese: Balasta dambis 1a, Rīga  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003074764,  
naudas sodu Ls 1000.00 (viens tūkstotis) apmērā,

**uzdot** akciju sabiedrībai „Swedbank”,  
juridiskā adrese: Balasta dambis 1a, Rīga  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003074764,

tiesisku pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi, pārtraucot mājas lapā [www.swedbank.lv](http://www.swedbank.lv) sniegt tālāk norādīto informāciju: „Mēs ieguldām līdzekļus uzņēmumu akcijās, kas īstermiņā ir svārstīgākas, taču ilgtermiņā daudz ienesīgākas”; „Jūsu pensijas kapitāls tiek uzkrāts pie stabilākā privātā pensiju pārvaldnieka Latvijā”, kā arī sniegt papildu informāciju, kas noteikta VFPL 11.<sup>1</sup> panta otrās daļas 2.-4.punktā.

Pieņemto lēmumu daļā par administratīvo pārkāpumu un pieņemto lēmumu daļā par tiesisko pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi a/s „Swedbank” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

|                     |              |                                  |
|---------------------|--------------|----------------------------------|
| Saņēmējs:           | Valsts kase  | Reģistrācijas numurs 90000050138 |
| Saņēmēja iestāde:   | Valsts kase  | BIC kods TREL LV22               |
|                     | Konts (IBAN) | LV12TREL1060121019400            |
| Maksājuma mērķis:   | Lēmums Nr.   | E03-REUD-27                      |
| Pieņemšanas datums: | 2009.gada    | 26.jūnijs                        |

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS