# Par produktu pārvaldības prasībām un izplatīšanas jēdzienu

Finanšu instrumentu tirgus dalībnieki savā darbībā ievēro Finanšu instrumentu tirgus likumu (tālāk tekstā – FITL). Finanšu un kapitāla tirgus komisija (tālāk tekstā – FKTK) vērš uzmanību, ka tai nav tiesību sniegt oficiālu tiesību normu skaidrojumu. Tomēr, lai finanšu instrumentu tirgus dalībnieki konsekventi piemērotu minēto tiesību aktu Latvijas finanšu sektoram, FKTK pauž savu viedokli, sniedzot atbildes uz finanšu instrumentu tirgus dalībnieku (tālāk tekstā arī – tirgus dalībnieki) biežāk uzdotajiem jautājumiem. Vienlaikus FKTK vērš uzmanību – ja kāds no Eiropas Vērtspapīru un tirgu iestādes turpmāk publiskotajiem paziņojumiem, kurā tiks sniegts skaidrojums par atsevišķu Finanšu instrumentu tirgus direktīvas (tālāk tekstā – MiFID II) regulējuma prasību piemērošanu, būs citādāks nekā FKTK tālāk paustais viedoklis, arī FKTK viedoklis tiks mainīts atbilstoši tam, kāda būs kopējā pieeja Eiropas Savienības dalībvalstīs attiecīgajā MiFID II regulējuma piemērošanas jautājumā.

**1. jautājums: Vai FITL 133.16 un 133.17 panta produktu pārvaldības prasības ir attiecināmas uz *execution only* režīmā sniegtajiem ieguldījumu pakalpojumiem?** Piemēram, ja iestāde tikai nodrošina klientam pēc tā iniciatīvas iespēju iegādāties finanšu instrumentus (tālāk tekstā – FI) (un iestāde aktīvi neveicina šo FI pārdošanu), vai iestādei ir pienākums pārskatīt klientiem pieejamo FI klāstu atbilstoši FI izstrādātāja produktu pārvaldības prasībām, piemēram, liedzot privātiem klientiem iespēju iegādāties noteiktus FI?

**Atbilde:** Produktu pārvaldības prasības neparedz izņēmumus attiecībā uz *execution only* režīmā (piemērojot FITL 126.2 panta divpadsmito daļu) sniegtajiem ieguldījumu pakalpojumiem, bet ir jāievēro samērīguma princips.

FKTK vērš uzmanību, ka atbilstoši FITL 133.16 panta devītajai daļai iestādēm, kas izstrādā FI, kurus izplata ar citu iestāžu starpniecību, jānosaka to klientu vajadzības un īpatnības, kuriem šis produkts atbilst, pamatojoties uz savām teorētiskajām zināšanām un pagātnes pieredzi ar FI vai līdzīgiem FI, finanšu tirgiem un iespējamo gala klientu vajadzībām, īpatnībām un mērķiem arī attiecībā uz *execution only* režīmā sniegtajiem ieguldījumu pakalpojumiem. FITL 133.16 panta trīspadsmitā daļa paredz iestādei – produktu izstrādātājai – pienākumu nodrošināt, ka, sniedzot izplatītājiem informāciju par FI, tiek ietverta informācija par atbilstošajiem FI izplatīšanas kanāliem, produktu apstiprināšanas procesu un mērķtirgus novērtējumu un ka informācija atbilst attiecīgiem standartiem, lai izplatītāji varētu pareizi saprast un ieteikt vai pārdot FI. FITL 133.17 panta otrā daļa paredz iestādei – produkta izplatītājai – pienākumu ieviest atbilstošu produktu pārvaldības kārtību, lai nodrošinātu, ka produkti un pakalpojumi, ko tā plāno piedāvāt vai ieteikt, atbilst apzināta mērķtirgus īpatnībām, mērķiem un vajadzībām un ka paredzētā izplatīšanas stratēģija atbilst apzinātajam mērķtirgum. *Execution only* režīms ir viena no izplatīšanas stratēģijām, kas jāņem vērā gan produktu izstrādātājam, gan produktu izplatītājam.

Vienlaikus norādām, ka atbilstoši Komisijas 2016. gada 7. aprīļa Deleģētās direktīvas (ES) 2017/593, ar ko attiecībā uz finanšu instrumentu un klientiem piederošu līdzekļu aizsardzību, produktu pārvaldības prasībām un noteikumiem, kurus piemēro maksu, komisijas naudas vai jebkādu finansiālu vai nefinansiālu labumu sniegšanai vai saņemšanai, papildina Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2014/65/ES, (turpmāk – Produktu pārvaldības direktīva) preambulas 18. punktam un FKTK 2018. gada 28. augusta normatīvajiem noteikumiem Nr. 139 "Normatīvie noteikumi par ieguldījumu produktu pārvaldības prasībām" (tālāk tekstā – Noteikumi Nr. 139) 5. punktam produktu izplatīšanā ir jābūt ievērotam samērīguma principam, proti, attiecībā uz vienkāršiem produktiem, kas atbilst lielam skaitam klientu, papildus nav nepieciešams produkta izplatītāja veikts mērķauditorijas novērtējums. Produktu pārvaldības direktīvas mērķis nav vērsts uz pilnīgu aizliegumu privātiem klientiem iegādāties noteiktus FI, bet gan uz lielāku klientu aizsardzību, pielāgojot produktu izplatīšanas stratēģiju mērķauditorijai. Tomēr joprojām paliek spēkā pienākums vērtēt produkta atbilstību atsevišķam klientam pirms klienta rīkojuma par darījumu ar FI izpildes.

FKTK skatījumā samērīguma principa ievērošana praksē nozīmē dažādas detalizācijas mērķtirgus vērtēšanu atkarībā no produkta sarežģītības un aktīvas vai pasīvas iestādes rīcības produktu piedāvāšanā.

Saskaņā ar Noteikumu Nr. 139 15. punktu strukturētiem produktiem ar sarežģītu ienesīguma struktūru mērķtirgu identificē detalizēti, savukārt attiecībā uz vienkāršiem produktiem mērķtirgus apraksts var būt vispārīgs, izmantojot kopējo pieeju viena veida finanšu instrumentiem. Ņemot vērā, ka *execution only* režīms attiecas tikai uz vienkāršiem finanšu instrumentiem, iestāde mērķtirgu var definēt vispārīgi (piemēram, attiecībā uz produktu "biržā tirgojamās akcijas", "UCITS ieguldījumu fondi" utt.).

Pieņemot lēmumu saskaņā ar FITL 133.17 panta pirmo daļu un Noteikumu Nr. 139 20. punktu par produktu klāstu, kuru iestāde – izplatītājs – plāno piedāvāt vai ieteikt klientiem, iestāde ņem vērā ne tikai produkta sarežģītību, bet arī faktu, vai iestāde plāno aktīvi piedāvāt klientiem attiecīgo produktu, tostarp rekomendēt, izplatīt mārketinga materiālus un citā veidā veicināt produkta pārdošanu. Proti, agrīnā posmā uz *ex-ante* pamata detalizētākā līmenī tiek pieņemts lēmums un definēts mērķtirgus attiecībā uz tādiem produktiem, kurus iestāde plāno aktīvi piedāvāt saviem klientiem. Savukārt, ja produkts ir pieejams tikai pēc klienta iniciatīvas bez produkta pārdošanas veicināšanas (piemēram, trešās puses tirdzniecības platformā, kur ir ļoti plašs finanšu instrumentu klāsts), mērķtirgus vērtēšana var būt vispārīgāka, pieņemot par to atsevišķu lēmumu atbilstoši Noteikumu Nr. 139 23. pantā noteiktajām prasībām un ievērojot Noteikumu Nr. 139 31. panta prasības. Ja par klientu pieejamā informācija nav pietiekama, lai pilnībā izvērtētu mērķtirgu (piemēram, iestādes rīcībā ir informācija par klientu zināšanām un pieredzi, bet nav par finansiālo stāvokli un ieguldīšanas mērķi), iestādei ir pienākums brīdināt klientus par ierobežotu iespēju izvērtēt, vai klients atbilst mērķtirgum, kā to paredz Noteikumu Nr. 139 36. punkts.

Papildus vēršam uzmanību, ka saskaņā ar Noteikumu Nr. 139 17. punktu produkta, kas ir izveidots pēc individuāla klienta pieprasījuma vai ir pielāgots konkrētam klientam (piemēram, IRS vai valūtas *Forward*), mērķtirgus ir klients, kurš pasūtījis konkrēto produktu.

**2. jautājums: Vai iestādei ir pienākums nodrošināt privātajiem ieguldītājiem PRIIP pamatinformācijas dokumentu gadījumos, kad sabiedrība pēc klienta iniciatīvas nodrošina tikai privātā ieguldītāja rīkojumu pieņemšanu attiecībā uz to finanšu instrumentu iegādi, kuri ir PRIIP produkti un kurus sabiedrība pati neizstrādā, nepiedāvā un aktīvi neizplata privātajiem ieguldītājiem?**

**Atbilde**: FKTK iesaka iepazīties ar pamatnostādņu[[1]](#footnote-1) 16. un 18. punktā minēto. FKTK paskaidro, ka PRIIP termins "izplatīšana" ir skaidrojams pēc analoģijas ar terminu "izplatītājs" Noteikumu Nr. 139. 3.3. panta izpratnē, proti, ietver jebkuru produkta pārdošanu, gan aktīvi piedāvājot ieguldījumu produktu (Noteikumu Nr. 139 3.3.2.–3.3.7. punktā minētās darbības), gan tikai pārdodot ieguldījumu produktu pēc klienta iniciatīvas (Noteikumu Nr. 139 3.3.1. punktā minētā darbība). PRIIP piemērošana attiecībā uz OTC derivatīviem un *FX forwards* darījumiem skaidrota Eiropas uzraudzības iestāžu publicētajos jautājumos un atbildēs (24.–29. lpp.): <https://esas-joint-committee.europa.eu/Publications/Technical%20Standards/JC%202017%2049%20(PRIIPs_QA_update_July_2018).pdf>

**3. jautājums: Ņemot vērā, ka termins "izplatīšana" FITL produktu pārvaldības un PRIIP kontekstā ir traktējams plaši, proti, tas ietver vienreizēju fondu daļas pārdošanu pēc klienta iniciatīvas, vai šajā gadījumā arī atbilstoši UCITS un Alternatīvo ieguldījumu fondu un to pārvaldnieku likuma regulējumam ir jāsaņem atļauja attiecīgā fonda izplatīšanai?**

**Atbilde:** Nē, UCITS kontekstā izplatīšanas jēdziens ir saprotams šaurāk nekā PRIIP un FITL kontekstā. Latvijā reģistrēto ieguldījumu fondu ieguldījumu apliecību izplatīšanas kārtība dalībvalstī ir noteikta Ieguldījumu pārvaldes sabiedrību likuma 77.2 pantā, savukārt dalībvalstī reģistrētu ieguldījumu fondu ieguldījumu apliecību izplatīšanas kārtība Latvijā ir noteikta Ieguldījumu pārvaldes sabiedrību likuma 77.3 pantā. Līdzīga pieeja ir piemērojama arī pēc Alternatīvo ieguldījumu fondu un to pārvaldnieku likuma regulējuma.

Praksē UCITS fondu daļu izplatīšana parasti notiek, slēdzot līgumu par izplatīšanu, proti, iestādes rīcība atbilst Noteikumu Nr. 139 3.3.2. punktā minētajām pazīmēm. Šajā gadījumā iestāde rīkojas aktīvi un produktu mērķtirgus definēšanai vajadzētu būt detalizētākai. Attiecībā uz izplatāmo UCITS fondu daļu mērķtirgu definēšanu FITL noteiktās produktu pārvaldības prasības ir jāievēro tiktāl, ciktāl tās nepārklājas ar Ieguldījumu pārvaldes sabiedrību likumā noteiktajām prasībām par fondu daļu izplatīšanu.

**4. jautājums: Kā praksē veikt regulāru produkta atbilstības mērķtirgum pārskatīšanu atbilstoši Noteikumu Nr. 139 45.–47. punktā noteiktajām prasībām attiecībā uz maržinālā *Forex* finanšu līgumu par starpību darījumiem, kad ieguldījumu pakalpojumu sniedzējs vienlaikus ir produktu izstrādātājs un izplatītājs.**

**Atbilde:** Ja finanšu tirgus dalībnieks vienlaikus ir izstrādātājs un izplatītājs, tad saskaņā ar Noteikumu Nr. 139 6. punktu šie noteikumi ir piemērojami tiktāl, ciktāl sabiedrība pilda visus izstrādātāja un izplatītāja pienākumus, proti, nav nepieciešama informācijas sniegšana izstrādātājam, bet gan ir nepieciešama informācijas apkopošana vajadzīgajā apjomā un veidā, ievērojot samērīguma principu. Šajā gadījumā sabiedrība vairāk izvērtē produkta izplatīšanas kanālus – kā sabiedrība piesaista klientus, piemēram, sludinājumi plašsaziņas līdzekļos, tiešais mārketings, reklāma vai konferences un specializēti forumi internetā, kas domāti profesionāļiem un pieredzējušiem klientiem. Ja gada laikā bijis daudz produktu pārdošanas gadījumu ar brīdinājumu par neatbilstošu produktu atbilstības testa rezultātā – nākamgad jāparedz citi izplatīšanas kanāli. Ieteicams arī papildināt atbilstības vērtēšanas anketu ar jautājumiem par klienta finansiālo stāvokli un ieguldīšanas mērķi, lai izvērtētu klienta faktisko atbilstību definētajam mērķtirgum, ņemot vērā visus piecus Noteikumu Nr. 139 11. pantā noteiktos kritērijus.

**5. jautājums: Kādi praksē ir bankas kā produkta izstrādātājas pienākumi attiecībā uz pašas emitētajām subordinētajām obligācijām, kas tika emitētas un izvietotas (sākotnējā izvietošana) pirms produktu pārvaldības prasību stāšanās spēkā (pirms 18.07.2018.)?**

**Atbilde:** Saskaņā ar Noteikumu Nr. 139 50. punktu produktu pārvaldības prasības attiecas ne tikai uz sākotnējo izvietošanu, bet arī uz otrreizējo tirgu. Attiecībā uz produktiem, kas izveidoti un sākotnēji izplatīti pirms MiFID II stāšanās spēkā, mērķtirgu noteikšanas pienākums ir produktu izplatītājam, kas pārdod subordinētās obligācijas otrreizējā tirgu. Bankas kā produkta izstrādātājas pienākumi attiecībā uz mērķtirgus noteikšanu iestāsies, ja banka emitēs papildu subordinētās obligācijas esošās vai jaunās emisijas ietvaros, ietverot vērtēšanā arī iepriekš izlaistās obligācijas.

1. Pamatnostādnes ir publicētas arī FKTK tīmekļa vietnē: <http://www.fktk.lv/lv/tiesibu-akti/vispareja/es-normativie-akti/es-regulas/6467-2017-c-218-02-komisijas-pazinojums-pamatnostadnes-attieciba-uz-eiropas-parlamenta-un-padomes-regulas-es-nr-1286-2014-par-komplektetu-privato-ieguldijumu-un-apdrosinasanas-ieguldijumu-produktu-priip-pamatinformacijas-dokumentiem-piemerosanu-1.html>. [↑](#footnote-ref-1)