



European Securities and
Markets Authority

Pamatnostādnes

Kombinētās pārdošanas prakses pamatnostādnes



Satura rādītājs

1	Mērķis	3
2	Darbības joma	3
3	Adresāti	3
4	Atbilstība, ziņošanas pienākumi un piemērošanas datums	4
5	Definīcijas	5
6	Kombinētās pārdošanas prakses pamatnostādnes	6
7	Kaitīgas kombinētās pārdošanas prakses piemēri	11

1 Mērķis

1. Šo pamatnostādņu galvenais mērķis ir noteikt kompetento iestāžu saskaņotu un efektīvu pieeju, īstenojot komercsabiedrību uzraudzību, kas palīdzēs pastiprināt ieguldītāju aizsardzību dalībvalstīs. Pamatnostādnes palīdzēs noskaidrot ētikas normu standartu un organizatoriskos pasākumus, kas tiek sagaidīti no komercsabiedrībām, kuras nodarbojas ar kombinētās pārdošanas praksi, lai mazinātu jebkādu ar to saistītu kaitējumu ieguldītājam.

2 Darbības joma

2. Pamatnostādnes attiecas uz kombinētās pārdošanas praksēm FITD II 4. panta 1. punkta 42. apakšpunkta nozīmē. Jo īpaši pamatnostādnes attiecas uz ieguldījumu pakalpojuma piedāvāšanu kopā ar citu pakalpojumu vai produktu paketē vai ar vienotu nosacījumu nolīgumam vai paketei.
3. Ņemot vērā iepriekš minēto definīciju, EVTI atgādina, ka citi uzņēmējdarbības ētikas normu standarti (kā noteikts citām nozarēm piemērojamajos Eiropas Savienības tiesību aktos, kas nav FITD II) var attiekties uz visiem produktiem vai pakalpojumiem, ko uzņēmums iekļauj kombinētajā pārdošanā, vai paketi, kas rodas kombinētās pārdošanas rezultātā. Nekas šajās pamatnostādnēs neietekmē uzņēmumu pienākumus ievērot šādas citas piemērojamās prasības.
4. Pamatnostādnes ir piemērojamas sasaistītām vai apvienotām paketēm, ja vien tās nav aizliegtas ar tiesību aktiem, kas piemērojami paketē iekļautajiem produktiem vai pakalpojumiem.

3 Adresāti

5. Pamatnostādnes ir adresētas kompetentajām iestādēm, kas uzrauga uzņēmumus saskaņā ar šādām direktīvām:
 - a. Direktīvu par finanšu instrumentu tirgiem (pārstrādātā versija) (Direktīva 2014/65/ES — FITD II);
 - b. Direktīvu par normatīvo un administratīvo aktu koordināciju attiecībā uz pārvedamu vērtspapīru kolektīvo ieguldījumu uzņēmumiem (Direktīva 2009/65/EK — PVKIU);
 - c. Direktīvu par alternatīvo ieguldījumu fondu pārvaldniekiem (Direktīva 2011/61/ES — AIFP).

4 Atbilstība, ziņošanas pienākumi un piemērošanas datums

Pamatnostādņu statuss

6. Šīs pamatnostādnes ir izdotas saskaņā ar EVTI regulas 16. pantu. Saskaņā ar minētā panta 3. punktu kompetentās iestādes un finanšu tirgu dalībnieki dara visu iespējamo, lai ievērotu pamatnostādnes un ieteikumus. Kompetentās iestādes, kurām piemērojamas pamatnostādnes, tās izpilda, attiecīgi iekļaujot savās uzraudzības praksēs (piemēram, grozot savus reglamentējošos noteikumus vai uzraudzības procesus).
7. Saskaņā ar FITD II 24. panta 11. punktu EVTI šīs pamatnostādnes ir izstrādājuši sadarbībā ar EBI un EAAPL.
8. Šīs pamatnostādnes tiek piemērotas no 2018. gada 3. janvāra.

Ziņošanas prasības

9. Kompetentajām iestādēm, uz kurām attiecas šīs pamatnostādnes, jāinformē EVTI par to, vai tās atbilst vai plāno nodrošināt atbilstību šīm pamatnostādņēm, norādot neatbilstības iemeslus, divu mēnešu laikā pēc tam, kad EVTI tās būs publicējusi tīmekļa vietnē cross-selling1861@esma.europa.eu. Ja šajā termiņā atbilde netiks sniegta, kompetentās iestādes tiks uzskatītas par neatbilstīgām. Paziņojumu paraugi ir pieejami EVTI tīmekļa vietnē.
10. Kur tas ir lietderīgi, turpmākajos punktos iekļautajām pamatnostādņēm ir pievienots viens vai vairāki piemēri. Piemēri papildus paskaidro, kā katru pamatnostādni (ko īstenojušas kompetentās iestādes) uzņēmumi varētu ievērot praksē. Tomēr varētu būt arī citi veidi, kā uzņēmums izvēlas šīs pamatnostādnes īstenot praksē.

5 Definīcijas

11. Ja vien nav norādīts citādi, FITD II lietotajiem terminiem ir tāda pati nozīme šajās pamatnostādnēs. Papildus šajās pamatnostādnēs tiek piemērotas turpmāk norādītās definīcijas.

<i>Komerksabiedrības</i>	Šādi finanšu tirgus dalībnieki: <ul style="list-style-type: none">a) ieguldījumu brokeru sabiedrības (kā definēts FITD II 4. panta 1. punkta 1. apakšpunktā);b) kredītiestādes (kā definēts Regulas (ES) Nr. 575/2013 4. panta 1. punkta 1. apakšpunktā), sniedzot ieguldījumu pakalpojumus un veicot darbības FITD II 4. panta 1. punkta 2. apakšpunkta nozīmē;c) pārvaldības sabiedrības (kā definēts Direktīvas 2009/65/EK 2. panta 1. punkta b) apakšpunktā) und) ārējie AIFP (kā definēts Direktīvas 2011/61/EK 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā), sniedzot pakalpojumus saskaņā ar Direktīvas 2011/61/ES 6. panta 4. punktu.
<i>Apvienotā pakete</i>	Produktu un/vai pakalpojumu pakete, kurā katrs piedāvātais produkts vai pakalpojums ir pieejams atsevišķi un klientam ir izvēle no komerksabiedrības atsevišķi nopirkt katru paketes komponentu.
<i>Sasaistītā pakete</i>	Produktu un/vai pakalpojumu pakete, no kuras vismaz vienu no piedāvātajiem produktiem vai pakalpojumiem klients no komerksabiedrības nevar iegādāties atsevišķi.
<i>Komponenta produkts</i>	Atsevišķs produkts un/vai pakalpojums, kas ir daļa no apvienotās vai saistītās paketes.

6 Kombinētās pārdošanas prakses pamatnostādnes

Informācijas par cenas un izmaksu pilnīga atklāšana

1. pamatnostādne

12. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata saistītās vai apvienotās paketes, jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka klientiem tiek sniegta informācija par paketes un tās komponentu produktu cenu.
13. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata saistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka klientiem ir sniegts skaidrs visu to zināmo būtisko izmaksu sadalījums un apkopojums, kas saistītas ar paketes un tās komponentu produktu iegādi, piemēram, administrācijas maksas, darījuma izmaksas, kā arī darījuma priekšlaicīgas izbeigšanas vai aizdevuma priekšlaicīgas atmaksāšanas soda naudas. Ja izmaksas nav iespējams iepriekš precīzi aprēķināt, bet klientam pēc paketes iegādes tās tomēr radīsies, kompetentajai iestādei jāpieprasa komercsabiedrībai nodrošināt šo izmaksu aprēķinu uz saprātīgu pieņēmumu pamata.

Ilustratīvs piemērs

Kombinētajā pārdošanā iekļaujot procentu mijmaiņas darījumu ar mainīgu aizdevuma likmi, lai klientam dotu iespēju nodrošināties pret risku, kas saistīts ar procentu likmi (t. i., klients savu mainīgās likmes maksājumu nomaina pret fiksētas procentu likmes maksājumu), komercsabiedrība nodrošina klientam svarīgāko informāciju par visiem mijmaiņas darījuma līguma aspektiem, kas būtiski ietekmē izmaksas, kādas beigās rodas klientam, piemēram, klienta iespējamās maksāšanas saistības, kad mainās procentu likmes, un mijmaiņas darījuma līguma priekšlaicīgas izbeigšanas maksas.

Informācijas par cenu un izmaksām skaidri redzama norādīšana un savlaicīga paziņošana

2. pamatnostādne

14. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka savlaicīgi pirms tam, kad klients uzņemas līgumsaistības, tiek sniegta informācija par paketes un katra tās komponenta produkta cenu un visām saistītajām izmaksām, lai klients varētu pieņemt apzinātu lēmumu.

3. pamatnostādne

15. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka informācija par paketes un tās komponentu produktu cenu un izmaksām klientiem tiek paziņota skaidri redzamā un precīzā veidā, kā arī vienkāršā valodā (izskaidrojot visu tehnisko terminoloģiju).

16. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, lai, reklamējot jebkuru no komponentu produktiem, kas veidos apvienoto vai sasaistīto paketi, komercsabiedrības nodrošinātu, ka līdzvērtīga nozīme tiek piešķirta informācijai par šo komponentu produktu cenu un izmaksām, lai klients varētu pareizi un ātri saprast izmaksu ietekmi uz tiem, pērkot abus produktus kā paketi.

Ilustratīvs piemērs

- 1) *Jebkādos komercsabiedrības reklāmas paziņojumos fonts, kas izmantots, lai darītu zināmu attiecīgo informāciju par komponentu produktu, ko paredzēts pārdot kā paketi, cenu un izmaksām, ir vienāds. Svarīga informācija par vienu no komponentu produktiem nav vairāk uzsvērtā, izmantojot lielāku vai treknāku fontu.*
- 2) *Ja pārdošana notiek internetā vai caur citu kanālu bez pārdevēja tiešas iesaistīšanas, informācija par abu produktu, kas veidos paketi, cenu un izmaksām ir redzama attiecīgo tīmekļa vietņu sākumā un ir viegli pārlūkojama klientiem, t. i., informācija par jebkura produkta, kas veidos apvienotās paketes daļu, cenu un izmaksām nav novietota vai „paslēpta” daudz zemāk komercsabiedrības tiešsaistes pārdošanas veidlapā.*

4. pamatnostādne

17. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka informācija par cenu un izmaksām klientiem tiek sniegta veidā, kas nav maldinošs, nesagroza vai nenoslēpj reālās izmaksas klientam vai neliedz pamatoti salīdzināt alternatīvus produktus.

Attiecīgos gadījumos — svarīgākās informācijas atklāšana par īpašībām un riskiem, kas nav saistīti ar cenu

5. pamatnostādne

18. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka klientiem attiecīgos gadījumos tiek sniegta svarīgākā informācija par katra komponenta produkta un paketes īpašībām un riskiem, kas nav saistīti ar cenu, jo īpaši informācija par to, kā mainās riski, iegādājoties apvienoto paketi, nevis katru komponentu atsevišķi.

Ilustratīvs piemērs

Komercsabiedrība piedāvā krājkontu ar preferenciālu likmi tikai tad, ja tas tiek nopirkts kopā ar strukturēto obligāciju. Šajā gadījumā ar šo kopējo paketi radītā riska līmenis atšķiras no riskiem, ko rada tikai krājkonts: sākotnējais kapitāls krājkontā ir garantēts, bet vienīgais mainīgais lielums ir maksātie procenti. Tomēr sākotnējais kapitāls, kas ieguldīts strukturētā ieguldījumu produktā, var nebūt garantēts, tāpēc var tikt daļēji vai pilnīgi zaudēts. Šajā piemērā komponentu riska profili nepārprotami ir ļoti atšķirīgi un, kad tos apvieno, ar strukturētā komponenta produktu saistītā riska līmenis varētu neitralizēt uzkrājumu

produkta komponenta drošību tik lielā mērā, ka paketes kopējais riska profils tiktu ievērojami palielināts. Komerksabiedrība skaidri informē klientu par to, kā mainās risks, nopērkot apvienoto paketi, nevis katru komponentu atsevišķi.

Attiecīgos gadījumos — svarīgākās informācijas skaidri redzama norādīšana un savlaicīga paziņošana par īpašībām un riskiem, kas nav saistīti ar cenu

6. pamatnostādne

19. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komerksabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komerksabiedrībām nodrošināt, ka svarīgākā informācija par faktoriem, kas nav saistīti ar cenu, kā arī attiecīgajiem riskiem, tiek reklamēta klientiem, piešķirot tikpat lielu nozīmi un uzsvāru kā informācijai par komponentu produktu vai apvienoto/sasaistīto pakešu cenu un izmaksām, un tas klientiem jādara zināms vienkāršā valodā (izskaidrojot visu tehnisko terminoloģiju) un savlaicīgi, pirms klients uzņemas līgumsaistības.
20. Turklāt kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komerksabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komerksabiedrībām nodrošināt, ka informācija par pakešu īpašībām un riskiem, kas nav saistīti ar cenu, klientiem tiek sniegta tādā veidā, kas nav maldinošs vai nesagroza šo faktoru ietekmi uz klientu.

Ilustratīvs piemērs

- 1) *Komerksabiedrība pievērš klienta uzmanību sasaistītās vai apvienotās paketes un komponentu produktu ierobežojumiem un riskiem (ja atbilstoši) un iepazīstina klientu ar attiecīgo informāciju par galvenajiem ieguvumiem, ierobežojumiem un riskiem (ja atbilstoši), kas saistīti ar paketi un komponentu produktiem. Pārdevējs rūpīgi un savlaicīgi (t. i., pirms klients ir uzņēmies līgumsaistības) izskaidro, kā šie ar cenu nesaistītie faktori būtiski mainās atkarībā no tā, i) vai ir nopirkts komponenta produkts un ii) kurš komponents ir izvēlēts. Komerksabiedrība brīdina sasaistītās paketes pircēju par kopējiem ieguvumiem, ierobežojumiem un riskiem (ja atbilstoši), kas ir saistīti ar paketi.*
- 2) *Komerksabiedrība atturas no paļaušanās tikai uz vispārīgu atsauci uz tās Vispārīgajos noteikumos iekļauto nosacījumu brīdināt klientus vai atklāt klientiem būtisko informāciju, kas nav saistīta ar cenu. Tā vietā komerksabiedrība klientam vienkāršā valodā izskaidro riskus (ja atbilstoši) un ar cenu nesaistīto informāciju.*

Pirkuma izvēles iespēju (neobligātuma) redzama norādīšana un paziņošana

7. pamatnostādne

21. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komerksabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komerksabiedrībām nodrošināt, ka klienti ir pienācīgi informēti par to, vai komponentu produktus ir iespējams nopirkt atsevišķi, t. i., vai klientiem ir izvēle, kuru no produktiem iegādāties, vai arī cik tas atļauts ar nozarei piemērojamajiem

tiesību aktiem, vai ir jāiegādājas viens no komponentu produktiem, lai klients būtu tiesīgs no komercsabiedrības nopirkt vienu no citiem produktiem.

22. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka tās savas pirkšanas izvēles izveido tādā veidā, kas klientam dod iespēju aktīvi izvēlēties pirkumu un tādējādi pieņemt apzinātu lēmumu — iegādāties komponenta produktu vai apvienoto paketi. Tāpēc kompetentajām iestādēm ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka tās neizmanto iepriekš atzīmētas rūtiņas (tiešsaistes vai jebkurā citā pārdošanas dokumentā), kad kombinētajā pārdošanā viens produkts vai pakalpojums ir sasaistīts ar citu.
23. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka tās savas pirkšanas izvēles izklāsta tādā veidā, kas nerada maldīgu priekšstatu, ka apvienotās paketes iegāde ir obligāta, lai gan patiesībā tas ir pirkums pēc brīvas izvēles.

Ilustratīvs piemērs

- 1) *Komercsabiedrība piedāvā virkni dažādu ieguldījumu produktu. Komercsabiedrība klientam skaidri izklāsta izvēles iespējas. Piemēram, ir skaidrs, ka klientam ir iespēja iegādāties tikai izpildes pakalpojumu bez papildu produktiem, piemēram, tirgus datiem un finanšu analīzes. Tāpat ir skaidrs, vai klienta izvēle ir ierobežota ar noteiktiem komponentu produktu kopumiem vai arī klientam ir brīva izvēle attiecībā uz to, kurus komponentu produktus apvienot.*
- 2) *Tikai izpildes pakalpojuma produkta un tirgus izpētes produkta apvienotās paketes iegādes izvēle komercsabiedrības interneta lapās ir atstāta tukša. Klientam ir iespēja izvēlēties pirkumu, noklikšķinot "jā", atbildot uz vienkāršu jautājumu, vai klients vēlas pirkt pievienoto produktu (šajā gadījumā — tirgus izpēte) (un tāpēc apvienoto paketi) papildus "galvenajam" produktam.*

Atbilstoša apmācība attiecīgajam personālam

8. pamatnostādne

24. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka personāls, kas atbild par katra paketē iekļautā produkta izplatīšanu, ir saņēmis atbilstošu apmācību, vajadzības gadījumā arī starpnozaru apmācību. Personāla apmācībai jānodrošina, lai personālam attiecīgajā gadījumā būtu zināmi riski, kas saistīti ar komponentu produktiem un sasaistītajām vai apvienotajām paketēm, un personāls būtu spējīgs to paskaidrot klientam vienkāršā (ne tehniskā) valodā.

Interesu konflikti pārdošanas personāla atbildības struktūrās

9. pamatnostādne

25. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka personālam, kas pārdod sasaistītās vai apvienotās paketes, ir ieviesti piemēroti atlīdzības modeļi un pārdošanas stimuli, kas veicina atbildīgu komercdarbības praksi, godīgu attieksmi pret klientiem un izvairīšanos no interešu konfliktiem, un tos kontrolē augstākā līmeņa vadība.

Ilustratīvs piemērs

- 1) *Komercsabiedrība atturas izmantot tādas atlīdzības politikas, prakses un uz rezultātiem balstītus konkursus, kas pārdošanas personālu, kas varētu būt atalgots uz komisijas maksu pamata, rosina „forsēt” apvienotās paketes pārdošanu un tādā veidā varētu veicināt paketes komponenta vai pašas paketes nevajadzīgu/nepiemērotu pārdošanu. Piemēram, ja pārdošanas personāls tika stimulēts kombinētajā pārdošanā iekļaut starpniecības kontu, tad šādas atlīdzības struktūras rezultātā varētu rasties aizdevuma un līdz ar to arī paketes iespējamās nevēlamas stimulēšanas risks.*
- 2) *Komercsabiedrība izvairās no tādām atlīdzības politikām un praksēm, kas nozīmīgi samazina pārdošanas personāla pamatalgu, ja nav sasniegts konkrēts sasaistītās/apvienotās paketes pārdošanas mērķis, tādā veidā samazinot risku, ka pārdošanas personāls, lai izvairītos no šāda iznākuma, varētu bez vajadzības pārdot apvienoto paketi.*
- 3) *Komercsabiedrība izvairās samazināt prēmijas vai stimulējošus maksājumus, ko pārdošanas personāls nopelna tad, ja ir sasniegts apvienotās paketes pārdošanas mērķis vai sliekšnis.*

Tiesības uz anulēšanu pēc iegādes

10. pamatnostādne

26. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka uz vienu vai vairākiem paketes komponentiem (ja komponenti tiek pārdoti atsevišķi) ir attiecināti „pārdomāšanas termiņi” jeb atcelšanas tiesības pēc pārdošanas, kā arī šīm tiesībām jābūt attiecinātām arī uz šiem komponentiem paketē.

27. Kompetentajām iestādēm, kas uzrauga komercsabiedrības, kuras izplata sasaistītās vai apvienotās paketes, ir jāpieprasa komercsabiedrībām nodrošināt, ka klientiem pēc produktu iegādes ir atļauts sadalīt produktus, kas ir apvienoti kombinētās pārdošanas piedāvājumā, bez neproporcionālām soda naudām, ja vien nav pamatotu iemeslu, kāpēc tas nav iespējams.

7 Kaitīgas kombinētās pārdošanas prakses piemēri

28. Turpmāk sniegtie piemēri saskaņā ar FITD II 24. panta 11. punktu veido neizsmeļošu sarakstu ar situācijām, kad kombinētās pārdošanas prakse nav atbilstoša FITD II 24. panta 1. punktā izklāstītajiem pienākumiem.

Finansiāla kaitējuma piemēri

1. piemērs

Divu produktu piedāvāšana paketē, ja piedāvājuma cena ir augstāka par katra tās pašas komercsabiedrības atsevišķi piedāvātā komponenta cenu (ja abos gadījumos produktam ir precīzi tādas pašas īpašības).

2. piemērs

Klienta pamudināšana pirkt kombinētās pārdošanas piedāvājumu, reklamējot to, ka no pārdošanas dienas klientam maksājamo izmaksu un maksu kopsumma būs zemāka par katra atsevišķi pārdotā komponenta kopējo cenu, lai gan faktiski šo izmaksu un maksu summu jau ir plānots ar laiku palielināt līdz lielākai summai, piemēram, kārtējo izmaksu/maksu uzkrāšanās dēļ.

3. piemērs

Paketes apdrošināšanas komponenta iepriekš samaksātās prēmijas proporcionālas daļas neatmaksāšana pēc tam, kad ir izbeigts ieguldījuma pakalpojums, kas tika pārdots kopā ar apdrošināšanas produktu, ja apdrošināšanas produkts nepaliek spēkā.

Samazinātas mobilitātes dēļ radīta kaitējuma piemērs

4. piemērs

Neproporcionālas maksas pieprasīšana par papildu apdrošināšanas produkta priekšlaicīgu izbeigšanu, ja klients vēlas to aizstāt ar alternatīva pakalpojumu sniedzēja piedāvātu apdrošināšanas segumu vai draud izbeigt līgumattiecības attiecībā uz citu paketē iekļautu produktu.

Negribētu vai nevajadzīgu produktu iegādes piemērs

5. piemērs

Tāda ar citu produktu apvienota produkta piedāvāšana, ko klients nav pieprasījis, lai gan komercsabiedrība zina vai tai būtu jāzina, ka produkts nevajadzīgi dublē citu produktu, kas klientam jau ir un no kura klients nevar gūt labumu (tostarp tāpēc, ka klients nav uz to tiesīgs).