



TARBIJAKAITSE JA
TEHNILISE JÄRELEVALVE
AMET



Tarbijatele suunatud finantsteenuse reklaami praktiline juhend

Koostatud 02.03.2022

Mis on finantsteenuse?

Finantsasutuste poolt osutatavad majandusega seotud teenused.

Nt tarbijakrediidi teenused, investeerimisteenused, hoiused, äri-laen, kindlustus jne.

Mis on tarbijakrediit?

Krediit või laen, mida krediidiandja tarbijatele annab.

Nt tarbimislaenu (väikelaenu, reisilaenu, autolaenu, remondilaenu), järelmaks, arvelduskrediit (krediitkaart, krediidi-konto).

Tarbijakrediidi reklaam teles ja raadios

Tele- ja raadioprogrammis on keelatud tarbijakrediidi reklaam, mille puhul antakse krediidilepingu alusel tarbija käsutusse rahasumma (v.a elamukinnisvaralaenu ja arvelduskrediit).

*Kaubamärk

Kaubamärgi kasutamine reklaamis on lubatud, kuid ka kaubamärk peab vastama reklaamiseaduse nõuetele. Kui kaubamärgis sisalduv teave on reklaamis keelatud, siis sellist kaubamärki reklaamis kasutada ei tohi.

**Mida välja tuua tüüpnaites?

- 1.intressimäär;
- 2.käsitusse võetav krediidisumma või krediidi ülempiir;
- 3.krediidi kulukuse määr;
- 4.kohaldataval juhul tarbijakrediidilepingu kestus;
- 5.tarbijakrediidilepingu puhul, mille esemeks on asja omandamise, teenuse osutamise või muu lepingu eseme finantseerimine, lepingu eseme hind kohe tasudes (netohind) ja kohaldataval juhul ettemaksu summa;
- 6.kohaldataval juhul tarbija poolt makstav kogusumma ja tagasimaksete summa;
- 7.kohaldataval juhul tagasimaksete arv.

Nt Finantsteenuse pakkuja on Teenusepakkuja AS. Tutvu tingimustega teenusepakkuja.ee ja pea nõu meie asjatundjaga. Krediidi kulukuse määr on 21,82% aastas järgmistel näidistingimustel: laenusumma 2000 €, intress 19,9% arvestatuna laenujäägilt (fikseeritud), lepingutasu 0 €, laenu tasumise periood 40 kuud, tasumine igakuiste annuiteetmaksetega, maksete kogusumma 2753,11 € ja tagasimaksete summa 2753,11 €.

Finantsteenuse reklaamis

Peab:

- olema esitatud teenusepakkuja nimi, kaubamärk* või domeeninimi;
- olema esitatud üleskutse tutvuda finantsteenuse tingimustega ning vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga.



Tarbijakrediidi reklaamis

Võib:

- esitada tegevusloa numbrit;
- esitada tegevuskoha kontaktandmeid.

Peab:

- olema esitatud teenusepakkuja nimi, kaubamärk* või domeeninimi;
- olema esitatud üleskutse tutvuda finantsteenuse tingimustega ning vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga;
- olema esitatud tarbijakrediidi tüüpnaide**;
- vajadusel esitada teabe kõrvallepingu sõlmimise kohustuse kohta;
- krediidivahendaja reklaamis välja tooma volituse ulatuse.

S.t teave selle kohta, kas vahendaja teeb koostööd ühe või mitme krediidiandjaga või tegutseb iseseisvalt.

NB! Tarbijakrediidi reklaamis on lubatud ja kohustusliku teabe puhul tegu ammendava loeteluga.

On keelatud:

- esitada üleskutset raha laenamiseks;
Nt on keelatud väljendid "taotle", "laenu", "sõlmi", "kiire", "lihtne", "soodne" ja muud täiendsõnad ä la "kuni", "alates".
- eriliselt rõhutada madalaid tasusid;
Nt lepingutasu 0 eurot, haldustasu 1 euro.
- tarbijakrediiti reklaamida läbi toote;
Nt „võta laenu pesumasina ostmiseks”.
NB! Keelatud ei ole reklaamida toodet järelmaksuga.
Nt „osta see pesumasin, võimalik ka järelmaksuga”.
- rõhutada krediidisaamise protsessi kiirusele;
Nt kiirlaenu, raha kätte 24 tunniga.
- jätta mulje, et tarbijakrediidi võtmine on riskivaba;
- kallutada tarbijaid läbimõtlematu laenuvõtmisele;
- esitada teavet, mis ei ole vastutustundlik ja tasakaalustatud.
Nt tarbijakrediidi seostamine soodumüükide ja tähtpäevadega.

Sisukord

Sissejuhatus	3
1. Reklaami mõiste	4
2. Finantsteenuste reklaami üldised kohustuslikud elemendid	4
3. Laen ja krediit	6
3.1 Levinumad tagatiseta laenu- ja krediiditooted ning nõuded nende reklaamile	6
3.1.1 Tarbijakrediidi reklaami koostamise põhimõtted	7
3.2 Levinumad tagatisega laenutooted ja nõuded nende reklaamile	9
3.2.1 Tagatisega laenutoodete reklaami koostamise põhimõtted	10
4. Kindlustustooted ja nõuded nende reklaamile	12
4.1 Kindlustuse reklaami koostamise põhimõtted	13
5. Igapäevapangandustooted ja nõuded nende reklaamile	13
5.1 Igapäevapanganduse reklaami koostamise põhimõtted	13
6. Hoiused ja nõuded nende reklaamile	14
6.1 Hoiuste reklaami koostamise põhimõtted	14
7. Investeerimistooted (sh pension) ja nõuded nende reklaamile	15
7.1 Investeerimistoodete (sh pension) reklaami koostamise põhimõtted	16
7.2 Investeerimisreklaamide täiendused erijuhtudel	16
8. Praktilised näited	18

Sissejuhatus

Finantsteenused on raha hoiustamise, laenamise ja edastamisega seotud teenused, mida finantsasutused enamasti osutavad kolmandatele isikutele. Selliste teenuste palett on lai, hõlmates endas hoiustamis-, laenu- ja liisingtehinguid, makseteenuseid, tagatis- ja garantiitehinguid, kindlustustehinguid, väärtpaberikauplemist ja vara hoiustamist, eri fondide haldamist, finantsnõustamist jne.

Selles soovituslikus juhendis on tutvustatud tarbijatele mõeldud finantsteenuste reklaami nõudeid.

Finantsteenuste kasu lõpptarbijale oleneb mitmest asjaolust. Esiteks on pidevas muutumises majanduskeskkond, mis avaldab jooksvat mõju intressimääradele ja raha tootlusele, aga ka tarbijate võimekusele oma laene teenindada või vara omada. Teiseks oleneb saadav kasu tarbijate finantskirjaoskusest - liigne optimism või asjatundmatus võib loodetud kasu asemel tekitada inimesele probleeme näiteks üle jõu käivate laenude tõttu või valmistada pettumust seoses hoiuste või investeeringute oodatud tuluga.

Seetõttu peab finantsteenuste reklaam lõpptarbijale olema koostatud võimalikult riske ennetaval ja läbipaistval moel. Reklaamiseaduse finantsteenuste reklaami käsitlev osa lähtub eeldusest, et lõpptarbijat ei pruugi olla eri finantsteenustega seotud riskidest teadlik. Samuti ei tohi reklaam ohutada inimesi endale finantskohustusi tekitama ega mõtlematult finantsteenuseid tarbima. Seetõttu on finantsteenuse reklaamile seatud terve hulk piiranguid ja kohustuslikke elemente. Eesmärk on kaitsta nii tarbijat kui ka finantsteenuse pakkujat hilisemate probleemide või möödarääkivuste eest.

Kuna finantsteenused on olemuselt erinevad, siis on teenuse liigiti erinevad ka esitatava teabe nõuded. Kui näiteks hoiuste korral on hoiatused suhteliselt lihtsad ja reklaamida saab näiteks ka hoiuse intressi, siis laenude, investeerimisteenuste või pensioni puhul on olukord märksa keerulisem.

Siinne materjal on koostatud finantsteenuseid pakkuvatele ja enda tooteid turundada soovivatele ettevõtetele või isikutele, et teha sissejuhatus finantsteenuste reklaami keerulisse maailma. Juhendis antakse võimalikult lihtsas keeles ja selgete näidete varal ettekujutus finantsteenuste reklaami põhinõuetest.

Ükski selgitav materjal ei ole täiuslik - nii ka see. Tegemist ei ole juriidilise dokumendi, vaid abivahendiga turundajatele finantsteenuste reklaami nõuete mõtestamisel. Lõplikult tuleb alati lähtuda kohalduvast seadusest.

Selles materjalis käsitletud näited on esitatud teema näitlikustamiseks ja koostatud konkreetsest tootest/teenusest lähtudes, mistõttu ei pruugi need sobida kõigi näiliselt sarnaste olukordade lahendamiseks. Seega on asjakohane enne reklaami lõplikku vormistamist alati pidada nõu valdkonda hästi tundva juristi või spetsialistiga.

Juhendi on koostanud Turundajate Liit koostöös finantsteenuste osutajatega ning Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet – TTJA (ameti pädevuse piires). Koostajad soovivad suurendada turundajate teadlikkust ja arendada seekaudu Eestis üldist finantsteenuste reklaamimise kultuuri.

1. Reklaami mõiste

Reklaamiseaduse kohaselt on reklaam üldtajutaval kujul avalikustatud teave, mille eesmärk on toote või teenuse müügi suurendamine, ürituse edendamine või isiku käitumise avalikes huvides suunamine. Ka näiteks mõjuliidri blogis avalikustatud teave, mis teenib kauba või teenuse müügi suurendamise eesmärki, on reklaam - olenemata sellest, kas mõjuliider sai selle eest tasu.

Seega on finantsteenuse reklaam igasugune avalikustatud teave, mille otsene või kaudne eesmärk on finantsteenuste müügi suurendamine nõudluse või tarbimissoovi tekitamise kaudu. Kui kahtlete, kas tegu on finantsteenuse osutaja tootemargi ja imago reklaamiga või reklaamitakse ka finantsteenust, siis soovitame reklaami käsitleda kui finantsteenuse reklaami.

Finantsteenuste reklaami tellijad, teostajad ja avalikustajad peavad lisaks siinsele juhendile kindlasti tutvuma ka järgmiste teemat reguleerivate seaduste ning muude oluliste selgitavate ja juhendavate materjalidega. Juhendi ja õigusaktide võimaliku vastuolu korral tuleb lähtuda õigusakti käsitlest. Kõik juhendis esitatud tüüptingimuste ja/või kohustusliku teabe näited on üksnes soovitusliku iseloomuga sest õigusaktides sätestatud kohustuslike hoiatuste ja muude näidete olemasolu ja lõplik esitusvormi sõltub konkreetsest reklaamitavast finantsteenusest.

Reklaamide koostamise seisukohalt prioriteetsed materjalid:

- reklaamiseadus (materjali avalikustamisel kehtinud link: [reklaamiseadus](#)), eelkõige § 29;
- Finantsinspektsiooni ja TTJA soovituslik juhend „Nõuded finantsteenuse reklaamile“ (materjali avalikustamisel kehtinud link: „[Nõuded finantsteenuse reklaamile](#)“).

Reklaamide koostamise abimaterjalid:

- tarbijakaitseadus (materjali avalikustamisel kehtinud link: [tarbijakaitseadus](#));
- võlaõiguseadus (materjali avalikustamisel kehtinud link: [võlaõiguseadus](#));
- investeerimisfondide seadus (materjali avalikustamisel kehtinud link: [investeerimisfondide seadus](#)), eelkõige §-d 80 ja 82;
- tarbijakrediidi direktiiv (2008/48) (materjali avalikustamisel kehtinud link: [tarbijakrediidi direktiiv](#)), eelkõige artikkel 4;
- hüpoteekkrediidi direktiiv (2014/17/EL) (materjali avalikustamisel kehtinud link: [hüpoteekkrediidi direktiiv](#)), eelkõige artikkel 10 ja 11.

2. Finantsteenuste reklaami üldised kohustuslikud elemendid

Nimi ja kontaktandmed

Igasuguse finantsteenuse reklaamis peab olema selgelt eristataval kujul reklaami tellija nimi, tema registreerimisel olev või registreeritud kaubamärk või veebiaadress. Reklaami tellija on isik, kes reklaami vahetult tellib või kelle huvides reklaam avalikustatakse. Samas ei ole reklaami tellijaks isik, kes ei ole reklaami tellinud ise ega vahendaja kaudu, kuid kelle huve reklaam juhuslikult puudutab.

Kohustuslik teave

Kõik finantsteenuste reklaamid peavad sisaldama nn kohustuslikku teavet. Lähtudes teenuse liigist ja laadist võib kohustuslik teave ja selle sõnastus olla pisut erinev. Näiteks erineb kindlustuse ja laenu reklaamide puhul kohustusliku teabe hulk ning ühtlasi võib üleskutse

sõnastus olla erinev. Reklaamiseaduses ei ole sätestatud kohustusliku teabe täpset sõnastust, vaid kirjeldatud on selle mõtet. Kõik siin juhendis esitatud näited on pärit praktikast ja järgivad reklaamiseaduses kehtestatud loogikat. Ennekõike tähendab see seda, et kohustuslik teave peab olema esitatud selgelt üleskutsuvas vormis, kutsudes reklaami tarbijat tutvuma finantsteenuse pakkuja teenuste tingimustega ja vajaduse korral konsultatsioonile.

Alljärgnevalt on esitatud kõige levinuma kohustusliku teabe vormistamise näide, millele võib lisanduda reklaamitava teenuse liigile vastav tüüpnäide (vt tüüpnäiteid finantstoodete liikide alt).

Näide. *Finantsteenust pakub (teenusepakkuja). Tutvu tingimustega www.teenusepakkuja.ee ja vajaduse korral pea nõu asjatundjaga.*

Kohustusliku teabe vormistamine

Visuaalse reklaami puhul peab kohustuslik teave olema esitatud selgelt eristatud, loetaval ja kirjalikul kujul. Kui staatilises trüki- ja välimeedias peab kohustuslik teave koos võimaliku tüüpnäitega olema reklaamisõnumiga samal pinnal ja loetava suurusega, siis mitmekaadriliste veebireklaamide või digitaalsete välimeedialahenduste puhul võib loetavuse huvides koondada selle teabe lõpukaadressse. Sellisel juhul tuleb aga kohustusliku teabe kaadrit näidata piisavalt kaua, et selle saaks mõistliku lugemiskiirusega läbi lugeda.

Nii nagu ribareklaamides võib ka klippide korral koondada teksti lõpukaadressse või kuvada selle ekraani alaservas nn jooksva tekstireana. Teksti liikumise kiiruse ja suuruse puhul tuleb silmas pidada loetavust ja selget eristatavust muust teabest. Audioreklaami korral võib kohustuslik teave olla muust teabest selgelt eristaval kujul reklaami lõpus.

Vastutustundlikkus

Finantsteenuste reklaam - nagu iga teinegi - peab olema tehtud vastutustundlikult. See peab olema arusaadav ja tasakaalustatud ning ei tohi mingil viisil tarbijat eksitada. Kindlasti ei tohi jätta muljet, et finantskohustuste võtmisel puudub risk. Teave ei tohi olla moonutatud ega spekulatiivne. Kui esitatakse prognoose, võrdluseid või hinnanguid, siis peavad need olema tõestatavate viidetega. Samuti loetakse ebasobivaks reklaamid, mis halvustavad konkurente või nende tooteid.

Näiteks hoiu-laenuühistutel ei ole lubatud enda intresse võrrelda krediitiasutuste intressidega (nt „Meil on paremad intressid kui pankadel!“), sest krediitiasutuste hoiused on tagatud riikliku tagatisskeemiga, kuid hoiu-laenuühistute omad mitte.

Vastutus

Kui avalikustaja (näiteks meediakanal või mõjuliider) teeb reklaami nähtavaks, siis tekib kõikide teiste osapoolte vastutus alles pärast konkreetse teabe avalikuks tegemist. Samas tasub silmas pidada, et nõuetele mittevastava reklaami avalikustamise eest ei vastuta üksnes reklaami avalikustaja, vaid ka reklaami tellija ja teostaja.

Finantsteenustele esitatavad täpsemad reklaaminõuded olenevad toote liigist. Allpool on käsitletud kõiki olulisemaid laiemalt reklaamitavaid finantstoodete liike ning neile kohalduvaid piiranguid ja lisanõudeid.

3. Laen ja krediit

Laenudest üldiselt

Laen on võlakohustuse liik, mille korral laenuandja annab rahasumma või asendatava asja laenusaaajale ning laenusaaaja kohustub laenuandjale sama rahasumma või sama liiki asja samas koguses kindlaksmääratud tingimustel tagastama.

Krediidist üldiselt

Krediit on võlakohustuse liik, mille korral krediidiandja annab krediidisaaajale rahasumma ehk krediidi ning krediidisaaaja kohustub krediidi kasutamise eest maksma tasu ja lepingu lõppemisel krediidi tagasi maksma.

Tarbijakrediidiga on tegemist siis, kui oma majandus- või kutsetegevuses tegutsev krediidiandja annab või kohustub andma tarbijale ehk eraisikule krediiti või laenu.

Ühtlasi on olemas mõiste elamukinnisvaraga seotud tarbijakrediidileping. See on tarbijakrediidileping, mis on tagatud hüpoteegiga või muu võrreldava tagatisega, või mille eesmärk on kinnistu, hooneühistu liikmesuse või olemasoleva või kavandatava ehitise omandamine või eelnimetatud eseme omandiõiguse säilitamine.

Laen võib olla tagatud või tagatiseta. Tagatud laenu puhul annab laenuandja raha mingi vara (näiteks auto, väärtpaberite või kinnisvara) tagatisel või näiteks käenduse tagatisel. Tagatiseta laenu korral ei ole laenuandjale raha tagasisaamine tagatistega tagatud.

Siinses juhendis on käsitletud vaid eraklientidele mõeldud laenudele esitatavaid reklaaminõudeid - peamiselt seetõttu, et ärikliendile suunatud finantsteenuste reklaaminõuded on erakliendi omadest lihtsamad.

Laenutoodete meediapiirangud

Eri laenutoodetel on erinevad meediapiirangud. Reklaam, millega teavitatakse valmisolekust anda tarbija käsutusse krediidilepingu alusel rahasumma või vahendada selliseid lepinguid, on keelatud teles ja raadios. Seda eelkõige seetõttu, et mitte õhutada eesmärgipärast laenamist. Siiski ei laiene see piirang elamukinnisvaraga seotud tarbijakrediidi ja rahvusvahelisi makseid võimaldava krediitkaardi reklaamile.

Teles ja raadios on lubatud reklaamida ka finantstooteid, mille korral on tegemist valmisolekuga finantseerida kindla asja omandamist või teenuse osutamist (nt liising ja järelmaksuga kauba ostmine).

Eraldi kategooria moodustavad sponsorteated (à la „saadet toetab“, „ilmateate toob teieni“, „üritust toetab“ jne), kus ei käsitleta reklaamina sponsorteates avaldatud spondeerija nime (nt *X Pank AS*), kaubamärki (nt Sinu personaalne *remondilaen*) ja teavet tema antud materiaalse toetuse kohta.

3.1 Levinumad tagatiseta laenu- ja krediiditooted ning nõuded nende reklaamile

Üldiselt ei soovi laenuandja siin nimetatud toodetele tagatist, kuid viimane ei ole täielikult välistatud. Kui tagatist nõutakse, tuleb vaadata millist, sest sellest võib sõltuda, kas reklaami koostamisel tuleb lähtuda ka elamukinnisvaraga seotud tarbijakrediidi nõuetest (loe täpsemalt järgmisest peatükist).

Tarbimislaen

Laen, mis on mõeldud kaupade ja teenuste ostmiseks. Olenevalt krediitpakkujast võib sellise laenu nimetuseks olla ka näiteks remondilaen, autolaen, reisilaen, väikelaen vms.

Järelmaks

Kaubanduses kasutatav müüja ja ostja kokkulepe, mille kohaselt tasub ostja ostusumma osamaksetena kindla ajavahemiku jooksul. Järelmaksuga tasutav summa erineb üldjuhul kauba algsest ostuhinnast intresside või mõne muu lisatasu võrra.

Finantsteenuste kontekstis ei tohi järelmaksu segi ajada kauba eest osamaksetena tasumisega, mille korral müüja võimaldab ostjal mingi toote või teenuse eest mitmes osas tasuda hinnale intressi ja muud tasu lisamata. Tähtis on ka see, et osamaksetena maksmise puhul ei tohi toote hind kallineda ja tehingu eest ei tohi müüja saada mitte mingit lisatasu. Ostuhinna tasumisel ainult osamaksetena ei ole tegemist krediidiga ehk finantsteenusega ja finantsteenuse reklaamile kehtestatud nõuded seega ei rakendu.

Arvelduskrediit

Arvelduskrediidi korral saab klient pangaga kokkulepitud limiidi ulatuses oma arvelduskontoga n-ö miinusesse minna ehk kasutada tasu eest kokkulepitud krediidilimiiti. Arvelduskrediidi üheks väljundiks on ka **krediitkaart**, millega võib teha kaarditehinguid lepingus määratud krediidilimiidi ulatuses.

3.1.1 Tarbijakrediidi reklaami koostamise põhimõtted

Reklaami visuaalis võib kasutada pildilist narratiivi, mis ei õhuta laenama. Reklaamis ei tohi olla üleskutset raha laenamiseks. Näiteks on keelatud väljendid, nagu „taotle“, „laena“, „sõlmi“, „kiire“, „lihtne“, „soodne“ ja muud täiendsõnad, nagu „kuni“, „alates“.

Reklaamis ei tohi kuvada konkreetset pakkumist laenuks antava summa või intressina, kui täpselt selline pakkumine ei kehti absoluutselt kõigile tarbijatele. Seda seetõttu, et kui näiteks intressimäär sõltub tarbija krediivõimelisusest, siis ei saa lugeda põhjendatuks seda, et tuuakse esile kõige madalam võimalik intressimäär (n-ö alates). Samuti ei tohi eriliselt rõhutada või esile tuua n-ö 0 euro või üldiselt põhjendamatult väikeseid tasusid (näiteks lepingutasu või haldustasu 0.- või 1.- jne), sest see võib tarbijat eksitada. Eksitavaks muudab olematute või väga väikeste lepingu- ja/või haldustasude kuvamise asjaolu, et üldjuhul moodustavad sellised tasud krediidi kulukuse määra komponentidest väga väikese osa ja nende rõhutamine võib tarbijale jätta eksliku mulje laenu soodsusest, mida see tegelikkuses ei pruugi olla.

Tarbijakrediidi reklaamiga ei tohi ka reklaamida ühtegi võimalikku laenu eest soetatavat objekti - näiteks pesumasinat. Siinkohal tuleb mõista, kas tegemist on tarbijakrediidi reklaamiga, mille puhul on tarbija laenu võtmisele ahvatlemiseks viidatud nii sõnas kui ka pildis konkreetset näiteks pesumasinale (täheendus: võta laenu pesumasinaks ostmiseks) või pesumasinaks reklaamiga, mida saab kõige muu seas osta ka järelmaksuga (täheendus: osta pesumasin, mida saab osta ka järelmaksuga). Keeld kehtib esimese versiooni puhul.

Kui tarbijakrediidi tootel on mingi mittefinantsiline lisaomadus (näiteks mugav laenuaotlemine mobiilirakenduse kaudu), siis seda reklaamil kuvada ei tohi. Samuti ei tohi reklaam rõhutada krediidisaamise protsessi kiirust (näiteks krediidiotsus 24 tunniga; raha kätte paari tunniga jms).

Tarbijakrediidi reklaam peab peale kohustusliku teabe ja muu sisu sisaldama ka oma teenust reklaamiva teenusepakkuja **pakkumise tüüpnäidet** tingimustest ettenähtud teabekoosseisuga. See teave võiks olla esitletud vähemalt võrdselt muu kohustusliku teabega ning selgel, kokkuvõtlikul ja selgelt eristuvail viisil. Tavaliselt ühendatakse need kaks olulist infoühikut üheks infoplokiks reklaami jaluses või lõpus.

Tüüpnäites kasutatav teave peab vastama teenusepakkuja reklaamis esitletava toote tüüpilistele tingimustele ja vajaduse korral peab teenusepakkuja olema võimeline oma reklaamitud teabe paikapidavust ka tõestama. Tüüpnäide peab sisaldama järgmist teavet:

1. intressimäär. Selle kuvamisel tuleb märkida, kas tegemist on fikseeritud või fikseerimata intressiga või mõlemaga ning krediidi kogukulus sisalduvad tasud;
2. kasutusse võetav krediidisumma või krediidi ülempiir;
3. krediidi kulukuse määr;
4. tarbijakrediidilepingu kestus, kui tooteks ei ole tähtajatu leping;
5. tarbijakrediidilepingu puhul, mille esemeks on asja omandamise, teenuse osutamise või muu lepingueseme finantseerimine, lepingueseme hind kohe tasudes (netohind) ja kohaldataval juhul ettemaksu summa. See punkt kehtib juhul, kui tegemist on näiteks pesumasina reklaamiga, mida kõige muu hulgas saab osta ka järelmaksuga;
6. kohaldataval juhul tarbija poolt makstav kogusumma ja tagasimaksete summa;
7. kohaldataval juhul tagasimaksete arv.

Olenevalt reklaamist võib kohustuslikuks lisateabeks olla ka kõrvallepingu sõlmimise vajalikkus või krediidivahendaja volituste ulatus. Kui krediidi saamiseks on vaja sõlmida kõrvalleping (eelkõige näiteks kindlustusleping), mille kulud ei ole eelnevalt kindlaksmääratavad, tuleb reklaamis peale tüüpnäite teavitada ka kohustusest sõlmida kõrvalleping. See teave tuleb esitada krediidi kulukuse määra juures.

Kui tegemist on krediidivahendaja reklaamiga, siis peab reklaamis avaldama ka volituse ulatuse. Volituse ulatuse puhul tuleb eelkõige esile tuua see, kas vahendaja teeb koostööd ühe või mitme krediidiandjaga või tegutseb iseseisvalt.

Tarbijakrediidi tüüpnäite mõned soovituslikud näidised

Tarbijakrediidi reklaami tüüpnäide koos kohustusliku teabega:

Finantsteenuse pakkuja on Teenusepakkuja AS. Tutvu tingimustega teenusepakkuja.ee/vaikelaen ja pea nõu meie asjatundjaga. Krediidi kulukuse määr on 21,82% aastas järgmistel näidistingimustel: laenusumma 2000 €, fikseeritud intress 19,9% aastas arvestatuna laenujäägilt, lepingutasu 0 €, laenu tasumise periood 40 kuud, tasumine igakuiste annuiteetmaksetega, maksete kogusumma 2753,11 € ja tagasimaksete summa 2753,11 €.

Tüüpnäide reklaami korral, mis pakub järelmaksu:

Järelmaksu pakub AS XX Finance. Tutvu tingimustega müügikohas või XX.ee/jarelmaks ja küsi nõu meie asjatundjalt. Järelmaksu igakuise osamakse suurus on 37,91 € ja krediidi kulukuse määr on 25,59% aastas järgmistel näidistingimustel: kauba/teenuse maksumus 700 €, sissemakse 0%, krediidisumma 700 €, fikseeritud intress 19,9% aastas jäägilt, lepingutasu 19,9 €, järelmaksu periood 23 kuud, tasumine igakuiste annuiteetmaksetena, maksete kogusumma 871,93 € ja tagasimaksete summa 871,93 €.

Laenukindlustusega väikelaenu reklaami tüüpnäide koos kohustusliku teabega:

Väikelaenu pakub Teenusepakkuja AS. Laenukindlustust pakub Kindlustus Insurance SE. Tutvu laenu- ja kindlustustingimustega ja küsi nõu meie asjatundjalt. Kindlustusega väikelaenu krediidi kulukuse määr on 29,39% aastas järgmistel näidistingimustel: laenusumma 2000 €, fikseeritud intress 19,9% jäägilt aastas, lepingutasu 29,9 €, laenu tasumise periood 40 kuud, tasumine igakuiste annuiteetmaksetena, maksete kogusumma 3000,25 € ja tagasimaksete summa 2970,35 €. Määras ei ole arvestatud kindlustusega seotud kulusid. Laenu saamiseks on vajalik sõlmida laenukindlustusleping.

3.2 Levinumad tagatisega laenutooted ja nõuded nende reklaamile

Laen kinnisvara tagatisel (nt kodulaen, hüpoteeklaen jms)

Laenutoode, mille tagatiseks on kokkulepitud summas hüpoteek laenuandjale sobivale kinnisvarale. Hüpoteek on kinnisasja pant, mida seatakse enamasti kinnisasja omaniku võetava laenu tagamiseks. Eestis kantakse hüpoteegid - hüpoteegipidaja ja hüpoteegi summa - kinnistusraamatu kinnistusregistriosa neljandasse jakku „Hüpoteegid“.

Kindlustusega laen kinnisvara tagatisel

Tegemist on erijuhtumiga, kus näiteks eluasemelaen on liidetud eri kindlustusliikidega, nagu näiteks:

1. elukindlustus - kui laenuvõtja sureb, siis maksab kindlustus laenumaksed lõpuni;
2. laenumaksete kindlustus töökaotuse puhul - kindla ajavahemiku vältel katab laenumaksed kindlustus. Seda kindlustusliiki pakutakse ka suuremas summas võetud tarbimislaenudele.

Kuna kumbki kindlustus ei ole selles kontekstis iseseisev toode, vaid on liidetud laenuga kokku üheks tervikuks, siis tuleb reklaamis peale laenutoote pakkuja andmete (ärinimi jms) ja muude laenutoote reklaami nõuete lisada ka kindlustustoote pakkuja andmed. Samas tuleb tähele panna, et tarbijal peab üldjuhul olema võimalik laenutootele lisaks valida erineva kindlustusandja poolt pakutav kindlustus tingimusel, et see tagab samaväärse kaitse.

Liising

Leping, millega liisinguandja ostab liisinguvõtja soovitud vara ja rendib selle liisinguvõtjale kokkulepitud ajaks ehk liisinguperioodiks. Liisinguperioodil jääb vara omanikuks liisinguandja. Liisinguandjal on kohustus lepingu lõppemisel liisinguese liisinguvõtjale tagastada, välja arvatud juhul, kui talle on lepinguga jäetud õigus kasutada lepingu järgi kuuluvat liisinguese omandamise õigust ka lepingu lõppemisel.

Liisingut võib reklaamida nii liisingutoote omanik (milleks on tavaliselt krediidiandja) kui ka liisinguga soetatava vara müüja (kes selles rollis on krediidivahendaja). Näiteks automüüja võib autoreklaamis viidata auto liisinguga soetamise võimalusele üldiselt - sellisel juhul ei ole tegemist finantsteenuse reklaamiga. Kui aga automüüja ise on krediidivahendaja ja soovib reklaamis konkreetsele mudelile teha täpse kuumaksepõhise pakkumise, siis on tegemist tarbijakrediidi reklaamiga, mis peab vastama reklaamiseaduses sätestatud kõigile finantsteenuse reklaami nõuetele (see tähendab muu hulgas, et tuleb kuvada tüüpnäide ja sellise reklaamiga ei tohi esile tuua muid auto omadusi). Kui liisingu andmise võimalust reklaamib krediidiasutus või krediidiasutuse tüdrettevõtja, siis on igal juhul tegemist finantsteenuste reklaamiga (vt ka edaspidi liisingu reklaami tüüpnäide).

Käenduslaen

Käenduslaen eraisikule on olemuselt tarbimislaen, mida tagab vähemalt ühe füüsilise isiku käendus (tarbijakäendus). Käenduslaenu saab kasutada nii jooksvate kulude katmiseks kui ka planeeritud ostude sooritamiseks, kodu sisustuse uuendamiseks ja muuks individuaalseks otstarbeks.

Öppelaen

Öppelaen on võetud hariduse omandamise finantseerimiseks. Riigi tagatud öppelaen võib olla tagatud vähemalt kahe eraisiku käendusega või hüpoteegiga Eestis asuvale kinnisasjale.

3.2.1 Tagatisega laenutoodete reklaami koostamise põhimõtted

Reklaami visuaalis võib kasutada pildilist narratiivi, mis ei õhuta laenama. Reklaamis ei tohi olla üleskutset raha laenamiseks. Näiteks on keelatud väljendid, nagu „taotle“, „laena“, „sõlmi“, „kiire“, „lihtne“, „soodne“ ja muud täiendsõnad, nagu „kuni“, „alates“.

Reklaamis ei tohi eriliselt rõhutada või esile tuua n-ö 0 euro või üldiselt põhjendamatult väikeseid tasusid (näiteks lepingutasu või haldustasu 0.- või 1.- jne), sest see võib tarbijat eksitada. Eksitavaks muudab olematute või väga väikeste lepingu- ja/või haldustasude kuvamise asjaolu, et üldjuhul moodustavad sellised tasud krediidi kulukuse määra komponentidest väga väikese osa ja nende rõhutamine võib tarbijale jätta eksliku mulje laenu soodsusest, mida see tegelikkuses ei pruugi olla.

Kui tagatisega laenutootel on mingi mittefinantsiline lisaomadus (näiteks mugav laenutaotlemine mobiilirakenduse kaudu), siis seda reklaamil kuvada ei tohi. Samuti ei tohi reklaam rõhuda krediidisaamise protsessi kiirusele (näiteks laenuotsus 24 tunniga).

Tagatisega laenu reklaam peab peale kohustusliku teabe ja muu sisu sisaldama ka oma teenust reklaamiva teenusepakkuja **pakkumise tüüpnäidet** tingimustest ettenähtud teabekoosseisuga. See teave võiks olla esitletud vähemalt võrdselt muu kohustusliku teabega. Tavaliselt ühendatakse need kaks olulist infoühikut üheks infoplokiks reklaami jaluses või lõpus.

Tüüpnäites kasutatav teave peab vastama teenusepakkuja reklaamis esitletava toote tüüpilistele tingimustele ja vajaduse korral peab teenusepakkuja olema võimeline oma reklaamitud teabe paikapidavust ka tõestama. Tüüpnäide peab sisaldama järgmist teavet:

1. intressimäär. Selle kuvamisel tuleb märkida, kas tegemist on fikseeritud või fikseerimata intressiga või mõlemaga ning krediidi kogukulus sisalduvad tasud;
2. kasutusse võetav krediidisumma või krediidi ülempiir;
3. krediidi kulukuse määr;
4. tarbijakrediidilepingu kestus, kui tooteks ei ole tähtajatu leping;
5. tarbijakrediidilepingu puhul, mille esemeks on asja omandamise, teenuse osutamise või muu lepingueseme finantseerimine, lepingueseme hind kohe tasudes (netohind) ja kohaldataval juhul ettemaksu summa;
6. kohaldataval juhul tarbija poolt makstav kogusumma ja tagasimaksete summa;
7. kohaldataval juhul tagasimaksete arv.

Kui reklaamitavaks tooteks on elamukinnisvaraga seotud tarbijakrediit, tuleb lisaks tüüpnäitele esitada:

1. krediidiandja või kohaldataval juhul krediidivahendaja nimi;

2. kohaldataval juhul märges selle kohta, et tarbijakrediidileping tagatakse hüpoteegi või muu võrreldava tagatisega või elamukinnisvaraga seotud õigusega;
3. kohaldataval juhul hoiatus selle kohta, et vahetuskursi võimalikud kõikumised võivad mõjutada tarbija poolt makstavat kogusummat.

Tagatisega laenutoodete puhul on kohustuslik lisateave kõrvallepingu sõlmimise vajalikkus. Kui krediidi saamiseks on vaja sõlmida kõrvalleping (eelkõige näiteks kindlustusleping), mille kulud ei ole eelnevalt kindlaksmääratavad, tuleb reklaamis peale tüüpnäite teavitada ka kohustusest sõlmida kõrvalleping. See teave tuleb esitada krediidi kulukuse määra juures.

Kui tegemist on krediidivahendaja reklaamiga, siis peab reklaamis avaldama ka volituse ulatuse. Volituse ulatuse puhul tuleb eelkõige esile tuua see, kas vahendaja teeb koostööd ühe või mitme krediidiandjaga või tegutseb iseseisvalt.

Tagatisega laenu tüüpnäite soovituslikud näidised

Kodulaenu reklaami tüüpnäide koos kohustusliku teabega:

Kodulaenu pakub AS XX Pank. Mõtles oma laenuotsus alati hoolikalt läbi. Tutvu tingimustega aadressil xx.ee/kodulaen ja küsi nõu ka meie asjatundjalt. Kodulaenu krediidi kulukuse määr on 2,503% aastas järgmistel näidistingimustel: laenusumma 70 000 €, omafinantseering 20%, intress 2,4% aastas (fikseerimata, 6 kuu EURIBORi baasil), lepingutasu 700 €, periood 360 kuud, tagasimaksete arv 360 ja summa 98 224 € ning kogusumma 98 924 €, tasumine igakuiste annuiteetmaksetena. Laenu saamiseks tuleb seada tagatisvarale hüpoteek ja sõlmida tagatisvara kindlustusleping. Määras ei ole arvestatud tagatise seadmise ja kindlustamisega seotud kulusid.

Näide kohustuslikust teabest, kus on kajastatud korraga nii laenu kui ka kindlustus:

Kodulaenu pakub AS XX Pank. Mõtles oma laenuotsus alati hoolikalt läbi. Kodulaenuga kaasnevat laenukindlustust pakub X Kindlustus AS. Tutvu laenu- ja kindlustustingimustega aadressil xx.ee/kodulaen ja küsi nõu ka meie asjatundjalt. Kodulaenu krediidi kulukuse määr on 2,503% aastas järgmistel näidistingimustel: laenusumma 70 000 €, omafinantseering 20%, intress 2,4% aastas (fikseerimata, 6 kuu EURIBORi baasil), lepingutasu 700 €, periood 360 kuud, tagasimaksete arv 360 ja summa 98 224 € ning kogusumma 98 924 €, tasumine igakuiste annuiteetmaksetena. Laenu saamiseks tuleb seada tagatisvarale hüpoteek ja sõlmida kindlustusleping. Määras ei ole arvestatud tagatise seadmise ja tagatise kindlustamisega ning laenukindlustusega seotud kulusid.

Liisingu reklaami tüüpnäide koos kohustusliku teabega:

Liisingut pakub AS YY Pank. Tutvu teenuse tingimustega ja küsi nõu ka meie asjatundjalt. Liisingu krediidi kulukuse määr on 4,89% aastas järgmistel näidistingimustel: vara maksumus 15 000 €, sissemakse 10%, krediidisumma 13 500 €, intress 4% aastas (fikseerimata, 6 kuu EURIBORi baasil), lepingutasu 150 €, liisinguperiood 36 kuud, maksete kogusumma 15 955,16 €, lepingu liik on kapitalirent, tasumine igakuiste annuiteetmaksetena. Määras arvutades ei ole arvestatud kindlustusmakseid, registreerimistasu ega riigilõive. Sõlmida tuleb ka liiklus- ja kaskokindlustusleping.

4. Kindlustustooted ja nõuded nende reklaamile

Elukindlustus

Kindlustus, mille puhul peab kindlustusandja kindlustatud isiku teatud eluea saabumise, tema abiellumise või surma või lapse sünni puhul vastavalt lepingule maksma soodustatud isikule kokkulepitud summa kas ühekordse väljamaksena või perioodiliste väljamaksetena. Elukindlustust on võimalik jagada nn klassikaliseks elukindlustuseks ning muudeks elukindlustuse liikideks. Klassikalise elukindlustuse puhul on kindlustusjuhtumiks kindlustatu surm ja lepingu eesmärk on seega seotud soodustatud isikule kindlustatu surma korral toimetuleku või „valuraha“ tagamisega (surmakindlustus).

Õnnetusjuhtumikindlustus

Kindlustus, mis aitab sind, kui kukud, väänad jala, murrad luu või pead õnnetusjuhtumi tagajärjel töölt pikalt puuduma. Õnnetusjuhtumikindlustus aitab katta ka need õnnetusjärgsed kulud, mida näiteks haigekassa ei hüvita. Samuti aitab see säilitada sissetulekud siis, kui oled õnnetuse tõttu töövõime kaotanud.

Kodukindlustus

Kindlustus, mille puhul on kindlustusobjektiks elukondlik kinnisvara (nt hoone, korter jms) või kodune vara.

Liikluskindlustus

Kohustuslik vastutuskindlustus, mis hüvitab süüdlase eest kannatanule liiklusõnnetuses tekitatud varalise ja mittevaralise kahju. Varalise kahjana käsitletakse näiteks kannatanu sõidukile ja muudele materiaalsetele väärtustele (näiteks teele ja teerajatistele) tekitatud kahju, kannatanu ravikulud, kannatanu töövõimetusest tingitud sissetuleku vähenemist, hukkunu ülalpeetavate ülalpidamise äralangemist jne. Tervisekahjustuse ja kehavigastuse tekitamise korral hüvitatakse kahjustatud isikule ka mittevaraline kahju. Liikluskindlustus ei hüvita iseendale tekkinud kahju.

Kaskokindlustus

Sõiduki vabatahtlik kindlustus, mis hüvitab tekkinud kahju olenemata sellest, kes kahju põhjustab. Peale liiklusõnnetuses tekkinud kahju võib kaskokindlustus katta kahjud, mille on põhjustanud muud välisjõud, nagu jääpurikate kukkumine auto katusele, ning mis on tekitatud väljaspool teeliiklust, näiteks koduhoovis. Kaskokindlustust on võimalik laiendada, et see kataks ka röövimis-, vandalismi- ja muud sarnased riskid.

Reisikindlustus

Kindlustuse liik, mille eesmärk on kaitsta kindlustusvõtjat reisiga seotud ebamugavuste ja ootamatuste eest (näiteks reisi ärajäämine, pagasi kaotsimine, haigestumine, õnnetusjuhtumid, surmaga kaasnevad kulud jne).

Lemmikloomakindlustus

Aitab vältida ootamatuid kulutusi koera- või kassiomanikule lemmiku ootamatu haigestumise, kadumise või õnnetusega seoses.

White label-kindlustustooted

Kolmandate osapoolte vahendatavad kindlustustooted, mida esitletakse nimetatud osapoolte toodetena, kuid mida pakub tegelikult kindlustusselts. Näiteks:

Seadmekindlustus

Kindlustuse erilahendus, mis kujutab endast tavaliselt (side)seadmete müüjate pakutavat kindlustusteenust seadmete purunemise või varguse katmiseks.

Sõidukikindlustustooted

Näiteks mõne autofirma liisingu juurde käiv kindlustus.

4.1 Kindlustuse reklaami koostamise põhimõtted

Kindlustuse reklaamile kehtivad reklaami üldnõuded. Kuna kindlustus on finantsteenuse, kehtivad reklaamile ka finantsteenuse reklaami nõuded. Seega peab reklaam sisaldama üleskutset tingimustega tutvumiseks ja asjatundjaga konsulteerimiseks.

Kui kindlustustootet reklaamis kajastatakse allahindlusi (nt „Veebis lepingu sõlmimine täna -15%“), siis tuleb allahindluste kohta käiv teave esitada viisil, mis tarbijaid ei eksita. Kui soodustus kehtib üksnes tavahinnale, siis soovitame seda reklaamis ka täpsustada. Näiteks: veebis lepingu sõlmimine täna -15% tavahinnast.

Kindlustustootet reklaami kohustusliku teabe näidis:

Tutvu tingimustega XXkindlustus.ee ja vajaduse korral pea nõu asjatundjatega telefonil 000 0000. Teenusepakkuja on [XXkindlustus](http://XXkindlustus.ee).

5. Igapäevapangandustooted ja nõuded nende reklaamile

Maksekaart ja konto

Pangakonto on raha pangas hoidmise ja arvelduste või muude tehingute tegemise teenus. Maksekaart on panga poolt konto omanikule või omaniku määratud isikule väljastatud maksevahend, mis võib olla ka digitaliseeritud ehk digitaalne versioon maksekaardist.

Panga mobiilirakendus

Spetsiaalne mobiilirakendus, mis aitab igapäevapanganduse toiminguid mugavalt otse mobiilis teha.

Internetipank

Internetipank on elektroonilise teeninduskanaliga pank, mille kaudu saab klient teha toiminguid vastavalt Lepingus kokkulepitud tingimustele.

5.1 Igapäevapanganduse reklaami koostamise põhimõtted

Igapäevapanganduse toodete reklaamile kehtivad reklaami üldnõuded. Kuna tegu on finantsteenusega, kehtivad reklaamile ka finantsteenuse reklaami nõuded. Seega peab reklaam sisaldama finantsteenuse osutaja andmeid ning üleskutset tingimustega tutvumiseks ja asjatundjaga konsulteerimiseks.

Igapäevapangandustootet reklaami kohustusliku teabe näidis:

Finantsteenust pakub (teenusepakkuja). Tutvu tingimustega [www.\(teenusepakkuja\).ee](http://www.teenusepakkuja.ee) ja vajadusel pea nõu asjatundjaga.

6. Hoiused ja nõuded nende reklaamile

Rahaliste hoiuste maailm on üsna kirju, sest finantssasutused on eri tarbijasegmentidele loonud erineva riskiastmega hoiuseteenuseid.

Hoius on krediitdiasutuse või hoiu-laenuühistute ja hoiustaja vahelisest lepingust tulenev hoiustaja nõue krediitdiasutuse vastu. Krediitdiasutus peab nõude põhisumma pooltevahelise kokkuleppe kohaselt hoiustajale tagasi maksma. Hoius võib olla tähtajaline või n-ö tähtajatu ehk nõudmiseni (või kogumis)hoius. Klient saab hoiustada mingi kindla summa või (kogumishoiuse puhul näiteks) maksta soovi korral hoiuse kontole vabalt valitud ajal raha juurde. Viimati mainitud kategooriasse kuuluvad ka mitmesugused rahakogumisteenused, nagu Digikassa või Rahakoguja, mille korral kantakse kaardi- või internetimakselt täiseuroni ümardatud summa vahe tarbija arvelduskontolt kogumishoiuse kontole.

Reklaami ja seaduse kontekstis eristatakse traditsioonilistest hoiusetüüpidest (nõudmiseni hoius või tähtajaline hoius) investeerimishoiuseid, mis on enamasti küll tähtajalised hoiused, kuid mille intress või riskipremia sõltub osaliselt või täielikult väärtpaberi, indeksi või mõne muu instrumendi või vara väärtusest või selle muutusest.

6.1 Hoiuste reklaami koostamise põhimõtted

Hoiuste reklaamile kehtivad reklaami üldnõuded. Kuna tegu on finantsteenusega, kehtivad reklaamile ka finantsteenuse reklaami nõuded. Seega peab reklaam sisaldama finantsteenuse osutaja andmeid ning üleskutset tingimustega tutvumiseks ja asjatundjaga konsulteerimiseks.

Reklaamis ei ole hoiuse intressi näitamine kohustuslik. Kui intressi siiski reklaamis kuvada, tuleb jälgida, et kuvatud intressimäär ei oleks eksitav. Eksitamise vältimiseks tuleks näidata aastast intressimäära, sest see on keskmisele tarbijale arusaadav.

Erandiks on investeerimishoius, mis oma olemuselt kombineerib hoiust ja investeerimist. Investeerimishoiuse korral ei tohi reklaamis lubada garanteeritud tootlust. Kuna investeerimine on pikaajalise mõjuga finantstegevus, siis ei tohi investeerimishoiuse reklaamis edastada ka sõnumit, et mingi intress/tulu on jääv.

Kui investeerimishoiuse reklaamis siiski soovitakse viidata võimalikule tootlusele, siis kehtivad reklaamile investeerimistoodete reklaamile esitatavad nõuded, millest on juttu järgmises peatükis.

Hoiuste reklaami kohustusliku teabe näidis:

Finantsteenust pakub (teenusepakkuja). Enne finantsteenuse lepingu sõlmimist tutvu tingimustega www.teenusepakkuja.ee ja vajaduse korral pea nõu asjatundjaga.

Hoiuse tüüpnäide juhul, kui reklaamis kajastub intressimäär:

Hoiustades 1000 eurot 3 kuuks aastase intressimääraga 3,5%, teenite 3 kuu (90 päeva) möödudes 8,75 eurot.

7. Investeerimistooted (sh pension) ja nõuded nende reklaamile

Investeerimistooted on äärmiselt keeruline finantsteenuste valdkond, sest kuigi kõik osapooled tegutsevad heas usus, et investeerimisest sünnib tulevikus kõigile osapooltele tulu, ei pruugi see sugugi nii minna. Samuti võivad väga erinevad olla eri investeerimistoodete pakkujate investeerimis- või kliendihalduse poliitikad. Põhjus on eeskätt selles, et investeerimistooted on tulevikku suunatud ja mitte keegi ei saa garanteerida investeerimistoodete tulusust isegi juhul, kui samadel alustel toimiv või täpselt sama toode on minevikus olnud tulus.

Et vältida möödarääkivusi või hilisemaid suhtlusprobleeme ja vaidlusi investorite ning teenuse osutajate/vahendajate vahel, peab reklaam olema koostatud väga vastutustundlikult ja sisaldama mitmesuguseid selgitusi, lähtudes igast konkreetsest tootest või reklaamis kuvatud teabest. Üsna kindlalt võib väita, et väga laia amplituuda tõttu on investeerimistoodete reklaam üks keerukamaid finantsteenuste reklaami kategooriaid üldse. Seetõttu tasub enne reklaami loomist kindlasti tutvuda ka TTJA ja Finantsinspektsiooni juhendiga ning konsulteerida investeerimistoodet haldava finantsasutuse õigusosakonnaga.

Investeerimisvaldkondade alla kuuluvad näiteks investeerimisfond, investeerimishoius, väärtpaberiportfelli valitsemise teenus.

Investeerimisfond

Eraldiseisev juriidiline isik või varakogum, millesse kaasatakse mitmete investorite kapital eesmärgiga seda kõnealuste investorite huvides ja kasuks investeerida.

Pensionifond

Investeerimisfondi alamliik. Pension (ladina keeles *pensio*, maks) on regulaarne rahaline väljamakse vanaduse, töövõimetuse ja toitja kaotuse korral.

Eesti pensionisüsteem koosneb kolmest sambast:

I sammas ehk riiklik vanaduspension

<https://www.pensionikeskus.ee/i-sammas/riiklik-vanaduspension/>

II sammas ehk kohustuslik kogumispension

<https://www.pensionikeskus.ee/ii-sammas/kogumispension-ehk-ii-sammas/>

III sammas ehk täiendav kogumispension

<https://www.pensionikeskus.ee/iii-sammas/taiendav-kogumispension/>

Finantsteenuste reklaami kontekstis on huviorbiidis peamiselt pensioni teine ja kolmas sammas, sest neid teenuseid ei paku riik, vaid erasektor eri finantsinstitutsioonide kaudu.

Investeerimiskonto (nt kasvukonto, eriliigiline investeerimiskonto on pensioni investeerimiskonto (PIK))

Eraldiseisev pangakonto (mis ei ole väärtpaberikonto), mille kaudu saab klient oma raha investeerida tulumaksuseaduses toodud väärtpaberitesse (nt erinevatesse fondidesse või muudesse väärtpaberitesse) ja teenitud tulult üksikisiku tulumaksu tasumist edasi lükata, kuni tulu ei ole investeerimiskontolt välja makstud.

7.1 Investeermistoodete (sh pension) reklaami koostamise põhimõtted

Investeermistoodete puhul ei ole kunagi võimalik ette näha kindlat tulu või tulu suurust. Seetõttu tuleb tähele panna, et reklaam ei sisaldaks eksitavat või valet teavet tulu saamise kohta. Ükski pensioni ega investeermistoodete reklaam ei tohi lubada garanteeritud tulevikutootlust. Kuna pension ja investeerimine on pikaajalise mõjuga tooted, siis ei tohiks edastada sõnumit, et mingi intress/tulu on garanteeritud või jääv.

Investeermisteenuse või -toote reklaamis edastatud teave peab olema täpne ning andma alati õiglaselt ja silmapaistvalt märku mis tahes asjaomastest riskidest, kui viidatakse investeermisteenusest või väärtpaberist saadavale võimalikule kasule. Riskidele viitava kirjaliku teabe esitamisel tuleb kasutada kirja suurust, mis on vähemalt võrdne kogu esitatava teabe valdava kirjasuurusega, ja kujundust, mis tagab selle viite silmapaistvuse.

Kuna tegemist on finantsteenustega, siis tuleb reklaamile iga kord lisada kohustuslik teave. Kohustusliku teabe sisu oleneb kuvatavast sõnumist, kuid igal juhul peab olema märgitud finantsasutuse juriidiline nimi ning üleskutse tutvuda finantsteenuse tingimustega ja vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga. Alljärgnevalt on esitatud investeermistoodete ja pensioni reklaamide koostamise täpsemad nõuded vastavalt reklaami sisule.

Investeermisreklaami kohustusliku teabe näidis:

Investeermisteenuste pakkuja on (teenusepakkuja nimi). Tutvu tingimustega ja riskidega [www.\(teenusepakkuja\).ee](http://www.(teenusepakkuja).ee) ja küsi nõu meie asjatundjalt.

7.2 Investeermisreklaamide täiendused erijuhtudel

1. Juhul, kui viidatakse konkreetsele väärtpaberile, lisatakse veel ka järgmine teave:

Eelnev teave on informatiivse iseloomuga. Tegemist ei ole investeermisalase isikliku soovituselise andmisega ega investeermisnõustamisega.

2. Kui reklaamis võrreldakse investeermisteenuseid või investeermistoodeteid (või ka neid pakkuvaid isikuid) - nt „Meie pensionifondid on vabariigi parima tootlusega!“ - , siis peab teabes täpsustama võrdluseks kasutatavaid teabeallikaid ning viitama, millised olid võrdluse peamised faktid ja eeldused. Sellisel juhul tuleb kohustuslikule teabele lisada ka näiteks järgmine lause:

Fondide osakute väärtused võivad nii suureneda kui ka väheneda ja fondide eelmiste perioodide tootlus ei tähenda lubadust ega viidet järgmiste perioodide tootluste kohta.

Kui reklaam on võrdleva iseloomuga tuleb investeermisreklaami kohustuslik teave esitada koos täpsustava võrdlusega, näiteks alltoodud viisil:

Võrreldud on II samba fondide 10 aasta tootlust alates 31.12.2007 kuni 31.12.2017. Võrreldud fondide viimase 2, 3 ja 5 kalendriaasta keskmised geomeetrilised tootlused aasta baasil on vastavalt: LHV L: 4,50%; 3,76%; 5,74%; Swedbank K3: 2,99%; 4,00%; 5,36%; SEB Progressiivne: 1,97%; 3,10%; 3,74%; LHV M: 3,62%; 3,43%; 4,94%; Swedbank K2: 0,92%; 2,25%; 3,52%; LHV S: 1,55%; 2,65%; 3,53%; LHV XS: 1,36%; 2,73%; 3,61%; SEB Konservatiivne: 0,16%; 0,86%; 1,16%; Swedbank K1: 0,00%; 1,07%; 2,02%. Võrdlusest on välja jäetud fondid, mis on tegutsenud vähem kui 10 aastat.

(teenusepakkuja) pensionifonde valitseb (teenusepakkuja nimi). Tutvu (teenusepakkuja nimi) pensionifondide prospekti ja põhiteabega www.teenusepakkuja.ee ning pea nõu asjatundjaga. Fondide osakute väärtused võivad nii suureneda kui ka väheneda ja fondide eelmiste perioodide tootlus ei tähenda lubadust ega viidet järgmiste perioodide tootluste kohta.

3. Kui reklaamis viidatakse väärtpaberi, finantsindeksi, fondi või investeerimisteenuse varasemale tulemusele, peab reklaam vastama järgmistele nõuetele.

Varasemat tulemust ei esitata kõige silmapaistvama elemendina reklaamil.

Täpsustava teabena tuleb esitada reklaamitava instrumendi tulemus vähemalt viie eelneva aasta kohta. Kui aga väärtpaberit on pakutud, finantsindeksit koostatud või investeerimisteenust osutatud alla viie aasta, siis kogu instrumendi eksisteerimise aja kohta.

Tulemust käsitlev teave peab igal juhul põhinema tervetel 12-kuulistel perioodidel. Vaatlusperiood ja teabeallikas peavad olema õigesti ja selgelt esitatud ning reklaamis peab olema selgesõnaline hoiatus selle kohta, et andmed kajastavad minevikku ning varasem tulemus ei ole tulevase tulemuse usaldusväärne näitaja.

Kui täpsustavas teabes ei ole rahalised vääringud esitatud eurodes, siis tuleb see selgelt märgistada ja lisada hoiatus, et tulu võib valuutakursi kõikumise tõttu suureneda või väheneda. Ja kui täpsustav teave põhineb brutotulemusel, tuleb avaldada ka vahendustasude, teenustasude või muude tasude mõju.

Kui reklaamil on viidatud investeerimisinstrumendi varasemale tulemusele tuleb investeerimisreklaami kohustuslik teave esitada näiteks alltoodud viisil:

(teenusepakkuja fondi nimi) tootlus on esitatud ajavahemiku 16.03.2020-16.03.2021 kohta ja ümardatud täisarvuni. Fondi eelmiste perioodide tootlus ei garanteeri järgmiste perioodide tootlust.

Fonde valitseb (teenusepakkuja nimi). Enne investeerimisotsuse tegemist tutvu fondi prospekti ja põhiteabega www.teenusepakkuja.ee ning pea nõu asjatundjaga.

4. Kui reklaamis on esitatud mingil kujul eeldatavat tulevikuproгноosi, siis peab see vastama järgmistele tingimustele.

Reklaamija peab tagama, et prognoos ei põhine varasema perioodi tulemuse mudelil ja sellele ei tohi ka mingil moel viidata. Prognoos peab tuginema mõistlikele eeldustele, mida toetavad objektiivsed andmed. Analüüs peab põhinema tulemusstsenaariumidel eri turutingimuste puhul (positiivsed ja negatiivsed arengusuunad) ning hõlmama reklaamitava toote või teenusega sarnaste instrumentide laadi ja riske. Reklaamiant peab igal hetkel suutma veenvalt põhjendada oma prognooside korrektsust. Kindlasti tuleb reklaamile lisada ka hoiatus selle kohta, et prognoos ei ole tulevaste perioodide tulemuslikkuse usaldusväärne näitaja.

Kui reklaamis kajastatakse võimalikku brutotulemust, siis avaldatakse ka vahendus-, teenus- või muude tasude mõju.

5. Kui reklaamis viidatakse konkreetsele maksusüsteemile (nt tulumaksutagastus vms), peab nähtaval viisil teada andma, et maksustamine sõltub iga kliendiga seotud individuaalsetest asjaoludest ja et see võib tulevikus muutuda.

Kui reklaamil on viidatud investeerimisinstrumendist tulenevale maksuerisusele tuleb investeerimisreklaami täpsustav teave esitada näiteks alltoodud viisil:

Tulumaksu tagasisaamiseks tuleb Teil esitada tuludeklaratsioon. Tulumaks tagastatakse ainult siis, kui olete aasta jooksul tulumaksu maksnud. Maksusüsteemi õigusaktid võivad muutuda. Maksustamine oleneb isikuga seotud asjaoludest, sealhulgas tema residentsusest jms.

8. Praktilised näited

TTJA juurde on moodustatud eksperdikomisjon (Reklaaminõukoda), mille ülesanne on nõustada TTJA-d jooksvalt reklaamiga seotud küsimustes. Samuti annab Reklaaminõukoda hinnanguid probleemsetele reklaamijuhtumitele, mille suhtes on TTJA algatanud menetluse. Nende hulgas on ka finantsteenuste reklaamide kohta käivaid lahendeid. Lahendid on hea õppematerjal reklaamiloojatele, et mõista ekspertide kaalutlusi vaidlusaluste reklaamide seadusele mittevastavaks või vastavaks tunnistamisel.

Reklaaminõukoja protokollid leiab TTJA kodulehelt (<https://ttja.ee/reklaaminoukoda>). Protokollide nimekiri täieneb vastavalt Reklaaminõukoja kooskäimistel.