



**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

20.08.2012.Nr. 21-06/5386-K-157

**SIA „Tele2”
Reģ.Nr. 40003272854
Mūkusalas iela 41b
Rīga, LV-1004**

**Par pagaidu noregulējumu
par negodīgas komercprakses
izbeigšanu**

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), ņemot vērā personas sniegto informāciju un pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir uzsācis SIA „Tele2” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses izvērtēšanu.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošo informāciju un materiālus, PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība ir īstenojusi un turpina īstenot komercpraksi, kuras ietvaros:

- 1) sniegta reklāma banera formātā interneta vietnē www.inbox.lv „*KO DĀVINĀT PIRMKLASNIEKAM?, SMARŽAS? Ls 90, AUTO? Ls 25000, ZELTA PILDSPALVU? Ls 198, ZZ TELEFONU PIRMKLASNIEKAM! Ls 0, ATKAL IZDEVĪGĀK!*” (turpmāk – Reklāma1);
- 2) sniegts reklāmas buklets „*BEZMAKSAS TELEFONS PIRMKLASNIEKAM! NOKIA 100, Ls 0, Obligātā kredīta atjaunošana Ls1,75/mēn.(..)*” (turpmāk – Reklāma2);
- 3) sniegta vides reklāma sabiedriskā transporta pieturvietā „*ZZ TELEFONS PIRMKLASNIEKAM, PAR BRĪVU!(..)*” (turpmāk – Reklāma3):



4) sniegta reklāma „ZZ ATBALSTA PIRMKLASNIEKUS, VISIEM PIRMKLASNIEKIEM TELEFONS PAR BRĪVU, BEZMAKSAS TELEFONS PIRMKLASNIEKAM! NOKIA 100, Ls 0, Saņemot telefonu Nokia 100, jāslēdz līgums uz 1 gadu ar kredīta atjaunošanu Ls 1,75 mēnesī (..)” Sabiedrības interneta vietnē www.zeltazivtina.lv (turpmāk – Vietne) un Latvijas televīzijā (turpmāk – Reklāma4);

5) Vietnē sniegta informācija, proti, reklamēts akcijas piedāvājums: „Pirmklasniek, nāc pēc sava bezmaksas telefona!” (turpmāk – Reklāma5) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3, Reklāma3 Reklāma4 un Reklāma5 kopā turpmāk – Reklāmas).

[1] Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus un informāciju, PTAC secina:

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. Savukārt NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka 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 ir komercprakses īstenotājs.

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Sabiedrības darbība, sniedzot Reklāmas, ir atzīstama par komercpraksi NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē, jo šāda darbība ir tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu un attiecīgo pakalpojumu sniegšanu patērētājam, savukārt saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju, kas konkrēto komercpraksi īsteno savas saimnieciskās darbības ietvaros.

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar NKAL 4.panta otro daļu *komercprakse ir negodīga, ja iestājies vismaz viens no šādiem nosacījumiem:*

1) tā neatbilst profesionālajai rūpībai un negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas vidusmēra patērētāju grupas ekonomisko rīcību, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar;

2) tā ir maldinoša;

3) tā ir agresīva.

[2] NKAL 11.panta 20.punkts nosaka, ka *komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs raksturo preci vai pakalpojumu ar vārdiem "bezmaksas", "par velti", "bez atlīdzības" vai tamlīdzīgi, bet patērētājam ir jāmaksā vēl kas vairāk virs tām izmaksām, kuras rodas, atbildot uz piedāvājumu un saņemot piegādāto preci vai pakalpojumu.*

Arī Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 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 (turpmāk – Direktīva) I pielikuma 20.punktā noteikts, ka komercprakse jebkuros apstākļos uzskatāma par negodīgu, ja uzņēmējs *apraksta produktu kā "bezmaksas", "par velti", "bez atlīdzības" vai līdzīgi, ja patērētājam ir jāmaksā vēl kas vairāk par obligātajām izmaksām, kas rodas, reaģējot uz komercpraksi un saņemot produktu vai maksājot par tā piegādi.*

Vienlaikus sakarā ar iepriekš minēto PTAC vērš Sabiedrības uzmanību uz Eiropas Komisijas izstrādātām Direktīvas īstenošanas un piemērošanas vadlīnijām¹, kurās norādīts, ka Direktīvā *aizliegts tirgotājiem aprakstīt produktu vai pakalpojumu kā „bezmaksas”, „par velti”, „bez atlīdzības” vai līdzīgi, ja patērētājam tomēr tiek pieprasīta samaksa. [...] piedāvājumu var uzskatīt par tādu, kas pieejams par velti, tikai tad, ja patērētāji nemaksā vairāk par minimālajām obligātajām izmaksām saistībā ar reaģēšanu uz piedāvājumu (piemēram, piemērojami pasta tarifi, tālruna zvana izdevumi saskaņā ar valsts tarifu vai minimālie īsziņas sūtīšanas izdevumi).*

PTAC konstatē, ka Reklāmās tiek lietoti apzīmējumi – *bezmaksas, pa brīvu* un „Ls 0”, kuri norāda, ka pirmklasnieki var saņemt bezmaksas telefonu, taču, lai to saņemtu, ir jāslēdz līgums uz 12 mēnešiem un ik mēnesi ir jāveic maksājumi Ls 1,75 apmērā. Tādējādi konkrētā komercprakse atbilst NKAL 11.panta 20.punktā definētajai jebkuros apstākļos maldinošai komercpraksei, jo Sabiedrība raksturo pakalpojumu kā *bezmaksas* u.tml., bet patērētājam ir jāmaksā vēl kas vairāk virs tām izmaksām, kuras

¹ http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/Guidance_UCP_Directive_IV.pdf, 53.lpp.

rodas, atbildot uz piedāvājumu un saņemot piegādāto pakalpojumu, t.i. – jāveic ikmēneša maksa par piedāvātā pakalpojuma saņemšanu, proti, ik mēnesi jāatjauno kredīts noteiktas naudas summas apmērā.

PTAC konstatē, ka Reklāmā1 vispār netiek sniegta nekāda informācija par iespējamiem maksājumiem, atsaucoties uz tajā izteikto piedāvājumu, savukārt Reklāmā5 ir norādīta informācija „*ZZ pirmklasnieku telefonus līguma darbības laikā ir iespējams lietot tikai Tele2 tīklā. Līguma termiņš 12 mēneši*”, neminot patērētāja pienākumu veikt konkrētu ikmēneša maksu par piedāvātā pakalpojuma saņemšanu. Tomēr, neskatoties uz to, ka informācija par ikmēneša maksu ir sniegta Reklāmā2, Reklāmā3 un Reklāmā4, šādas informācijas izvietošana nav uzskatāma par atbilstošu, lai konkrētā darbība tiktu atzīta par godīgu, ņemot vērā NKAL 11.panta 20.punktā noteikto regulējumu, jo faktiski konkrētais piedāvājums nav bezmaksas, proti, netiek nodrošināts par velti un patērētājam ir jāveic noteiktie maksājumi, atbildot uz konkrēto piedāvājumu un saņemot pakalpojumu.

PTAC informē, ka Direktīvas preambulas 17.punkts paredz, ka *vēlams precizēt, kāda komercprakse ir negodīga visos apstākļos, lai nodrošinātu lielāku juridisku noteiktību. Tādēļ I pielikumā ietverts pilns visu šādas prakses paveidu saraksts. Šie ir vienīgie komercprakses piemēri, ko var uzskatīt par negodīgiem, neizvērtējot katra atsevišķa gadījuma atbilstību 5. līdz 9. pantam. Sarakstu var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu.* Līdz ar to PTAC paskaidro, ka nacionālajā likumdošanā, konstatējot maldinošu komercpraksi jebkuros apstākļos, PTAC nav atsevišķi jāizvērtē tās atbilstība pārējām NKAL noteiktajām normām par maldinošu komercpraksi, tajā skaitā, attiecībā uz to, vai patērētājs konkrētās komercprakses ietekmē pieņēma vai varēja pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu par konkrētā produkta pirkšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC secina, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse, sniedzot Reklāmas, saskaņā ar NKAL 11.panta 20.punktu ir maldinoša jebkuros apstākļos.

[3] Saskaņā ar NKAL 13.panta 5.punktu *komercprakse jebkuros apstākļos uzskatāma par agresīvu, ja komercprakses īstenotājs reklāmā iekļauj tiešu bērniem adresētu aicinājumu iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai arī pierunāt vecākus vai citus pieaugušos iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu.*

PTAC ieskatā, Reklāmā5 ietvertais paziņojums „*Pirmklasniek, nāc pēc sava bezmaksas telefona!*” nepārprotami ir atzīstams par tiešu aicinājumu bērniem saņemt mobilo telefonu un izmantot Sabiedrības telekomunikāciju pakalpojumus.

PTAC paskaidro, ka vispiemērotākā auditorija, kam sniegt informāciju par elektronisko sakaru pakalpojumiem, ir bērnu vecāki, taču konkrētajā gadījumā Sabiedrība, sniedzot Reklāmu5, proti, piedāvājot iespēju saņemt bezmaksas mobilo telefonu, konkrēto informāciju nav sniegusi vecākiem, bet gan bērniem, kuri ir viena no sabiedrības neaizsargātākajām daļām, kuri sava vecuma un zināšanu trūkuma dēļ ir viegli iespaidojami un kuri nodod/var nodot tālāk informāciju vecākiem, lūdzot iespēju saņemt mobilo telefonu/pierunājot vecākus vai citus pieaugušos izmantot attiecīgo piedāvājumu.

Saskaņā ar Direktīvas preambulas 17.punktu, PTAC atzīmē, ka nacionālajā likumdošanā, konstatējot agresīvu komercpraksi jebkuros apstākļos, PTAC nav atsevišķi jāizvērtē tās atbilstība pārējām NKAL noteiktajām normām par agresīvu komercpraksi.

Ņemot vērā iepriekš minēto un to, ka Sabiedrības īstenotajā komercpraksē ir konstatējams, ka tā Reklāmā⁵ ir iekļāvusi tiešu bērniem adresētu aicinājumu saņemt pakalpojumu/pierunāt vecākus vai citus pieaugušos saņemt pakalpojumu, PTAC secina, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse saskaņā ar NKAL 13.panta 5.punktu ir atzīstama par agresīvu jebkuros apstākļos.

[4] Ievērojot iepriekš konstatēto, PTAC secina, ka Sabiedrība, īstenojot maldinošu jebkuros apstākļos komercpraksi un agresīvu jebkuros apstākļos komercpraksi, ir īstenojusi negodīgu komercpraksi atbilstoši NKAL 4.panta otrās daļas 2. un 3.punktam, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu.

NKAL 17.panta pirmā daļa paredz, ka gadījumā, ja Uzraudzības iestādei ir pamats uzskatīt, ka pārkāpts negodīgas komercprakses aizliegums un tas var radīt tūlītēju un būtisku kaitējumu konkrētas patērētāju grupas ekonomiskajām interesēm, tā ir tiesīga pieņemt šā likuma 15.panta astotās daļas 2. vai 3.punktā minēto lēmumu kā pagaidu noregulējumu. Savukārt NKAL 15.panta astotās daļas 2. un 3.punkts nosaka, ka gadījumā, ja PTAC atzīst komercpraksi par negodīgu, tas ir tiesīgs uzlikt komercprakses īstenotājam par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; aizliegt negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos lietas materiālus, PTAC secina, ka turpmāka Sabiedrības maldinošas jebkuros apstākļos un agresīvas jebkuros apstākļos komercprakses īstenošana nav pieļaujama. PTAC ieskatā, ņemot vērā Sabiedrības īstenotās komercprakses raksturu un to, ka negodīgā komercprakse var skart neaizsargātās un viegli ietekmējamās patērētāju grupas, proti, bērnu, tiesiskās intereses, kā arī citas sabiedrības daļas – bērnu vecāku un citu pieaugušo – ekonomiskās intereses (piemēram, Reklāmu ietekmē pirmklasnieku vecāki, paļaujoties, ka tiek piedāvāta iespēja saņemt pakalpojumu bez maksas, kas neatbilst patiesībai, vai pēc bērnu neatlaidīga lūguma var izmantot Reklāmās izteikto piedāvājumu un uzņemties saistības 12 mēnešus veikt obligātu kredīta atjaunošanu par kopējo summu vismaz Ls 21 apmērā, kas rada papildu izdevumus ģimenes budžetam), tādējādi attiecīgās grupas patērētāju ekonomiskajām interesēm var tikt nodarīts tūlītējs un būtisks kaitējums. Līdz ar to PTAC uzskata, ka ir lietderīgi Sabiedrībai saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktā noteikto **uzlikt tiesisku pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi**, jo ar negodīgas komercprakses izbeigšanu tiks nodrošināta patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzība, kas kā likuma mērķis ir noteikts NKAL 2.pantā.

Vadoties no iepriekš minētā, PTAC saskaņā ar NKAL 1.pantu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 2. un 3.punktu, 11.panta 20.punktu, 13.panta 5.punktu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta astotās daļas 2.punktu, 17.panta pirmo daļu, Administratīvā procesa likuma 1., 4., 5., 8., 12. un 13.pantu, 17.panta pirmās daļas 4. punktu, 65.panta pirmo daļu un 67.panta otro daļu, Ministru kabineta 2006.gada 1.augusta noteikumu Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums” 6.4.apakšpunktu

nolemj:

uzlikt Sabiedrībai tiesisku pienākumu **nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi**, aizliedzot Sabiedrībai sniegt Reklāmas, kā arī līdzīga satura reklāmas un/vai informatīvus materiālus, kuros Sabiedrība pakalpojumu raksturo ar vārdiem "bezmaksas", "par velti", "bez atlīdzības" vai tamlīdzīgi,

un kuros iekļauts tiešs bērniem adresēts aicinājums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu vai arī pierunāt vecākus vai citus pieaugušos iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu.

Saskaņā ar NKAL 17.pantu lēmums par pagaidu noregulējumu ir spēkā no tā paziņošanas brīža līdz brīdim, kad tas ar Uzraudzības iestādes lēmumu tiek atcelts vai grozīts vai kad stājas spēkā Uzraudzības iestādes galīgais lēmums. Šo lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Antonijas ielā 6, Rīgā desmit dienu laikā no tā spēkā stāšanās dienas. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Vienlaicīgi PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, pieprasa Sabiedrībai **līdz 2012.gada 31.augustam** sniegt pilnīgu un patiesu informāciju par to, kādā laika posmā, kādās vietās un apjomā Reklāmas ir tikušas izplatītas un cik patērētāji līdz šim ir izmantojuši Reklāmās izteikto piedāvājumu.

Direktore

(personiskais paraksts)

B.Vītoliņa

(..)

IZRAKSTS PAREIZS