

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

LĒMUMS

Rīgā

2010.gada 11.februārī

Nr. E03-KREUD-10

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 1. un 3.punktā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta trešajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties SIA „GameClub”,

juridiskā adrese: Ilūkstes iela 38-13, Rīga, LV-1082,

reģ.nr: 40103221784,

kuru pārstāv

pilnvarotā persona, zvērināts advokāts:

vārds, uzvārds: ***

personas kods: ***

un

pilnvarotā persona:

vārds, uzvārds: ***

personas kods: ***

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir veicis SIA „GameClub” (turpmāk – Sabiedrība) interneta mājas lapā www.toyclub.lv (turpmāk – Mājas lapa) īstenošanās komercprakses, sniedzot reklāmu ar saukli „Izvēlies savu sapņu dāvanu pats!” (turpmāk – Reklāma) un informācijas sabiedrības pakalpojumu „Tavs vēlmju saraksts” (turpmāk – Pakalpojums), atbilstības pietērētāju tiesību reglamentējošiem normatīvajiem aktiem izvērtēšanu.

PTAC, izvērtējot Sabiedrības īstenoto komercpraksi, ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] Sabiedrības Mājas lapā tiek piedāvātas un, slēdzot distances līgumus, tiek pārdotas bērnu izklaidei paredzētas preces, proti, bērnu rotaļlietas un spēles.

[2] Sabiedrība Mājas lapā ir sniegusi Reklāmu, kurā ir ietverts sauklis „Izvēlies savu sapņu dāvanu pats!” (skatīt attēlu zemāk).



Reklāmā tiek attēlotas bērnu rotaļlietas un norādīti saukļi „IZVĒLIES SAVU SAPŅU DĀVANU PATS!” un „Ieliec to Vēlmju Groziņā, nosūti vecākiem, vecvecākiem vai draugiem un GAIDI!”

[3] Piedāvāto preču noieta veicināšanai Sabiedrība Mājas lapā ir izmantojusi informācijas sabiedrības pakalpojumu. Šis Pakalpojums, kura sniegšanā tiek izmantots sauklis „Tavs Vēlmju Saraksts”, dod iespēju bērniem pašiem izvēlēties Mājas lapā piedāvātās preces, izveidot savu izvēlēto preču sarakstu un šo sarakstu nosūtīt uz citu personu, piemēram, vecāku vai citu radnieku elektroniskā pasta adresi. Savukārt vēlmju saraksta saņēmējiem, piemēram, vecākiem, saņemtajā elektroniskā pasta vēstulē tiek norādīts vēlmju saraksta nosūtītājs, sarakstā iekļautās preces, to cenas un hipersaite „apskatīt sarakstu” (skatīt attēlu zemāk).



Vēlmju saraksts / Wishlist

toyclub.lv

Mašīna Burago MERCEDES BENZ 300SL (1954)



Burago MERCEDES BENZ 300SL (1954)
14,95 Ls

Sūtītājs: Burago MERCEDES BENZ 300SL (1954) <@inbox.lv>

[Apskatīt sarakstu »](#)

Aktivizējot norādīto hipersaiti (piemēram, uzklikšķinot ar datorpeli), vēlmju saraksta saņēmēja datorā automātiski tiek atvērta Mājas lapa un tās sadaļa, kurā izvietots konkrētais vēlmju saraksts. Personas, kurām vēlmju saraksts tiek nosūtīts, šo sarakstu var mainīt, dzēšot sarakstam pievienotās preces. Vienlaicīgi vēlmju saraksta saņēmējiem Mājas lapā tiek piedāvāta iespēja par sarakstā iekļauto, bērnu izvēlēto preču iegādi noslēgt distances līgumu.

[4] Uzskatot, ka Sabiedrība Mājas lapā, sniedzot Reklāmu un Pakalpojumu, īsteno negodīgu komercpraksi, PTAC 2009.gada 30.decembrī pieņēma lēmumu par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā par Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta trešajā daļā paredzēto pārkāpumu.

[5] 2010.gada 26.janvārī PTAC Sabiedrībai nosūtīja vēstuli Nr.21-07/649, kurā Sabiedrība tika informēta par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu. Kā arī Sabiedrība tika informēta par tās tiesībām līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

[6] PTAC konstatēja, ka no 2010.gada 5.februāra Reklāmas un Pakalpojuma sniegšana Mājas lapā ir pārtraukta.

[7] 2010.gada 8.februārī PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli Nr.12/56, kurā Sabiedrība sniedz viedokli saistībā ar 2010.gada 26.janvārī PTAC nosūtīto vēstuli Nr.21-07/649. Sniedzot viedokli, Sabiedrība PTAC informē par ekonomisko un tirgus situāciju, kas ir saistīta ar Sabiedrības saimniecisko darbību, kā arī sniedz turpmāk norādīto informāciju:

1. viens no Sabiedrības komercdarbības veidiem ir rotaļlietu tirdzniecība internetā;
2. „Vēlmju saraksts” ir no citām pasaules valstīm Sabiedrības mājas lapā adaptēta ideja, kuras adaptācija konkrētajā gadījumā nav bijusi veiksmīga, jo Sabiedrība ir salīdzinoši jauns uzņēmums un Sabiedrības „darbiniekiem nav bijis pietiekoši zināšanu par to, kas atbilstoši likumdošanas prasībām saprotams ar agresīvu komercpraksi un tamdēļ nav atļauts”;
3. Sabiedrība ir jauns uzņēmums, kas izveidots 2009.gada marta beigās, bet interneta veikala atvērts tikai 2009.gada decembrī;
4. Sabiedrība līdz PTAC vēstules saņemšanas brīdim nav uzskatījusi, ka Mājas lapā tiek sniegta Reklāma, jo par reklāmu internetā bija uzskatījusi „tādu informāciju, kas tiek izvietota dažādās, parasti, daudzās, internetvietnēs. Piemēram, gadījumā, ja SIA „GameClub” piedāvātais pakalpojums „Tavs vēlmju saraksts” būtu ticis popularizēts portālā delfi, tvnet vai citās tamlīdzīgās vietnēs (...)”.
5. Sabiedrība šobrīd strādā pie tā, lai turpmāk Mājas lapā sniegtā informācija atbilstu „visiem labas komercprakses uzstādījumiem”;
6. Sabiedrība norāda, ka izdarītie pārkāpumi nav pieļauti tīšuprāt vai apzināti;
7. Sabiedrība lūdz PTAC nepiemērot tai naudas sodu, jo tas varētu Sabiedrību novest līdz maksātnespējai.
8. Sabiedrība apņemas „turpmāk savā komercdarbībā izvairīties no darbībām, kas būtu uzlūkojamas kā agresīva komercprakse”.

[8] Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji atzina izdarīto pārkāpumu un nožēloja to, uzsverot apņemšanos nākotnē nepieļaut līdzīgus pārkāpumu izdarīšanu. Sabiedrības pārstāvji vērsa uzmanību uz to, ka pieļautais pārkāpums tika nekavējoši novērsts, kā arī sniedza informāciju par to, ka saistībā ar konkrēto komercpraksi Sabiedrība nav saņēmusi nevienu pasūtījumu. Sabiedrības pārstāvji arī informēja, ka Mājas lapa ir izveidota 2009.gada decembrī un ka Sabiedrības sniegtais Pakalpojums ir adaptēts, pamatojoties uz ASV tirgus praksi un ir bijis paredzēts pieaugušajiem, lai tiktu atvieglota bērnu preču iegāde. Sabiedrības pārstāvji PTAC lūdza nepiemērot bargu sodu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

(1) PTAC ir konstatējis, ka Mājas lapa tiek izmantota bērnu rotaļlietu, bērniem paredzētu spēļu un citu bērnu izklaidei paredzētu preču piedāvāšanai un tirdzniecībai.

Reklāmas likuma 1.pantā ir noteikts, ka reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Savukārt NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktā ir noteikts, ka 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.

PTAC paskaidro, ka minētā Reklāmas likuma 1.pantā noteiktā reklāmās legāļdefinīcija skaidri nosaka reklāmas konstatēšanas kritērijus, proti, 1) reklāma ir jebkādas formas, jebkāda veida paziņojums vai pasākums, 2) reklāma ir saistīta ar konkrētā subjekta saimniecisko vai profesionālo darbību, 3) reklāmas nolūks – preču vai pakalpojuma popularitātes vai pieprasījuma veicināšana.

Atbilstoši Komerclikuma 1.panta pirmajā daļā noteiktajam komersants ir komercreģistrā ierakstīta fiziskā persona vai komercsabiedrība. Komerclikuma 1.panta otrajā daļā ir noteikts, ka komercdarbība ir atklāta saimnieciskā darbība, kuru savā vārdā peļņas gūšanas nolūkā veic komersants, bet Komerclikuma 2.pantā ir noteikts, ka, ja komersants ir ierakstīts komercreģistrā, nav pieļaujama ieruna par to, ka saimnieciskā darbība, kas veikta, izmantojot komercreģistrā ierakstīto firmu, nav komercdarbība. Pamatojoties uz norādītā Komerclikuma normatīvo regulējumu, ikviena darbība, ko veic komersants, ir uzskatāma par komercdarbības, tātad arī par saimnieciskās darbības ietvaros veiktu darbību. Tā kā Sabiedrība ir komercreģistrā ierakstīts komersants, proti komercsabiedrība, kuras firma ir SIA „GameClub”, jebkura Sabiedrības darbība, tai skaitā Mājas lapas izmantošana preču piedāvāšanai un līgumu slēgšanai, ir Sabiedrības saimnieciskā darbība. PTAC norāda, ka Sabiedrība, veicot saimniecisko darbību, Mājas lapā izvietojot vizuāli uztveramu attēlu, kurā izmantoti dažu rotaļlietu attēli, saukļi „Izvēlies savu sapņu dāvanu pats!” un „Ieliec to Vēlmju Groziņā, nosūti vecākiem, vecvecākiem vai draugiem un GAIDI!”, ir sniegusi paziņojumu, kas Sabiedrības piedāvāto preču tirdzniecības veicināšanas nolūkos ir adresēts noteiktai tirgus auditorijai un tādejādi uzskatāms par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē. PTAC ieskatā Mājas lapā Sabiedrības sniegtā Reklāma ir tieši adresēta īpašai tirgus auditorijai, proti, bērniem, bet netieši vērsta uz tādu patērētāju grupu, kuras, pamatojoties uz bērnu veikto izvēli dažādu apsvērumu dēļ, varētu būt ieinteresētas bērnu izvēlēto preču iegādē, tādejādi šīs darbības tiek veiktas ar mērķi veicināt Sabiedrības piedāvāto preču pieprasījumu un popularitāti.

PTAC saistībā ar Sabiedrības sniegto viedokli par to, ka minēto paziņojumu Sabiedrība nav uzskatījusi par reklāmu, jo tas netika sniegts „citos portālos”, paskaidro, ka, lai konstatētu reklāmas sniegšanas faktu, nav būtiski konstatēt to, vai reklāma tiek sniegta pašas Sabiedrības Mājas lapā vai arī citu komersantu interneta mājas lapās, vai arī citviet, bet svarīgi ir konstatēt Reklāmas likuma 1.pantā noteiktos kritērijus – paziņojumu vai darbību, kas veikta Sabiedrības saimnieciskās darbības ietvaros un ir vērsta uz preču tirdzniecības veicināšanu. PTAC norāda, ka, tā kā Reklāma ir paredzēta preču pieprasījuma veicināšanai un ir atsevišķi nodalīta no pārējā Mājas lapas satura, kā arī ņemot vērā konkrētās Reklāmas noformējumu, šī Reklāma ir atzīstama par reklāmu Reklāmas likuma izpratnē.

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. Tā kā jebkura reklāma atbilst minētajā NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktajiem komercprakses kritērijiem, tad ir uzskatāms, ka Sabiedrība, Mājas lapā sniedzot Reklāmu, ir īstenojusi komercpraksi. Ņemot vērā, ka Reklāmas sniedzējs ir Sabiedrība, Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkta izpratnē.

(2) NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka negodīga komercprakse ir aizliegta. Saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 3.punktu komercprakse ir negodīga, ja tā ir agresīva. NKAL 12.panta pirmajā daļā ir noteikts, ka cita starpā komercprakse ir uzskatāma par agresīvu, ja ņemot vērā visas tās īpatnības un visus apstākļus, var secināt, kā tā faktiski ietver nesamērīgas ietekmes izmantošanu, negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz preci vai pakalpojumu un rezultātā patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Savukārt no NKAL 12.panta otrajā daļā noteiktā regulējuma izriet, ka par nesamērīgu ietekmi uzskata patērētāja pakļaušanu spiedienam pat tādos gadījumos, kad fizisks spēks netiek lietots un netiek draudēts ar tā lietošanu, tomēr būtiski tiek ierobežota patērētāja iespēja pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu. NKAL 8.panta pirmajā daļā ir noteikts, ka, ja komercprakse var negatīvi ietekmēt tikai konkrēti nosakāmas patērētāju grupas ekonomisko rīcību, ko komercprakses īstenotājs varētu saprātīgi paredzēt, ņemot vērā faktu, ka šie patērētāji sava garīgā vai fiziskā stāvokļa, vecuma vai nepamatotas uzticēšanās (arī pieredzes vai zināšanu trūkuma) dēļ ir īpaši neaizsargāti pret attiecīgo praksi, preci vai pakalpojumu, tad šādu komercpraksi vērtē no attiecīgās patērētāju grupas vidusmēra pārstāvja viedokļa. Savukārt NKAL 13.pantā ir noteikti gadījumi, kuros komercprakse ir uzskatāma par agresīvu jebkuros apstākļos.

PTAC norāda, ka atbilstoši 2005.gada 11.maija 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 ("Negodīgas komercprakses direktīva") preambulas 17.punktā noteiktajam, NKAL 13.pantā iekļautais izsmeļošais uzskatījums norāda gadījumus, kuros īstenojama komercprakse ir atzīstama par agresīvu jebkurā gadījumā, neveicot NKAL 12.pantā noteikto kritēriju izvērtēšanu. NKAL 13.panta 5.punktā ir noteikts, ka komercprakse jebkuros apstākļos ir 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.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC uzskata, ka Reklāmā norādītajā sauklī izteiktais uzaicinājums, proti, pašam izvēlēties savu sapņu dāvanu, kontekstā ar Reklāmas vizuālo noformējumu ir tieši adresēts bērniem. Tā kā minētais Reklāmas sauklis tiek papildināts ar aicinājumu: „Ieliec Vēlmju Groziņā, nosūti vecākiem, vecvecākiem vai draugiem un GAIDI!”, tad PTAC ieskatā konkrētajā Reklāmā tiek izteikts tiešs, bērniem adresēts aicinājums, kurā bērni tiek mudināti pierunāt vecākus vai citus pieaugušos iegādāties bērna izvēlēto preci. Tā kā konkrētā Reklāma satur NKAL 13.panta 5.punktā noteikto aizliegumu, proti, aizliegumu reklāmās tiešā veidā

iekļaut bērniem paredzētus aicinājumus pierunāt vecākus vai citus pieaugušos iegādāties preces vai pakalpojumus, Sabiedrības īstenotā komercprakse, sniedzot Reklāmu, ir atzīstama par agresīvu komercpraksi jebkuros apstākļos, kas atbilstoši NKAL 4.panta pirmajā daļā un otrās daļas 3.punktā noteiktajam ir aizliegta.

(3) PTAC secina, ka Sabiedrības sniegtais Pakalpojums ir uzskatāms par informācijas sabiedrības pakalpojumu. Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma (turpmāk – ISPL) 1.panta 2.punktā ir noteikts, ka informācijas sabiedrības pakalpojums ir distances pakalpojums (puses vienlaicīgi nesatiekas), kuru parasti sniedz par maksu, izmantojot elektroniskus līdzekļus (elektroniskas datu apstrādes un uzglabāšanas, tajā skaitā ciparu saspiešanas, iekārtas), un pēc pakalpojuma saņēmēja individuāla pieprasījuma. Informācijas sabiedrības pakalpojumi ietver preču un pakalpojumu elektronisku tirdzniecību, komerciālo paziņojumu sūtīšanu, iespēju piedāvāšanu informācijas meklēšanai, piekļuvei pie tās un informācijas ieguvei, pakalpojumus, kas nodrošina informācijas pārraidi elektronisko sakaru tīklā vai piekļuvi elektronisko sakaru tīklam, informācijas glabāšanu. Sabiedrības sniegtais Pakalpojums ir informācijas sabiedrības pakalpojums, jo konkrētā Pakalpojuma ietvaros tiešsaistes režīmā, izmantojot Mājas lapas un elektroniskā pasta iespējas, Sabiedrības komerciālās darbības ietvaros un nolūkos tiek veikta informācijas apstrāde. PTAC paskaidro, ka ISPL 1.panta 2.punktā noteiktie obligātie informācijas sabiedrības pakalpojuma noteikšanas kritēriji ir distances nosacījums, elektronisko līdzekļu izmantošanas nosacījums un pakalpojuma saņēmēja individuālā pieprasījuma nosacījums. Informācijas sabiedrības pakalpojuma priekšmets ir elektroniskās informācijas apstrāde, tātad elektroniskās informācijas radīšana, glabāšana, nosūtīšana, saņemšana, izmaiņšana. Tā kā Pakalpojums tiek sniegts tiešsaistes režīmā, proti, izmantojot tikai Mājas lapas un elektroniskā pasta iespējas, tad konkrētajā gadījumā tiek nodrošināts gan distances nosacījums, gan elektronisko līdzekļu izmantošanas nosacījums, gan arī pakalpojuma saņēmēja individuālā pieprasījuma nosacījums. ISPL 1.panta 2.punktā noteiktajā informācijas sabiedrības pakalpojuma legāldedefinīcijā noteiktais maksas nosacījums nav uzskatāms par obligātu, un atbilstoši 2000.gada 8.jūnija Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību), kuras normatīvais regulējums ir iestrādāts ISPL, preambulas 18.punktā noteiktajam informācijas sabiedrības pakalpojumi ietver arī pakalpojumus, ciktāl tie ir saimnieciskā darbība, bet par kuriem saņēmēji nemaksā. Kaut arī konkrētajā gadījumā par Pakalpojuma sniegšanu no patērētājiem netiek pieprasīta samaksa, tomēr, tā kā šī Pakalpojuma sniegšana ir saistīta ar Sabiedrības saimniecisko darbību, ņemot vērā iepriekš norādītos nosacījumus, ir uzskatāms, ka Sabiedrība sniegtais Pakalpojums ir informācijas sabiedrības pakalpojums.

PTAC uzskata par vērā ņemamu faktu, ka informācijas sabiedrības pakalpojumu izmantošana nodrošina ievērojamas priekšrocības preču un pakalpojumu tirgus virzības jomā, piemēram, iespējas piedāvāt preces vai pakalpojumus un sniegt informāciju 24 stundas diennaktī 7 dienas nedēļā, iespējas izveidot efektīvas interaktīvas preču un pakalpojumu virzīšanas, piedāvāšanas un pārdošanas sistēmas, tai skaitā iespējas sasaistīt reklāmas sniegšanu ar konkrētu piedāvājumu izteikšanu un distances līgumu slēgšanu, iespējas salīdzināt piedāvājumus un veikt preču pirkumus un pakalpojumu pasūtīšanu neklātienē, tādejādi ietaupot laiku un līdzekļus u.c.

Konkrētajā gadījumā PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrības sniegtā Reklāma ir cieši saistīta ar Mājas lapā piedāvāto Pakalpojumu un konkrētais Pakalpojums gan papildinājumā ar Reklāmu un citām Mājas lapā sniegtajām reklāmām, gan arī atsevišķi, tiek izmantots tādos pašos nolūkos kā Reklāma, proti, veicināt Sabiedrības piedāvāto preču tirdzniecības veicināšanu, un ir vērsts uz konkrēti nosakāmu patērētāju grupu – bērniem, bērnu vecākiem un citām personām, kuru ekonomiskā rīcība varētu tikt ietekmēta ar Mājas lapā veikto bērna izvēli. Minēto apsvērumu dēļ Sabiedrības sniegtais Pakalpojums ir uzskatāms par Sabiedrības īstenotu komercpraksi NKAL 1.panta 2.punktā izpratnē, bet Sabiedrība atbilstoši NKAL 1.panta 1.punktā noteiktajam ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju.

PTAC, ņemot vērā Mājas lapā piedāvātās preces un Pakalpojuma sniegšanā izmantoto saukli „Tavs vēlmju saraksts”, konstatē, ka konkrētais Pakalpojums ir tieši adresēts bērniem, jo preces, kas pamatā paredzētas bērnu izklaidei un atpūtai, ir paredzētas tieši pašu bērnu „vēlmju” apmierināšanai, un bērni ir tā mērķa auditorija, kura, ievietojot piedāvātās preces „vēlmju sarakstā”, izveido sev visvēlamāko preču sarakstu. Tā kā bērni ir personas, kas nav sasniegušas pilngadības vecumu, tātad Civillikuma 219.pantā noteikto 18 gadu vecumu, un tā kā atbilstoši Civillikuma 1408.pantā noteiktajam šādas personas, neskaitot likumā noteiktos īpašos izņēmumus, nav uzskatāmas par rīcībspējīgām, PTAC, ņemot vērā Civillikuma 1405.pantā noteikto – „Lai darījumam būtu tiesīgs spēks, ir vajadzīgs, lai tā dalībniekiem būtu tiesību spēja, un rīcības spēja” – un apstākli, ka pirkuma līguma slēdzēji ir citas personas, norāda, ka bērni, veicot sev vēlamu preču izvēli, nav spējīgi pilnvērtīgi apzināties un izvērtēt situāciju, kas ir saistīta ar pirkuma līguma slēgšanu un tā izpildi. PTAC uzskata, ka bērna veiktā izvēle konkrētajā gadījumā lielā mērā var ietekmēt to personu ekonomisko rīcību, kurām paredzēts konkrētā bērna izveidotais „Vēlmju saraksts”, un šāda rīcība, ņemot vērā subjektīvos apstākļus, var būt pretēja šo personu ekonomiski pamatotajām iespējām un interesēm. Ņemot vērā iepriekš norādītos apstākļus, proti, ka Pakalpojums ir nesaraujami saistīts ar sniegto Reklāmu, kas atbilstoši NKAL 13.panta 5.punktā noteiktajam ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi jebkuros apstākļos, Pakalpojuma sniegšanā izmantotos saukļus un Pakalpojuma pieejamības apstākļus, PTAC uzskata, ka Sabiedrība, sniedzot Pakalpojumu attiecībā uz norādīto patērētāju grupu, prettiesiski izmanto nesamērīgu ietekmi.

PTAC ieskatā, ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī NKAL 13.panta 5.punktā noteiktā normatīvā regulējuma jēgu un mērķi, kā arī apstākļus, ka norādītās patērētāju grupas vidusmēra patērētāja lēmumi par pirkuma līguma slēgšanu lielā mērā varētu tikt negatīvi ietekmēti ar nepilngadīgas, tātad pilnas rīcībspējas vecumu nenasniegušas, nenobriedušas personas rīcību (izvēli), Pakalpojuma sniegšana konkrētajā veidā ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi saskaņā ar NKAL 12.panta pirmajā daļā noteikto, kas atbilstoši NKAL 4.panta pirmajā daļā noteiktajam, ir aizliegta.

(4) NKAL 6.pantā ir noteikts, ka komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispārārtīgai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam. NKAL 4.panta otrās daļas 1.punktā ir noteikts, ka profesionālajai rūpībai neatbilstoša komercprakse ir uzskatāma par negodīgu komercpraksi. PTAC vērš uzmanību, ka minētais regulējums paredz to, ka komersanti un profesionālās darbības veicēji, piedāvājot preces un pakalpojumus patērētājiem, ir uzskatāmi par profesionāļiem, kuru pienākums ir ievērot gan normatīvajos aktos noteiktās prasības, gan arī nodrošināt tādu komerciālās

darbības kvalitātes līmeni, kas atbilst konkrētās komercdarbības godprātīgai un labticīgai tirgus praksei.

Attiecībā uz PTAC saņemtajiem Sabiedrības paskaidrojumiem saistībā ar Sabiedrības neilgo pieredzi konkrētās saimnieciskās darbības jomā, PTAC norāda, ka apstākļi, ka Sabiedrības salīdzinoši īsā pieredze, veicot saimniecisko darbību, un normatīvo aktu tiesiskā regulējuma nezināšana, nevar tikt uzskatīts par iemeslu, lai attaisnotu negodīgas komercprakses īstenošanu, jo Sabiedrība, piedāvājot preces patērētājiem, ir uzskatāma par profesionālu tirgus dalībnieku, kuram, īstenojot komercpraksi, ir pienākums rīkoties atbilstoši normatīvo aktu un godīgas tirgus prakses prasībām. PTAC vērš uzmanību uz to, ka, īstenojot komercpraksi Latvijas Republikā, Sabiedrībai ir pienākums ievērot Latvijas Republikas normatīvo aktu sistēmai atbilstošas komercdarbības īstenošanas metodes, tai skaitā preču un pakalpojumu pārdošanas veicināšanas metodes. Izmantojot citu valstu komercdarbības vidē izmantotās tirdzniecības veicināšanas metodes, Sabiedrībai ir jāņem vērā, ka patērētājiem ir tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu komercpraksi un Sabiedrībai ir jāpārlicinās par šo metožu atbilstību Latvijas Republikas normatīvo aktu prasībām.

NKAL 15.panta astotā daļa nosaka: „Ja Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraksi atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā”.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, kā arī ņemot vērā apstākli, ka Reklāma un Pakalpojums Mājas lapā vairs netiek sniegts, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt NKAL 15.panta astotajā daļā 1., 2., 3. un 4.punktā paredzētos tiesiskos pienākumus. Savukārt, ņemot vērā apstākli, ka Sabiedrības īstenojamā komercprakse jau ir kaitējusi un/vai ir varējusi neatgriezeniski kaitēt patērētājiem, un īpaši apstākli, ka Sabiedrības sniegtā Reklāma ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi jebkuros apstākļos, un ņemot vērā Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, PTAC uzskata, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai par izdarīto administratīvo pārkāpumu, īstenojot negodīgu komercpraksi, ir **piemērojams administratīvais sods**, kas paredzēts LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā. PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī LAPK 1.panta pirmā daļa nosaka, ka administratīvo pārkāpumu likumdošanas uzdevums ir aizsargāt sabiedrisko iekārtu, īpašumu, pilsoņu sociāli ekonomiskās, politiskās un personiskās tiesības un brīvības, kā arī komersantu, iestāžu un organizāciju tiesības un likumīgās intereses, noteikto pārvaldes kārtību, valsts un sabiedrisko kārtību, nostiprināt likumību, novērst tiesību pārkāpumus, audzināt pilsoņus likumu precīzas un stingras ievērošanas garā, ieaudzināt viņos cieņas

pilnu attieksmi pret citu pilsoņu tiesībām, godu un pašcieņu, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā, un juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, ka soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos neizdarītu citas personas. (Māris Baltais. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.). Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.

Ņemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā – par negodīgu komercpraksi.

LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem. Saskaņā ar LAPK 166.¹³ panta trešo daļu par negodīgu komercpraksi - uzliek naudas sodu juridiskajām personām - līdz desmittūkstoš latiem.

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

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

Ņemot vērā, ka Sabiedrība vaļširdīgi atzina un nožēloja izdarīto pārkāpumu, īsā laikā novērsa pārkāpumu, kā arī apņēmas turpmāk nepieļaut līdzīgus pārkāpumus, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1. punktu un trešo daļu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā komercprakses īstenošanas vietu un laiku, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību mīkstinošo apstākļu esamību un pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliedzams naudas sods Ls 200,00 apmērā, kas konkrētajā gadījumā ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu. Nosakot šo sodu, PTAC ņem vērā, ka, sniedzot Reklāmu, Sabiedrība ir īstenojusi agresīvu komercpraksi jebkuros apstākļos un, ka konkrētās komercprakses īstenošanā tiek izmantota neaizsargātākā sabiedrības daļa – bērni. Tomēr vienlaikus PTAC ņem vērā, ka Sabiedrība konkrēto komercpraksi ir īstenojusi īsā laika posmā, proti, aptuveni viena mēneša laikā, un ka, pamatojoties uz Sabiedrības sniegto informāciju, saistībā ar šo komercpraksi

Sabiedrība nav saņēmusi nevienu pasūtījumu, kā arī lietā esošo informāciju par Sabiedrības mantisko stāvokli.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu, 166.¹³ panta trešo daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 1. un 3.punktu, 8.panta pirmo daļu, 12.panta pirmo un otro daļu, 13.panta 5.punktu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu, ISPL 1.panta 2.punktu, Komerclikuma 1.panta pirmo daļu, otro daļu, 2.pantu, Reklāmas likuma 1.pantu.

n o l e m t s:

uzlikt SIA „GameClub”,

juridiskā adrese: Ilūkstes iela 38-13, Rīgā, LV-1082,

reģistrācijas numurs: 40103221784,

naudas sodu Ls 200,00 (divi simti latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „GameClub” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājies spēkā.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs: Valsts kase Reģistrācijas numurs 90000050138

Saņēmēja iestāde: Valsts kase BIC kods TREL LV22

Konts (IBAN) LV12TREL1060121019400

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-KREUD-10

Pieņemšanas datums: 2010.gada 11.februāris

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

Ar lēmumu iepazīnos

(paraksts)

2010.gada 11.februārī

(personu, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksti)

Ar lēmumu iepazīnos

(paraksts)

2010.gada 11.februārī

(personu, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksti)

Lēmuma norakstu saņēmu

(paraksts)

2010.gada 11.februārī

(personas, kura saņēma lēmuma norakstu, paraksts)

IZRAKSTS PAREIZS