



Latvijas Republikas Senāts
SPRIEDUMS

Rīgā 2019.gada 29.novembrī

Tiesa šādā sastāvā: senatores Ieva Višķere, Veronika Krūmiņa, Vēsma Kakste

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz SIA „Creamfinance Latvia” pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 22.marta lēmuma Nr. 8-pk atcelšanu, sakarā ar SIA „Creamfinance Latvia” kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2017.gada 31.oktobra spriedumu.

Aprakstošā daļa

[1] Pieteicēja SIA „Creamfinance Latvia” laika posmā no 2016.gada 8.janvāra līdz 14.februārim televīzijā, radio, pieteicējas interneta mājas lapā, kā arī vietnē www.inbox.lv izplatīja reklāmu par pieteicējas klientiem piedāvātu iespēju bez maksas apmeklēt koncertu „Valentīndienas superdiskotēka”.

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – Centrs) ar 2016.gada 22.marta lēmumu patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā Nr. 8-pk pieteicējai piemēroja sodu 6325 *euro* par to, ka pieteicēja, izplatot minētās reklāmas, ir īstenojusi profesionālai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos un varēja negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību.

[2] Nepiekrītot minētajam lēmumam, pieteicēja vērsās tiesā.

[3] Administratīvā apgabaltiesa ar 2017.gada 31.oktobra spriedumu noraidīja pieteicējas pieteikumu. Spriedumā, citstarp pievienojoties pirmās instances tiesas sprieduma motīviem, apgabaltiesa secināja, ka pieteicējas izplatītās reklāmas reklamē ne tikai koncertu, bet arī pieteicējas piedāvātos kreditēšanas pakalpojumus, un tās ir vērstas uz to, lai patērētāji, kuri vēlas bez maksas apmeklēt koncertu, kļūst par pieteicējas klientiem. Tiesa atzina, ka tādējādi patērētāji ar papildu priekšrocību (bezmaksas ielūgumu uz koncertu) piešķiršanu tiek aicināti ņemt kredītu nepārdomāti (pienācīgi neizvērtējot tā nepieciešamību). Līdz ar to pieteicēja ir pieļāvusi Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā paredzēto pārkāpumu – īstenojusi profesionālai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos un varēja negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību.

[4] Pieteicēja iesniedza kasācijas sūdzību par minēto apgabaltiesas spriedumu. Kasācijas sūdzībā norādīti turpmāk minētie argumenti.

[4.1] Tiesa ir paplašināti tulkojusi Ministru kabineta 2010.gada 28.decembra noteikumu Nr. 1219 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanu” (turpmāk – Patērētāju kreditēšanas noteikumi) 11.1.1. un 11.1.5.apakšpunkta normas, jo ir attiecinājusi tās uz pieteicējas izplatītajām strīdus reklāmām, lai arī šīs reklāmas nav uzskatāmas par tādām, kas piedāvā iespēju kreditēt patērētāju vai kas pārkāptu bezatbildīgas aizņemšanās noteikumus.

[4.2] No Patērētāju kreditēšanas noteikumu 11.punkta izriet, ka, lai noteiktu, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, ir jāņem vērā tās kopējais saturs, pasniegšanas veids, noformējums un informācija, kas sniegta par kreditēšanas pakalpojumu. Tiesa ir atsaukusies uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 6. un 7.pantu, bet nav sniegusi argumentētu vērtējumu koncerta reklāmas materiāliem. Tā vietā tiesa ir paļāvusies uz Centra norādītajiem faktiem un Centra 2013.gada 3.septembrī apstiprinātajām vadlīnijām „Godīgas komercprakses īstenošanai patērētāju kreditēšanas jomā” (turpmāk – Vadlīnijas), neņemot vērā pieteicējas argumentus. Vadlīnijas nevar būt vienīgais administratīvā akta izdošanas pamatojums. Turklāt labas pārvaldības princips prasa, lai iestāde palīdzētu komersantiem orientēties tiesiskajā regulējumā, nevis sodītu.

Motīvu daļa

[5] Kasācijas tiesvedības ietvaros izšķirams, vai apgabaltiesa, atzīstot pārsūdzēto Centra lēmumu par tiesisku, ir pieļāvusi kasācijas sūdzībā norādītās tiesību normu piemērošanas kļūdas.

[6] Kasācijas sūdzībā pieteicēja norādījusi, ka tiesa nepamatoti plaši interpretējusi Patērētāju kreditēšanas noteikumu 11.1.1. un 11.1.5.apakšpunkta normas. Šo apgalvojumu pieteicēja pamatojusi ar to, ka tiesa pieteicējas izplatītās strīdus reklāmas novērtējusi kā tādas, kas pārkāpj minētajās tiesību normās paredzētos aizliegumus, lai arī šīs tiesību normas ir attiecināmas tikai uz tādu reklāmu, kurā piedāvā iespēju kreditēt patērētāju. Pieteicējas ieskatā, tās izplatītajās televīzijas un radio reklāmās esot ticis reklamēts tikai koncerts, nevis pieteicējas piedāvātie pakalpojumi, savukārt reklāmā www.inbox.lv acīmredzami neesot pārkāpti bezatbildīgas aizņemšanās noteikumi. Līdz ar to tiesa esot nepamatoti attiecinājusi minētās tiesību normas uz strīdus reklāmām.

Senāts turpmāk norādīto apsvērumu dēļ šo pieteicējas argumentu atzīst par nepamatotu.

[7] Nav strīda, ka Patērētāju kreditēšanas noteikumi nosaka prasības attiecībā uz tādām reklāmām, kas ir vērstas uz patērētāja kreditēšanas pakalpojumu reklamēšanu. To tiešā tekstā paredz minēto noteikumu 11.punkts, proti, šajā normā likumdevējs noteicis, ka reklāmā, kurā piedāvā iespēju kreditēt patērētāju, aizliegts veicināt bezatbildīgu aizņemšanos, savukārt par reklāmu, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos, citstarp uzskatāmas tādas reklāmas, kas aicina patērētāju saņemt kredītu nepārdomāti vai neizvērtējot tā nepieciešamību (11.1.1.apakšpunkts) vai kas ietekmē vai var ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu, papildus piedāvājot iegūt preces vai saņemt pakalpojumus vai citas priekšrocības, ja tām nav tiesas saistības ar kredīta izmantošanu vai to saņemšanai ir vai var būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu (11.1.5.apakšpunkts).

To, ka minētās prasības attiecināmas tikai uz tādām reklāmām, kas piedāvā iespēju kreditēt patērētāju, savā spriedumā nav noliegusi arī tiesa, – gluži pretēji, tiesa spriedumā skaidri

norādījusi, ka šajā aspektā piekrīt pieteicējai. Vienlaikus tiesa ir secinājusi, ka, pretēji pieteicējas uzskatam, strīdus reklāmas ir atzīstamas par tādām, kas ir vērstas uz patērētāja kreditēšanas pakalpojumu reklamēšanu.

Pie šāda secinājuma tiesa nonākusi, lietā esošo pierādījumu pārbaudes ietvaros iepazīstoties ar strīdus reklāmām un vispusīgi izvērtējot to kopēju saturu, pasniegšanas veidu un noformējumu. Tiesa konstatēja, ka gan reklāmā www.inbox.lv un pieteicējas interneta mājas lapā, gan reklāmā televīzijā un radio bija norādīts, ka pieteicējas klientiem tiks piešķirti bezmaksas ielūgumi uz koncertu (katru nedēļu laika posmā no 2016.gada 4.janvāra līdz 12.februārim – 1000 ielūgumi). Turklāt reklāma vietnes www.inbox.lv lietotājiem ietvēra tekstu „Mums ir divas labas ziņas”, tālāk norādot, ka viena labā ziņa ir iespēja saņemt bezmaksas ielūgumus uz koncertu, bet otra – iespēja pieteikties aizdevumam līdz pat 1000 *euro*. Tāpat šajā reklāmas tekstā tika piedāvāta kredītlīnija uz sešiem mēnešiem. Novērtējot reklāmas noformējumu, tiesa arī konstatēja, ka gan tajā reklāmas daļā, kas akcentē aizdevuma pakalpojumu, gan tajā daļā, kas akcentē koncerta apmeklēšanas iespēju, ir paredzēta iespēja reģistrēties, lai pieteiktos aizdevumam un lai saņemtu ielūgumus. Vienlaikus reklāmā nav norādīts, ka iespēja saņemt bezmaksas ielūgumu uz koncertu attiektos tikai uz jau esošajiem pieteicējas klientiem. Tiesa arī nenoliedza, ka televīzijas un radio reklāmās galvenais akcents ir uz koncerta reklamēšanu, bet norādīja, ka tas nemaina to, ka šajās reklāmās ietvertā norāde uz iespēju saņemt ielūgumus uz koncertu mudina patērētājus uz pieteicējas pakalpojumu saņemšanu.

Izvērtējot minētos apstākļus, tiesa ņēma vērā, ka patērētāja uztvere veidojas kompleksi no visiem reklāmas pasniegšanas veidiem, jo patērētājs ietekmējas un gūst informāciju no dažādiem reklāmas veidiem par vienu un to pašu produktu. Līdz ar to, novērtējot konstatētos apstākļus kopsakarā, tiesa secināja, ka ar konkrētajām reklāmām pieteicēja citstarp cenšas reklamēt savus pakalpojumus ar nolūku piesaistīt jaunus klientus, kā „ēsmu” piedāvājot iespēju saņemt bezmaksas ielūgumus uz koncertu, un tāpat tās ir tādas reklāmas, kas ir vērstas uz kreditēšanas pakalpojumu reklamēšanu.

Kasācijas sūdzībā nav norādīts, kāpēc minētie tiesas secinājumi būtu atzīstami par kļūdainiem. Kasatore uzsvērusi vien to, ka, tās ieskatā, strīdus reklāmas tomēr ir vērtējamas kā tādas, kas reklamē koncertu, nevis pieteicējas piedāvātos pakalpojumus un kas neveicina nepārdomātu aizņemšanos. Tomēr šāds apgalvojums, ja tas vienlaikus nav sasaistīts ar konkrēti norādītām tiesas kļūdām pierādījumu novērtēšanā (paskaidrojot, kuru tieši pierādījumu tiesa nav novērtējusi vai arī ir novērtējusi nepareizi un kāpēc, kā arī norādot, kā tiesas kļūda ietekmējusi lietas iznākumu) liecina tikai par to, ka pieteicēja nepiekrīt tiesas veiktajam lietas apstākļu novērtējumam, bet šāda nepieņemšana pati par sevi neliecina par tiesas pieļautu pārkāpumu. Pieteicējai arī norādāms, ka Senāta kā kasācijas instances tiesas kompetence nav pārvērtēt lietas faktiskos apstākļus, bet gan pārbaudīt, vai tiesa lietas izskatīšanā pieļāvusi kasācijas sūdzībā norādītus konkrētus tiesību normu pārkāpumus (piemēram, *Senāta 2017.gada 20.decembra sprieduma lietā Nr. SKA-236/2017 (ECLI:LV:AT:2017:1220.A420581811.3.S) 10.punkts, 2017.gada 6.decembra sprieduma lietā Nr. SKA-305/2017 (ECLI:LV:AT:2017:1206.A420600811.2.S) 5.punkts, 2017.gada 21.novembra sprieduma lietā Nr. SKA-278/2017 (ECLI:LV:AT:2017:1121.A420411412.2.S) 7., 8.punkts*).

Ievērojot minēto, Senātam nav pamata uzskatīt, ka tiesa Patērētāju kreditēšanas noteikumu 11.punkta normas ir piemērojusi attiecībā uz tādām reklāmām, kas nav uzskatāmas par patērētāja kreditēšanas pakalpojumu reklamām. Kasācijas sūdzībā izvirzītais apgalvojums, ka tiesa attiecīgās tiesību normas piemērojusi nepamatoti plaši (atzīstot, ka tās attiecināmas arī uz tādām

reklāmām, kas nav vērstas uz kredītešanas pakalpojumu reklamēšanu vai kas neveicina bezatbildīgu aizņemšanos) nav pamatots.

[8] Kasācijas sūdzībā norādīts, ka tiesa, lai arī ir atsaukusies uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 6. un 7.pantu, pēc būtības nav pārbaudījusi, vai ir pamats apgalvot, ka strīdus reklāmas ir tādas, kuru izplatīšana vērtējama kā profesionālajai rūpībai neatbilstoša rīcība, kas var negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību.

Senāts šo pieteicējas argumentu atzīst par nepamatotu.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenotājiem izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem. Ar šo likumu tiek aizliegta negodīga komercprakse (4.panta pirmā daļa), vienlaikus paredzot, ka par negodīgu komercpraksi uzskata tādu komercpraksi, kas neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību attiecībā uz preci vai pakalpojumu, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar (4.panta otrās daļas 1.punkts). Likuma 6.pants detalizētāk skaidro, kādu komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, proti, tādu, kas netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispārātzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam. Savukārt par patērētāja ekonomisko rīcību būtiski negatīvi ietekmējošu uzskata tādu komercpraksi, kura būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un kuras rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis (likuma 7.panta pirmā daļa).

Kā jau iepriekš norādīts, izskatāmajā lietā tiesa ir konstatējusi, ka strīdus reklāmas ir patērētāju kredītešanas pakalpojumu reklāmas, uz kurām līdz ar to attiecas Patērētāju kredītešanas noteikumos paredzētās specifiskās prasības. Izvērtējot strīdus reklāmu kopējo saturu, pasniegšanas veidu un noformējumu, tiesa atzinusi, ka pieteicēja ir pārkāpusi šīs prasības. Proti, pieteicēja ir izplatījusi tādas reklāmas, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos, jo tās mudina kredītu ņemt tās personas, kuras vēlas saņemt bezmaksas ielūgumu uz koncertu, nevis kurām ir objektīva nepieciešamība ņemt aizdevumu. No tiesas sprieduma, ņemot vērā tiesas apsvērumus kopsakarā, skaidri saprotams, ka šādu rīcību, proti, Patērētāju kredītešanas noteikumu neievērošanu, tiesa vērtē kā profesionālajai rūpībai neatbilstošu. Šāds tiesas vērtējums ir pareizs, jo ir saprātīgi sagaidīt, ka komersants, kurš darbojas konkrētā komercdarbības jomā, zina un ievēro šai komercdarbības jomai izvirzītās prasības. Ja komersants šādas prasības neievēro, ir pamats secināt, ka tas nav bijis pietiekami profesionāli rūpīgs. Tāpat loģisks ir no sprieduma izrietošais tiesas secinājums, ka, izplatot tādu reklāmu, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos, komersants īsteno tādu komercpraksi, kas var negatīvi ietekmēt patērētāja ekonomisko rīcību (izvēles izdarīšanu attiecībā uz konkrētā veida pakalpojumu izmantošanu).

Kasācijas sūdzībā norādītais, ka tiesa minētos secinājumus izdarījusi, nesniedzot argumentētu vērtējumu koncerta reklāmas materiāliem, ir acīmredzami nepamatots, jo no tiesas motīviem (kurus citstarp veido pievienošanās pirmās instances tiesas motīviem), ir redzams, ka tiesa ir rūpīgi izvērtējusi strīdus reklāmas un tiesas secinājumi ir balstīti uz spriedumā izklāstīto šo reklāmu saturu, pasniegšanas veida un noformējuma analīzi. Kasācijas sūdzībā pieteicēja nav konkretizējusi, kas tieši būtu palicis nenovērtēts vai kas tieši ir novērtēts neloģiski vai ārpus konteksta. Tāpat pieteicēja arī nav konkretizējusi, kādus tās izvirzītus argumentus tiesa nebūtu nenovērtējusi. Savukārt tas vien, ka tiesas vērtējums pēc būtības sakrīt ar Centra vērtējumu,

nenozīmē, ka tiesa nav objektīvi un vispusīgi novērtējusi lietas apstākļus, bet ir tikai balstījies uz iestādes sniegto vērtējumu.

Līdz ar to konkrētais kasācijas sūdzības iebildums liecina tikai par to, ka pieteicēja nepiekrīt tiesas sniegtajam vērtējumam, bet tas nenorāda uz to, ka tiesa savā vērtējumā būtu pieļāvusi kādas kļūdas.

[9] Kasācijas sūdzībā izvirzīts apgalvojums, ka iestādes izstrādātas vadlīnijas nevar būt vienīgais administratīvā akta izdošanas pamatojums. Vienlaikus kasācijas sūdzībā nav paskaidrots, kā šis apgalvojums attiecas uz kasācijas kārtībā izskatāmo jautājumu, proti, to, vai tiesa ir pieļāvusi tiesību normu pārkāpumus. Nav šaubu, ka adresātam nelabvēlīgu pienākumu uzliedzot administratīvajam aktam ir jābūt balstītam uz ārējām tiesību normām, nevis iestādes iekšēji izstrādātiem dokumentiem. To spriedumā nav noliegusi arī tiesa. Vienlaikus tiesa spriedumā ir konstatējusi, ka Centrs pārsūdzēto lēmumu ir balstījis uz tiesību normām (jau minētajām Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma un Patērētāju kreditēšanas noteikumu normām), savukārt tas, ka citstarp pieminētas arī Vadlīnijas, pats par sevi nenozīmē, ka iestādes lēmums nav pamatots ar tiesību normām.

Arī kasācijas sūdzībā norādīts, ka atbilstoši labas pārvaldības principam iestādei būtu jāpalīdz komersantiem orientēties tiesiskajā regulējumā, neko neliecina par tiesas pieļautu kļūdu tiesību normu piemērošanā. Turklāt tiesa spriedumā ir atbildējusi uz šo pieteicējas apsvērumu, norādot, ka Centrs ir izstrādājis Vadlīnijas tieši tāpēc, lai, ievērojot labas pārvaldības principu, skaidrotu komersantiem tiesisko regulējumu par godīgas komercprakses īstenošanu patērētāju kreditēšanas jomā, līdz ar to nav pamata Centram pārnest, ka tas tikai soda komersantus, bet necenšas tiem palīdzēt orientēties tiesiskajā regulējumā.

[10] Apkopojot minēto, pārsūdzētais apgabaltiesas spriedums atstājams negrozīts, bet pieteicējas kasācijas sūdzība noraidāma.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 348.panta pirmās daļas 1.punktu un 351.pantu, Senāts

nosprida

Atstāt negrozītu Administratīvās apgabaltiesas 2017.gada 31.oktobra spriedumu, bet SIA „Creamfinance Latvia” kasācijas sūdzību noraidīt.

Spriedums nav pārsūdzams.

(paraksts)
I. Višķere

(paraksts)
V. Kakste

(paraksts)
V. Krūmiņa

NORAKSTS PAREIZS

Senāta Administratīvo lietu departamenta

senatore

Rīga 2019.gada 29.novembrī



I. Višķere

