



ADMINISTRATĪVĀ APGABALTIESA

Lieta Nr.A420169521
AA43-0188-23/12

SPRIEDUMS Latvijas tautas vārdā

Rīgā

2023.gada 2.martā

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:
tiesnesis referents Kaspars Berķis,
tiesneses Ilze Amona un Valda Zommere

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz SIA „EXTRA CREDIT” pieteikuma par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2021.gada 1.aprīļa lēmuma Nr.5-pk atcelšanu, sakarā ar SIA „EXTRA CREDIT” apelācijas sūdzību par Administratīvās rajona tiesas 2022.gada 24.maija spriedumu.

Aprakstošā daļa

[1] Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – centrs) ar 2021.gada 1.aprīļa lēmumu Nr.5-pk (turpmāk – Lēmums) pieteicējai SIA „EXTRA CREDIT” noteica aizliegumu sniegt un izplatīt patērētājiem adresētas patērētāju kreditēšanas reklāmas, kas pārkāpj normatīvajos aktos noteiktos patērētāju kreditēšanas reklāmas ierobežojumus, kā arī uzlika naudas sodu 2500 *euro*.

Lēmums pamatots ar turpmāk norādītajiem argumentiem.

[1.1] Tā kā pieteicējas reklāma tika izplatīta televīzijā, uz to nav attiecināmi Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta pirmajā daļā norādītie izņēmuma gadījumi. Vērtējot reklāmas vizuālo un audiālo saturu, tajā redzams, ka vīrietis gados ar sievieti uz motocikla piebrauc pie degvielas uzpildes stacijas un sāk runāt, ka sakrāj piecas uzlīmes un saņem kafiju bez maksas, 10 uzlīmes un nomazgā motociklu, kā arī tiek vizuāli attēlots sauklis „*Pirmais bez maksas. Jo bino ir crazy!*”, patērētāji tiek aicināti apmeklēt *www.bino.lv* (turpmāk – vietne). Līdz ar to patērētājam tiek parādīta ļoti sadzīviska aina, jo lielākā sabiedrības daļa ikdienā pērk kafiju līdzņemšanai vai

arī mazgā transportlīdzekli, kas pievilina skatītājus kopsakarā sasaistot to ar saukli „*Pirmais bez maksas*”. Reklāmā izteiktais aicinājums apmeklēt vietni, kur pieejami kredīta piedāvājumi, mudina patērētāju to apmeklēt un saņemt pirmo kredītu bez maksas. Tādējādi reklāma ir vērtējama kā patērētāju kreditēšanas reklāma, kas satur zīmolvārda reklāmu.

[1.2] 2019.gada 1.jūlijā stājās spēkā Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrā daļa, bet pieteicējas preču zīme „*Pirmais bez maksas. Jo bino ir crazy!*” (turpmāk – preču zīme) bija reģistrēta un iekļauta Latvijas Republikas Patentu valdes preču zīmju uzturētajā datubāzē ar 2020.gada 11.februāri, līdz ar to pieteicējas preču zīmes saturā bija jāizmanto neitrāli un vispārīgi saukļi, neiekļaujot atsauci, kas tieši vai netieši aicina aizņemties. Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrajai daļai nav atpakaļejoša spēka attiecībā uz tiem izveidotajiem zīmoliem un reģistrētajām preču zīmēm, kas izstrādāti un reģistrēti līdz grozījumu spēkā stāšanās brīdim. Līdz ar grozījumu spēkā stāšanos kredītu devējiem jāizmanto tādi zīmolvārdi, kuri nesatur saukļus un aicinājumus saņemt patērētāju kreditēšanas pakalpojumus. Tas pats attiecināms uz reģistrētām preču zīmēm.

Vienlaikus centrs savā mājaslapā bija publicējis un nodrošinājis ikvienam pieejamu Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta skaidrojumu „Patērētāju kreditēšanas reklāmas ierobežojumi” un rīkojis vairākus informatīvus seminārus, kuros, tai skaitā, piemēru veidā atspoguļoja atbilstošas un neatbilstošas reklāmas, tostarp zīmolvārda reklāmas, kurus apmeklēja arī pieteicējas pārstāvji. Tādējādi pieteicējai kā profesionālei bija jābūt ziņošanai par patērētāju kreditēšanas reklāmu regulējumu.

[1.3] Pieteicēja piedāvā tikai vienu kredīta veidu, proti, tā distancē izsniedz īstermiņa kredītus līdz 30 dienām bez atmaksas grafika. Tieši šādu kredīta veidu piedāvā vēl tikai divas kapitālsabiedrības, kuras ir saņēmušas atļauju (licenci) patērētāju kreditēšanai. Pirms Patērētāju tiesību aizsardzības likuma normas spēkā stāšanās pieteicēja plaši reklamēja kredītu izsniegšanu bez komisijas maksas vai ar 100% atlaidi komisijas maksai, līdz ar to patērētājam reklāmas sauklis „*Pirmais bez maksas*” rada asociāciju tieši ar pieteicējas piedāvāto kreditēšanas pakalpojumu, nevis zīmolvārdu.

[1.4] Pieteicējai nav reģistrēti citi saimnieciskas darbības veidi, kas saistīti ar kafijas tirdzniecību vai automazgātavas pakalpojumu sniegšanu, bet ievērojot, ka tās reģistrētais saimnieciskās darbības veids Valsts ieņēmumu dienesta datu bāzē ir – citi kreditēšanas pakalpojumi (NACE 64.92, versija 2.0), pamatoti secināts, ka pieteicēja izplatīja reklāmu, kura netieši aicināja patērētājiem saņemt pirmo kredītu bez maksas, skatot kontekstā ar vietnē piedāvāto pakalpojumu 100% atlaides komisijas maksai pirmajam kredītam. Līdz ar to preču zīme neraksturo pieteicēju, bet gan tās piedāvāto pakalpojumu.

[1.5] Reklāmā var arī nebūt tiešas norādes uz aicinājumu saņemt kreditēšanas pakalpojumus. Vērtēts tiek reklāmas kopējais pasniegšanas veids un saturs. Izmantotā preču zīme un aicinājums apmeklēt vietni un uzzināt tieši patērētājam izveidotu piedāvājumu nepārprotami liecina, ka lielākā sabiedrības daļa, noskatoties reklāmu, to uztvers un saistīs tieši ar kreditēšanas

pakalpojumiem, nevis atgādinās par pieteicēju kā pakalpojuma sniedzēju. Likumdevēja mērķis, pieņemot Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ pantu, bija samazināt patērētāju kreditēšanas reklāmu auditoriju un iespēju, ka patērētājs saskaras ar šādu reklāmu bez savas gribas, kā arī mazināt vieglprātīgu aizņemšanos, līdz ar to reklāma ir pretrunā šai normai, jo aicina patērētājus izmantot kreditēšanas pakalpojumus.

[1.6] Pieteicējas izdarītais pārkāpums, neievērojot Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta un Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto reklāmas likumīguma prasību, ir vērtējams kā smags, jo pieteicējas reklāmas izplatīšanā izmantoti 18 televīzijas kanāli un televīzijā izplatītā reklāma bija vērsta uz plašu patērētāju kolektīvo ekonomisko interešu ietekmēšanu. Izplatot reklāmu, pieteicējai atbilstoši Reklāmas likuma mērķim bija jānodrošina, ka nevienas sabiedrības daļas intereses nav aizskartas.

[2] Nepiekrītot Lēmumam, pieteicēja to pārsūdzēja Administratīvajā rajona tiesā. Pieteikums pamatots ar turpmāk minētajiem argumentiem.

[2.1] Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrās daļas mērķis bija ne tikai mazināt patērētāju kreditēšanas reklāmu ietekmi uz sabiedrības viedokli par kreditēšanas pakalpojumu vienkāršo pieejamību un piemērotību jebkuru finanšu problēmu risināšanai, bet arī pārmērā neierobežot kredītdevēju tiesības, atstājot tiesības veicināt savu pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Centram bija jāizvērtē, vai reklāmā ir ietverta konkrēta kreditēšanas pakalpojuma reklāma, vai arī ir ticis reklamēts kreditēšanas pakalpojuma zīmolvārds. Reklāmā nav ietverts vārds „kredīts”, „kreditēšana”, „aizdevums” vai cita līdzīga satura vārds vai izteiciens, kas saturētu norādi uz patērētāju kreditēšanu, bet gan vispārīgi popularizēta pieteicēja.

[2.2] Reklāma atbilst Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrās daļas izņēmumam. Pieteicēja darbojas asas konkurences apstākļos, kur dominējošā daļa no patērētāju kreditēšanas tirgus dalībnieku aktīvā komunikācijā izmantoto preču zīmju satur nepārprotamas norādes un atsauc uz patērētāju kreditēšanas pakalpojumu sniegšanu, piemēram, „smscredit”, „aizdevums.lv”, „viasms.lv”, „elastīgs aizdevums”, „credit24”, „citadeleleasing.lv”, „crediton.lv”, „ladvloan.lv”, „e-kredīts”, „latekolizings.lv”, „iespejukredits.lv”, „minicredit.lv”, „Luminor Līzings”, „autososcredit.lv”, „sauleskredits.lv”. Pieteicējas reklāmā izmantotā preču zīme pati par sevi nerada asociāciju ar patērētāju kreditēšanu atšķirībā no konkurentu preču zīmēm. Liegums pieteicējai lietot tās preču zīmi radītu būtiskus šķēršļus pieteicējas spējai konkurēt patērētāju kreditēšanas tirgū, lai gan šāds ierobežojums nav noteikts Patērētāju tiesību aizsardzības likumā.

[2.3] Termins „zīmolvārds” pēc būtības ir termina „preču zīme” aizguvums no citiem normatīvajiem aktiem. Ņemot vērā, ka „zīmolvārds” nav definēts normatīvajos aktos un tā nozīme nav saprotama, šis termins tiek aizstāts ar terminu „preču zīme”.

Turklāt, lai tiktu ievērot Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrajā daļā paredzētais izņēmums patērētāju kreditēšanas reklāmai, pieteicēja

2020.gada 11.februārī pieteica preču zīmes reģistrāciju, kas 2020.gada 20.jūlijā tika akceptēta un reģistrēta Latvijas Republikas preču zīmju reģistrā. Pieteicēja tajā neiekļāva skaitlisku informāciju vai saukļus, kas raksturo kreditēšanu, aizdevumu izsniegšanu vai jebkādu citu pakalpojumu, ko patērētājs varētu saistīt ar patērētāju kreditēšanas pakalpojumu sniegšanu vai tā piemērotību jebkuru finanšu problēmu risināšanai. Turklāt arī neregistrēta preču zīme ir uzskatāma par preču zīmi un tā bauda Preču zīmju likuma 23.panta otrajā daļā noteikto aizsardzību.

[2.4] Reklāmā nav atainota sadzīviska aina, kurā personām varētu būt nepieciešamība pēc papildus finanšu līdzekļiem un tādējādi arī pēc pieteicējas piedāvātajiem kreditēšanas pakalpojumiem. Reklāmā ietvertā preču zīme nedz pati par sevi, nedz kontekstā ar reklāmā ietverto attēlu nav saistāma ar kreditēšanas pakalpojumiem un papildus finanšu līdzekļu nepieciešamību. Turklāt, lai neradītu asociācijas ar kreditēšanas pakalpojumu saņemšanu, bet tikai ar zīmolvārda reklamēšanu, reklāmā izmantots logo „*bino.lv*”, nevis pieteicējas nosaukums SIA „EXTRA CREDIT”. Savukārt aicinājums apmeklēt vietni nav veidots, lai izraisītu lielāku pieprasījumu pēc pieteicējas piedāvātajiem produktiem. Tas ir vispārpieņemts „reklāmas sauklis”, ko izmanto komersanti dažādās nozarēs, jo reklāmas laiks ir ierobežots (šajā gadījumā – 15 sekundes). Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta daļa neliedz ietvert aicinājumus apmeklēt kreditēšanas pakalpojumu sniedzēju mājaslapas vai pakalpojumu sniegšanas vietas, bet aizliedz reklamēt konkrētus kreditēšanas pakalpojumus. Tā kā pieteicēja ir ievērojusi šos noteikumus, Lēmums ir atceļams.

[2.5] Lēmumā nepamatoti secināts reklāmas mērķis, argumentējot to tikai ar publiski pieejamo informāciju par pieteicējas reģistrēto saimnieciskās darbības veidu. Pieteicējas papildu darbības veids ir „konsultēšana komercdarbībā un vadībizinībās”. Reklāmas mērķis bija atgādināt par pieteicēju kā pakalpojuma sniedzēju, reklamēt savu zīmolvārdu jeb preču zīmi, kā arī atgādināt patērētājiem par finanšu pratību un veidu, kā ietaupīt naudu – sakrājot uzlīmes, kuras piedāvā vairāki pakalpojumu sniedzēji.

[2.6] Centrs atsaucās uz Latvijas Universitātes 2017.gada veikto pētījumu „Distances jeb ātro kredītu izmantošana Latvijā. Patērētāju uzvedības psiholoģiskie aspekti.” Tajā apkopotas patērētāju atbildes par reklāmu ietekmi uz patērētāja izvēli. No pētījuma izriet, ka televīzijas reklāmu ietekme uz patērētāju ir salīdzinoši maza, turklāt uz patērētāju psiholoģiski strādā tieši ierastie reklāmas mehānismi, piemēram, identificēšanās ar reklāmas varoņiem un gatavi scenāriji, kā tikt galā ar problēmām, kas netika izmantoti pieteicējas reklāmā.

[3] Ar Administratīvās rajona tiesas 2022.gada 24.maija spriedumu pieteicējas pieteikums noraidīts. Spriedums pamatots ar turpmāk minētajiem argumentiem.

[3.1] Saskaņā ar Reklāmas likuma 1.panta pirmo daļu reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida

paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Kā izriet no minētās tiesību normas un kā tas skaidrots arī Senāta judikatūrā, kāda paziņojuma vai pasākuma atbilstība reklāmas jēdzienam ir jāvērtē pēc nolūka, ar kādu attiecīgais paziņojums izplatīts vai pasākums veikts (*sk. Senāta 2019.gada 22.novembra sprieduma lietā SKA-382/2019 11.punktu*).

Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta pirmā daļa noteic, ka aizliegts reklamēt kreditēšanas pakalpojumus, izņemot noteiktus gadījumus.

Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrā daļa (*redakcijā līdz 2021.gada 14.jūnijam*) paredzēja, ka panta pirmā daļa neattiecas uz kreditēšanas pakalpojumu sniedzēja zīmolvārda reklāmu. Kreditēšanas pakalpojumu sniedzēju zīmolvārda, tai skaitā sponsorēšanas, reklāma ir aizliegta sabiedriskā pasūtījuma ietvaros radio vai televīzijā īstenotos projektos, kas finansēti no valsts vai pašvaldības budžeta līdzekļiem.

[3.2] Izskatāmajā gadījumā par pieteicējas zīmolvārdu uzskatāms sauklis „*Pirmais bez maksas. Jo bino ir crazy!*”. Vienlaikus televīzijā izplatīta šāda satura reklāma: „*Bet visi krāj uzlīmes, sakrāj piecas – kafija bez maksas, desmit – nomazgā moci. Viss jaunais ir labi aizmirsts vecais, pirmais bez maksas, jo bino ir kreizi! Ienāc bino.lv un apskati tieši savu piedāvājumu!*”. Reklāmā redzams (par ko lietā strīds nepastāv), ka vīrietis gados ar sievieti uz motocikla piebrauc pie degvielas uzpildes stacijas un sāk runāt, ka sakrāj piecas uzlīmes un saņem kafiju bez maksas, 10 uzlīmes un nomazgā motociklu, kā arī tiek vizuāli attēlots sauklis „*Pirmais bez maksas. Jo bino ir crazy!*”, patērētāji tiek aicināti apmeklēt www.bino.lv.

Tāpat papildus zīmolvārda reklāmai pieteicēja ir aicinājusi skatītājus ienākt vietnē www.bino.lv un apskatīt tieši savu piedāvājumu. Tas nozīmē, ka konkrētā reklāma satur ne tikai pieteicējas zīmolvārda reklāmu, bet arī aicinājumu apmeklēt konkrētu interneta vietni un apskatīt piedāvājumu.

Ņemot vērā minēto, turpmāk noskaidrojams, vai reklāma, kas satur aicinājumu apmeklēt konkrētu interneta vietni un apskatīt piedāvājumu, uzskatāma par patērētāju kreditēšanas pakalpojumu reklāmu, kā to identificējis centrs, un uz to attiecināms Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta pirmajā daļā ietvertais kreditēšanas pakalpojumu reklāmas aizliegums.

[3.3] Vērtējot, vai konkrēts paziņojums uzskatāms par patērētāju kreditēšanas pakalpojumu reklāmu, jāvērtē, vai paziņojums izplatīts ar mērķi veicināt pieprasījumu pēc patērētāju kreditēšanas pakalpojumiem. Tādēļ nozīme ir tieši reklāmas kopējam pasniegšanas veidam un saturam.

Analizējot reklāmas vizuālo un audiālo saturu, konstatējams, ka reklāmas sauklis beidzas ar tekstu: „*Ienāc bino.lv un apskati tieši savu piedāvājumu!*”. Aplūkojot interneta vietnes www.bino.lv saturu, konstatējams, ka tajā tiek piedāvāti kreditēšanas pakalpojumi. Vietnē ir iespējams izvēlēties vajadzīgo naudas summu, atmaksas termiņu, uzreiz redzot kopējo atmaksājamo summu. Tāpat norādīts, ka pirmajam aizdevumam, kas nepārsniedz 1000 *euro*, ir 0% komisija. Līdz ar to, lai arī reklāmā tiešā tekstā nav ietverts vārds „kredīts”, „kreditēšana”, „aizdevums”, reklāma skatītāju „aizved” tieši uz iespēju saņemt

kreditēšanas pakalpojumus. Izvēloties vajadzīgo naudas summu, atmaksas termiņu un uzreiz redzot kopējo atmaksājamo summu, tiek norādīts, ka katram ir iespējams izvēlēties tieši sev vēlamo piedāvājumu. Ņemot vērā minēto, ikvienam vidusmēra patērētājam ir uztverams, ka konkrētā reklāma reklamē patērētāju kreditēšanas pakalpojumu.

Papildus tam pretēji pieteicējas apgalvotajam tiesa secina, ka arī reklāmā izmantotā preču zīme „*Pirmais bez maksas. Jo bino ir craazy!*” jau pati par sevi rada asociāciju ar patērētāju kreditēšanas pakalpojumiem. Kā jau tiesa konstatēja, vietnē *www.bino.lv* norādīts, ka pirmajam aizdevumam, kas nepārsniedz 1000 *euro*, ir 0% komisija. Līdz ar to sauklis „pirmais bez maksas” ir uztverams tieši šādā kontekstā. Faktiski secināms, ka ar iespēju nemaksāt procentus par pirmo piešķirto aizdevumu līdz 1000 *euro* skatītāji tiek ieinteresēti izmantot tieši konkrēto kreditēšanas pakalpojumu. Līdz ar to tiesai nav ne mazāko šaubu, ka reklāmas mērķis ir veicināt pieprasījumu pēc patērētāju kreditēšanas pakalpojumiem.

Ņemot vērā minēto, secināms, ka reklāma ir vērtējama kā patērētāju kreditēšanas reklāma, nevis kā zīmolvārda reklāma Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrās daļas izpratnē.

[3.4] Izplatot patērētāju kreditēšanas pakalpojumu reklāmu, kura nav vērtējama kā zīmolvārda reklāma Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrās daļas izpratnē, pieteicēja ir pieļāvusi Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta pirmās daļas un secīgi arī Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas (reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem) pārkāpumu. Ņemot vērā, ka pieteicējas izplatītā reklāma bija pretrunā ar tiesību normām, centram saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 3. un 5.punktu bija tiesības aizliegt izplatīt normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu un uzlikt soda naudu par jau pieļautajiem pārkāpumiem.

[3.5] Reklāmas likuma 20.panta pirmā daļa noteic, ka uzraudzības iestāde par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu ir tiesīga uzlikt soda naudu līdz 14 000 *euro*.

Pieteicējai uzlikta soda nauda 2500 *euro*. Šāds soda naudas apmērs noteikts, ņemot vērā, ka pieteicējai kā profesionālei būtu jābūt zinošai par patērētāju kreditēšanas reklāmas regulējumu, pieteicējai tas ir zināms un izprotams. Centrs ir vadījis vairākus informatīvus seminārus, kurus apmeklēja arī pieteicējas pārstāvji. Pieteicēja pārkāpumu neatzīst, vienlaikus apliecinot, ka līdzīga satura reklāmas vairs netiek izplatītas. Tiek ņemts vērā apstāklis, ka pieteicēja aktīvi sadarbojās un ņēma vērā centra rekomendācijas attiecībā uz interneta vietnē *Facebook* izplatītajām sponsorētajām reklāmām. Tomēr televīzijā izplatītā reklāma bija vērsta uz plašu patērētāju kolektīvo ekonomisko interešu ietekmēšanu. Reklāmas izplatīšanā izmantoti 18 televīzijas kanāli. Līdz ar to pārkāpums vērtējams kā smags.

Tiesa konstatē, ka soda naudas apmērs noteikts, ņemot vērā tiesību normās noteiktos kritērijus. Būtiski akcentēt, ka kreditēšanas reklāmas negatīvi

var ietekmēt tieši ekonomiski mazāk aizsargāto patērētāju intereses un konkrētajā gadījumā reklāma adresēta plašam sabiedrības lokam. Pamatojoties uz minēto kopsakarā ar iepriekš konstatēto, tiesa piekrīt, ka pieteicējas pārkāpums vērtējams kā smags. Tādējādi centra piemērotā soda nauda 2500 *euro* apmērā atzīstama par pamatotu un samērīgu.

[3.6] Ņemot vērā iepriekš minēto, Lēmums atzīstams par tiesisku un pamatotu.

[4] Pieteicēja par Administratīvās rajona tiesas 2022.gada 24.maija spriedumu iesniedza apelācijas sūdzību, norādot turpmāk minētos apsvērumus.

[4.1] 2020.gada 11.februārī pieteicēja pieteica preču zīmes „*Pirmais bez maksas! Jo bino ir crazy!*” reģistrāciju, 2020.gada 20.jūlijā tā tika reģistrēta Latvijas Republikas preču zīmju reģistrā. Preču zīmes pieteikumu pieteicēja iesniedza, lai tiktu ievērots Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrajā daļā paredzētais izņēmums patērētāju kreditēšanas reklāmai.

Latvijā nav normatīvo aktu, kas aizliegtu reģistrēt preču zīmes ar tiešām vai netiešām norādēm uz patērētāju kreditēšanu. Tomēr, neskatoties uz minēto, pieteicējas preču zīme nesaturēja nekādas norādes uz patērētāju kreditēšanu, tāpēc tā likumīgi varēja tikt izmantota pieteicējas reklāmās.

Tiesa nepamatoti secinājusi, ka reklāmas sauklis, kas satur aicinājumu apmeklēt konkrētu interneta vietni un apskatīt piedāvājumu, uzskatāms par patērētāju kreditēšanas pakalpojumu reklāmu.

[4.2] Pieteicējas aicinājums apmeklēt tās mājaslapu *www.bino.lv* nav veidots, lai izraisītu lielāku pieprasījumu pēc pieteicējas piedāvātajiem produktiem, bet gan celtu kreditētāja un tā zīmolvārda atpazīstamību Latvijā. Zīmolvārda reklāma Latvijā reklāmas izplatīšanas brīdī bija atļauta, kā arī pieteicējas izplatītā reklāma nesaturēja vārdu „kredīts” vai „kreditēšana” nevienā tā locījumā vai iespējamā vārdu salikumā vai atvasinājumā. Aicinājums apmeklēt pieteicējas mājaslapu ir vispārpieņemts reklāmas sauklis, ko izmanto komersanti dažādās nozarēs, jo reklāmas laiks ir ierobežots, tāpēc reklāmas auditorija tiek aicināta apmeklēt reklāmas devēja mājas lapu. Aicinājums apmeklēt kreditētāja mājaslapu ir godīga komercprakse, kas atbilst spēkā esošajam normatīvajam regulējumam. Patērētāju tiesību aizsardzības likums neliedz ietvert aicinājumus apmeklēt kreditēšanas pakalpojumu sniedzēju mājaslapas vai pakalpojumu sniegšanas vietas, bet aizliedz reklamēt konkrētus kreditēšanas pakalpojumus, ko tiesa nav vērtējusi.

[4.3] Pieteicējas sauklī ietvertais aicinājums apmeklēt pieteicējas mājas lapu *www.bino.lv* ietver pieteicējas reģistrēto preču zīmi „bino.lv”, par ko lietā nepastāvēja strīds un kas netika analizēts ne Lēmumā, ne spriedumā, līdz ar to pieteicējas ieskatā reklāmā tiek reklamētas tikai pieteicējas reģistrētās preču zīmes/zīmolvārdi.

[4.4] Tiesa nepamatoti izsecināja reklāmas mērķi, sasaistot pieteicējas zīmolvārdu reklāmā ar vietnē *www.bino.lv* norādīto informāciju, jo reklāma tika izplatīta vairāk kā divus gadus pirms sprieduma pieņemšanas, proti no 2020.gada 17.februāra līdz 2020.gada 29.februārim, līdz ar to tiesai nebija

pamata noteikt reklāmas mērķi, sasaistot to ar uz sprieduma sagatavošanas dienu vietnē *www.bino.lv* norādīto informāciju nevis to, kas tika atainota vietnē *www.bino.lv* no 2020.gada 17.februāra līdz 2020.gada 29.februārim.

[4.5] Tiesa nav arī izvērtējusi, vai centrs, pieņemot Lēmumu, nav pārkāpis procesuālos termiņus un vai nav iestājies normatīvajos aktos paredzētais noilgums Lēmuma pieņemšanai.

Lēmums par soda piemērošanu centram bija jāpieņem sešu mēnešu laikā no lietas ierosināšanas dienas. Tā kā lieta ierosināta 2020.gada 21.februārī, tad Lēmums bija jāpieņem līdz 2020.gada 21.augustam, bet Lēmums tika pieņemts tikai 2021.gada 1.aprīlī, kas ir vairāk kā sešus mēnešus vēlāk kā noteikts likumā. Pastāvot objektīviem apstākļiem, centrs termiņu lēmuma pieņemšanai varēja pagarināt uz laiku ne ilgāku par diviem gadiem, skaitot no lietas ierosināšanas dienas. Tomēr tas nav ticis izdarīts.

Neskatoties uz to, ka lietas vērtēšana uzsākta 2020.gada 21.februārī, kā arī jau 2020.gada 11.augustā centrs faktiski bija secinājis, ka pieteicējas reklāma neatbilst likumam, Lēmums par soda piemērošanu ir pieņemts vienu gadu un trīs mēnešus pēc lietas izvērtēšanas uzsākšanas. Lēmumā nav argumentācijas un pamatojuma tam, kādu objektīvu apstākļu dēļ Lēmumu nebija iespējams pieņemt savlaicīgi.

[4.6] Ņemot vērā minēto, Lēmums ir atceļams, jo pieteicējas izplatītā reklāma pilnībā atbilst Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrās daļas izņēmumam, un bija iestājies normatīvajos aktos paredzētais noilgums Lēmuma pieņemšanai, ko tiesa neizvērtēja.

[5] Centrs iesniegtajos paskaidrojumos apelācijas sūdzību uzskata par nepamatotu un norāda, ka centra argumentācija par preču zīmes jeb zīmolvārda izmantošanu ir izsmeloši ietverta Lēmumā. Centrs papildus norādījis, ka nav pamatots pieteicējas viedoklis, ka tiesa ir kļūdaini reklāmas mērķi sasaistījusi ar pieteicējas zīmolvārdu reklāmā ar vietnē *www.bino.lv* norādīto informāciju sprieduma taisīšanas brīdī. Vietnē *www.bino.lv* pieteicējas piedāvātā 100% atlaide komisijas maksai pirmajam aizdevumam bija jau pieejama periodā no 2020.gada 17.februāra līdz 2020.gada 29.februārim un tika vērtēta kontekstā ar izplatīto reklāmu. Šo faktu apstiprina arī pievienotais ekrānuzņēmums, kas izdarīts 2020.gada 17.februārī.

Attiecībā par pieteicējas iebildumiem par procesuālo termiņu neievērošanu Lēmuma pieņemšanā, centrs paskaidro, ka no Reklāmas likuma 15.panta desmitās daļas izriet, ka iestādei, ja iespējams, lēmums jāpieņem sešu mēnešu laikā, bet, ja to nav iespējams izdarīt, esot objektīviem iemesliem, lietu iespējams izskatīt termiņā līdz diviem gadiem. Konkrētās lietas ietvaros centrs veica objektīvu un vispusīgu pieteicējas reklāmas izvērtēšanu, to apliecina aktīva komunikācija lietas izskatīšanas laikā ar pieteicēju, kā arī citas izmeklēšanas darbības, kas uzskaitītas Lēmuma 2.punktā, tādēļ centrs ir ievērojis termiņus lietas izskatīšanai. Ne Administratīvā procesa likums, ne Reklāmas likums nenosaka formu, kādā pagarināma administratīvās lietas izskatīšana, tā ir iestādes iekšējā procesuālā darbība. Lietas izskatīšanas

pagarināšana bija iestādes iekšējā procesuālā darbība, izdarot atzīmi iestādes lietvedības sistēmā. Detalizēts centra veikto darbību apkopojums, pieprasot un saņemot paskaidrojumus, kā arī veiktās darbības, nostiprinot pierādījumus, aprakstīts Lēmumā. Centrs apzināti nekavēja lietas izskatīšanu un pieteicējas tiesības un intereses administratīvā procesa ietvaros tika ievērotas, tādējādi netika pārkāpts kāds no administratīvā procesa vai valsts pārvaldes darbību regulējošiem vispārējiem principiem.

Motīvu daļa

[6] Pārbaudījusi lietas materiālus un novērtējusi lietā esošos pierādījumus, kā arī izvērtējusi pirmās instances tiesas sprieduma pamatojumu kopsakarā ar lietas dalībnieku sniegtajiem argumentiem, apgabaltiesa atzīst, ka Administratīvā rajona tiesa spriedumā ir izvērtējusi visus lietas izspriešanai būtiskos apstākļus un pamatoti secinājusi, ka pieteicējas izplatītā reklāma ir vērtējama kā patērētāju kreditēšanas pakalpojumu reklāma, uz kuru nebija attiecināms Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.³ panta otrajā daļā paredzētais izņēmums. Pieteicēja apelācijas sūdzībā izteikusi nepieņemšanu pirmās instances tiesas izdarītajiem secinājumiem, taču apelācijas sūdzība nesatur argumentus, kas jau nebūtu lietā jau vērtēti un ļautu pēc būtības apšaubīt pirmās instances tiesas spriedumā izdarītos secinājumus. Apgabaltiesa atzīst, ka pirmās instances tiesas spriedumā ietvertais pamatojums ir pareizs un pilnībā pietiekams.

Ievērojot minēto, apgabaltiesa saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 307.panta ceturto daļu pievienojas pirmās instances tiesas sprieduma motivācijai un atkārtoti izvērstāku argumentu izklāstu nenorāda.

[7] Vienlaikus apgabaltiesa secina, ka pieteicēja ir pamatoti norādījusi, ka pirmās instances tiesa ir kļūdaini, vērtējot strīdus reklāmas mērķi, saistījusi to ar vietnē *www.bino.lv* norādīto informāciju par 100% atlaidi aizdevuma komisijas maksai sprieduma taisīšanas brīdī. Taču lietā nav strīda, ka arī konstatētā pārkāpuma periodā pieteicējas vietnē *www.bino.lv* bija ievietota informācija par to, ka pirmajam aizdevumam tiek piemērota 100% atlaide komisijas maksai. Šis fakts ir norādīts Lēmumā (*sk., piemēram, Lēmuma 6.4.punktu*). Turklāt tam gūstams apstiprinājums arī no centra iesniegtā ekrānuzņēmuma (*lietas 116.lapa*).

[8] Savukārt attiecībā uz pieteicējas apelācijas sūdzībā norādīto argumentu par noilgumu, kā pamatu Lēmuma atcelšanai, apgabaltiesa norāda, ka tas ir uzskatāms par pieteikuma pamatu, jo uz šā argumenta pamata pieteicēja apgalvo, ka Lēmums ir prettiesisks.

Atbilstoši Administratīvā procesa likuma 186.panta otrās daļas 5.punktam pieteicējam pieteikumā ir jānorāda pieteikuma pamats un pierādījumi, ja tādi ir viņa rīcībā. Pieteicēja pieteikumā šādu pamatu Lēmumu atcelšanai nav norādījusi. Tas izskaidro arī iemeslu, kādēļ pirmās instances tiesa šādu

argumentu nav vērtējusi.

Administratīvā procesa likuma 145.panta otrās daļas 2.punkts noteic, ka pieteicējam ir tiesības, kamēr lietas izskatīšana pēc būtības nav pabeigta, rakstveidā grozīt pieteikuma pamatu vai priekšmetu, kā arī prasījuma apmēru. No lietas materiāliem nav konstatējams, ka pieteicēja būtu rakstveidā grozījusi pieteikuma pamatu.

Administratīvā procesa likuma 294.panta pirmā daļa noteic, ka apelācijas sūdzībā nedrīkst grozīt pieteikuma priekšmetu vai pamatu, ietvert jaunus prasījumus, kas nav pieteikti pirmās instances tiesā. Proti, tiesību norma, kas reglamentē apelācijas sūdzības robežas, paredz, ka apelācijas sūdzībā nedrīkst grozīt pieteikuma pamatu jeb apsvērumus, uz kuru pamata pieteicējs apgalvo, ka pārsūdzētais administratīvai akts ir prettiesisks (*Senāta 2021.gada 15.oktobra lēmuma lietā Nr. A420600011 (SKA-922/2021) 4.punkts*).

Ievērojot minēto, secināms, ka pieteicēja apelācijas sūdzībā ietverot argumentu par to, ka Lēmums ir atceļams dēļ noilguma, ir grozījusi pieteikuma pamatu, kas nav pieļaujams apelācijas instancē saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 294.panta pirmo daļu. Tādēļ minētais apelācijas sūdzības arguments ir atstājams bez ievērības.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 307. un 309.pantu, 329.panta pirmo daļu, Administratīvā apgabaltiesa

nosprieda

noraidīt SIA „EXTRA CREDIT” pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2021.gada 1.aprīļa lēmuma Nr.5-pk atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt Senāta Administratīvo lietu departamentā viena mēneša laikā no sprieduma sastādīšanas dienas, iesniedzot kasācijas sūdzību Administratīvajā apgabaltiesā.

Tiesnesis referents

K.Berķis

Tiesneses

I.Amona

V.Zommere