



Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67388624, fakss 67388634, e-pasts ptac@ptac.gov.lv, www.ptac.gov.lv

SIA „CARMANAGEMENT”
Reģ. Nr.40103961961
Kr. Valdemāra ielā 20 - 12
Rīga, LV-1010

LĒMUMS
patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā
Rīgā

13.12.2016

Nr. 22 -pk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz 2004.gada 27.oktobra Eiropas Parlaments un Padomes regulas Nr.2006/2004 *par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā („Regula par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā”)* (turpmāk – Regula) 4.panta 3., 4., 6.punktā, Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 25.pantā, kā arī Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmās daļas 3.punktā noteiktajām pilnvarām, ir izvērtējis SIA „CARMANAGEMENT” (turpmāk – Sabiedrība) īstenoto komercpraksi, kuras ietvaros Sabiedrība, izmantojot interneta vietni <http://carprice.se/> (turpmāk – Vietne), patērētājiem piedāvā, pārdod un sniedz automašīnu novērtēšanas pakalpojumu (turpmāk – Pakalpojums).

Administratīvās lietas ietvaros PTAC ir konstatējis sekojošo:

[1] Konkrētā lietas izvērtēšanas uzsākšanas pamats atbilstoši NKAL 15.panta pirmās daļas 3.punktam un Regulas 8.panta 1.punktā noteiktajam ir Zviedrijas patērētāju tiesību ombuda [*Konsumentverket / Konsumentombudsmannen*] (turpmāk – Zviedrijas iestāde) lūgums veikt īstenošanas pasākumus (turpmāk – Lūgums). Lūgums saņemts izpildei Regulas 10.panta 1.punktā norādītajā „*datu bāzē*”, jeb „*Savstarpējās palīdzības lūgumu un brīdinājumu nosūtīšanas un izskatīšanas sistēmā*” (turpmāk – Sistēma) 2016.gada 22.aprīlī. Lūguma reģistrācijas numurs Sistēmā SE-2916.04.21-002. Lūgumā Zviedrijas iestāde lūdz Latvijas kompetento iestādi, proti, PTAC veikt darbības „*Kopienā izdarītā pārkāpuma*” novēršanai.

[2] Kopienā izdarīto pārkāpumu Zviedrijas iestāde raksturo kā Sabiedrības rīcību, Vietnē veicot „*maldinošu mārketingu*”, kā rezultātā patērētājiem netiek nodrošināta atbilstoša informācija par cenu un tās apmaksas pienākumu, kā arī tiek ierobežotas patērētāju atteikuma tiesības. Veicot minētās maldinošās darbības Vietnē, Sabiedrība pārkāpj zemāk norādītos Eiropas Savienības (turpmāk – ES) tiesību aktus:

- Eiropas Parlamenta un Padomes 2005.gada 11.maija 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”) (turpmāk – Komercprakses direktīva) 6.un 7.pantu. Minētās prasības Zviedrijas tiesībās atbilst Mārketinga Akta (2008:486) („Marknadsföringslag (2008:486)”) (turpmāk – Mārketinga likums) astotā (8§) un desmitā (8§) paragrāfa noteikumiem;”

- Eiropas Parlamenta un Padomes 2011.gada 25.oktobra Direktīvu 2011/83/ES par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK (turpmāk – Patērētāju tiesību direktīva). Norādītās prasības Zviedrijas tiesībās atbilst Noteikumiem (205:59) par distances līgumiem un līgumiem, kas slēgti ārpus uzņēmuma telpām („Lag (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler”) (turpmāk – Distances līgumu likums) otrās nodaļas otrajam (2§) un desmitajam (10§) paragrāfam („2 kap 2 och 10§§”).

Mārketinga likuma trešais paragrāfs (3§) nosaka:

„[...] Patērētājs: fiziska persona, kura galvenokārt rīkojas mērķiem, kuri nav saistīti ar saimniecisko darbību;

Mārketings: reklāma vai citi ar saimniecisko darbību saistīti līdzekļi, kuri vērsti uz produkta pārdošanas un pieejamības veicināšanu, tai skaitā tirgotāja aktīva rīcība, noklusējums vai jebkāda cita darbība pirms produkta pārdošanas, produkta pārdošanas laikā un pēc produkta pārdošanas;

Tirgotājs: fiziska vai juridiska persona, kura rīkojas saimnieciskās darbības mērķu nolūkā; [...]”.

Mārketinga likuma astotais paragrāfs (8§) nosaka:

„Maldinošs mārketings atbilstoši devītajā (9§), desmitajā (10§) un divpadsmitajā – septiņpadsmitajā paragrāfā (12-17§) norādītajam ir uzskatāms par negodīgu, ja tas ietekmē vai var ietekmēt tā adresāta spēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu saistībā ar darījumu.”

Mārketinga likuma desmitais paragrāfs (10§) nosaka:

„Tirgotājam nav tiesības mārketinga nolūkos izmantot neprecīzus vai citādā veidā maldinošus paziņojumus.

Pirmā šī paragrāfa daļa ir piemērojama, it īpaši attiecībā uz:

1. produktu, tā īpašībām, kvalitāti vai citiem raksturotājiem,

[..],

4.produkta cenu, tās aprēķināšanas veidu, cenas priekšrocībām un apmaksas noteikumiem,

[..],

7.produkta piegādi,

[..],

10.patērētāja likumiskajām tiesībām.

Mārketinga darbību ietvaros Tirgotājs nav tiesīgs noklusēt patērētāju ekonomisko lēmumu pieņemšanai nepieciešamo būtisko (materiāli saistošo) informāciju. Noteikumi par maldinošu noklusēšanu ir attiecināmi arī uz situācijām, kurās informācija sniegta neskaidrā, nesaprotamā, pārprotamā vai citādi nepiemērotā veidā.”

Mārketinga likuma divpadsmitais paragrāfs (12§) nosaka:

„Mārketings ir maldinošs, ja tirgotājs patērētājam piedāvā produktu un cenrādi, noklusējot sekojošo būtisko informāciju:

1.produkta raksturojumu atbilstoši informācijas sniegšanas līdzeklīm un produktam;

2.cenu un vienības cenu atbilstoši Cenas informācijas likumam (§§ 7-10 Price Information Act (2004: 347));

[..];

4.apmaksas, piegādes, izpildes noteikumus;

[..];

5.norādījumus par atteikuma tiesību izmantošanu vai patērētāja likumīgajām tiesībām atcelt pirkumu .

Mārketings ir uzskatāms par maldinošu arī gadījumos, kad tirgotājs patērētājiem piedāvā īpašu produktu, norādot noteiktu cenu, bet noklusējot citu 1-5 punktā norādīto būtisko informāciju.”

Mārketings likuma divdesmit trešais paragrāfs (23§) nosaka:

„Tirgotājam, kura mārketings ir negodīgs, ir aizliegts turpināt tā īstenošanu konkrētajā veidā vai tam līdzīgā veidā.

[..]”.

Distances līgumu likuma pirmās nodaļas otrais paragrāfs (2§) nosaka:

„Distances līgumi: līgumi, kas noslēgti tirgotāja organizētas sistēmas ietvaros, pusēm klāt neesot (distancē), ekskluzīvi izmantojot distances saziņas līdzekļus,

[..]”.

Distances līgumu likuma otrās nodaļas otrais paragrāfs (2§) „Informācija, kura sniedzama pirms līguma noslēgšanas” nosaka:

„ Pirms līguma noslēgšanas tirgotājs patērētājam sniedz informāciju par:

[..],

2. preces vai pakalpojuma galvenajām īpašībām atbilstoši produktam un informācijas sniegšanas veidam,

3.preces vai pakalpojuma cenu, iekļaujot nodokļus un citus maksājumus, vai, ja to nav iespējams iepriekš noteikt, cenas noteikšanas veidu; ja līgums ir uz nenoteiktu laiku vai attiecas uz abonēšanu, jānorāda arī maksa par norēķinu periodu un par mēnesi,

4.piegādes, nosūtīšanas un citām izmaksām,

[..],

6.apmaksas, piegādes vai izpildes noteikumiem, kā arī piegādes vai izpildes termiņu; ja līguma noslēgšana ir paredzēta tirgotāja interneta vietnē, pasūtīšanas veikšanas sākumā jānorāda izmantojamie apmaksas veidi un piegādes ierobežojumi,

[..],

9.vai un saskaņā ar kādiem noteikumiem ir izmantojamas atteikuma tiesības, to izmantošanas termiņu un kārtību, ja atteikuma tiesības ir izmantojamas, atteikuma veidlapu un tās iesniegšanas kārtību,

10.patērētāja pienākumu atteikuma tiesību izmantošanas gadījumā veikt preces atpakaļ atdošanu par saviem līdzekļiem un distances līgumu gadījumā atpakaļ atdošanas izmaksas, ja precī nav iespējams atdot atpakaļ, izmantojot pasta sūtījumu,

[..],

17.digitālā satura funkcionalitāti, tai skaitā tehnoloģiskās aizsardzības iespējām, un digitālā satura izmantošanai nepieciešamajām ierīcēm un programmatūru,

[..]”.

Distances līgumu likuma otrās nodaļas ceturtais paragrāfs (4§) nosaka:

„Pēc distances līguma noslēgšanas tirgotājs saprātīgā termiņā sniedz patērētājam apstiprinājumu par līgumu. Apstiprinājums ir sniedzams ne vēlāk kā preces piegādes vai pakalpojuma sniegšanas uzsākšanas brīdī.

Apstiprinājuma jābūt sniegtam skaidrā veidā uz saglabājamā formā, kas pieejama patērētājam un tajā jābūt iekļautai otrajā paragrāfā (2§) norādītajai informācijai. [..]”.

Distances līgumu likuma otrās nodaļas sestais paragrāfs (6§) nosaka:

„Ja tirgotājs nesniedz no otrā līdz piektajam paragrāfam (§§ 2-5) norādīto informāciju, ir piemērojami Mārketinga likumā noteiktā atbildība, izņemot divdesmit devītā līdz trīsdesmit sestā paragrāfa (§§ 29-36) noteikumus. Šāda informācija ir uzskatāma par patērētājiem būtisku un materiāli saistošu atbilstoši Mārketinga likuma desmitā paragrāfa trešās rindkopas prasībām [..]”

Distances līgumu likuma otrās nodaļas astotais paragrāfs (8§) nosaka:

„Otrās nodaļas otrā paragrāfa (2§) pirmajā un otrajā daļā norādītā informācija ir līguma noteikumu sastāvdaļa, ja vien puses nav vienojušās citādi.”

Distances līgumu likuma otrās nodaļas desmitais paragrāfs (10§) nosaka:

Patērētājam ir tiesības atteikties no noslēgtā līguma (atteikuma tiesības), vēršoties pie tirgotāja vai nosūtot paziņojumu 14 dienu laikā no divpadsmitajā paragrāfā (12§) noteiktā datuma. Ja patērētājs paziņo par atteikšanos tirgotāja interneta vietnē, tirgotājam ir pienākums nekavējoties apstiprināt atteikuma saņemšanu skaidrā veidā uz pastāvīgā informācijas nesēja, kurš pieejams patērētājam.

Ja patērētājs ir paziņojis par atteikumu atbilstoši šī paragrāfa pirmajā daļā norādītajam, paziņojums par atteikumu ir spēkā arī gadījumos, ja tā saņemšana ir kavēta, tas ir bojāts vai tirgotājs to nav saņēmis.

[..]”

Distances līgumu likuma otrās nodaļas piecpadsmitais paragrāfs (15§) 3.punkts nosaka:

„Ja patērētājs izmanto atteikuma tiesības, patērētājam ir pienākums maksāt tirgotājam [..],

3.proporcionālu daļu no līguma cenas atbilstoši daļēji sniegtajam pakalpojumam, ja tā sniegšana atteikuma tiesību termiņā uzsākta pēc patērētāja nepārprotami izteikta pieprasījuma un tirgotājs ir sniedzis šīs nodaļas otrā paragrāfa (2§) pirmās daļas 9.punktā norādīto informāciju veidā, kurš atbilst trešā paragrāfa (3§) un piektā paragrāfa (5§) pirmās daļas noteikumiem,

[..]”

[3] Zviedrijas iestāde Lūgumā norāda, ka patērētājiem Vietnē tiek piedāvātas iespējas aizpildīt un Sabiedrībai nosūtīt pieprasījuma (formu) par Pakalpojuma sniegšanu (turpmāk – Pieprasījums). Veicot Pieprasījuma aizpildīšanu un nosūtīšanu, patērētāji ar Sabiedrību noslēdz distances līgumu, kurš paredz samaksas veikšanas pienākumu, taču pirms Pieprasījuma aizpildīšanas un nosūtīšanas patērētāji skaidri un nepārprotami netiek informēti par Pakalpojuma cenu, tās apmaksas pienākumu un tiesību aktiem atbilstošām atteikuma tiesībām.

[4] Veicot pārbaudi, kā arī izvērtējot Zviedrijas iestādes iesniegtos pierādījumus, PTAC ir konstatējis zemāk norādīto:

[4.1] Vietnes darbība galvenokārt ir vērsta uz Zviedrijas patērētājiem. Par secināto liecina apstākļi, ka Vietnē ir pieejamas tikai zviedru valodas lietošanas iespējas, proti, tās saturs, tai skaitā Pakalpojuma pasūtīšanas un sniegšanas noteikumi (turpmāk – Noteikumi), tiek nodrošināti tikai zviedru valodā, kā arī Vietnes piekļuvei tiek izmantots domēna vārds ar Zviedrijas augstākā līmeņa domēnu „.se”. Vienlaikus PTAC ir konstatējis, ka Pieprasījumā ir paredzēts norādīt Pakalpojuma pasūtītāju tālruņa numurus ar Zviedrijas starptautisko tālruņu numuru kodu „+46”.

[4.2] Saskaņā ar Vietnes sadaļā „Kontakta Oss” [Sazināties ar mums] norādīto, kā arī, ņemot vērā Zviedrijas iestādes sniegto informāciju, ir konstatēts, ka persona, kura Vietni izmanto Pakalpojuma piedāvāšanai un pārdošanai patērētājiem, ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra komercreģistrā reģistrēts komersants, proti, Sabiedrība.

[4.3] Vietnes sākuma lapā neskaidri, grūti saskatāmā veidā, proti, „smalkā tekstā”, pelēkā teksta krāsā uz melna fona, ir sniegti Noteikumi par Pakalpojuma cenu un tā pasūtīšanu

carprice.se

Search

ex. +46 xxx xxxx

E-post: ex. james.smith@mail.ru

Körsträcka (i km): ex. 15000

Jag bekräftar att jag är 18 år eller äldre, att jag har läst **reglerna och villkoren** som gäller för tjänsten på denna webbsida och att jag respekterar dem. Genom att godta villkoren innan du skickar iväg denna information godkänner du dem automatiskt. Jag är också medveten om att tjänsten är bindande och jag förbinder mig att helt bekosta tjänsten vid leverans.

SKICKA

Vi kan undersöka och värdera bilen oavsett vilken bil det är! När du väljer oss kan du vara säker på att du ska få en klanderfri och professionell service! Tjänsten kostar 139€. Behandling och leverans av din order ingår i priset.

[4.4] Vietnes sadaļas „Regler och villkor” [noteikumi un nosacījumi] publicēto Noteikumu 4.punktā „Ångerrätt” [Atteikuma tiesības] sniegta turpmāk norādītā informācija:

4. Ångerrätt

4.1 Ångerrätt. Om du handlar i egenskap av konsument (dvs. en fysisk person som handlar för privata ändamål) har du rätt att häva köpet inom fjorton dagar utan att ange några särskilda skäl. Dock kan du inte häva köpet efter att du mottagit de digitala produkterna.

Ångerrätten upphör fjorton dagar efter att avtalet ingåtts. För att häva ditt köp måste du kontakta Carmanagement SIA och tydligt förklara din intention (via kontaktformuläret på webbplatsen). Dessa kontaktuppgifter kan användas för att häva ett köp:

Kontaktformulär: <http://carprice.se/contact>

Du kan också använda dig av blanketten i punkten 4.3, men det är inte obligatoriskt. För att häva köpet räcker det med att du skickar ett meddelande, enligt ovan, innan fjortondagarsperioden för ångerrätten har gått ut.

4.2 Återbetalning av köpesumma. I det fall du väljer att häva ditt köp återbetalas köpesumman så snart som möjligt och senast inom 14 dagar efter att du hävt köpet. Du kommer att få återbetalning på samma sätt som du själv betalade, såvida du inte själv har gått med på att motta återbetalning på något annat sätt. Det kommer inte att debiteras någon särskild avgift för återbetalning.

4.3 Blankett för att häva köp.

- Jag/Vi (*) meddelar härmed att jag/vi (*) önskar häva köpet (*) av följande varor (*) avsedda för dessa tjänster (*).
- Ordernummer,
- Datum och tid

(*) Anpassa enligt gällande omständigheter.

Tulkojot minēto informāciju latviešu valodā, ir secināts, ka Sabiedrība Vietnē ir publicējusi zemāk norādīto informāciju par atteikuma tiesībām:

„4.1. Atteikuma tiesības. Ja jūs rīkojaties kā patērētājs (t.i. fiziska persona privāto vajadzību nolūkā, jums ir tiesības anulēt pirkumu četrpadsmit dienu laikā, nesniedzot konkrētu iemeslu. Tomēr jūs nevarat atcelt pirkumu par saņemto digitālo saturu.

Atteikuma tiesības ir izmantojamas 14 dienu laikā no līguma noslēgšanas dienas. Lai atceltu pirkumu, jums jāsažinās ar Carmanagement SIA un skaidri jāizsaka savs nodoms atteikties no līguma (izmantojot mājas lapas kontaktformu).

Kontaktforma: <http://carprice.se/contact>

Jūs varat izmantot 4.3. apakšpunktā norādīto veidlapu, bet tas nav obligāti. Lai atceltu iegādi, jums ir pietiekoši nosūtīt ziņu, kā tas norādīts iepriekš, divas nedēļas pirms atteikuma tiesību termiņa beigām.

4.2. Pirkuma maksas atdošana. Gadījumā, ja jūs nolemjat atcelt pirkumu, pirkuma maksas atmaksu tiks veikta pēc iespējas ātri, un ne vēlāk kā 14 dienu laikā pēc pirkuma atcelšanas. Atmaksu jūs saņemsiet tādā pašā veidā, kā veikta pirkuma apmaksā, ja vien jūs nepakrītat atmaksai jebkādā citā veidā.

4.3. Vidlapa anulēt pirkumu

- Es / mēs (*) ar šo paziņojam, ka es / mēs (*) vēlamies, lai tiktu atcelta iegāde (*) šīm precēm (*), saistībā ar šo pakalpojumu (*);

- Pasūtījuma numurs,

- Datums un laiks

(*) norādīt atbilstoši situācijai.”

[5] Izvērtējot lietas apstākļus un konstatējot pazīmes, kuras liecina par „Kopienā izdarītu pārkāpumu”, PTAC 2016.gada 6.maijā nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. Nr.3.2.-1-K-82/3044 (turpmāk – Vēstule1). Vēstulē1 Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem pārkāpumiem, proti, par negodīgas komercprakses īstenošanu, noklusējot patērētājiem informāciju par cenu un nenodrošinot normatīvajiem aktiem atbilstošu informāciju par atteikuma tiesībām. Vienlaikus Vēstulē1, pamatojoties uz Regulas 4.panta 6.punkta b), e) apakšpunktu, 8.panta 1.punktu un NKAL 15.panta otro daļu un piektās daļas 1.punktu, PTAC ierosināja Sabiedrībai līdz 2016.gada 23.maijam novērst tajā norādītos pārkāpumus, kā arī sniegt Vēstulē1 PTAC pieprasīto informāciju.

Vēstulē1 noteiktajā termiņā Sabiedrība PTAC norādītos pārkāpumus nenovērsa, kā arī PTAC pieprasīto informāciju nesniedza.

[6] Lai panāktu lietā konstatētā „Kopienā izdarītā pārkāpuma” novēršanu un saņemtu lietas izvērtēšanai nepieciešamo informāciju, PTAC 2016.gada 4.jūlijā Sabiedrībai ierakstīta pasta sūtījuma veidā nosūtīja vēstuli Nr.3.2.-1/4224 /K-82 (turpmāk – Vēstule2). Vēstulē2 PTAC Sabiedrībai atkārtoti ierosināja līdz 2016.gada 18.jūlijam novērst Vēstulē1 norādītos pārkāpumus, kā arī atkārtoti pieprasīja rakstveidā iesniegt tajā minēto informāciju. Vēstulē2 PTAC informēja Sabiedrību par to, ka, ja konkrētais „Kopienā izdarītais pārkāpums” Vēstulē2 norādītajā termiņā netiks novērsts, PTAC saskaņā ar Regulas 4.panta 4.punkta a) apakšpunktu, 6.punkta f) apakšpunktu un NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu būs tiesīgs panākt pārkāpuma izbeigšanu, pieņemot Sabiedrībai saistošu lēmumu. Gan Vēstulē1, gan Vēstulē2 Sabiedrība tika informēta par tās tiesībām sniegt viedokli lietā.

Vēstulē2 norādītajā termiņā Sabiedrība PTAC norādītos pārkāpumus nenovērsa, kā arī PTAC pieprasīto informāciju nesniedza. 2016.gada 9.augustā PTAC saņēma Valsts akciju sabiedrības „Latvijas Pasts” atpakaļ atsūtītu Sabiedrībai adresēto un uz Sabiedrības juridisko adresi Kr.Valdemāra ielā 20-12, Rīgā ierakstīta pasta sūtījuma veidā nosūtīto Vēstuli2.

[7] 2016.gada 7.decembrī PTAC konstatēja, ka Vietne joprojām darbojas un tajā konstatētie pārkāpumi nav novērsti.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

1) Regulas 3.panta b) apakšpunkts nosaka, ka „Kopienā izdarīts pārkāpums” ir jebkura darbība vai bezdarbība, kas ir pretrunā „patērētāju interešu aizsardzības aktiem”, un kas kaitē vai var kaitēt tādu patērētāju kopējām interesēm, kuri dzīvo dalībvalstī vai dalībvalstīs, kas nav tā pati dalībvalsts, kurā sākusies vai notikusi attiecīgā darbība vai bezdarbība, kurā uzņēmējdarbību veic atbildīgais pārdevējs vai piegādātājs vai kurā atrodas pierādījumi vai aktīvi, kas attiecas uz šādu darbību vai bezdarbību. Regulas 3.panta a) apakšpunkts nosaka, ka

„patērētāju interešu aizsardzības akti” ir Regulas pielikumā uzskaitītās direktīvas un regulas, tai skaitā Komerccprakses direktīva un Patērētāju tiesību direktīva.

Lietas ietvaros PTAC ir konstatējis, ka persona, kura Vietni izmanto savas saimnieciskās darbības veikšanai, ir Sabiedrība. Minēto faktu apstiprina Vietnes sadaļā „Kontakta Oss” [Sazināties ar mums] norādītā informācija, kā arī Vietnē publicēto Noteikumu saturs, piemēram, Noteikumu par atteikuma tiesībām sadaļā iekļautā norāde: „Lai atceltu pirkumu, jums jāsazinās ar Carmanagement SIA”. Līdz ar to Sabiedrība atbilstoši Komerccprakses direktīvas 2.panta b)apakšpunktam un tam atbilstošajam Mārketinga likuma trešajam paragrāfam (3§) ir atzīstama par tirgotāju, kurš īsteno konkrēto komercpraksi.

2) Ņemot vērā Lūgumam pievienotos pierādījumus par patērētāju sūdzībām, Vietnē sniegto informāciju par Pakalpojumu un ar tā sniegšanu saistītos Noteikumus, kā arī Vietnē pieejamās Pakalpojuma pasūtīšanas iespējas, ir secināms, ka Vietne ir vērsta uz to, lai, izmantojot tiešsaistes distances saziņas līdzekļus, darījuma pusēm klāt neesot, patērētājiem piedāvātu, pārdotu un sniegtu Pakalpojumu. Veids, kādā Vietnē tiek nodrošināta līgumu par Pakalpojumu sniegšanu slēgšana, atbilst Patērētāju tiesību direktīvas 2.panta 7.punktā un atbilstoši Distances līgumu likuma pirmās nodaļas otrajā paragrāfā (2§) norādītajam „distances līgumam”.

3) Ņemot vērā Komerccprakses direktīvas 2.panta d)apakšpunktu un tam atbilstošo Mārketinga likuma trešajā paragrāfā (3§) sniegto definīciju, Sabiedrības rīcība, Vietnē piedāvājot un slēdzot distances līgumus ar patērētājiem, ir uzskatāma par „komercpraksi”, jeb atbilstoši Zviedrijas tiesību aktiem „mārketingu”.

4) PTAC ir konstatējis, ka vienīgā konkrētās komercprakses ietvaros izmantotās Vietnes lietošanas valoda ir zviedru valoda, ka Vietnes piekļuves nodrošināšanai tiek izmantots domēna vārds ar Zviedrijas augstākā līmeņa domēnu „.se” un, ka saziņai saistībā ar noslēgto distances līgumu, ir paredzēts izmantot Zviedrijas tālrunu numurus. Līdz ar to PTAC secina, ka Sabiedrība, ir Latvijas Republikā reģistrēts komersants, kurš, izmantojot Vietni, īsteno komercpraksi, kas vērsta uz citas ES dalībvalsts, proti, Zviedrijas patērētājiem. Ņemot vērā apstākli, ka Vietne interneta vidē ir brīvi pieejama daudziem patērētājiem un, ka tajā ir iespējams iepazīties ar Sabiedrības piedāvātā Pakalpojuma piedāvājumu, kā arī veikt tā pasūtīšanu, konkrētā Sabiedrības īstenotā komercprakse ietekmē vai var ietekmēt daudzu patērētāju ekonomisko rīcību un ar to saistītās patērētāju kolektīvās intereses. Sabiedrībai, īstenojot Zviedrijas patērētājiem adresēto konkrēto komercpraksi, ir pienākums nodrošināt tās īstenotās komercprakses atbilstību ES tiesību aktiem un to prasībām atbilstošajiem Zviedrijas tiesību aktiem, proti, Komerccprakses direktīvas un Patērētāju tiesību direktīvas prasībām atbilstošās Zviedrijas tiesību aktu prasības, bet to pārkāpumu gadījumā ir konstatējams Regulas 3.panta b) apakšpunktā norādītais „Kopienā izdarītais pārkāpums”.

5) Patērētāju tiesību direktīvas 6.panta 5.punkts nosaka, ka šā panta 1. punktā minētā informācija ir distances līguma neatņemama daļa. Savukārt atbilstoši Patērētāju tiesību direktīvas 6.panta 1.punkta e), h), j) un k) apakšpunktam, kā arī, ņemot vērā 16.panta a)apakšpunktu, pirms patērētājs ir uzņēmies distances līguma, vai jebkāda tamlīdzīga piedāvājuma saistības, Sabiedrībai skaidrā un saprotamā veidā patērētājam ir jāsniedz

- informāciju par pakalpojuma kopējo cenu,
- informāciju par atteikuma tiesībām,
- informāciju par to, ka patērētājam ir pienākums maksāt Sabiedrībai samērīgu summu par atteikuma tiesību izmantošanas termiņā sniegto Pakalpojumu (ja pakalpojuma sniegšana ir uzsākta ar patērētāja piekrišanu, bet nav pabeigta atteikuma tiesību izmantošanas termiņā),
- informāciju par to, ka patērētājam nebūs iespējams izmantot atteikuma tiesības, ja Pakalpojuma sniegšana tiks uzsākta ar patērētāja piekrišanu un pabeigta atteikuma tiesību izmantošanas termiņā.

Minētās prasības Zviedrijas tiesību aktos ir pārņemtas Distances līgumu likuma otrās nodaļas otrā paragrāfā (2§) noteikumos.

Saskaņā ar Komerccprakses direktīvas 6.panta 1.punkta a), d) un g) apakšpunktu, komercprakse ir uzskatāma par maldinošu darbību, ja tās ietvaros patērētājiem sniegta nepatiesa informācija par līguma noteikumiem, tai skaitā produkta galvenajām īpašībām, produkta cenu un patērētāja likumīgajām tiesībām. Savukārt atbilstoši Komerccprakses direktīvas 7.panta 1. un 2.punktam, kā arī, 4.punkta a), c) un e) apakšpunktam, maldinoša noklusēšana ir konstatējama, ja tās ietvaros tiek noklusēta būtiska informācija, kas patērētājiem nepieciešama, lai varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tai skaitā informācija par produkta cenu, pienākumu veikt pasūtījuma apmaksu un atteikuma tiesībām. Minētās prasības Zviedrijas tiesību aktos ir pārņemtas Mārketinga likuma astotā (8§), desmitā (10§) un divpadsmitā (12§) paragrāfa noteikumos.

6) PTAC ir konstatējis, ka Vietnes sākuma lapā publicētā informācija, proti, Pieprasījuma forma, kā arī tai blakus esošā informācija par līguma noteikumiem, tai skaitā Pakalpojumu, Pakalpojuma cenu un tās apmaksas pienākumu saskaņā ar Komerccprakses direktīvas 2.panta i) apakšpunktā minēto ir uzskatāma par „*uzaicinājumu veikt pirkumu*”. Vienlaikus minētā informācija par Pakalpojumu, tā cenu un cenas apmaksas pienākumu atbilstoši Patērētāju tiesību direktīvas 6.panta 1.punkta a), e) apakšpunktam un 5.punktam ir atzīstama par patērētājiem būtisku un saskaņā ar tiesību aktiem obligāti sniedzamu pirmslīguma informāciju un distances līguma noteikumiem. PTAC secina, ka minētā informācija par Pakalpojumu, tā cenu un cenas apmaksas pienākumu ir sniegta veidā, kurš patērētājiem, pieņemot „*lēmumus saistībā ar darījumu*”, nenodrošina pienācīgas iespējas ar to iepazīties un / vai to izvērtēt. PTAC uzskata, ka minētā informācija ir grūti pamanāma, jo sniegta pelēkas krāsas un salīdzinoši maza burtu izmēra tekstā, kurš turklāt izvietots uz melnas krāsas fona.

Ņemot vērā minēto, PTAC konstatē, ka Sabiedrība, izmantojot neatbilstošu informācijas pasniegšanas veidu, Vietnē īsteno komercpraksi, kura saskaņā ar Komerccprakses direktīvas 7.panta 1.un 2.punktu, vienlaikus ņemot vērā 4.punkta a) un c)apakšpunktu, atzīstama par maldinošu komercpraksi (maldinošu noklusēšanu), kā arī atbilstoši Zviedrijas Mārketinga likuma astotajam (8§) un desmitajam (10§) paragrāfam, par negodīgu (maldinošu) mārketingu.

7) Patērētāju tiesību direktīvas 2.panta 11) apakšpunktā ir noteikta „*digitālā saturs*” definīcija, saskaņā ar kuru, „*digitālais saturs ir dati, kas radīti un piegādāti digitālā formātā*”. Ņemot vērā Vietnē sniegto informāciju par Pakalpojumu, ir secināms, ka uz Sabiedrības piedāvāto Pakalpojumu nav attiecināmi noteikumi par „*digitālo saturu*” Patērētāju tiesību direktīvas un Zviedrijas Distances līgumu likuma izpratnē.

Pakalpojuma sniegšana ir saistīta ar automašīnas novērtējuma veikšanu un tā pasūtītāja informēšanu par Sabiedrības veiktā novērtējuma rezultātu. Līdz ar to Sabiedrībai, sniedzot patērētājiem pienācīgu Pakalpojuma izpildījumu, ir jāveic darbības, kuras nav uzskatāmas par digitālā satura radīšanu un piegādi digitālā formātā, proti, Sabiedrībai jāveic analītiskas darbības, kā arī par attiecīgo vērtējuma rezultātu jāinformē patērētājs, kurš veicis Pakalpojuma pasūtīšanu. Labums, ko patērētājs iegūst, saņemot Pakalpojumu, ir novērtējums, proti, informācija par automašīnas vērtību, bet nevis „*digitāls saturs*”, kurš funkcionāli būtu izmantojams kā atsevišķs vai savietojams elektronisku datu objekts, piemēram, kā datorprogramma, datorspēle, elektroniskā grāmata, mūzikas, video ieraksts vai tml.

Neskatoties uz to, ka patērētājam elektroniskā veidā nosūtītā informācijai par automašīnas novērtējumu iespējams saskatīt atsevišķas „*digitālā saturs*” pazīmes, tai konkrētajā gadījumā ir sekundāra, proti, Pakalpojuma pasūtītāja informēšanas nozīme, kura cita starpā ir pilnībā atkarīga no Pakalpojuma ietvaros galvenā izpildāmā uzdevuma, proti, attiecīgā automašīnas novērtējuma veikšanas.

Ņemot vērā iepriekš minēto, ir secināms, ka Sabiedrība, informējot patērētājus par Pakalpojumu kā digitālo saturu, kā arī uz to attiecināmajām atteikuma tiesībām, nav tiesības

atsaukties uz noteikumiem, kuri Patērētāju tiesību direktīvas un tai atbilstošā Distances līgumu likuma prasību kontekstā ir attiecināmi uz „*digitālo saturu*”. Līdz ar to norādes par Pakalpojumu kā digitālo saturu un Noteikumu 4.1.apakšpunkta nosacījums, kurš paredz, ka patērētāji nevar atcelt pirkumu par saņemto „*digitālo saturu*”, neatbilst Patērētāju tiesību direktīvas prasībām un tā ietekmē patērētāji tiek vai var tikt maldināti par Pakalpojuma raksturu, kā arī atturēti no viņu likumīgo atteikuma tiesību izmantošanas. Ņemot vērā minēto, Sabiedrības rīcība, patērētājiem sniedzot maldinošu informāciju par Pakalpojumu (produktu) un uz to attiecināmajām atteikuma tiesībām (atsaucoties uz „*digitālā satura*” pasūtīšanas faktu), saskaņā ar Komerccprakses direktīvas 6.panta 1.punkta a) un g) apakšpunktu, un atbilstoši Mārketinga likuma astoto paragrāfu (8§) un desmitā paragrāfa (10§) otrās daļas 1.un 10.punktu ir uzskatāma par maldinošu komercpraksi (negodīgu (maldinošu) mārketingu).

8) PTAC ir konstatējis, ka vietnē nav sniegta Patērētāju tiesību direktīvai atbilstoša informācija par atteikuma tiesībām, kuras patērētāji ir tiesīgi izmantot, atsakoties no pasūtītā Pakalpojuma vai par nosacījumiem, kuros patērētājs zaudē atteikuma tiesības, tai skaitā informāciju, kura sniedzama saskaņā ar Patērētāju tiesību direktīvas 6.panta 1.punkta h), k) un j) apakšpunktu un tam attiecīgi atbilstošo Zviedrijas Distances līgumu likuma otrās nodaļas otrā paragrāfa (2§) otrās daļas 9.punktu un piecpadsmitā paragrāfa (15§) 3.punktu. Noklusējot minēto informāciju, Sabiedrība ierobežo patērētāju likumīgo atteikuma tiesību izmantošanu un negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, kura saistīta ar attiecīgo patērētāju likumīgo tiesību izmantošanu, tai skaitā, patērētāju izvēli uzsākt Pakalpojuma saņemšanu atteikuma tiesību izmantošanas periodā. Līdz ar to PTAC secina, ka minētā Sabiedrība rīcība, noklusējot patērētājiem būtisku informāciju par atteikuma tiesībām, saskaņā ar Komerccprakses direktīvas 7.panta 1.punktu, kā arī, ņemot vērā 4.punkta e)apakšpunktu un atbilstoši Mārketinga likuma astoto paragrāfu (8§) un desmitā paragrāfa (10§) otrās daļas 10.punktu ir uzskatāma par maldinošu komercpraksi (negodīgu (maldinošu) mārketingu).

9) Sabiedrības rīcība, īstenojot iepriekš norādīto maldinošu komercpraksi, saskaņā ar Komerccprakses direktīvas 5.panta 4.punkta a)apakšpunktu, ir atzīstama par negodīgu komercpraksi un atbilstoši Mārketinga likuma astotajam paragrāfam (8§) par negodīgu (maldinošu) mārketingu. Īstenojot konkrēto negodīgo komercpraksi (veicot negodīgas mārketinga darbības), Sabiedrība, pārkāpjot Komerccprakses direktīvas 5.panta 1.punktā, noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu, kā arī tam atbilstošo Mārketinga likuma divdesmit trešajā paragrāfā (23§) norādīto negodīga mārketinga aizliegumu, ir veikusi un joprojām turpina veikt Regulas 3.panta b) apakšpunktā norādīto „*Kopienā izdarīto pārkāpumu*”.

10) Saskaņā ar Regulas 8.panta 1.punktu „*Lūguma saņēmēja iestāde pēc lūguma iesniedzējas iestādes lūguma veic visus vajadzīgos īstenošanas pasākumus, lai panāktu, ka tiek izbeigts vai aizliegts Kopienā izdarīts pārkāpums*”. Savukārt Regulas 11.panta 1.punkts nosaka, ka „*Regulā paredzētos pienākumus kompetentās iestādes pilda tā, it kā tās darbotos savas valsts patērētāju vārdā un vai nu pašas pēc savas ierosmes, vai arī pēc kādas citas kompetentas savas valsts iestādes lūguma*”. Vienlaikus Regulas 8.panta 2.punkts paredz, ka, lai izpildītu Regulas 8.panta 1. punktā paredzētos pienākumus, „*Lūguma saņēmēja iestāde īsteno pilnvaras, kas izklāstītas 4. panta 6. punktā, un jebkādas papildu pilnvaras, kas tai piešķirtas ar attiecīgās valsts tiesību aktiem*”. Ņemot vērā minēto, kā arī apstākli, ka konkrētajā gadījumā PTAC ir konstatējis „*Kopienā izdarītu pārkāpumu*”, kurš saistīts ar Sabiedrības rīcību, pārkāpjot Patērētāju tiesību direktīvas un Komerccprakses direktīvas prasības, un tādejādi īstenojot konkrēto negodīgo komercpraksi, PTAC konstatētā „*Kopienā izdarītā pārkāpuma*” novēršanai ir tiesīgs piemērot Regulas 4.panta 6.punkta f)apakšpunktā noteiktās pilnvaras, proti, pieņemt Sabiedrībai saistošu lēmumu, uzliekot tai tiesisku pienākumu nekavējoties izbeigt konkrēto „*Kopienā izdarīto pārkāpumu*”. PTAC uzskata, ka minētā līdzekļa piemērošana ir lietderīga un nepieciešama, jo citādā veidā nav iespējams panākt konstatētā „*Kopienā izdarītā*

pārkāpuma” novēršanu. Vienlaikus PTAC ieskatā Regulas 4.panta 6.punkta f)apakšpunktā norādīto pilnvaru īstenošana, pieņemot attiecīgo lēmumu, ir uzskatāma par samērīgu attiecībā pret konkrētā pārkāpuma raksturu, izdarīšanas veidu un iespējamo ietekmi uz patērētāju ekonomisko rīcību.

Ņemot vērā minēto, PTAC nolemj

pamatojoties uz Regulas 1.pantu, 3.panta a), b), c), f) un g)apakšpunktu, 4.panta 4.punkta a)apakšpunktu un 6.punkta a), b) un f)apakšpunktu, 8.panta 1.punktu un 2.punktu, 10.panta 1.punktu, 11.panta 1.punktu, Patērētāju tiesību direktīvas 2.panta 1), 2), 6), 7) un 11)apakšpunktu, 6.panta 1.punkta e), h), j) un k)apakšpunktus un 5.punktu, 16.panta a)apakšpunktu, Komerccprakses direktīvas 1.pantu, 2.panta a), b), d), i), k)apakšpunktu, 5.panta 1.punktu, 2.punktu un 4.punkta a)apakšpunktu, 6.panta 1.punkta d) un g)apakšpunktu, 7.panta 1.punktu, 2.punktu, kā arī, 4.punkta c) un e)apakšpunktu, 11.panta 1.punkta b)apakšpunktu, 2.punkta a) un b)apakšpunktu, 12.pantu un 13.pantu, Mārketinga likuma trešo paragrāfu (3§), astoto paragrāfu (8§), desmito paragrāfu (10§), divpadsmito paragrāfu (12§), divdesmit trešo paragrāfu (23§), Distances līgumu likuma pirmās nodaļas otro paragrāfu (2§), otrās nodaļas sesto paragrāfu (6§), astoto paragrāfu (8§), piecpadsmitā paragrāfa (15§) 3.punktu, Administratīvā procesa likuma 4.pantu, 7.pantu, 51.pantu, 65.panta ceturto daļu, 66.panta pirmo daļu, 66.pantu un 67.pantu,

uzlikt **SIA „CARMANAGEMENT”**

reģistrācijas numurs 40103961961

juridiskā adrese Kr. Valdemāra iela 20 - 12, Rīga, LV-1010

- 1) **pienākumu nekavējoties izbeigt „Kopienā izdarītu pārkāpumu”, kura ietvaros Sabiedrība, īstenojot negodīgu komercpraksi, tai skaitā vispārējā informācijas pasniegšanas veida ziņā, patērētājiem noklusē informāciju par Pakalpojuma galvenajām īpašībām, Pakalpojuma cenu, cenas apmaksas pienākumu un atteikuma tiesībām, kas izmantojamas, atsakoties no Sabiedrības sniegtā Pakalpojuma;**
- 2) **pienākumu nekavējoties izbeigt „Kopienā izdarītu pārkāpumu”, kura ietvaros Sabiedrība, sniedzot norādes uz digitālo saturu, maldina patērētājus par Pakalpojuma raksturu;**
- 3) **pienākumu nekavējoties izbeigt „Kopienā izdarītu pārkāpumu”, kura ietvaros Sabiedrība, sniedzot norādes uz „digitālo saturu”, maldina patērētājus par atteikuma tiesībām, kuras izmantojamas, lai atteiktos no Pakalpojuma.**

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 70.panta pirmo daļu, 79.panta pirmo daļu un Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 25.panta devīto daļu šis lēmums ir spēkā ar dienu, kad tas kļūst zināms Sabiedrībai, un Sabiedrība to var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā Administratīvā procesa likuma noteiktajā kārtībā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Direktore

(personiskais paraksts)

B.Vītoliņa

[..]

IZRAKSTS PAREIZS