



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 „Soho Group”
Reģ. Nr.40003770114
Lāčplēša ielā 87,
Rīgā, LV-1011

LĒMUMS
patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā
Rīgā

13.03.2017.

Nr. 13 -pk

[1] Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 51.pants nosaka, ka “*administratīvo lietu izskata iestāde atbilstoši savai kompetencei, kas tai piešķirta ar normatīvo aktu*”. Tādējādi Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) savas kompetences ietvaros un pēc savas iniciatīvas, pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmās daļas 1.punktu, kas nosaka, ka “*uzraudzības iestāde veic komercprakses uzraudzību atbilstoši iestādes noteiktajām uzraudzības prioritātēm, izvērtējot iespējamā pārkāpuma ietekmi uz patērētāju kolektīvajām interesēm, kā arī nodrošinot līdzsvarotu komercprakses īstenošanu darbības uzraudzību pēc savas iniciatīvas, tai skaitā pamatojoties uz personas iesniegumu atbilstoši Patērētāju tiesību aizsardzības likumam*” (turpmāk – PTAL), ir izvērtējis SIA „Soho Group” (turpmāk – Sabiedrība) īstenošanās komercprakses, organizējot loteriju „*SohoCredit LOTERIJA esošiem klientiem*” (turpmāk – Loterija) un tās ietvaros izplatot reklāmu ar saukli „*Aizņemies, ATMAKSĀ, saņem naudu kabatā!*” (turpmāk – Reklāma), atbilstību NKAL un Ministru kabineta 2010.gada 28.decembra noteikumu Nr.1219 „*Noteikumi par patērētāja kreditēšanu*” (turpmāk – Noteikumi Nr.1219) prasībām (šobrīd spēkā 2016.gada 25.oktobra Ministru kabineta noteikumi Nr.691 “*Noteikumi par patērētāja kreditēšanu*” (turpmāk – Noteikumi Nr.691)).

Sabiedrības izplatītās Reklāmas sniegšanu PTAC tika konstatējis interneta vietnē <https://www.sohocredit.lv/> (turpmāk – Interneta vietne).

Loterija:

[1.1] Lietas izvērtēšanas gaitā PTAC 2016.gada 19.oktobrī nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.3.-7/6816/F-276 (turpmāk – Vēstule1), kurā paziņoja, ka ir uzsācis Sabiedrības īstenotās komercprakses izvērtēšanu saistībā ar Loteriju, norādot, ka Sabiedrība saskaņā ar NKAL 6.pantu un Noteikumu Nr.1219 11.1.5.apakšpunktu ir īstenojusi profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos vai varēja negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību, pieņemot lēmumu, kas balstīts uz vēlmi saņemt naudas balvu, neizvērtējot, ka par šo labumu iegūšanu viņš uzņemas finanšu saistības. PTAC Vēstulē1 pieprasīja Sabiedrībai līdz 2016.gada 7.novembrim iesniegt informāciju par Reklāmas izplatīšanas laiku, vietu un apjomu, visu ar Loteriju saistīto reklāmu paraugus, informāciju par to, cik patērētāji ir pieteikušies Sabiedrības piedāvātajam aizdevumam no 2016.gada 12.septembra līdz 2016.gada 31.oktobrim un atbilstošā laika periodā pirms aprakstītās vai līdzīga satura reklāmas aktivitātēm, kā arī citu informāciju, kas lietā varētu būt būtiska.

[1.2] 2016.gada 7.novembrī PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli Nr.IZ2016-549 uz PTAC pieprasījumu (turpmāk – Paskaidrojums1), kurā Sabiedrība apraksta savus argumentus un norāda, organizētā Loterija tika izziņota, ievērojot normatīvo aktu prasības un patērētāju intereses, un nepiekrīt PTAC viedoklim, ka ar Loteriju ir īstenojusi profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

[1.3] 2016.gada 29.novembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.3.-7/7776/F-276 (turpmāk – Vēstule2), kurā norādīja, ka pēdējā gada laikā Sabiedrība ir izsludinājusi 3 līdzīga veida loterijas, kas bija vērstas uz esošajiem klientiem, kas noteiktā termiņā piesakās atkārtotam aizdevumam uz 30 dienām, kā arī laikā atmaksā aizdevumu, neveicot aizdevuma termiņa pagarināšanu. Vienlaikus PTAC Vēstulē2 paskaidroja, ka, izvērtējot Sabiedrības statistikas datus par izsniegtajiem distances kredītiem bez pagarinājuma kopsakarā ar Sabiedrības rīkotajām loterijām, secina, ka loterijām nav tiešas ietekmes uz kopējiem Sabiedrības rādītājiem pozīcijā par aizdevuma termiņa pagarināšanu.

Vēstulē2 PTAC pamatoja savu viedokli par iespējamām loterijām kredītņēmējiem – nav pieļaujama loterija, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos, ar vēlmi iegūt balvu, līdz ar to nav pieļaujams nosacījums, ka ir jānoformē jauns aizdevuma līgums, lai piedalītos loterijā; loterija ir pieļaujama tikai esošiem klientiem – piedalīšanās loterijā kā dāvana par jau notikušu faktu (noslēgtu aizdevuma līgumu), loterija nedrīkst būt izsludināta publiski (mājaslapā vai citos masu informācijas līdzekļos), taču atbilstoši Preču un pakalpojumu loteriju likuma (turpmāk – PPLL) 15.panta pirmajai daļai ir pieļaujama loterijas noteikumu publicēšana Sabiedrības mājaslapā atsevišķā dokumentā, bet ne kā atsevišķs baneris, kas piesaista uzmanību, tāpat ir pieļaujama informācijas par dalību loterijā nosūtīšana esošiem kredītņēmējiem kā e-pasta vēstuli vai tml. veidā. Vienlaikus Vēstulē2 Sabiedrība tika aicināta izteikt viedokli un argumentus rakstveida formā administratīvajā lietā.

[1.4] 2016.gada decembrī PTAC konstatēja, ka bija nosūtījis Vēstuli2 uz kļūdainu Sabiedrības e-pasta adresi, tāpēc 2016.gada 21.decembrī sūtīja vēstuli atkārtoti ar Nr. 3.3.-7/8350/F-276, precizējot atbildes sniegšanas termiņu.

[1.5] 2017.gada 4.janvārī PTAC saņēma Sabiedrības 2017.gada 4.janvāra vēstuli Nr.IZ2017-03, kurā Sabiedrība lūdza PTAC pagarināt noteikto termiņu paskaidrojuma sniegšanai līdz 2017.gada 9.februārim sakarā ar patērētāju aptaujas veikšanu un darba noslodzi.

[1.6] 2017.gada 9.janvārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.3.-7/124/F-276, kurā Sabiedrībai pagarināja termiņu atbildes sniegšanai līdz 2017.gada 9.februārim.

[1.7] 2017.gada 13.februārī PTAC saņēma Sabiedrības 2017.gada 9.februāra vēstuli Nr. IZ2017-65 uz PTAC pieprasījumu (turpmāk – Paskaidrojums2), kurā Sabiedrība sniedz savus argumentus un norāda, ka Loterijas termiņā Loterijai kvalificējās (..) patērētāji. Sabiedrības ieskatā PTAC viedoklis nav balstīts uz faktiem un pierādījumiem, ka Loterija veicinātu bezatbildīgu aizņemšanos vai varēja negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību un nav konstatējams administratīvā pārkāpuma sastāvs, līdz ar to Sabiedrība lūdza izbeigt administratīvo lietvedību komercprakses lietā.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

1) APL 57.pants nosaka, ka „Iestāde, kurai lieta ir piekritīga, ierosina administratīvo lietu, ja tai kļūst zināmi fakti, uz kuriem pamatojoties saskaņā ar tiesību normām ir jāizdod vai var tikt izdots attiecīgs administratīvais akts, kā arī tad, ja iestādei ir pamats uzskatīt, ka šādi fakti varētu būt”. Jāņem vērā, ka tādos gadījumos, kad no tiesību normām izriet, ka, konstatējot noteiktus faktus, iestādei ir jāizdod administratīvais akts, tad iestādei nav jāizdara apsvērumi par administratīvās lietas ierosināšanas lietderību – lieta ir jāierosina (sk. Autoru kolektīvs Dr.iur. J.Briedes zinātniskajā redakcijā. Administratīvā procesa likuma komentāri. A un B daļa. – Rīga: TNA, 2013.gads, 549.lpp). Tādējādi,

izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC, pamatojoties uz APL 57.pantu, 2016.gada 12.oktobrī pieņēma lēmumu uzsākt patērētāju kolektīvo interešu lietu par Sabiedrības īstenoto komercpraksi, organizējot Loteriju un tās ietvaros izplatot Reklāmu.

NKAL 15.panta četrpadsmitā daļa paredz, ka "Uzraudzības iestāde lietas par negodīgu komercpraksi izskata APL noteiktajā kārtībā, ciktāl šajā likumā nav noteikts citādi". Saskaņā ar NKAL 14.panta pirmo daļu NKAL ievērošanu savas kompetences ietvaros uzrauga PTAC.

2) NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, 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. Savukārt NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts paredz, ka "*jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita fiziskā vai juridiskā persona, kas rīkojas komercprakses īstenošanā vārdā vai uzdevumā*", ir komercprakses īstenoātājs. Līdz ar to Loterijas organizēšana un Reklāmu izplatīšana ir komercprakse NKAL izpratnē, jo konkrētās darbības ir atzīstamas par tādām, kuras saistītas ar Sabiedrības sniegto pakalpojumu, proti, distances kredītu sniegšanu patērētājiem, veicināšanu.

3) NKAL 4.panta pirmajā daļā ir noteikts, ka negodīga komercprakse ir aizliegta, savukārt saskaņā ar NKAL 4.panta otro daļu "*komercprakse ir negodīga, ja iestāties vismaz viens no šādiem nosacījumiem:*

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

2) *tā ir maldinoša;*

3) *tā ir agresīva.*"

NKAL 6.pants noteic, 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*".

Savukārt NKAL 7.panta pirmā daļa paredz, ka "*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.*"

Saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu "*par patērētāja pieņemtu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības.*"

Vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz. Pietiek vien, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, kā arī pieņem lēmumu iegādāties to uz konkrētiem noteikumiem, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, uzsāk pakalpojuma iegādes darbības, konkrētajā gadījumā piesakoties aizdevumam, atverot Interneta vietni, iepazīstoties ar Loterijas noteikumiem, t.sk., uzklikšķinot uz Reklāmu baneriem, u.tml., un konkrētā patērētāja rīcība jau ir atzīstama par komercprakses sekām, kuras ietvaros var tikt ietekmēta arī patērētāja ekonomiskā rīcība.

PTAC paskaidro, ka Sabiedrības īstenoto komercpraksi PTAC vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK (2005.gada 11.maijs), 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 – Direktīva), un Eiropas Kopienu tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērtīgs un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.paragrāfs; C-44/01, 55.paragrāfs; C- 356/04, 78.paragrāfs; C-381/05, 23.paragrāfs). Minētais PTAC viedoklis izriet arī no Direktīvā noteiktā: saskaņā ar Direktīvas preambulas 11.punktu, ar šo direktīvu ir sasniedzama augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība, nosakot vienotu vispārēju aizliegumu tādai negodīgai komercpraksei, kas kropļo patērētāju saimniecisko rīcību. Direktīvas 2.panta e) punkts

nosaka, ka, „būtiski kropļot patērētāja saimniecisko rīcību” nozīmē izmantot komercpraksi, lai būtiski mazinātu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tādējādi liekot patērētājam pieņemt tādas lēmumus par darījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis. Savukārt saskaņā ar Direktīvas 2.panta k) punktu „lēmums veikt darījumu” ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties. Iepriekš minētā Direktīvas interpretācija izriet arī no Eiropas Komisijas publicētajām Negodīgas komercprakses direktīvas vadlīnijām (skatīt, http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/Guidance_UCP_Directive_en.pdf).

Ievērojot NKAL 6.pantu un 7.panta pirmo daļu un otrās daļas 1.punktu, galvenā negodīgas komercprakses pazīme ir tās būtiski negatīvā ietekme uz patērētāja ekonomisko rīcību – mazinot patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu. Tās rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Tas attiecas uz brīdi, kad patērētājs izlemj saņemt pakalpojumu (slēgt kredītēšanas līgumu un/vai pagarināt esoša kredīta atmaksu) vai ne, un uz kādiem nosacījumiem, gan arī uz brīdi, kad patērētājs vēlas izmantot savas likumiskās tiesības atteikties no pakalpojuma. Tātad tiek vērtēta vidusmēra patērētāja iespējamā rīcība. PTAC ieskatā patērētāji var pamatoti sagaidīt, ka nozares profesionālis, kuram ir spēkā esoša speciālā atļauja (licence) patērētāju kredītēšanas pakalpojumu sniegšanai, rīkosies labā ticībā un ievēros visu tai saistošo normatīvo aktu prasības.

4) Noteikumu Nr.1219 11.punkts (šobrīd spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.1.punkts) noteica, ka reklāmā, kurā piedāvā iespēju kreditēt patērētāju, aizliegts:

„11.1. veicināt bezatbildīgu aizņemšanos. Nosakot, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, ņem vērā reklāmas kopējo saturu un tās pasniegšanas veidu, noformējumu un informāciju, kas reklāmā sniegta par kredītēšanas pakalpojumu un palīdz patērētājam pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu. Par reklāmu, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos jebkurā gadījumā, uzskatāma reklāma, kas: [..]

11.1.5. ietekmē vai var ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu, papildus piedāvājot iegūt preces vai saņemt pakalpojumus vai citas priekšrocības, ja tām nav tiešas saistības ar kredīta izmantošanu, vai to saņemšanai ir vai var būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu.”

5) PTAC šo normu piemērošanu ir skaidrojis 2013.gada 3.septembra Vadlīnijās “Godīgas komercprakses īstenošanai patērētāju kredītēšanas jomā” (turpmāk – Vadlīnijas). Vadlīniju mērķis ir nodrošināt kredītēšanas pakalpojumu sniegšanā iesaistīto personu īstenotās komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nepārkāpjot negodīgas komercprakses aizliegumu. Vadlīniju 2.3.apakšpunktā norādīts, ka kredītēšanas pakalpojumu reklāmā, piedāvājot kredītu, nedrīkst sniegt patērētājiem informāciju par iespēju iegūt tādu labumu (preces, pakalpojumus, vai citas priekšrocības), kurus tas saņems, ja noslēgs kredīta līgumu un ja dēļ piedāvātā labuma patērētājs var pieņemt lēmumu par pieteikšanos kredīta saņemšanai. Analizējot Vadlīniju 2.3.apakšpunktu, PTAC norāda, ka Vadlīnijas jau paredz skaidrojumu un piemērus par gadījumiem, kuros **kredītu devējs nav tiesīgs** piedāvāt patērētājam kredītu, vienlaikus piedāvājot iegūt preces, saņemt pakalpojumus, vai citas priekšrocības, piemēram,

a) ja patērētājs sniegs informāciju kredīta devējam par citiem patērētājiem, kas vēlas saņemt kredītēšanas pakalpojumus;

b) ja patērētājs pārliecinās kādu citu patērētāju izmantot konkrētā kredīta devēja pakalpojumus. Šāda veida komercprakse (reklāma), novirzot patērētāja uzmanību uz iespēju iegūt kādu papildu labumu, rezultātā rada to, ka patērētājs var nepietiekami izvērtēt piedāvātā kredīta nosacījumus un tā nepieciešamību, kā arī to, ka dažkārt patērētāji var pieteikties kredītam tikai tādēļ, lai iegūtu kādu labumu (preces, pakalpojumus, vai citas priekšrocības), kas nav tieši saistīti ar piedāvāto kredītu un kredītsaistībām. Ar Vadlīnijām PTAC neaizliedz kredīta devējam, piedāvājot kredītēšanas pakalpojumus, piedāvāt patērētājiem iegūt preces, saņemt pakalpojumus, vai citas priekšrocības gadījumos, ja piedāvātie labumi/priekšrocības ir tieši saistīti ar konkrētā kredīta vai preces/pakalpojuma, kuru iegādei tiek ņemts kredīts, izmantošanu, vai ja tiem nav vai nevar būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā.

Savukārt attiecībā uz to, kā kredītu devējiem izvērtēt, vai piedāvātajam labumam/priekšrocībai nebūs būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā, PTAC ieskatā, nosakot, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, jāņem vērā reklāmas kopējo saturu, tās pasniegšanas veidu, noformējumu un informāciju, kas reklāmā sniegta par kredītēšanas pakalpojumu un palīdz patērētājam pieņemt

ekonomiski pamatotu lēmumu. Tādējādi PTAC uzskata, ka, piedāvājot jebkādas labumus/priekšrocības, kredīta devējam ir jāizvērtē gan šo labumu saistība ar konkrēto kredītēšanas pakalpojumu un vai tam ir vai var būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā, gan reklāmas kopējais saturs, pasniegšanas veids, noformējums, informācija, kas reklāmā sniegta par kredītēšanas pakalpojumu. Vienlaikus atzīmējam, ka piedāvājamam labumam nevajadzētu būt vairāk akcentētam, nekā kredītēšanas pakalpojumam. Turklāt Vadlīnijās (t.sk. 2.3.apakšpunktā) jau sniegti dažādi piemēri, kas neatbilst Noteikumu Nr.1219 11.1.5.apakšpunkta (šobrīd spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.1.5.apakšpunkta) nosacījumiem.

Papildus PTAC atzīmē, ka attiecīgais Noteikumu Nr.1219 11.punkts (šobrīd spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.punkts) nenosaka aizliegumu bezatbildīgai kredīta izsniegšanai, bet gan bezatbildīgas aizņemšanās veicināšanu. Noteikumu Nr.1219 11.1.5.apakšpunkts (šobrīd spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.1.5.apakšpunkts) paredz, ka par reklāmu, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos jebkurā gadījumā uzskatāma reklāma, kas ietekmē vai var ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu, papildus piedāvājot iegūt preces vai saņemt pakalpojumus vai citas priekšrocības, ja tām nav tiešas saistības ar kredīta izmantošanu, vai to saņemšanai ir vai var būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu.

Līdztekus PTAC atzīmē, ka Sabiedrība ir apņēmusies pildīt biedrības „Latvijas Alternatīvo finanšu pakalpojumu asociācijas” apstiprinātos Labās prakses standartus, t.sk., Labās prakses standartu 1.1.punktu: „*Asociācijas biedri veic komercdarbību likumīgi, ievērojot to darbībai piemērojamās normatīvos aktus, judikatūru, kā arī nozari pārraugošo institūciju, tādu kā Patērētāju tiesību aizsardzības centrs, Datu valsts inspekcija, u.c., lēmumus, instrukcijas un vadlīnijas*”.

6) No Loterijas noteikumiem izriet, ka Loterijā var piedalīties jebkura fiziska persona, kura laika posmā no 2016.gada 12.septembra līdz 31.oktobrim (ieskaitot) atkārtoti piesakās aizdevumam Vietnē un saņem vienu no aizdevumiem – 300 EUR, 350 EUR vai 400 EUR apmērā. Sabiedrības organizētās Loterijas ietvaros patērētājiem tiek piedāvāts laimēt papildu labumu, t.i., laimestu, kas pēc būtības ir uzskatāma par dāvanu. Reklāmas noformējumā ietverts sauklis „**Aizņemies, ATMAKSĀ, saņem naudu kabatā!**”, piedāvājot patērētājiem saņemt papildu labumus, t.i., naudas balvas 150,00 EUR, 175,00 EUR un 200,00 EUR apmērā, kas PTAC ieskatā ir uzskatāmas par vērtīgām naudas balvām, ja patērētājs pieteiktos Sabiedrības piedāvātam finanšu pakalpojumam noteiktā apmērā un termiņā.

No Loterijas noteikumiem izriet, ka:

- a) patērētājiem, kuri atkārtoti piesakās aizdevumam un kuriem tiek izsniegts aizdevums 300 EUR apmērā ar atdošanas termiņu 30 dienas periodā no 2016.gada 12.septembra līdz 2016.gada 31.oktobrim, un kuri būs to atmaksājuši līgumā noteiktajā termiņā, neveicot aizdevuma atmaksas termiņa pagarināšanu, būs iespēja laimesta gadījumā kā naudas balvu saņemt 150 EUR (divas naudas balvas);
- b) patērētājiem, kuri atkārtoti piesakās aizdevumam un kuriem tiek izsniegts aizdevums 350 EUR apmērā ar atdošanas termiņu 30 dienas periodā no 2016.gada 12.septembra līdz 2016.gada 31.oktobrim, un kuri būs to atmaksājuši līgumā noteiktajā termiņā, neveicot aizdevuma atmaksas termiņa pagarināšanu, būs iespēja laimesta gadījumā kā naudas balvu saņemt 175 EUR (viena naudas balva);
- c) patērētājiem, kuri atkārtoti piesakās aizdevumam un kuriem tiek izsniegts aizdevums 400 EUR apmērā ar atdošanas termiņu 30 dienas periodā no 2016.gada 12.septembra līdz 2016.gada 31.oktobrim, un kuri būs to atmaksājuši līgumā noteiktajā termiņā, neveicot aizdevuma atmaksas termiņa pagarināšanu, būs iespēja laimesta gadījumā kā naudas balvu saņemt 200 EUR (viena naudas balva).

PTAC norāda, ka pēdējā gada laikā Sabiedrība ir izsludinājusi 3 līdzīga veida loterijas, kas bija vērstas uz esošajiem klientiem, kas noteiktā termiņā piesakās atkārtotam aizdevumam uz 30 dienām, kā arī laikā atmaksā aizdevumu, neveicot aizdevuma termiņa pagarināšanu:

- a) periodā no 2015.gada 2.novembra līdz 2015.gada 28.decembrim;
- b) periodā no 2016.gada 2.februāra līdz 2016.gada 11.aprīlim;
- c) periodā no 2016.gada 12.septembra līdz 2016.gada 2.decembrim.

Par pirmo un trešo loteriju PTAC ierosināja administratīvās lietas Sabiedrības īstenotās komercprakses izvērtēšanai.

PTAC norāda, ka 2015.gada 4.novembrī bija sācis izvērtēt līdzīgu Sabiedrības Reklāmu. 2016.gada 21.janvārī PTAC izbeidza lietas Nr.F-336 izskatīšanu, nosūtot Sabiedrībai lēmumu Nr.3.3.-7-F-336/427. PTAC ar šo aicināja Sabiedrību turpmāk neizplatīt šāda satura reklāmas, kā arī norādīja,

ka “pirms izplatīt konkrētās kredītēšanas pakalpojumu reklāmas, Sabiedrībai ir pienākums pārlicināties, ka reklāmas projekts ir likumīgs un patiess, tostarp, Jums ir tiesības lūgt PTAC pirmšķietamu viedokli par reklāmas projekta vizuālo (ar tekstu) maketu, vai audio un video ierakstu, tā atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību regulējošo normatīvo aktu prasībām”.

7) Atsaucoties uz Sabiedrības argumentu Paskaidrojumā2, kurā Sabiedrība norāda, ka Loterija tika īstenota atbildīgas aizņemšanās veicināšanai, līdztekus uzsverot, ka “ar Loteriju netiek piesaistīti jauni klienti”, un to, ka Paskaidrojumā1 minēts, ka nav pamata pieņēmumam, ka ar Loteriju Sabiedrība īstenotu negodīgu komercpraksi, jo “Loterijas reklāma ir vērsta nevis uz aizdevuma izsniegšanu, bet uz aizdevuma savlaicīgu atmaksu”, PTAC konstatē sekojošo. PTAC novērtē Sabiedrības rūpes par kredītņēmēju uzvedības un atbildīgas aizņemšanās veidošanu, līdztekus norāda, ka jau šā lēmuma 3) un 4) punktos skaidrots, ka nav pieļaujams, ka tiek īstenota komercprakse, kura mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un ka ar reklāmu aicina uz bezatbildīgu aizņemšanos. Loterija ir papildus labums, un šis iespējamais labums var patērētājam radīt vēlmi aizņemties, ko, iespējams, bez papildus labuma patērētājs nebūtu darījis, būtu aizņēmis mazāku summu vai būtu izvēlējis citu kredītdevēju. Savukārt aizņemoties patērētājs uzņemas saistības un riskē, ka kādu neparedzētu apstākļu vai savas neapdomības dēļ nespēs laikā segt aizdevumu – kavēs atmaksu vai būs spiests pagarināt aizdevuma atmaksas termiņu. Līdz ar to PTAC ieskatā Loterija var būt apstāklis, ka patērētāju mudina uz bezatbildīgu aizņemšanos.

Savukārt Sabiedrības Paskaidrojumā2 paustais arguments, ka baneris “PIEDALIES” aizved patērētāju uz Loterijas noteikumiem, bet ne uz sadaļu aizdevuma noformēšanai, līdz ar to iepazīšanās ar līguma noteikumiem preventīvi izslēdz patērētājiem iespēju bezatbildīgi aizņemties, PTAC ieskatā nav pamatots, jo iepriekš minēto apstākļu esamība nenodrošina īstenotās komercprakses godīgumu, kā arī bezatbildīga aizņemšanās Noteikumu Nr.1219 11.punkta (šobrīd spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.punkta) izpratnē nav saistīta ar līguma noteikumu nezināšanu, bet gan ar patērētāju ekonomiski nepamatotu lēmumu pieņemšanu, piemēram, aizņemoties, neizvērtējot kredīta nepieciešamību, kredītu devēju mudināti u.c. Tomēr PTAC novērtē Sabiedrības centienus sniegt precīzu informāciju par Loteriju un tās noteikumiem.

8) Paskaidrojumā1 Sabiedrība norāda, ka “Reklāmu ir eksponējusi, t.i., īstenojusi komercdarbību atbilstoši profesionālajai rūpībai”, proti, 2016.gada 1.septembrī par Loterijas noteikumu atbilstību normatīvajiem aktiem saņemts Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) Apstiprinājums par loterijas paziņojuma saņemšanu Nr.8486. Sabiedrība precizē: “Noteikumi (..) apstiprināti Izložu un azartspēļu inspekcijā, kura tos atzina par taisnīgiem un tiesību normām atbilstošiem”. PTAC jau Vēstulē2 norādīja, ka Inspekcija loteriju noteikumus skata savas kompetences ietvaros. Ja loterijas balvu fonds nav lielāks par 720 EUR, par loterijas organizēšanu tikai jāpaziņo Inspekcijai, bet PTAC vērš uzmanību, ka Inspekcija nevērtē loteriju noteikumu atbilstību negodīgas komercprakses regulējumam. Līdztekus PTAC norāda, ka nav aicinājis Sabiedrību neievērot PPLL un slēpt Loterijas noteikumus Interneta vietnē.

Paskaidrojumā2 Sabiedrība norāda, ka “atbilstoši Preču un pakalpojumu loteriju likuma normām, lai izsludinātu preču vai pakalpojumu loteriju, ir jābūt norādītam loterijas norises laikam un piedalīšanās nosacījumiem (..) ir jābūt patērētāja aktīvai dalībai, lai piedalītos loterijā. Preču un pakalpojumu loteriju likuma ietvaros nav iespējams organizēt loteriju, kura tiktu izsniegta bijušajam klientam kā dāvana”. PTAC ieskatā Sabiedrība var izdomāt arī citu esošo kredītņēmēju aktīvu darbību, ne tikai atkārtota aizdevuma līguma noslēgšana, piemēram, piedalīšanās aptaujā par aizdevuma nosacījumiem, aizdevuma saņemšanas ērtumu u.tml.

9) Sabiedrība Paskaidrojumā2 skaidro, ka vidusmēra patērētājs ielūkojas Interneta vietnē tikai ar nolūku aizņemties un ka Loterija nevarētu būt iemesls, kāpēc izvēlas aizdevumu noformēt pie Sabiedrības un ne pie kāda cita kredītdevēja, jo Loterijas noteikumos teiks, ka aizdevums ir jāatmaksā termiņā. PTAC piekrīt Sabiedrības viedoklim, ka galvenais iemesls, kāpēc patērētājs ielūkojas kredītdevēju mājas lapās, ir vajadzība aizņemties vai interese par to. Līdztekus PTAC norāda, ka Loterijas esamība tomēr ir būtisks priekšnoteikums, kāpēc patērētājs var pieņemt lēmumu aizdevumu pieteikt tieši pie tās sabiedrības, kura piedāvā viņam saistošu papildu labumu. Attiecībā uz Loterijas noteikumu par savlaicīgu kredīta atmaksu, PTAC paskaidro, ka vispārējā gadījumā vidusmēra patērētājs aizdevuma līguma noslēgšanas brīdī pirmšķietami uzskata, ka spēs atmaksāt kredītu līgumā noteiktajā termiņā, pretējā gadījumā jau sākotnēji patērētājs izvēlētos cita veida aizdevumu, piemēram, kur

atmaksas termiņš būtu garāks, paredzot veikt ikmēneša maksājumus. Līdz ar to šis Sabiedrības arguments PTAC ieskatā nav pamatots.

10) Paskaidrojumā2 Sabiedrība norāda uz PTAC izvairīšanos paust skaidru viedokli un to, ka PTAC nav norādījis pieļaujamas reklāmas eksponēšanas vietas, nav iebildis, ka loteriju reklāmas redzamas Sabiedrības Interneta vietnē. PTAC paskaidro, ka jau 2016.gada 21.janvāra lēmumā Nr.3.3.-7-F-336/427 aicināja Sabiedrību turpmāk neizplatīt šāda satura reklāmas. Līdztekus PTAC Vēstulē2 rakstīja, ka “nav pieļaujams nosacījums, ka ir jānoformē jauns aizdevuma līgums, lai piedalītos loterijā (..) loterija nedrīkst būt izsludināta publiski (mājaslapā vai citos masu informācijas līdzekļos), taču (..) ir pieļaujama loterijas noteikumu publicēšana Sabiedrības mājaslapā atsevišķā dokumentā, bet ne kā atsevišķs baneris, kas piesaista uzmanību, tāpat ir pieļaujama informācijas par dalību loterijā nosūtīšana esošiem kredītņēmējiem kā e-pasta vēstuli vai tml. veidā.” PTAC norāda, ka tam nav jānorāda visas iespējamās vietas un veidi, kuros Sabiedrība drīkst reklamēt loterijas, taču PTAC sniedz savu viedokli, ja Sabiedrība norāda savu variantu. Līdz ar to PTAC secina, ka ir norādījis Sabiedrībai, ka nav pieļaujama loterija, kuras viens no nosacījumiem ir jauna aizdevuma līguma noslēgšana, un loterijas izsludināšana publiski. Precizējot, tas nozīmē – nav pieļaujama uzskatāmā veidā Sabiedrības mājaslapā (piemēram, kā baneris), citos masu informācijas līdzekļos (presē, TV, radio, vides reklāmās u.tml.).

Sabiedrība Paskaidrojumā1 norāda, ka ir saskaņojusi iepriekšējās loterijas ar PTAC. PTAC norāda, ka arī PTAC darbinieku konsultatīvajās e-pasta vēstulēs ir uzsvērts, ka “ (..) šādu Jūs variet piedāvāt tikai esošiem lojāliem klientiem, sūtot tikai šim lokam – iekšējā tīklā, bet ne plašā mērogā (..)”. Tas nozīmē, ka PTAC pirmšķietamais viedoklis par loteriju bija ar konkrētu nosacījumu, un PTAC arī iepriekš nav devis piekrišanu uzskatāmai reklāmas publicēšanai Sabiedrības mājaslapā.

Attiecībā uz argumentu, ka Sabiedrības ieskatā ir ievērots PTAC aicinājums šādas reklāmas piedāvāt tikai esošiem, lojāliem klientiem, sūtot tikai šim lokam iekšējā tīklā, bet ne plašā mērogā, Paskaidrojumā2 minot: “Tā arī tika darīts, Loterijai kvalificējās tikai personas, kuras jau ir klienti, kuras aizdevumu saņem otro un nākamās reizes – tā tad jau esošie klienti un lojāli”, PTAC norāda sekojošo. PTAC, sniedzot konsultatīvās atbildes, ņem vērā iepriekšējo pieredzi ar Sabiedrību, par kuru arī šajā gadījumā 2016.gada 29.janvāra e-pasta vēstulē PTAC darbinieks vērsa Sabiedrības uzmanību: “(..) Nostāja paliek nemainīga - jaunu klientu piesaistei jebkāda veida loterijas nav pieļaujamas. Tādu piedāvājumu var adresēt tikai slēgtam – esošam klientu lokam, kam ir pozitīva maksāšanas disciplīna”. Turklāt no konsultatīvā e-pasta pielikumā esošā izsūtāmā e-pasta teksta nebija skaidri noprotams, ka piedāvājumu plānots izsūtīt pirms loterijas norises, proti, pieļaujot jauna līguma slēgšanu. PTAC gan atzīst, ka, vēlreiz pārskatot atsūtīto projektu par e-pasta vēstules un īsziņas saturu, var nojaust, ka Sabiedrība bija plānojusi izsūtīt e-pasta vēstules un īsziņas laika periodā, kad patērētāji vēl var paspēt aizņemties, lai piedalītos loterijā, taču vērš uzmanību, ka Sabiedrībai atbildes konsultatīvajā e-pastā tika uzsvērts iestādes viedokļa nemainīgums, turklāt iepriekš uzsāktās administratīvās lietas ietvaros pieņemtajā lēmumā sevišķi norādīts aicinājums Sabiedrībai turpmāk neizplatīt šāda satura reklāmas.

Līdz ar to PTAC ieskatā Sabiedrības arguments, ka ir ievērojuši PTAC prasības, jo Loterijai kvalificējās tikai “esošie klienti un lojāli”, nav pamatots.

11) Sabiedrība Paskaidrojumā1 norāda, ka iesniegtie statistikas dati PTAC mudinājuši rīkot loterijas: “Sabiedrība, rīkojot Loteriju, tostarp vadījās no statistikas datiem (..) sadaļā “Distances kredīti ar atmaksu vienā maksājumā bez pagarinājuma” uz 2016.gada 30.jūniju ir pieaudzis no (..) % uz (..) %, salīdzinājumā ar 2015.gada 31.decembri, tā tad Sabiedrības ieskatā, loterija ir viens no efektīviem instrumentiem, ar kuru veidot (..) patērētāja maksāšanas disciplīnu”. Vienlaikus Sabiedrība neatzīst PTAC viedokli, ka pagarinājumu statistikas datu atšķirības drīzāk skaidrojamas ar sezonālītāti un ka loterijām nav tiešas ietekmes uz Sabiedrības pagarinājumu skaita rādītājiem. Līdztekus Paskaidrojumā1 teikts, ka saskaņā ar Sabiedrības statistikas datiem balvas apmēram nav ietekmes uz patērētāja lēmumu, cik lielam aizdevumam pieteikties, līdz ar to “nav pamata apgalvojumam, ka loterijas balvu fonds varēja negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību aizņemties lielāku aizdevumu, nekā tas nepieciešams”. PTAC daļēji piekrīt Sabiedrībai, ka loteriju ietekme uz statistikas datiem ir plašāk analizējams jautājums. Līdztekus PTAC norāda, ka patērētāju skaits, kuri kvalificējās loterijai, ir salīdzinoši neliels, tāpēc tas nevar būtiski ietekmēt Sabiedrības statistikas rādītājus. Pēc Sabiedrības sniegtās informācijas Loterijai kvalificējās (..) patērētāji, bet pirmās loterijas laikā no 2015.gada 2.novembra līdz 2015.gada 26.novembrim noslēgti līgumi ar (..) patērētājiem (Sabiedrības sniegtā informācija 2016.gada 11.janvāra vēstulē Nr.IZ2016-05). Savukārt pēc Sabiedrības iesniegtajiem statistikas datiem Sabiedrība 2015.gada 2.pusgadā izsniegusi (..) jaunus kredītus, bet 2016.gada

1.pusgadā – (..) jaunus kredītus. Vienlaikus PTAC secina, ka reālais līgumus noslēdzošo patērētāju skaits loteriju laikā nav galvenais kritērijs komercprakses izvērtējumā, bet gan tas, ka, ievērojot NKAL 7.panta pirmo daļu, patērētājs varēja pieņemt tādu lēmumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

12) Attiecībā uz Paskaidrojumā² minēto argumentu par patērētāju aptaujas datiem, kuros neviens respondents nenorādīja loteriju kā iemeslu, kāpēc izvēlas Sabiedrību, PTAC konstatē, ka aptaujas jautājums nebija formulēts precīzi, līdz ar to aptaujas dati nevar sniegt pilnīgu un objektīvu priekšstatu. Kaut arī aptaujas jautājums tika uzdots tikai tiem patērētājiem, kuri kvalificējās Loterijai, jāatzīmē, ka Sabiedrība nerīko loterijas visu laiku, līdz ar to vispārējā gadījumā Loterijas esamība nebūs galvenais iemesls, kāpēc izvēlēties Sabiedrības aizdevumu. PTAC norāda, ka uzdotais jautājums bija vispārīgs, tātad – kāpēc vispār patērētājs izvēlas Sabiedrību. Jebkurā gadījumā pamata iemesls izvēlēties kredītdevēju būs nepieciešamība pēc aizdevuma. PTAC vērs uzmanību, ka, lai arī aptaujas var sniegt priekšstatu par patērētāja uzvedības modeļiem, tomēr tā jāveic profesionāli, atbilstoši standartiem, lai iegūtu vērā ņemamu rezultātu, turklāt, daļai respondentu atbildot piekrītoši, pēc būtības iestātos Noteikumu Nr.1219 11.1.5.punkts (šobrīd spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.1.5.punkts) noteiktās sastāvs, kad loterija ietekmēja vai varēja ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu.

13) PTAC secina, ka kredītu izsniegšana ir Sabiedrības galvenais komercdarbības veids, un komercdarbības mērķis ir peļņas gūšana. PTAC ieskatā profesionālai rūpībai atbilstoša komercprakse ir tāda, kad kredītdevējs neuzspiež patērētājam aizdevuma ņemšanu un ļauj apzināties kredīta risku. PTAC apzinās, ka kredītdevēju peļņas gūšanas interesēs ir vairot jaunu aizdevumu izsniegšanas skaitu, tādēļ kredītdevēji izvietoj reklāmas plašsaziņas līdzekļos un atbalsta dažādus pasākumus. Tomēr PTAC ieskatā ir jāapzinās, ka kredīts vienmēr ir riska produkts. Kredītdevējam ir risks, ka aizņēmējs neatdos kredītu vai kavēs tā atmaksu, savukārt patērētājam ir risks, ka dažādu apstākļu ietekmē (zaudēts darbs, neparedzēti citi izdevumi, slimība u.tml.) nebūs iespējams savlaicīgi vai vispār atdot paņemto aizņēmumu, lai gan sākotnēji, iespējams, patērētājam ir bijis labs nodoms aizdevumu atmaksāt savlaicīgi. Līdz ar to profesionālai rūpībai atbilstoša komercprakse PTAC ieskatā ir tāda, ar kuru kredītdevēji ļauj apzināties patērētājiem kredīta risku un saistības, ko tas uzņemas, noslēdzot līgumu par aizdevumu. Savukārt loteriju piedāvāšana patērētājam rada lielāku motivāciju aizņemties, mazinot risku apzināšanos un līdz galam neapsverot saistības, ko patērētājs uzņemas.

Ievērojot iepriekš minēto, PTAC paskaidro, ka PTAC ieskatā organizētās Loterijas noteikumi un tās ietvaros izplatītā Reklāma ir tādi, kuras ietekmēja vai varēja ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu, jo papildus tika piedāvāta iespēja laimēt labumu, kas nav tieši saistīts ar kredīta izmantošanu un tam bija vai varēja būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu.

14) Izvērtējot lietas materiālus un ievērojot iepriekš minēto, t.sk., lietas gaitā Sabiedrības izteikto viedokli un argumentus, PTAC uzskata, ka Sabiedrība, organizējot Loteriju ar attiecīgajiem noteikumiem un tās ietvaros izplatot Reklāmu, saskaņā ar NKAL 6.pantu un Noteikumu Nr.1219 11.1.5.apakšpunktu (pašlaik spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.1.5.apakšpunktu) ir īstenojusi profesionālai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos un varēja negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību.

NKAL 15.panta astotā daļa nosaka: „*ja Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1)nosaka komercprakses īstenošanai pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2)nosaka komercprakses īstenošanai pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4)nosaka komercprakses īstenošanai pienākumu publicēt attiecīgajai komercprasei atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norādīta labotā informācija, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5)uzliek naudas sodu šā likuma 15.² pantā noteiktajā kārtībā; 6)nosaka par labas prakses kodeksu atbildīgajai personai pienākumu izdarīt labojumus kodeksā, lai novērstu negodīgu komercpraksi”.*

NKAL 15.² panta pirmā daļa paredz, ka „*uzraudzības iestāde ir tiesīga par negodīgu komercpraksi uzlikt komercprakses īstenošanai soda naudu līdz 10 procentiem no tā pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma, bet ne vairāk kā 100 000 euro. Soda naudas apmērs ir nosakāms samērīgs ar izdarīto pārkāpumu (..)*”.

Izvērtējot Sabiedrības īstenotās komercprakses raksturu un ar tās īstenošanu saistītos apstākļus, tai skaitā Reklāmu izplatīšanas apjomu, Sabiedrības argumentus, kā arī to, ka pārkāpumu Sabiedrība vairs nevar novērst labprātīgi, jo loterija ir izplatīta un pārkāpuma sekas iestājušās, to, ka Sabiedrība neatzīst savu vainu negodīgas komercprakses īstenošanā un apstākli, ka konstatēto pārkāpumu rezultātā tika vai varēja tikt būtiski aizskartas patērētāju tiesiskās intereses, kā arī to, ka 2015.gadā lietas Nr. F-336 ietvaros tika konstatēta Sabiedrības īstenošana negodīga komercprakse līdzīgā lietā, PTAC secina, ka būtu lietderīgi pieņemt NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktā noteikto lēmumu, lai nākotnē neatkārtotos identiski profesionālai rūpībai neatbilstošas komercprakses pārkāpumi.

Saskaņā ar Sabiedrības gada pārskatu par 2015.gadu tās neto apgrozījums ir 2582544 EUR. Ņemot vērā šajā lēmumā analizētos pārkāpuma izdarīšanas apstākļus un raksturu, PTAC secina, ka Sabiedrības nodarītais pārkāpums ir vērtējams kā smags pārkāpums. Ņemot vērā to, ka pārkāpums uzskatāms kā smags, kā arī pārkāpuma salīdzinoši nelielo apjomu un ilgumu, soda naudas apmērs Sabiedrībai nosakāms 2000,00 EUR apmērā. Procentos soda nauda apmērs sastāda 0,08% no Sabiedrības 2015.gada neto apgrozījuma un 2% no maksimālās soda naudas, kas uzskatāms par samērīgu soda naudas apmēru, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu.

Ņemot vērā minēto, PTAC nolēmj:

pamatojoties uz NKAL 1.panta pirmo daļu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, otrās daļas 1.punktu, 6.pantu, 7.panta pirmo daļu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta astotās daļas 5.punktu, 15.²panta pirmo un otrās daļas 4.punktu, Noteikumu Nr.1219 11.1.5.apakšpunktu (pašlaik spēkā esošo Noteikumu Nr.691 13.1.5.apakšpunktu), Administratīvā procesa likuma 4.pantu, 51.pantu, 55.panta 2.punktu, 65.panta ceturto daļu, 66.pantu un 67.pantu,

uzlikt SIA „Soho Group”

juridiskā adrese: **Lāčplēša iela 87, Rīga, LV-1011**

reģistrācijas numurs: **40003770114**

soda naudu 2000,00 EUR (divi tūkstoši eiro, 00 centi) apmērā.

Saskaņā ar NKAL 19.panta pirmo daļu, Administratīvā procesa likuma 70.panta pirmo un otro daļu, 79.panta pirmo 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 stājies spēkā Administratīvā procesa likuma noteiktajā kārtībā.

Soda nauda 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. 13 –pk
Pieņemšanas datums:	13.03.2017.

Soda nauda jāsamaksā ne vēlāk kā 30 dienu laikā pēc dienas, kad saņemts lēmums.

Direktore (personiskais paraksts)

B.Vītoliņa

[..]

IZRAKSTS PAREIZS