

Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija
Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 • tālr. (+371) 67388624 • fakss (+371) 67388634 • e-pasts: ptac@ptac.gov.lv

SIA „Tele2”
Vienot. reģ. Nr. 40003272854
Mūkusalas ielā 41b
Rīgā, LV-1004

LĒMUMS
par negodīgu komercpraksi
Rīgā

2010.gada 20.augustā

Nr.6–nk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, saņemot no patērētāja informāciju par maldinājumu reklāmās, ir izvērtējis SIA „Tele2” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, sniedzot reklāmu „*SUPERKOMBO*”, kurā tiek piedāvāts speciāls tarifu kopums mobilo telefonu priekšapmaksas kartes „Zelta zivtiņa” lietotājiem un kurā apgalvots, ka zvani Tele2 tīklā maksā 0 sant./min., nenorādot savienojuma maksu (turpmāk – Reklāma), atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo, NKAL un citu normatīvo aktu prasībām. Reklāmas izplatīšana konstatēta masu saziņas līdzekļos 2010.gada jūnijā, jūlijā un augustā pēc informācijas par maldinājumu saņemšanas no patērētāja.

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka *komercprakse ir darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciālā saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam*. PTAC norāda, ka Reklāmas sniegšana ir tieši saistīta ar Reklāmā piedāvātā pakalpojuma tirdzniecības veicināšanu, un līdz ar to Reklāmas sniegšana ir uzskatāma par komercpraksi minētās tiesību normas izpratnē. Savukārt saskaņā ar Reklāmā sniegto informāciju un NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu Sabiedrība ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju.

Saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punktu *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un apstākļus, kā arī tajā izmantotā saziņas līdzekļa ierobežojumus, var secināt, ka tiek noklusēta būtiska informācija, kas vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, un komercprakses ietekmē vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis*.

Iepazīstoties ar Sabiedrības mājas lapā www.zeltazivtina.lv sniegto informāciju, PTAC konstatēja, ka Reklāmā tiek noklusēta būtiska informācija, kas vidusmēra patērētājiem ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu. PTAC secināja, ka patērētāji, iepazīstoties ar Reklāmā sniegto informāciju, pieņēma vai

varēja pieņemt tādu lēmumu par Sabiedrības Reklāmā piedāvātā pakalpojuma izmantošanu, kuru viņi, iespējams, nebūtu pieņēmuši, ja Reklāmā nebūtu noklusēta būtiska informācija par speciālā piedāvājuma nosacījumiem, t.i. – informācija, ka savienojuma maksa par zvanu ir 5 sant./min.

Ņemot vērā, ka Reklāmā ir izteikts Sabiedrības piedāvājums patērētājam saņemt pakalpojumu, saskaņā ar NKAL 10.panta trešās daļas 3.punktu pakalpojuma cenas norāde ir uzskatāma par būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu.

Saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu *par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības*, līdz ar to, vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz; pietiek, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, zvana uz pakalpojuma sniedzēja tālruni vai dodas uz pakalpojuma sniedzēja biroju, lai pieteiktu pakalpojumu, un tādējādi tiek ietekmēta patērētāju ekonomiskā rīcība.

PTAC norāda, ka Sabiedrības īstenoto komercpraksi PTAC vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 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”), un Eiropas Kopienas tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vēriņš 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).

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvas (2005/29/EK) preambulas 11.punktu ar šo direktīvu ir sasniedzama augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība, nosakot vienotu vispārēju aizliegumu tādai negodīgai komercpraktei, kas kropļo patērētāju saimniecisko rīcību.

Minētās 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 tādus lēmumus par darījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis*. Savukārt 2.panta k) punkts nosaka, ka „*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*.

No iepriekš konstatētā secināms, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse, sniedzot Reklāmu, saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punktu ir uzskatāma par maldinošu un līdz ar to – par negodīgu un aizliegtu saskaņā ar NKAL 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 2.punktu.

Ņemot vērā minēto, PTAC 2010.gada 23.jūlija vēstulē Nr.21-06/5910-P-90 informēja Sabiedrību par konstatētajiem pārkāpumiem, pieprasīja iesniegt PTAC rakstisku informāciju par Reklāmas izplatīšanas apjomu, vietām un laikiem, kā arī

iesniegt izplatītās Reklāmas kopijas/ierakstus. Vienlaicīgi PTAC informēja Sabiedrību par tās *Administratīvā procesa likuma* 62.panta pirmajā daļā minētajām tiesībām izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā, aicinot rakstveida viedokli un argumentus iesniegt līdz 2010.gada 2.augustam. Sabiedrība izteica lūgumu pagarināt atbildes sniegšanas termiņu līdz š.g. 9.augustam.

2010.gada 12.augustā PTAC tika saņemta Sabiedrības 2010.gada 11.augusta vēstule ar pielikumiem Nr.1-1/831, kurā Sabiedrība sniedz skaidrojumu administratīvajā lietā un informē, ka dati par Reklāmas izplatīšanas vietām, laiku un apjomu tiks nosūtīti elektroniski.

Savā skaidrojumā Sabiedrība norāda, ka jau iepriekš vairākkārtīgi ir reklamējusi priekšapmaksas kartes „Zelta Zivtiņa” tarifu plānu „Nulles tarifs”, norādot detalizētu informāciju par tarifu plāna saņemšanas un izmantošanas noteikumiem, tajā skaitā informāciju par savienojuma maksu. „Superkombo” faktiski esot papildināts „Nulles tarifa” plāns, tam pievienojot bezmaksas īsziņas tīkla ietvaros un datu pārraides pakalpojumu. Sabiedrība norāda, ka visos reklāmas materiālos esot norāde par plašāku informāciju vietnē www.zeltazivtina.lv. Sabiedrība nevarot piekrist iespējamajam maldinājumam reklāmā, kas būtu par iemeslu tāda lēmuma pieņemšanai, kas patērētājam radītu ekonomiski neizdevīgas sekas, jo reklāmā nav norādes par bezmaksas sarunām, kas būtu atzīstams par maldinošu apgalvojumu. Sabiedrība lūdz ņemt vērā, ka vides un preses reklāmas tika pilnveidotas un jau no 2010.gada 12.jūlija tajās bija ietverta informācija par savienojuma maksu. Līdz ar to Sabiedrība lūdz atkārtoti izvērtēt visus uz administratīvo lietu attiecināmos objektīvos apstākļus, kas SIA „Tele2” ieskatā nodrošināja tiesību aktiem atbilstošu un objektīvi pietiekamu informāciju par priekšapmaksas kartes „Zelta Zivtiņa” tarifu plānu „Superkombo”.

PTAC attiecībā uz Sabiedrības skaidrojumā minēto norāda:

PTAC ieskatā Sabiedrības atsaukšanās uz iepriekš vairākkārtīgi reklamēto tarifu plānu „Nulles tarifs” un tā reklāmās norādīto savienojuma maksu nav pierādījums tam, ka Reklāmas auditorija būtu informēta par savienojuma maksas esamību. PTAC ieskatā gan minētā „Nulles tarifa” lietotājiem, gan potenciālajiem Sabiedrības klientiem bija pamats uzskatīt, ka tiek piedāvāts jauns tarifu plāns, uz ko norāda tā nosaukums, kas nav atvasināts no tarifa „Nulles tarifs” nosaukuma un nerada tiešas asociācijas ar to, un it īpaši tādēļ, ka (kā norāda Sabiedrība) iepriekšējās reklāmās patērētāji tika informēti par savienojuma maksu, bet Reklāmā šādas norādes nebija. Tarifu plāna nosaukumu „Nulles tarifs” Sabiedrība izmanto kā mārketinga „ieroci”, kas nav normatīvo aktu pārkāpums, ja vien tiek sniegta patērētāja lēmuma pieņemšanai nepieciešamā būtiskā informācija, taču PTAC ieskatā Sabiedrībai nav objektīvu iemeslu norādīt Reklāmā zvana tarifu „0”, jo tas nesniedz informāciju par pakalpojuma cenu. Sabiedrībai, lai tā sniegtu patiesu informāciju par tarifu plānā „Superkombo” iekļauto zvanu cenu, bija vienkārša iespēja norādīt maksu par zvanu, kas ir nemainīga un pastāvīga vienība – 5 santīmi par zvanu jebkuram lietotājam, tādējādi nodrošinot, ka patērētājiem ir skaidra un saprotama pakalpojuma cena.

PTAC norāda, ka atsauce uz interneta mājas lapu Reklāmā nerada patērētājam nepieciešamību meklēt vēl papildu informāciju, kā arī nav uzskatāma par informāciju, kas norādītu patērētājam uz nepieciešamību meklēt informāciju par nosacījumiem, lai reklāmas paziņojuma ietekmē pieņemtu savu lēmumu. Atsauce uz interneta mājas lapu, izvērtējot komercpraksi, varētu tikt uzskatīta par pietiekamu informācijas sniegšanu gadījumos, kad tiktu izvērtēta internetā izplatīta reklāma un mājas lapas adrese darbojas kā īsceļš; respektīvi – ja persona iepazīstas ar reklāmu internetā un

pilnīga informācija par piedāvājumu var tikt saņemta, lietojot īsceļus, bet arī šādos gadījumos reklāmas baneris nedrīkst maldināt par piedāvājuma priekšmetu un cenu. Konkrētajā gadījumā Reklāma nav izplatīta ar saziņas līdzekļu starpniecību, kas ierobežotu Sabiedrību norādīt zvanu savienojuma maksu.

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

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC, ņemot vērā pārkāpuma raksturu, kā arī ievērojot Administratīvā procesa likuma 5.pantā noteikto privātpersonas tiesību ievērošanas principu un 13.pantā noteikto samērīguma principu, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu un 4. punktu nolemj:

- 1. uzlikt SIA „Tele2” par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi;**
- 2. uzlikt SIA „Tele2” par pienākumu publicēt visos saziņas līdzekļos, kuros tika izplatīta Reklāma, paziņojumu, kurā norādīta labotā informācija.**

Saskaņā ar NKAL 16.pantu lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Direktore

B.Vītoliņa

IZRAKSTS PAREIZS