

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

LĒMUMS

Rīgā

2010.gada 2.septembrī

Nr. E03-KREUD-48

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 2.punktā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta trešajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Lipron”

juridiskā adrese: Viestura prospektā 61-20, Rīga, LV-1005

vienotās reģistrācijas numurs: 40103266252

valdes locekļiem

vārds, uzvārds: (...)

personas kods: (...)

vārds, uzvārds: (...)

personas kods: (...)

izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), ņemot vērā saņemtās patērētāju sūdzības (tostarp, uz e-pastu un pa telefonu), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir veicis komercprakses, kas tiek īstenota, SIA „Lipron” (turpmāk – Sabiedrība) sniedzot mobilā satura abonēšanas pakalpojumu piedāvājumu, atbilstības normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

2010.gada 5.jūlijā interneta vietnē www.tvnet.lv tika izplatīta šāda reklāma:



PTAC rīcībā ir informācija, ka Sabiedrība sniedz arī citādāka, bet līdzīga satura reklāmas, respektīvi, maina reklāmas baneru vizuālo noformējumu.

Uzklīkšķinot uz attiecīgā reklāmas banera, atveras jauns interneta pārlūks www.celltt.com (reklāmas baneris darbojas kā interaktīvā saite uz konkrēto interneta vietni), kurš vizuāli izskatās šādi:

Apple

Atbildi vismaz uz 4 Jautājumiem no 10 un laimē Apple iPad!

1/10

Amerikas kontinenta atklājējs ir:

- Kristofors Kolumbs
- Amerigo Vespuči
- Vasko da Gama
- Džeims Kuks

Saitais nams atrodas:

- Ņujorkā
- Holivudā
- Vašingtonā
- Detroitā

IQtesta Labākie Top 20

1. Janis Braka	100%	8. demon19	90%	15. Zirgs	80%
2. Mārcis Zāle	100%	9. Aivar Ivanov	90%	16. Johnny Berziņš	80%
3. Kuriitz	100%	10. semen hlebov	90%	17. Jānis Bitenieks	80%
4. Иван	100%	11. Masha	80%	18. Gowā	80%
5. Эдуард Д.	100%	12. Hellmaster	80%	19. Urmas	70%
6. Daiga Legante	90%	13. Irina Lesova	80%	20. Inta	70%
7. Ivars Krauklis	90%	14. Armands Z.	80%		

Konkrētajā interneta vietnē patērētājam ir iespējams atbildēt uz 10 dažādiem jautājumiem un pēc tam bez maksas saņemt testa rezultātus, proti, informāciju par to, uz cik jautājumiem patērētājs ir atbildējis pareizi. Testa rezultātu saņemšanai patērētājam ir jāizvēlas savs mobilo sakaru operators un jāievada savs tālruna numurs. Pēc minēto darbību veikšanas uz patērētāja tālruni tiek saņemta īsziņa ar tekstu: „*JUMS PAVEICAS! Jusu loterijas kods: [...]. Jus atbildējat uz [...] / [...] – [...] % jautājumu.*”, bet attiecīgajā interneta vietnē parādās šāda informācija:

IQtesta Labākie Top 20

1. Janis Braka	100%	8. demon19	90%	15. Zirgs	80%
2. Mārcis Zāle	100%	9. Alvar Ivanov	90%	16. Johnny Berziņš	80%
3. Kurliņš	100%	10. semen hlebov	90%	17. Jānis Bitenieks	80%
4. Иван	100%	11. Mawa	80%	18. Foua	80%
5. Эдуард Д.	100%	12. Hellmaster	80%	19. Urmas	70%
6. Dāiga Legante	90%	13. Irina Lesova	80%	20. Inta	70%
7. Ivars Krauklis	90%	14. Armands Z.	80%		

Pakalpojums ir pieejams šādos tīklos: UNT, Tele2. Šis serviss strādās pamatojoties uz abonēšanas programmu. Šis pakalpojums nav pieejams šādos tīklos: Jūs saņemsiet 3 produktus iknedēļā (kompānijas Apple jaunākās ziņas). Maksa: 115 par servisu (31s/nedēļ). Maksa par pievienotās abonēšanas: 21s. Čerš netiek iekasēti. Operators pakalpojumi SMS (WAP)GRS, un atceltu pakalpojumu nosūtiet STOP uz 1876. Jums ir 3602 veckāviem par 18 gadiem. Sūtīt SMS uz numuru 1876 vai tīmekļa vietnē ievadot PIN kodu, kas saņemta no numura 1876, tu pievienojies pakalpojumam un apliecinā, ka esi izlasījis un izpratis Noteikumus un nosacījumus un piekrīti tos ievērot. CeITTT ir SIA "Lipron" (Viesturs pr. 61, Rīga, LV1005) preču zīme. Dienvids patērētājs līnija: 67049904 vai e-mail: info@lipron.lv

Loterijas aprakstījumā numurs 4331.
Loterija notiek visā Latvijas teritorijā. Loterijas norises laiks ir no 05.04.2010. līdz 10.08.2010. Dalībnieki var piedalīties loterijā no 2010. gada 5. aprīļa līdz 2010. gada 9. augustam plkst. 24:00. Laimestu ieguvēji tiks noteikti no iesūtītajām atbildēm pēc nejaušības principa, izlotējot laimētājus ar datoru programmas palīdzību. Izloze notiks 2010. gada 10. augustā, plkst. 16:00. Laimēta ieguvēja tiks informēts personīgi 2010. gada 10. augustā uzreiz pēc izlozes. Loterijā nedrīkst piedalīties SIA "Lipron" darbinieki. Neviena no uzskaitītajiem produktiem vai kompānijām nav projekta starpnieks, sponsors vai atbalstītājs. Preču zīmes, pakalpojumu zīmes un logotipi (testatp, bet ne tikai produkti un kompāniju atzīvē) nosaukumi) pieder to atbilstošajiem īpašniekiem. Parādi veltītais pakalpojums sevi ietver jaunāko ziņu sūtīšanu, kas tiks ņemti no atvērtās preses internetā.

Ievadot saņemto paroli attiecīgajā ailē, patērētājs automātiski piesakās abonēšanas pakalpojumam, kura ietvaros patērētājs ik nedēļu saņem 3 kompānijas Apple jaunākās ziņas.

2010.gada 20.jūlijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/5755-P-86 *Par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu*, kurā PTAC informēja Sabiedrību par PTAC viedokli attiecībā uz Sabiedrības īstenoto komercpraksi, par to, ka PTAC ir pieņēmis lēmumu uzsākt lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā un par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku. Vienlaicīgi PTAC uzaicināja Sabiedrības pārstāvi ierasties uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, pieprasīja Sabiedrībai sniegt konkrētu lietas izskatīšanai nepieciešamu informāciju un saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu aicināja Sabiedrību izteikt viedokli un argumentus administratīvā pārkāpuma lietā.

2010.gada 9.augustā PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli *Uzņēmuma „Lipron” oficiālā atbilde uz Patērētāju Tiesību Aizsardzības Centra vēstuli Nr.21-06/5755-P-86, kas datēta ar 20.07.2010.*, kurā Sabiedrība paskaidro sekojošo:

„Vispirms vēlamies atvainoties par raizēm, kuras uzņēmuma „Lipron” servisi radījuši jums un tiem patērētājiem, kas bijuši neapmierināti ar mūsu pakalpojumiem. [...]

Reklamējot mūsu pakalpojumus, mēs izmantojām reklāmas laukumus šādos tīmekļa medijos: www.tvnet.lv; www.rus.delfi.lv; www.boomtime.lv; www.advmaker.lv; www.reklama.lv.

Saņēmis PTAC 2010.gada 22.jūlija vēstuli, uzņēmums „Lipron” 1,5 stundas laikā izpildīja prasības un izņēma VISUS reklāmas materiālus no visiem reklāmas laukumiem, kuros atspoguļojās uzņēmuma „Lipron” projekta reklāmas.

Turpmāk atspoguļota nokopēta mūsu sistēmas statistika pa mēnešiem un tajā ietverts: uzklikšķinājumu skaits, reģistrēto dalībnieku skaits, reģistrēto, pakalpojumu apmaksājušo patērētāju skaits un pakalpojumu apmaksājušo patērētāju skaits, kas spēja apmaksāt pakalpojumu vēlāk (izcelti tabulā):

(...)

Kopējais skaits patērētāju, kas reģistrējušies pakalpojumam: (...) **cilvēki**. No šiem patērētājiem vairākums nav varējuši apmaksāt abonēšanas pakalpojumu, kā tas redzams tabulā. Tie, kas nav varējuši apmaksāt pakalpojumu, attiecīgi nav iztērējuši par pakalpojumu nevienu latu.

Saņemot no Mobilajiem operatoriem naudas summu, no kuras atrēķināti operatoru procenti (vairāk, nekā (...)), uzņēmums „Lipron” ir iztērējis vairāk, nekā (...) latu palīdzības līnijas uzturēšanai, pasta ziņojumu apstrādāšanai, kā arī ir atmaksājis naudu vairākumam cilvēku, kas iesnieguši sūdzības par mūsu servisu. Visas šīs darbības tika veiktas, izmantojot starpnieka – uzņēmuma „ASPIRO LATVIA” – pakalpojumus.

Uzņēmuma „Lipron” vadība ciena vēstulē pausto PTAC viedokli, kas nosoda mūsu darbību.

Uzņēmuma kopsapulcē valdes locekļi ir apstiprinājuši oficiālo viedokli par PTAC vēstuli. Uzņēmums „Lipron”, tā valdes locekļu (...) un (...) personā, ar izpratni un cieņu pieņem mūsu servisam adresēto, argumentēto PTAC kritiku. Daļēji mēs piekrītam tam, ka mūsu serviss ir varējis maldināt dažus klientus. Kā apliecinājumu mūsu piekrišanai un daļēji atzīstot vainu par to, ka esam izveidojuši servisu, kas, iespējams, ir varējis maldināt patērētājus, uzņēmums „Lipron” ir pieņēmis lēmumu:

- 1) Neatjaunot ar citiem servisiem apturētās reklāmas kampaņas, kas saistītas ar līdzīgiem pakalpojumiem.
- 2) Izbeigt šādu darbību Latvijā.
- 3) Atslēgt abonēšanu VISIEM aktīvajiem klientiem, lai izvairītos no situācijas, ka mēs tarifējam patērētāju, kurš varējis abonēt pakalpojumu to negribēdams.
- 4) Visi no servisa atslēgtie patērētāji tiks brīdināti par servisa atslēgšanu un saņems informāciju par to, kā sazināties ar mums problēmu un jautājumu rašanās gadījumā.
- 5) Uzņēmums „Lipron”, tāpat kā līdz šim, neatsakās no saviem pienākumiem izmaksāt kompensācijas klientiem, kuri iesniegs argumentētas sūdzības par mūsu servisu.
- 6) Uzņēmums „Lipron” neatsakās arī no pienākuma izmaksāt laimestus agrākajiem servisa dalībniekiem, neraugoties uz to, ka zaudējumu apmērs šīs situācijas dēļ ievērojami pārsniedz mūsu peļņu, kas gūta ar šo servisu.

Ņemot vērā visu minēto, lūdzu būt iecietīgiem pret mūsu situāciju un ņemt vērā vainu mīkstinošos apstākļus. [...]

Uzņēmums „Lipron” apņemas turpmāk neveidot Latvijā līdzīgus servisu, jo apzinās, ka šādus servisu abonējošo cilvēku skaits ir pārāk liels.”

Informāciju par to, kāds „IQ testa labāko Top 20” ir iekļauts Sabiedrības mobilā satura abonēšanas pakalpojuma piedāvājumā, Sabiedrība nav sniegusi, bet administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā sniedza informāciju par to, ka attiecīgais „Top 20” saraksts ir iekļauts, vadoties no pirmajiem 150 patērētājiem, kuri aizpildīja piedāvāto testu.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji papildus izteica nožēlu par izdarīto pārkāpumu, sniedza informāciju, ka aptuvenie ienākumi no pakalpojuma ir Ls (...), no kuriem vēl arvien tiek veikta naudas atmaksa patērētājiem. Sabiedrības pārstāvji paskaidroja, ka Sabiedrība ikvienam patērētājam, kurš sūdzas, ka nav izpratis pakalpojuma noteikumus atgriež samaksāto naudas summu pilnā apmērā, nepieprasot no mobilo sakaru operatoriem attiecīgu pakalpojuma sniegšanas peļņu.

Izvērtējot lietas materiālus, PTAC secina:

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts paredz, 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 nosaka, ka *ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā ir komercprakses īstenotājs*.

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka pakalpojumu piedāvājuma sniegšana, tajā skaitā reklāmas baneru, „ēsmas” pakalpojuma un noteikta satura īsziņu sniegšana, ir atzīstama par komercpraksi, jo šāda darbība ir tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu un pakalpojuma sniegšanu patērētājam. Savukārt jebkura persona, kas ir iesaistīta attiecīgā pakalpojuma sniegšanā, ir atzīstama par komercprakses īstenotāju, kas konkrēto komercpraksi īsteno savā vai pakalpojuma sniedzēja vārdā vai uzdevumā, tādējādi, ņemot vērā, ka konkrētā piedāvājuma sniedzējs ir Sabiedrība, Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju, kas minēto komercpraksi īsteno savā vārdā.

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu komercprakse ir negodīga, ja tā ir maldinoša*.

PTAC ieskatā, piedāvājot patērētājiem iepriekš aprakstīto piedāvājumu, tiek īstenota negodīga, proti, maldinoša komercprakse šādu iemeslu dēļ:

NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza, un, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis*. NKAL 9.panta otrā daļa paredz, ka, vērtējot komercprakses atbilstību, ņem vērā pakalpojuma galvenās īpašības, ieguvumus no pakalpojuma,

pakalpojuma darbību, saturu, piederumus, piegādes metodi un apstākļus, pakalpojuma nolūku, lietošanu, specifiskāciju, paredzamos pakalpojuma lietošanas rezultātus, attiecīgās komercprakses mērķi un pakalpojuma pārdošanas procesa īpatnības u.c.. NKAL 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visas īpatnības un apstākļus, kā arī tajā izmantotā saziņas līdzekļa ierobežojumus, var secināt, ka:*

- 1) *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;*
- 2) *komercprakses īstenotājs būtisku informāciju slēpj vai sniedz neskaidri, nesaprotami, divdomīgi vai nepiemērotā laikā, vai nenorāda komercprakses komerciālo nolūku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs, un rezultātā vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.*

Izvērtējot interneta vietnē www.celltt.com sniegto informāciju par Sabiedrības patērētājiem piedāvātajiem pakalpojumiem, PTAC konstatē, ka pakalpojums, kurš tiek piedāvāts patērētājiem, veicot iepriekš minēto komercpraksi, ir mobilā satura/mobilās izklaides abonēšanas pakalpojums, respektīvi, pēc pieteikšanās pakalpojumam patērētājam ir iespējams abonēšanas ietvaros ik nedēļu uz savu tālruni saņemt 3 jaunākās kompānijas Apple ziņas. Tādējādi secināms, ka patērētājam faktiski kā „ēsmā” tiek piedāvāts saņemt vienu pakalpojumu, proti, vispirms „notriekt pretinieka kuģi” un aizpildīt bezmaksas zināšanu testu un vēlāk aizpildīt zināšanu testu, lai piedalītos loterijā, bet minēto darbību rezultātā patērētājs piesakās pavisam citam no reklāmā piedāvātā neatkarīgam pakalpojumam. Tātad attiecīgās komercprakses mērķis ir patērētāja piesaiste mobilā satura abonēšanas pakalpojumam.

PTAC ieskatā no interneta vietnē, kura atveras pēc uzklikšķināšanas uz attiecīga reklāmas banera, piedāvātā pakalpojuma („ēsmas” pakalpojuma), ņemot vērā tā vispārējo pasniegšanu, patērētājs nevar secināt, ka viņš piesakās mobilā satura (kompānijas Apple jaunumu) abonēšanas pakalpojumam, faktiski citam no sākotnēji piedāvātā pakalpojuma neatkarīgam/atšķirīgam pakalpojumam. Patērētāju maldināšanu pastiprina piedāvājumā iekļautais „IQ testa Labāko Top 20” saraksts un apstākļi, ka pēc testa rezultātu saņemšanas patērētājam ar salīdzinoši izteismīgiem burtiem tiek sniegta informācija, ka patērētājs ir laimējis un ir ieguvis iespēju piedalīties loterijā. Tas izriet arī no PTAC saņemtajām patērētāju sūdzībām, kurās patērētāji norāda, ka tiem neizprotamu iemeslu dēļ pēc attiecīgā testa izpildīšanas un pieteikšanās loterijai ir palielinājušies rēķini par elektronisko sakaru pakalpojumiem, kas radušies tāpēc, ka patērētājs, pašam nezinot/neapzinoties, ir pieteicies Sabiedrības mobilā satura abonēšanas pakalpojumam.

Kā jau PTAC iepriekš norādīja, PTAC uzskata, ka piedāvājumā iekļautais „IQ testa Labāko Top 20” saraksts pastiprina patērētāju maldināšanu attiecībā uz lēmuma par līguma slēgšanu, piemēram, atbildēšanu uz testa jautājumiem, pieņemšanu. PTAC ieskatā patērētājs, iepazīstoties ar attiecīgo sarakstu, nepārprotami uzskata, ka tajā iekļautās personas ir aizpildījušas Sabiedrības piedāvāto testu un tādējādi ir iekļuvušas šai sarakstā. Tā iespējams patērētājs varētu vēlēties sacensties ar sarakstā iekļautajām personām un, aizpildot testu, gūt labākus rezultātus, lai viņš tiktu iekļauts „IQ testa Labāko Top 20” sarakstā.

NKAL 15.panta trešā daļa paredz, ka, *ja komercprakses īstenotājs nesniedz saskaņā ar šā panta otro daļu pieprasīto informāciju vai sniedz to nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa.*

Ņemot vērā minēto un to, ka Sabiedrība nav sniegusi PTAC pieprasīto informāciju/pierādījumus par to, ka „IQ testa Labāko Top 20” sarakstā iekļautās personas ir aizpildījušas attiecīgo testu, iegūstot norādīto % skaitu, PTAC secina, ka „IQ testa Labāko Top 20” saraksts ir fiktīvs un tajā sniegtā informācija ir nepatiesa.

PTAC norāda, ka Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 4.panta pirmā daļa nosaka, ka, *stājoties līgumattiecībās ar ražotāju, pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, patērētājam jānodrošina iespēja pilnībā realizēt savu izvēli un gribu, iegādājoties tieši tādu preci vai saņemot tieši tādu pakalpojumu, kādu patērētājs vēlas, izņemot likumā noteiktos ierobežojumus. Ražotāja, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja pienākums ir respektēt šo gribu. Izvēle un griba paužama līguma noteikumos, vai arī tai jābūt redzamai pēc lietas apstākļiem.* PTAL 4.panta otrajā daļā minēts, ka *pirms patērētājs iegādājas preci vai saņem pakalpojumu, tam jānodrošina iespēja novērtēt attiecīgās preces vai pakalpojuma derīgumu un atbilstību. Patērētājam jāsaņem pilnīga informācija par preci vai pakalpojumu, norēķināšanās veidu, līguma izpildījumu un atbildību, ja līgumsaistības tiek pārkāptas.* PTAL 17.panta pirmā daļa paredz, ka *ražotāja, tā pilnvarotā pārstāvja, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja pienākums ir iepazīstināt patērētāju ar patiesu pilnīgu informāciju par piedāvātās preces vai pakalpojuma kvalitāti, drošumu, cenu, garantiju un garantijas remonta iespējām, lietošanas noteikumiem, ražotāja, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja nosaukumu (firmu), vārdu, uzvārdu un adresi, norādot to marķējumā, pievienotajā lietošanas pamācībā, tehniskajā pasē vai citādā rakstveida informācijā.* No minētajām normām izriet, ka patērētājam ir jāsaņem pilnīga, patiesa un skaidri saprotama, nepārprotama informācija par pakalpojumu, kurš viņam tiek piedāvāts, un saskaņā ar NKAL normām sniegtā informācija arī vispārējās pasniegšanas ziņā nedrīkst maldināt vidusmēra patērētāju, tādējādi negatīvi ietekmējot viņa ekonomisko rīcību, panākot, ka patērētājs pieņem tādu lēmumu par līguma slēgšanu (piemēram, zināšanu testa aizpildīšanu vai pieteikšanos piedāvātajai loterijai), kādu viņš citādāk nebūtu pieņēmis.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošo informāciju, tostarp saņemtajās patērētāju sūdzībās minēto, ņemot vērā arī saņemto patērētāju sūdzību skaitu, attiecīgā pakalpojuma raksturu, pieteikšanās pakalpojumam rezultātu, saturu, piegādes metodi un pieteikšanas apstākļus, komercprakses nolūku, attiecīgās komercprakses mērķi un pakalpojuma pārdošanas procesa īpatnības, PTAC uzskata, ka šāda komercprakse, kuras ietvaros patērētājiem tiek piedāvāts viens pakalpojums, bet, atsaucoties uz to, patērētājs vienlaicīgi piesakās citam ar piedāvāto pakalpojumu nesaistītam abonēšanas pakalpojumam, vispārējās pasniegšanas ziņā ir maldinoša. PTAC secina, ka faktiski Sabiedrība kādā no piedāvājuma stadijām ir sniegusi patiesu informāciju par to, ka *„Šis serviss strādā pamatojoties uz abonēšanas programmu.(Šis pakalpojums nav pieejams Bites klientiem) Jūs saņemsiet 3 produktus iknedēļu (kompānijas Apple jaunākās ziņas) Maksa: 1LS par servisu (3Ls/nedēļā) [...]”*, bet, vērtējot kopumā visa piedāvājuma/tajā sniegtās informācijas pasniegšanas veidu no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, PTAC ieskatā vidusmēra patērētājs, iepazīstoties ar sniegto informāciju, var neapzināties/nesaprast, ka piekrītot piedāvātajai iespējai piedalīties loterijā, viņš automātiski piesakās mobilā satura (kompānijas Apple jaunumu) abonēšanas pakalpojumam. No sniegtās informācijas satura un tās pasniegšanas veida

vidusmēra patērētājam nav nepārprotami saprotams, ka ar brīdi, kad patērētājs veiks noteiktās darbības, lai pieteiktu savu dalību loterijai, patērētājs piesakās noteiktas maksas mobilā satura abonēšanas pakalpojuma saņemšanai. No attiecīgās informācijas patērētājs var saprast tikai to, ka viņš piesakās loterijai, nevis cita veida pakalpojuma saņemšanai.

PTAC neuzskata, ka attiecīgo piedāvāto iespēju piedalīties loterijā vidusmēra patērētājs varētu uzskatīt kā „ bonusu”, kuru viņš varēs saņemt, ja pieteiksies mobilā satura abonēšanas pakalpojumam, jo tāda informācija nav sniegta. Patērētājam gan saņemtajā īsziņā ar loterijas kodu, gan arī interneta vietnē nepārprotami tiek sniegts vēstījums, ka patērētājs jau ir ieguvis iespēju piedalīties loterijā, pretēji attiecīgās loterijas noteikumos sniegtajai informācijai (loterijas noteikumu 5.1.punkts nosaka, ka, *lai piedalītos loterijā [...] dalībniekam jāpieslēdzas SIA „Lipron” mobilās izklaides parakstīšanas pakalpojumam*). No minētās patērētājiem sniegtās informācijas skaidri un nepārprotami neizriet, ka loterijā patērētājs var piedalīties tikai tad, ja viņš pieteiksies Sabiedrības abonēšanas pakalpojumam.

Tāpat arī internetā izvietotajos reklāmas baneros un/vai piedāvājuma sākuma stadijā (laikā, kamēr patērētājs atbild uz jautājumiem), kā arī īsziņā, ar kuru patērētājs saņem aizpildītā testa rezultātu, nav sniegta informācija par to, ka pakalpojums, kas ar attiecīgo reklāmas baneri/”ēsmas” pakalpojumu tiek reklamēts, ir mobilā satura abonēšanas pakalpojums, tādējādi noklusējot patērētājiem lēmuma par līguma slēgšanu (piemēram, par uzklikšķināšanu uz reklāmas baneri, lai izmantotu piedāvāto pakalpojumu, vai par atbildēšanu uz testa jautājumiem) nepieciešamu būtisku informāciju, kā rezultātā patērētājs var pieņemt tādu, tajā skaitā ekonomisko rīcību negatīvi ietekmējošu, lēmumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

Vienlaicīgi PTAC norāda, ka NKAL 10.panta ceturtā daļa nosaka, ka *par būtisku informāciju uzskatāmas arī prasības, kas informācijas sniegšanai noteiktas citos patērētāju tiesību aizsardzību vai preču pārdošanu un pakalpojumu sniegšanu reglamentējošos normatīvajos aktos, it īpaši informācija par distances līgumu [...]*, un NKAL 10.panta trešās daļas 5.punkts paredz, ka *gadījumā, ja komercprakses īstenotājs izmantotajai komerciālās saziņas formai piemērotā veidā piedāvā patērētājam iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu un norāda preces vai pakalpojuma īpašības un cenu, par būtisku uzskata informāciju par atteikuma tiesībām*.

Saskaņā ar PTAL 10.panta pirmo daļu, kurš nosaka, ka *distances līgums ir vienošanās starp patērētāju un pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, pamatojoties uz pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja piedāvājumu ar adresētu vai neadresētu iespieddarba, tipveida vēstules, kataloga, presē publicētas reklāmas, kurai pievienots pasūtījuma kupons, telefona, faksimila, Interneta, elektroniskā pasta, televīzijas, radio un citu informācijas nosūtīšanas vai pārraidīšanas līdzekļu starpniecību*, Sabiedrības izteiktais piedāvājums ir uzskatāms par patērētājam izteiktu distances līguma piedāvājumu.

Distances līgumā un patērētājiem izteiktajā piedāvājumā sniedzamās informācijas minimumu nosaka Ministru kabineta 2002.gada 28.maija noteikumi Nr.207 „Noteikumi par distances līgumu” (turpmāk – Noteikumi), kuru 2.punkts paredz, ka *distances līgumā ietver un patērētājam izteiktajā piedāvājumā sniedz šādu informāciju:*

- a. *pārdevēja vai pakalpojumu sniedzēja nosaukums (firma), reģistrācijas numurs, vārds, uzvārds un, ja tiek prasīta priekšapmaksa, arī adrese;*

- b. *preces vai pakalpojuma raksturojums;*
- c. *preču un pakalpojumu cena (ieskaitot visus nodokļus);*
- d. *maksa par piegādi (ja maksa ir paredzēta);*
- e. *samaksas, piegādes vai izpildes kārtība;*
- f. *informācija par atteikuma tiesībām (izņemot šo noteikumu 15.punktā minētos līgumus);*
- g. *attiecīgo distances informācijas nosūtīšanas vai pārraidīšanas līdzekļu izmantošanas izmaksas (ja tās atšķiras no valstī spēkā esošajiem tarifiem);*
- h. *laikposms, kurā speciālais piedāvājums vai cena ir spēkā (norāda tikai patērētājam izteiktajā piedāvājumā);*
- i. *līgumā par pastāvīgu vai atkārtotu preču piegādi vai pakalpojumu sniegšanu – minimālais līguma darbības termiņš (ja tāds ir).*

Papildus distances līgumā, ja tas tiek sniegts, izmantojot elektroniskus līdzekļus, norādāmo informāciju nosaka Informācijas sabiedrības pakalpojuma likuma (turpmāk – ISPL) II nodaļa.

PTAC secina, ka savā piedāvājumā pirms patērētājs piesakās pakalpojuma saņemšanai Sabiedrība nav sniegusi patērētājiem visu Noteikumu 2.punktā un ISPL II nodaļā noteikto informāciju, tostarp, patiesu informāciju par Sabiedrības juridisko adresi, jo piedāvājuma pēdējā solī Sabiedrības adrese ir norādīta kā Viestura pr. 61, Rīga, LV-1005, nevis Viestura prospekts 61-20, Rīga, LV-1005 (loterijas noteikumos Sabiedrības adrese vispār nav norādīta); informāciju par patērētāja atteikuma tiesībām (saskaņā ar Noteikumu 15.1.apakšpunktu, *ja puses nav vienojušās citādi, patērētājs nevar izmantot atteikuma tiesības, ja līgumu par pakalpojuma sniegšanu sāk pildīt ar patērētāja piekrišanu pirms šo noteikumu 9.punktā minētā atteikuma tiesību izmantošanas termiņa beigām un pakalpojuma sniedzējs jau pirms līguma noslēgšanas ir informējis patērētāju par atteikuma tiesību izmantošanas neiespējamību*); informāciju par kārtību, kas jāievēro, lai patērētājs izdarītu pasūtījumu; informācija par noslēgtā līguma glabāšanu u.c., tādējādi, noklusējot/sniedzot nepatiesu patērētājam lēmuma pieņemšanai nepieciešamu būtisku informāciju.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC ieskatā iepriekš minētā pieteikšanās mobilā satura abonēšanas pakalpojumam kārtība un par to sniegtā informācija ir izveidota tā/ar nolūku, lai maldinātu patērētāju par patieso pakalpojumu, kura saņemšanai viņš piekrist, un tā izmaksām. Līdz ar to PTAC uzskata, ka minētā komercprakse ir atzīstama par maldinošu komercpraksi NKAL 9. un 10.panta izpratnē, kura ne tikai maldina vidusmēra patērētāju vispārējā tās pasniegšanas ziņā, bet arī tās ietvaros tiek noklusēta, slēpta un sniegta neskaidri būtiska informācija par pakalpojuma abonēšanas raksturu, par mobilā satura abonēšanas pakalpojuma pieteikšanās kārtību un brīdi, ar kuru patērētājs uzsāk mobilā satura abonēšanas pakalpojumu, un Sabiedrības juridisko adresi. Šādas komercprakses ietekmē vidusmēra patērētājs var pieņemt un pieņemt (ko apliecina patērētāju sūdzības un Sabiedrības sniegtā informācija par to, cik patērētājiem ir nosūtīti reģistrēšanās pakalpojumam kodi un cik patērētāji ir reģistrējušies pakalpojumam) tādas lēmumus par līguma slēgšanu, kādus viņš nepieņemtu, ja pieteikšanās Sabiedrības mobilā satura abonēšanas pakalpojumam kārtība un par to sniegtā informācija būtu veidota/sniegta skaidri un saprotami atbilstoši normatīvo aktu prasībām, patērētājam nepārprotami apzinoties, ka viņš ir

pieteicies/piekritis mobilā satura abonēšanas pakalpojuma saņemšanai. Savukārt, ņemot vērā par pakalpojumu noteikto maksu, kas ir Ls 3,00 nedēļā, secināms, ka šādas negodīgas komercprakses rezultātā patērētājiem varēja rasties zaudējumi/ekonomisko interešu aizskārums.

PTAC paskaidro, ka attiecīgo īstenoto komercpraksi (kā arī tās ietvaros sniegto informāciju) 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 (turpmāk – Direktīva), kura ir maksimālās harmonizācijas direktīva un kuras normas ir iekļautas NKAL, un Eiropas Kopienų tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērīgs un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.pārgrāfs; C-44/01, 55.pārgrāfs; C-356/04, 78.pārgrāfs; C-381/05, 23.pārgrāfs).

Tāpat arī PTAC norāda, ka saskaņā ar NKAL 7.panta otro daļu *par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums:*

- 1) *iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības;*
- 2) *kādā veidā un ar kādiem noteikumiem iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu;*
- 3) *samaksāt preces vai pakalpojuma cenu pa daļām vai kopumā;*
- 4) *paturēt preci, pieņemt pakalpojumu vai izmantot iespēju īstenot savas likumīgās patērētāja tiesības.*

No konkrētā panta izriet, ka, vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz. Respektīvi, pietiek vien, 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, uzklikšķina uz reklāmas baneri, aizpilda zināšanu testu, ievada savu tālruņa numuru norādītā ailītē utt., un konkrētās patērētāja rīcības jau ir atzīstamas par komercprakses sekām, kuru ietvaros tiek/var tik ietekmēta arī patērētāja ekonomiskā rīcība.

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 komercpraksi, 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 tādus 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.*

Tāpat arī saskaņā ar Direktīvas preambulas 7.punktu *šī direktīva attiecas uz komercpraksi, kas ir tieši saistīta ar to, kā ietekmēt patērētāju lēmumu veikt ar produktiem saistītus darījumus,* un Direktīvas preambulas 13.punkts paredz, ka „*lai*

sasniegtu Kopienas mērķus, likvidējot šķēršļus iekšējā tirgus darbībai, dalībvalstīs spēkā esošās atšķirīgās vispārējās klauzulas un tiesību principi jāaizstāj ar jaunām klauzulām un principiem. Tādēļ ar šo direktīvu nosaka vienotu kopēju, vispārēju aizliegumu, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, kas kropļo patērētāju saimniecisko rīcību. Lai stiprinātu patērētāju uzticību, vispārējais aizliegums būtu vienādi jāattiecina uz negodīgu komercpraksi, ko veic vai nu ārpus jebkādam tirgotāju un patērētāju līgumsaistībām, vai pēc līguma noslēgšanas un tā izpildes laikā.” Tādējādi PTAC norāda, ka NKAL normas ir attiecināmas arī uz darbībām (vai bezdarbību (noklusējumu)), kuras tiek realizētas, lai piesaistītu patērētāju (lai viņš uzsāktu pieteikšanos pakalpojumam) vēl pirms patērētājs ir noslēdzis konkrētu darījumu un uzņēmies noteiktas (arī finansiālas) saistības.

Iepriekš minētais Direktīvas interpretācijas pareizums izriet arī no Eiropas Komisijas publicētajām Negodīgas komercprakses direktīvas vadlīnijām (skatīt, http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/Guidance_UCP_Directive_en.pdf).

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 komercprakti atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus, ņemot vērā, ka Sabiedrība vairs nepiedāvā un ir apņēmusies arī turpmāk vairs nepiedāvāt patērētājiem iepriekš minēto, kā arī līdzīgus mobilās izklaides abonēšanas pakalpojuma „serviss”, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1.-4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka komercprakses negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi un ņemot vērā LAPK 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, PTAC uzskata, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai **piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu**, kas paredzēts LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā, uzliekot sodu.

PTAC uzskata, ka ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī LAPK 1.panta pirmā daļa nosaka, ka *administratīvo pārkāpumu likumdošanas uzdevums ir aizsargāt sabiedrisko iekārtu, īpašumu un pilsoņu sociāli ekonomiskās, politiskās un personiskās tiesības un brīvības, kā arī komersantu, iestāžu un organizāciju tiesības un likumīgās intereses, noteikto pārvaldes kārtību, valsts un sabiedrisko kārtību, nostiprināt likumību, novērst tiesību pārkāpumus, audzināt pilsoņus likumu precīzas un stingras ievērošanas garā, ieaudzināt viņos cieņas pilnu attieksmi pret citu pilsoņu tiesībām, godu un pašcieņu, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā, un juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, ka soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos*

*neizdarītu citas personas.*¹ Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.

Ņemot vērā iepriekš minēto, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir īstenojusi jebkuros apstākļos negodīgu komercpraksi, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi*.

LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka *sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem*. Saskaņā ar LAPK 166.¹³ panta trešo daļu *par negodīgu komercpraksi - uzliek naudas sodu juridiskajām personām - līdz desmittūkstoš latiem*.

Saskaņā ar LAPK 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas komercprakses īstenošanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

Vienlaicīgi PTAC ņem vērā to, ka no LAPK 9.panta pirmās daļas izriet, ka par administratīvo pārkāpumu atzīstama vainojama (ar nodomu vai aiz neuzmanības izdarīta) darbība vai bezdarbība. Tādējādi vispārējā gadījumā administratīvā pārkāpuma lietā jākonstatē pie atbildības saucamās personas vaina.

Ar vainu saprotama fiziskās personas subjektīvā psihiskā attieksme pret nodarījumu. Kā norādīts tiesību literatūrā, juridisko personu atbildības noteikšanā vainas jautājums nevar būt risināms veidā, kādā tiek noteikta fizisko personu vaina. Šķērslis tam ir apstākļi, ka nekāda juridiskās personas psihiskā darbība nepastāv. Ja tiesībpārkāpumu izdara juridiska persona, tad konstatējams un pierādāms tiesībpārkāpums, bet tajā netiek ietverta vaina. Juridiskās personas administratīvās atbildības pamatojumā varētu likt konstatēto juridiskās personas faktisko darbību vai bezdarbību, kas atzīta par prettiesisku un sodāmu, bez jebkādas norādes uz vainu². Līdz ar to PTAC atzīst, ka juridiskās personas izdarīta administratīvā pārkāpuma gadījumā nav nepieciešams konstatēt pie atbildības saucamās personas vainu un ka administratīvo sodu ir pamats piemērot, konstatējot un pierādot pašu tiesībpārkāpumu³.

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 13.pantu un 66.panta pirmajā daļā minētos tiesību principus un lietderības apsvērumus, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu piemērotību un atbilstību,

¹ Māris Baltais. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.

² skatīt, Krastiņš U. Konceptuāli par vainu administratīvajās tiesībās. Jurista Vārds Nr. 23 (476), 2007.gada 5.jūnijs

³ skatīt, Administratīvās rajona tiesas 2009.gada 7.aprīļa spriedums lietā Nr.A42615607 (A1432-09/6)

konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu komercpraksi, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkarotām atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu. Savukārt, ņemot vērā Sabiedrības sniegto informāciju par negodīgas komercprakses izbeigšanu, pārtraucot mobilā satura abonēšanas sniegšanu, tostarp pārtraucot visus aktīvos patērētāju abonēšanas līgumus, kā arī Sabiedrības sniegto informāciju par tās apņemšanos turpmāk vairs nepiedāvāt patērētājiem līdzīga satura servisu un to, ka Sabiedrība atzīst (daļēji) un nožēlo izdarīto pārkāpumu, PTAC saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu ir konstatējis apstākļus, kas mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā komercprakses īstenošanas veidu; attiecīgā pakalpojuma raksturu; pieteikšanās pakalpojumam rezultātu; pakalpojuma saturu; pakalpojuma piegādes metodi un tā pieteikšanās apstākļus; komercprakses nolūku; attiecīgās komercprakses mērķi un pakalpojuma pārdošanas procesa īpatnības; patērētājiem saistībā ar pakalpojumu nosūtīto kodu skaitu; pakalpojuma maksu (Ls 3,00 nedēļā); izdarītā pārkāpuma raksturu; komercprakses ilgumu/apjomu; to patērētāju loku, kuru tiesiskās un ekonomiskās intereses, iespējams, ir skartas; atbildību mīkstinošo apstākļu esamību un pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī vienlīdzības principu un Sabiedrības sniegto informāciju par gūtajiem ienākumiem, un to, ka Sabiedrība, saņemot patērētāju sūdzības, pilnībā atmaksā patērētāja veiktās maksas par mobilā satura pakalpojumu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 1000,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – maldinošas komercprakses īstenošana – raksturu un tās īstenošanas veidu un iespējamo patērētāju interešu aizskārumu.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu, 166.¹³ panta trešo daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, PTAL 4.panta pirmo un otro daļu, 10.panta pirmo daļu, 17.pirmo daļu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 2.punktu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 9.panta otro daļu, 10.panta pirmo, trešo un ceturto daļu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta trešo daļu un astotās daļas 5.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Lipron”
 juridiskā adrese: Viestura prospektā 61-20, Rīga, LV-1005
 vienotās reģistrācijas numurs: 40103266252
 naudas sodu Ls 1000,00 (viens tūkstotis latu) apmērā

Pieņemto lēmumu SIA „Lipron” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Naudas sods 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. E03-KREUD-48	
Pieņemšanas datums:	2010.gada 2.septembris	

Naudas sods jāsamaksā ne vēlāk kā 30 dienu laikā pēc dienas, kad saņemts lēmuma noraksts.

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS