



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 „KupiKupon Baltics”
Reģ. Nr.40103348934
Dārzaugļu ielā 1 - 110
Rīgā, LV-1012

LĒMUMS
patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā
Rīgā

2016.gada 11.maijā

Nr.16-pk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz *Patērētāju tiesību aizsardzības likuma* (turpmāk – PTAL) 25.panta ceturtās daļas 1., 6. un 6.¹ punktu un Ministru kabineta 2006.gada 1.augusta noteikumu Nr.632 „*Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums*” 4.11., 4.12. un 4.13.apakšpunktu, ir izvērtējis SIA „KupiKupon Baltics” (turpmāk – Sabiedrība) pakalpojumu sniegšanas atbilstības PTAL, *Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma* (turpmāk – NKAL), *Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma* (turpmāk – ISPL), *Tūrisma likuma*, 2010.gada 13.aprīļa Ministru kabineta noteikumu Nr.353 „*Noteikumi par tūrisma operatora, tūrisma aģenta un klienta tiesībām un pienākumiem, kompleksa tūrisma pakalpojuma sagatavošanas un īstenošanas kārtību, klientam sniedzamo informāciju un naudas drošības garantijas iemaksas kārtību*” (turpmāk – Noteikumi Nr.353) un Ministru kabineta 2014.gada 20.maija noteikumu Nr.255 „*Noteikumi par distances līgumu*” (turpmāk – Noteikumi Nr.255) prasībām.

[1] Administratīvās lietas ietvaros, kopš 2014.gada jūlija pārbaudot Sabiedrības kolektīvās tiešsaistes iepirkšanās mājas lapā <http://www.zizu.lv> (turpmāk – Vietne) Sabiedrības piedāvātos preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju piedāvājumus, kurus ir iespējams iegādāties Vietnē ar kuponu starpniecību, PTAC konstatēja turpmāk minēto:

1. pārbaudīts Sabiedrības Vietnē piedāvātais SIA „PRIEKŠ TŪRE” (reģ. Nr.40003366030; juridiskā adrese: Vaidavas iela 6 k-3-22, Rīga, LV-1084) kompleksā tūrisma pakalpojums: „Romantiskā Prāga: Neaizmirstams piecu dienu ceļojums Prāga-Karlovi Vari-Drēzdene ar 42% atlaidi. BRAUCIENS GARANTĒTS” (turpmāk – Piedāvājums Nr.1). Kuponu derīguma termiņš: „no 2015.gada 14.marts plkst.06.00 līdz 2015.gada 14.marts plkst. 06.00”, kā ceļojuma datums norādīts 2015.gada 14.marts plkst.6.00. Piedāvājuma Nr.1 cena norādīta 139,00 EUR ar atlaidi „-42%” (kā cena bez atlaides norādīti 240,00 EUR);

2. pārbaudīts Sabiedrības Vietnē piedāvātais SIA „PRIEKŠ TŪRE” kompleksā tūrisma pakalpojums: „ZIEDOŠĀ HOLANDE: neaizmirstams un spilgts ceļojums uz Holandi izvēlētajās dienās ar atlaidi līdz 42%. BRAUCIENS GARANTĒTS!” (turpmāk – Piedāvājums Nr.2). Kuponu derīguma termiņš: „no 2015.gada 22.apr. plkst.05.15 līdz 2015.gada 06.maijs plkst. 00.00”. Piedāvājuma Nr.2 cena norādīta no 249,00 EUR ar atlaidi „līdz 42%” (kā cena bez atlaides norādīta cena līdz 432,00 EUR);

3. pārbaudīts Sabiedrības Vietnē piedāvātais SIA „PRIEKŠ TŪRE” kompleksā tūrisma pakalpojums: „Vācija: piecu dienu ceļojums uz Hamburgu, Brēmeni un Potsdamu ar 40% atlaidi. BRAUCIENS GARANTĒTS!” (turpmāk – Piedāvājums Nr.3). Kupona derīguma termiņš: „no 2015.gada 09.marts plkst.09.00 līdz 2015.gada 13.marts plkst. 23.00”. Piedāvājuma Nr.3 cena norādīta 149,00 EUR ar atlaidi „40%” (kā cena bez atlaides norādīti 248,00 EUR).

Izvērtējot Piedāvājumu Nr.1, Piedāvājumu Nr.2 un Piedāvājumu Nr.3, PTAC secināja, ka Sabiedrība saskaņā ar NKAL 4.panta otro daļu, 9.panta panta pirmās daļas 1.punktu, 10.panta trešās daļas 3.punktu pirmšķietami ir īstenojusi maldinošu komercpraksi (PTAC 2015.gada 12.februāra vēstule Nr.3.2.-1-K-103; 3.1.-1-L-64/1008);

4. Sabiedrība piedāvājumos, kuros tā norādīta kā pārdevēja, informē par preces cenas samazinājumu. Piemēram, universālā mazgāšanas līdzekļa ARIEL Tol LIQUID ar LENOR fresh (1,4l) piedāvājumā norādīts, ka precei piemērota atlaide 47%. Ņemot vērā, ka PTAC rīcībā nav faktu par Sabiedrības mazumtirdzniecības vietu esamību, nav konstatējama preces cenas bez atlaides esamība. Analoga situācija ir gadījumos, kad kā pārdevējs norādīta kompānija, kura tirgo preces/pakalpojumus ar interneta mājas lapas ārvalstīs starpniecību (piem., OŪ „OU NANO SHOP“, reģ. Nr.12230120; „UAB Pafos“, reģ. Nr.302817057). Gadījumā, ja prece/pakalpojums nav piedāvāts Latvijas patērētājiem pirms piedāvājuma izteikšanas Vietnē, nav pieļaujams norādīt cenu, no kuras piemērota atlaide;

5. gadījumos, kad piedāvājumā ir ietverta iespēja izvēlēties kādu/-us no vairākiem piedāvājumiem, Sabiedrība kā cenu bez atlaides norāda augstākā piedāvājuma cenu, bet kā pārdošanas cenu norāda zemāko cenu, tādējādi radot maldinošu salīdzinājumu, jo faktiski tiek salīdzināti dažādi piedāvājumi. Piemērs, kā cena tiek norādīta vienai no relaksējošām Ajūrvēdas masāžām: no 8.4 € / 5.9 Ls; līdz 35.0 € / 24.6 Ls (cena bez atlaides). PTAC ieskatā ir izmantojami tikai tādi cenu norādīšanas veidi, kuros tiek norādīta viena un tā paša piedāvājuma cena pirms atlaides piemērošanas un pēc atlaides piemērošanas;

6. piedāvājums „Autovadītāju medicīniskā apskate un izziņas noformēšana ar 44% atlaidi!” (Alma) tiek Vietnē ilgstoši izplatīts. PTAC ir konstatējis, ka piedāvājums tiek atjaunots, kad ir izpirkts tajā norādīto kuponu daudzums;

7. Sabiedrība Vietnē nav nodrošinājusi līguma noteikumu saglabāšanas funkciju, neievērojot ISPL 7.panta pirmās daļas noteikumus;

8. sadaļā „Atgriešanas nosacījumi” sniegtā informācija nav pilnīga (skatīt Noteikumu Nr.255 22.punktu), un piedāvātā atteikuma forma nenodrošina Noteikumu Nr.255 5.10. punktā un PTAL 12.panta otrajā daļā noteiktās prasības;

9. tika pārbaudīts Sabiedrības norādītais dažādu piedāvājumu darbības laiks un konstatēts, ka tas visos piedāvājumos tiek norādīts nepatiess, t.i. – īsāks par faktisko (jo tiek pagarināts), tādējādi maldinot patērētājus.

[2] PTAC 2015.gada 12.februārī nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.2.-1-K-103; 3.1.-1-L-64/1008 (turpmāk – Pieprasījums Nr.1), kurā sniedza tūrisma pakalpojumu piedāvājumu (Piedāvājuma Nr.1, Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3) izvērtējumu un pieprasīja Sabiedrībai sniegt paskaidrojumus un attiecīgus pierādījumus: (1) vai no Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izrietošie pakalpojumi ir iepriekš piedāvāti un/vai sniegti par konkrēto norādīto sākotnējo (regulāro/parasto) cenu; ja, no Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izrietošie pakalpojumi ir iepriekš piedāvāti un/vai sniegti par konkrēto sākotnējo cenu, sniegt par to attiecīgus pierādījumus; (2) vai kolektīvās tiešsaistes jomā Sabiedrības izteiktajos kompleksā tūrisma pakalpojumu piedāvājumos elektroniski sniegtā informācija atšķiras no tās, kuru patērētājs saņem, izprintējot piedāvājuma kuponu; ja Sabiedrības atbilde uz šo jautājumu ir apstiprinoša, sniegt skaidrojumu, kāpēc minētā informācija ir atšķirīga; (3) kāda ir tūrisma līguma noslēgšanas kārtība, t.sk., sniedzot informāciju kā un ar ko patērētājs noslēdz līgumu par tūrisma pakalpojumu iegādi un kam patērētājs maksā par tūrisma pakalpojumu un kādā apmērā (t.i., attiecībā uz apmēru – kuram no pakalpojumu sniedzējiem (Sabiedrībai vai

konkrētajam tūrisma pakalpojuma sniedzējam) maksājama pilna tūrisma pakalpojuma summa (cena) pilnā apmērā un/vai kuram no pakalpojumu sniedzējiem (Sabiedrībai vai konkrētajam tūrisma pakalpojuma sniedzējam) sākotnēji maksājama daļa no tūrisma pakalpojuma summas (cenas)).

Ņemot vērā, ka virknē piedāvājumu patērētājam nav iespējams pārliecināties par piedāvātās preces/pakalpojuma cenu pirms atlaides piemērošanas, PTAC arī pieprasīja Sabiedrībai līdz 2015.gada 9.martam iesniegt rakstveida pierādījumus, kurus tā ieguvusi pirms piedāvājumu ieviešanas Vietnē, par šādu preču/pakalpojumu pārdošanas cenām pirms atlaižu piemērošanas:

1. SIA „MBR1”, reģ. Nr.40103355955 piedāvājumam „Teorijas kurss „A” vai „B” kategorijai autoskolā „Fortuna auto” ar atlaidi līdz 92%!”;
2. SIA „Irukandži”, reģ. Nr. 40003515430 piedāvājumam „Pirts apmeklējums ar iespēju baudīt augu tēju ar veselīgām SPA uzkodām + masāža pēc izvēles + ietīšana”;
3. SIA „Venezia”, reģ. Nr. 40103309246 piedāvājumam „Matu zīda BIO krāsošana pēc amerikāņu tehnoloģijas CHI bez amonjaka, griešana un veidošana ar 63% atlaidi!”;
4. Platinum Bay (Trading) LTD, reģ. Nr.08122062 piedāvājumam „Skaists Swarovski Elements rotaslietu komplekts „Ziedu šarms”: kaklarota, rokassprādze un auskari – tikai par € 16,9”;
5. Biedrības „Par kvalitāti”, reģ. Nr.40008207032 piedāvājumam „Organisks pretnovecošanas krēms sejai Bio Damascena™: € 37,8 (standarta cena - € 62,9) vai organisks pretgrumbu krēms acu kontūrai uz rožu eļļas OTTO bāzes: € 31,6 (standarta cena - € 52,7);
6. SIA „Baltsales“, reģ. Nr. 41203050984 piedāvājumam „Plauktu sistēmu „Amazing Shoe Rack” 30 apavu pāriem”.

[3] 2015.gada 18.martā PTAC saņēma Sabiedrības paskaidrojumu (turpmāk – Paskaidrojums Nr.1), kurā norādīts:

1. Piedāvājuma Nr.1 aprakstā tiek sniegta visa informācija par to, kas ir iekļauts kupona maksā un kādi pakalpojumi tiek apmaksāti atsevišķi pēc klienta vēlmēm. Papildu ekskursijas ir programmas neobligātā sastāvdaļa. Pirms kupona iegādes klientam lēmuma pieņemšanai tiek uzskatāmi parādīta visa nepieciešamā informācija – piedāvājuma cena, piedāvājuma cena bez atlaides, visu pakalpojumu, kas iekļauti cenā, klāsts, iespējamo papildu pakalpojumu klāsts, kas minēti piedāvājuma nosaukumā, kā arī to cenas. Akcijas aprakstā tiek sniegta ceļojuma pilna programma, kurā norādītas vietas, kuras var apmeklēt par papildu maksu. Sabiedrības ieskatā piedāvājumam nav galvenā saukļa, kā tas norādīts PTAC Pieprasījumā Nr.1. Sabiedrība paskaidro, ka akcijas nosaukumā nevar norādīt visas nianšes, tāpēc aprakstu klienti saņem, iepazīstoties ar akcijas noteikumiem. Minētais attiecināms arī uz Piedāvājumu Nr.3. Attiecībā uz Piedāvājumu Nr.2 Sabiedrība paskaidro, ka tā ir ekskursija uz salu ar tālāko atgriešanos atpakaļ uz kontinentu, līdz ar to tie, kas ekskursijā nepiedalās, pievienojas grupai pēc tās atgriešanās. No minētā izriet, ka cena norādīta pareizi un ir saprotami norādīts, ka piemaksa par braucienu uz salu nav obligāta. Saistībā ar iespēju pārliecināties par brauciena nominālo vērtību, Sabiedrība sazinājās ar partneri SIA „PRIEKŠ TŪRE” un ir saņēmusi informāciju, ka portāls vēstules rakstīšanas brīdī tika tehniski atjaunots;

2. Sabiedrība norādīja, ka tiks veiktas izmaiņas piedāvājumu darbības laika noformējumā, tuvākajā laikā tiks nodrošināta iespēja saglabāt līguma noteikumus, kas tiek rediģēti atbilstoši Noteikumu prasībām. Sabiedrība norādīja, ka piedāvājumu/akciju ilgumu nosaka partneris un ka tas var tik apturēts jebkuras dienas beigās;

3. atbildot uz PTAC konstatēto par atlaižu norādes maldinošo raksturu, Sabiedrība paskaidroja, ka tā sadarbojas ar vairumtirgotājiem un ņem vērā vidējo preces vērtību Eiropas mazumtirdzniecības tirgū;

4. attiecībā uz PTAC norādi par to, ka Sabiedrība kā cenu bez atlaides norāda augstākā piedāvājuma cenu, bet kā pārdošanas cenu norāda zemāko cenu, Sabiedrība iebilst formulējumam, norādot, ka pie augstākās cenas vienmēr ir norāde „līdz”, bet cena ar atlaidi

galvenajā lapā tiek norādīta, vadoties pēc zemākās kupona cenas, tai pievienojot norādi „no”. Sabiedrība informē, ka procentuāli norādītā atlaide atbilst klienta faktiskajai ekonomijai;

5. Sabiedrība arī norāda, ka nepiekrīt PTAC novērotajam saistībā ar piedāvājumu „Autovadītāju medicīniskā apskate un izziņas noformēšana ar 44% atlaidei!”, taču pierādījumus sava apgalvojuma patiesumam nav iesniegusi;

6. Sabiedrība norāda, ka pirms piedāvājumu izvietojšanas Vietnē tos pārbauda, bet darbā ar partneriem pastāv labticības princips, kā arī līgumos ar partneriem tie apstiprina savas sniegtās informācijas patiesumu;

7. iesniedzot PTAC pieprasītos pierādījumus, Sabiedrība norādīja uz tās sadarbības partnera SIA „MBR1” pieļauto kļūdu, iesniedzot piedāvājumu. Saistībā ar SIA „Irukandži” piedāvājumu iesniegtie materiāli norāda, ka atlaides ilgums ir paredzēts 6 mēneši, bet piedāvājuma cena ir nesalasāma. Ziņu par cenas pārbaudi nav. Iepazīstoties ar iesniegtajiem dokumentiem saistībā ar SIA „Venezia” piedāvājumu, PTAC konstatē, ka iesniegti dokumenti par divu akciju rīkošanu – viena akcija 2014.gadā, otrs līgums noslēgts 2015.gada 16.janvārī par akciju no janvāra līdz aprīlim, bet uz pievienotās cenu lapas norādīts, ka tā attiecas uz 2015.gada februāri un tajā nav pakalpojuma, kura nosaukums un cena atbilstu akcijas piedāvājumā norādītajai regulārajai pakalpojuma cena. Saistībā ar Platinum Bay (Trading) LTD piedāvājumiem Sabiedrība ir iesniegusi tikai līguma fotokopiju, neskatoties uz preču cenu ļoti ievērojamo samazinājumu. Pierādījumi par pārbaudes veikšanu nav iesniegti. Noslēdzot līgumu ar biedrību „Par kvalitāti” par preces izvietojšanu Vietnē, Sabiedrība nav veikusi darbības, lai pārliecinātos par atlaides patiesumu, neņemot vērā sadarbības partnera darbības formu (biedrība). Saistībā ar SIA „Baltsales” piedāvātās preces cenu pirms atlaides piemērošanas izpēti Sabiedrība saskaņā ar sniegto informāciju pierādījumus nav guvusi. Sabiedrības iesniegtajās līgumu ar tās sadarbības partneriem fotokopijās un/vai elektroniskās sarakstes izdrukās ir iekļauta informācija par kuponu darbības laiku, taču vairākos līgumos nav noteikts piedāvājumu izvietojšanas periods.

[4] 2015.gada 13.aprīlī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.2.-1-K-103; 3.1.-1-L-64//2587 (turpmāk – Pieprasījums Nr.2), kurā pieprasīja līdz 2015.gada 24.aprīlim sniegt rakstveida paskaidrojumus un attiecīgus pierādījumus par to: vai no Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izrietošie pakalpojumi vispār ir iepriekš piedāvāti un/vai sniegti par konkrēto kuponā norādīto sākotnējo (parasto) cenu; ja, no Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izrietošie pakalpojumi ir iepriekš piedāvāti un/vai sniegti par konkrēto sākotnējo cenu, sniegt par to attiecīgus pierādījumus; sniegt rakstveida skaidrojumu par Sabiedrības Paskaidrojumā Nr.1 norādīto, ka: „Līgums par braucienu tiek noslēgts iepriekš vai nu partnera birojā, vai arī tieši pirms pašas izbraukšanas no Rīgas”, proti, sniegt detalizētāku informāciju, ko nozīmē „Līguma noslēgšana iepriekš” – cik dienas pirms ceļojuma līgums par komplekso tūrisma pakalpojumu sniegšanu tiek noslēgts ar patērētāju un ar ko patērētājs šajā gadījumā slēdz līgumu – ar Sabiedrību vai konkrēto tūrisma pakalpojuma sniedzēju, kā arī sniegt rakstveida informāciju, ar ko – Sabiedrību vai konkrēto tūrisma pakalpojuma sniedzēju – patērētājs slēdz līgumu par komplekso tūrisma pakalpojumu sniegšanu gadījumā, kad „Līgums par braucienu tiek noslēgts tieši pirms pašas izbraukšanas no Rīgas”, vienlaikus sniedzot informāciju, vai patērētājam tiek izsniegts otrs noslēgtā līguma eksemplārs.

[5] 2015.gada 28.aprīlī PTAC saņēma Sabiedrības paskaidrojumu (turpmāk – Paskaidrojums Nr.2), kurā norādīts, ka no Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izrietošie kompleksie tūrisma pakalpojumi tika pārdoti par akcijā norādītajām nominālceņām, ko apliecina divi Pielikumā Nr.1 un Pielikumā Nr.2 esošie līgumi ar klientiem, kuri ir iegādājušies šos kompleksos tūrisma pakalpojumus par cenu bez atlaides, līdz ar to Sabiedrības ieskatā piedāvājumos norādīto informāciju nevar uzskatīt par maldinošu. Sabiedrība sniegusi paskaidrojumu arī par līguma noslēgšanas kārtību attiecībā uz komplekso tūrisma pakalpojumu piedāvājumiem.

[6] 2015.gada 27.maija vēstulē Nr.3.2.-1-K-103/3732 (turpmāk – Pieprasījums Nr.3) PTAC informēja Sabiedrību par konstatēto, ka Sabiedrība Vietnē piedāvā virkni uztura bagātinātāju, kuru apraksti neatbilst normatīvo aktu prasībām, piemēram, uztura bagātinātāja Reiši piedāvājumā tika sniegta šāda informācija:

„Ne velti Reiši tiek sauktas par līdzekli pret visām slimībām. Reiši sēnes tiek izmantots, lai ārstētu aknu slimības – tās tīra un atjauno aknu funkcijas. Reiši uzlabo visu organisma sistēmu normālo funkcionēšanu. Pēc pasaules klīniskās prakses datiem, to izmantošana palīdz cīņā ar hronisku noguruma sindromu, palīdz imunitātes nostiprināšanai, palīdz uzvarēt alerģiju, herpi, stomatītu, vīrusa hepatītu, hipertoniiju, aterosklerozi. Atvieglo rehabilitācijas noriti pēc ķīmiskās un radioterapijas, palīdz samazināt holesterīna līmeni asinīs, normalizē arteriālo spiedienu”.

Nemot vērā minēto, PTAC pieprasīja Sabiedrībai līdz 2015.gada 9.jūnijam iesniegt PTAC dokumentus (kopijas), uz kuru pamata Sabiedrība izvietoja Vietnē piedāvājumus tālāk tekstā minētajiem uztura bagātinātājiem:

1. SIA „Online Trade” piedāvātais uztura bagātinātājs Reiši kapsulas (100 gab. pa 500 mg);
2. SIA „Online Trade” piedāvātais uztura bagātinātājs Spirulīnas tabletes (600 gab.);
3. SIA „Online Trade” piedāvātais produkts Cistus Incanus kaltētas lapas;
4. SIA „Laikmets-Vit” piedāvātais produkts „Basic Minerals”;
5. SIA „Laikmets-Vit” piedāvātais uztura bagātinātājs „L-Carnitine 1000”;
6. SIA „Laikmets-Vit” piedāvātais uztura bagātinātājs „AMINO”;

kā arī pierādījumus par SIA „Online Trade” piedāvājumos norādītās cenas bez atlaides patiesumu šādiem produktiem: Miežu asnu pulveris (100g), Spirulīnas tabletes (600 gab.), Ceļtekas sēklas (200 g).

[7] Sabiedrība 2015.gada 15.jūnija vēstulē (turpmāk – Paskaidrojums Nr.3), kas PTAC tika saņemta 2015.gada 18.jūnijā, norādīja, ka PTAC minētajos produktu aprakstos neuzmanības dēļ nepietiekami uzmanīgi pārbaudīja iesniegtos aprakstus. Iepazīstoties ar Sabiedrības iesniegto līgumu fotokopijām, PTAC konstatēja, ka produktu apraksti ir ievietoti līgumos, nevienam no astoņu produktu aprakstiem Sabiedrība saviem sadarbības partneriem nav prasījusi pievienot pierādījumus par aprakstu atbilstību normatīvo aktu prasībām. Pierādījumi par SIA „Online Trade” piedāvājumos norādītās cenas bez atlaides patiesumu iesniegti netika.

2015.gada 2.jūlija vēstulē Nr.3.2.-1-K-103/4802 un atkārtoti 2015.gada 23.jūlija vēstulē Nr.3.2.-1-K-103/5383 PTAC pieprasīja Sabiedrības sadarbības partnerim SIA „Online Trade” iesniegt pierādījumus par Vietnē izvietoto piedāvājumu/preču cenām pirms izvietojšanas Vietnē. Saskaņā ar SIA „Online Trade” vēstulē, kas PTAC tika saņemta 2015.gada 7.augustā, minēto „Online Trade” nav mazumtirdzniecības vietas.

[8] Turpinot Vietnes satura izvērtēšanu, PTAC 2015.gada 27.augusta vēstulē Nr.3.2.-1-K-103;3.1.-1-L-64/6378 (turpmāk – Pieprasījums Nr.4) pieprasīja Sabiedrībai iesniegt pierādījumus par vairāku preču un pakalpojumu cenu pirms atlaides piemērošanas patiesumu, kā arī cita starpā pieprasīja Sabiedrībai līdz 2015.gada 11.septembrim iesniegt attiecīgus pierādījumus, kas apliecina to, ka no Piedāvājuma Nr.1, Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izrietošie tūrisma pakalpojumi ir iepriekš piedāvāti vai sniegti par konkrēto kuponā norādīto sākotnējo (parasto) cenu pirms Piedāvājuma Nr.1, Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izteikšanas datuma, kā arī iesniegt pierādījumus, kas apliecina, ka Sabiedrība pirms attiecīgo kuponu piedāvājumu izvietojšanas Vietnē ir pārliecinājusies par to, ka Piedāvājuma Nr.1, Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 sākotnējā (parastā) cena ir reāla, patiesa un eksistējoša.

[9] 2015.gada 14.septembrī PTAC saņēma Sabiedrības paskaidrojumu (turpmāk – Paskaidrojums Nr.4), kurā norādīts, ka paskaidrojuma pielikumā ir pievienoti SIA „PRIEKŠ TŪRE” noslēgto līgumu ar patērētājiem kopijas, kas apliecina, ka patērētāji ir iegādājušies Piedāvājuma Nr.1, Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 tūrisma pakalpojumus par to sākotnējo (parasto) cenu. Paskaidrojuma Nr.4 pielikumā pievienotas SIA „PRIEKŠ TŪRE” un konkrētu patērētāju starpā noslēgto līgumu par tūrisma pakalpojumiem kopijas. Sabiedrība informē, ka pirms piedāvājumu publicēšanas Vietnē Sabiedrības darbinieki pārbauda potenciālo piedāvājumu cenas partneru mājas lapās, vai arī pieprasa partnerim uzrādīt klientiem pieejamo cenrādi. SIA „PRIEKŠ TŪRE” piedāvājumi ir publicēti portālā www.prieksture.lv, kurā var pārliecināties par piedāvājuma pieejamību klientiem, kā arī piedāvājuma nominālvērtību, ko arī Sabiedrības darbinieki dara. Sabiedrība savu sadarbību ar partneriem balsta uz publisko oferti jeb vispārpieejamiem noteikumiem, kas ir pieejami portāla sadaļā „Mūsu partneriem”. Atsevišķi līgumi ar partneriem netiek slēgti, katrs akcijas piedāvājums tiek publicēts, balstoties uz Vispārējo noteikumu pielikumiem, kas tiek noslēgti individuāli pirms katra piedāvājuma publicēšanas sākuma.

Sabiedrība kā pierādījumus par pieprasīto preču cenu patiesumu pirms atlaides piemērošanas ir pievienojusi katra komersanta sniegtu rakstveida apliecinājumu par cenas patiesumu (fotokopiju formā), t.sk. Lietuvas komersanta apliecinājumu angļu valodā, kā arī SIA „Online Trade” nezināmas personas parakstītu apliecinājumu, kas ir pretrunā ar PTAC no minētās sabiedrības saņemto informāciju.

[10] 2015.gada 27.augustā PTAC nosūtīja SIA „PRIEKŠ TŪRE” vēstuli Nr. 3.2.-1-K-103; 3.1.-1-L-64/6377 (turpmāk – Pieprasījums Nr.5), kurā pieprasīja sniegt informāciju un attiecīgus pierādījumus par Piedāvājuma Nr.1, Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 sākotnējo (parasto) cenu un vai tūrisma pakalpojumi, kas norādīti minētajos piedāvājumos, ir iepriekš piedāvāti vai sniegti par konkrētajā kuponā norādīto sākotnējo (parasto) cenu pirms Piedāvājuma Nr.1, Piedāvājuma Nr.2 un Piedāvājuma Nr.3 izteikšanas datuma.

[11] 2015.gada 10.septembrī PTAC saņēma SIA „PRIEKŠ TŪRE” atbildi uz Pieprasījumu Nr.5, kuras pielikumā pievienotas ar atsevišķiem patērētājiem noslēgto līgumu kopijas par Piedāvājumā Nr.1, Piedāvājumā Nr.2 un Piedāvājumā Nr.3 piedāvāto tūrisma pakalpojumu iegādi par sākotnējo (parasto) cenu (t.i., cenu bez atlaides).

[12] Turpinot izvērtēt Sabiedrības īstenoto komercpraksi, PTAC 2016.gada 9.martā nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 3.2.-1-K-103; 3.1.-1-L-64/1625 (turpmāk – PTAC Vēstule), kurā informēja, ka cita starpā ir konstatējis tālāk minēto:

1. 2015.gada 3.jūnijā Vietnē tiek piedāvāta SIA „Vīna-kalns” kosmētisku procedūru pakete „Divu stundu SPA rituāls ķermenim un sejai ar austrumu garšvielām” ar norādītu tās cenu arī pirms atlaides, taču piedāvājumā norādītajā interneta vietnē pakalpojumu sniedzējs šādu pakalpojumu paketi nepiedāvā. Piedāvājumam nav norādīts darbības laiks;

2. analoga situācija konstatēta 2015.gada 27.jūnijā, kad Vietnē piedāvātie sporta kluba „Triumfs” abonementi ar atlaidi un norādītu to cenu arī pirms atlaides netiek piedāvāti pakalpojumu sniedzēja interneta vietnē. Piedāvājumam nav norādīts darbības laiks;

3. 2015.gada 9.jūlijā Vietnē tiek piedāvāta prece ar atlaidi un norādītu tās cenu arī pirms atlaides, kuras pārdevējs norādīts Lietuvas komersants UAB Beauty Balt, un preces parastā pārdošanas vieta – interneta veikals, kurā informācija ir lietuviešu valodā. Piedāvājuma darbības laiks tajā nav norādīts;

4. 2015.gada 31.jūlijā Vietnē tiek piedāvāts SPA centra „Aquadream” apmeklējums ar kupona derīguma termiņu no 2015.gada 1.aprīļa līdz 2015.gada 2.oktobrim un ar norādītu cenu pirms atlaides piemērošanas. Pakalpojuma sniedzējs savā interneta vietnē analogu pakalpojumu nepiedāvā. Piedāvājuma darbības laiks nav norādīts.

Analoga situācija ir SIA „LSB” frizētavas piedāvājumos (3 piedāvājumi) – arī šie piedāvājumi saskaņā ar pakalpojuma sniedzēja cenu lapā esošo informāciju netiek parasti piedāvāti, bet piedāvājumos ir norādītas cenas pirms atlaides piemērošanas. Piedāvājumos nav norādīts to darbības laiks;

5. 2015.gada 4.augustā Vietnē tiek reklamēts ārvalstu komersanta internetveikals, sniedzot maldinošu informāciju par tā noteikumiem, t.i. – sniedzot informāciju par bezmaksas piegādi, ir noklusēta informācija, ka bezmaksas piegāde iespējama pie noteiktas pirkuma summas;

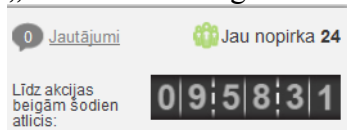
6. 2015.gada 30.oktobrī PTAC konstatēja, ka Vietnē ir izvietoti preču piedāvājumi, kuros preču pārdevējs ir Sabiedrība un kuros ir norādītas preču cenas pirms atlaižu piemērošanas. PTAC konstatēja 23 šādus piedāvājumus. Piedāvājumu darbības laiks nav norādīts;

7. 2016.gada 8.janvārī PTAC konstatēja, ka Vietnē tiek piedāvāti 6 veidu dezodoranti un norādīta to pārdevēja interneta veikala adrese www.uzjaucpats.lv. Iepazīstoties ar tajā esošo preču sortimentu, tika konstatēts, ka Sabiedrības piedāvājumā minētie produkti tajā piedāvāti netiek. Zvanot uz Vietnē norādīto pārdevēja telefona numuru 29148874, tika saņemta informācija, ka Sabiedrības piedāvājumā esošie dezodoranti ir nopērkami interneta veikalā www.zzoo.lv, kura faktiskā adrese preces saņemšanai ir tā pati, kas norādīta Sabiedrības piedāvājumā. Dezodorantu cenas šai veikalā būtiski atšķiras no Sabiedrības piedāvājumā norādītajām cenām pirms atlaides piemērošanas, t.i. – tās ir zemākas par Vietnē piedāvātajām pēc atlaides piemērošanas. Vietnē norādītā preces pārdevēja juridiskā adrese neatbilst datu bāzē www.lursoft.lv norādītajai. Analoga situācija (ar citu produktu piedāvājumu) atkārtoti konstatēta 2016.gada 2.martā. Piedāvājuma darbības laiks tajos nav norādīts;

8. 2016.gada 12.janvārī PTAC konstatēja, ka Vietnē tiek piedāvāta iespēja iegādāties vairākas viena pārdevēja (SIA „SAITEGS”) preces. Ir norādīta pārdevēja interneta vietnes adrese, kas ir neaktīva (www.saitegs.com). Iepazīstoties ar interneta vietnes www.saiteg.com (atrasta ar meklētājprogrammas palīdzību) saturu, ir konstatēts, ka tajā tiek piedāvāta viena no Vietnē piedāvātajām precēm, un tās cena pirms atlaides piemērošanas atbilst vietnē www.saiteg.com norādītajai preces cenai dolāros. Pārdevēja norādīta SIA „ME”, reģ. Nr.40103199106. Meklējot ar meklētājprogrammas palīdzību citas Sabiedrības piedāvājumā esošās preces, tika konstatēts, ka viena analoga nosaukuma prece ir bijusi piedāvājumā www.saiteg.com par cenu, kas atšķiras no konkrētajā piedāvājumā minētās, t.i. – 7,00 EUR, nevis 21,00 EUR. Saskaņā ar publiski pieejamo informāciju Vietnē norādītajā preču saņemšanas adresē ir reģistrēti 14 uzņēmumi, bet ne Vietnē norādītā pārdevēja uzņēmums, ne arī SIA „ME”. Piedāvājuma darbības laiks tajā nav norādīts;

9. pārbaužu uzsākšanas laikā PTAC konstatēja, ka Sabiedrības Vietnē norādītie piedāvājumu darbības laiki neatbilst faktiskajiem. Izmantotais rīks (atpakaļ ejošs pulkstenis) ar norādi „līdz akcijas beigām atlicis” sniedza maldinošu informāciju par akcijas norises laiku.

Pēc PTAC norādītā pārkāpuma Sabiedrība pie rīka sniegtajai informācijai pievienoja vārdu „šodien”. 2016.gada 4.martā Vietnes katrā piedāvājumā ir iekļauts šāds rīks:

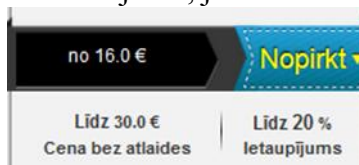


, kas faktiski rāda laiku līdz konkrētās dienas beigām. Šāda informācija patērētājiem viņu lēmuma pieņemšanai ir nevajadzīga, tai nav būtiskas informatīvas vērtības, taču tā var radīt/rada maldinošu iespaidu par patieso laiku līdz piedāvājuma beigām;

10. Sabiedrība nav veikusi izmaiņas līguma noteikumos. Piemēram, informējot par atteikuma tiesībām (saskaņā ar Sabiedrības sniegto informāciju tās nav attiecināmas – pārtikas preču, dzērienu un citu tūlītējās lietošanas preču piegādes gadījumā; precēm, kas [...] tiek ātri patērētas; slēdzot līgumus, kas saistīti ar loterijas vai azartspēļu pakalpojumiem). Noteikumu Nr.255 22.punktā ir norādīts izsmeļos apstākļu uzskaitījumus, kuros gadījumos patērētājs nevar

izmantojot atteikuma tiesības, un Sabiedrība nav tiesīga šo normatīvajos aktos noteikto apstākļu uzskaitījumu paplašināt. Līdz ar to PTAC norāda, ka patērētāji ir tiesīgi izmantot atteikuma tiesības pārtikas preču un dzērienu iegādes gadījumā, ja nav spēkā Noteikumu Nr.255 22.4 punkta nosacījums. Vienlaicīgi PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība neievēro Noteikumu Nr.255 10.5.punkta prasību nodrošināt Vietnē pieejamu atteikuma veidlapu (saskaņā ar Noteikumu Nr.255 pielikuma B daļā norādīto) pirms patērētājs ir uzņēmies distances līguma saistības vai piekritis piedāvājumam;

11. PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība gadījumos, kad piedāvājumā ir ietverta iespēja izvēlēties kādu/-us no vairākiem piedāvājumiem, turpina kā cenu bez atlaides norādīt augstākā piedāvājuma cenu, bet kā pārdošanas cenu norāda zemāko cenu, tādējādi radot maldinošu salīdzinājumu, jo faktiski tiek salīdzināti dažādi piedāvājumi. Piemērs iepriekš minētajam:



PTAC ieskatā ir izmantojami tikai tādi cenu norādīšanas veidi, kuros tiek izmantota viena un tā paša piedāvājuma cena pirms atlaides piemērošanas un pēc atlaides piemērošanas, kā arī ietaupījums norādāms atbilstoši piedāvājumā norādītajai cenai, nevis augstāko atlaides procentu;

12. PTAC Vēstulē informēja Sabiedrību par konstatētajiem pārkāpumiem un samērīgas NKAL 15.² pantā paredzētās soda naudas piemērošanai lūdza Sabiedrību līdz 2016.gada 21.martam iesniegt normatīvajos aktos noteiktā kārtībā apliecinātu Sabiedrības 2015.gada pārskata „Peļņas vai zaudējumu aprēķina” kopiju, kā arī dalībnieku sapulces protokola izrakstu ar lēmumu par gada pārskata apstiprināšanu. Gadījumā, ja Sabiedrībai 2015.gada pārskats vēl nav apstiprināts, PTAC lūdza apliecināt, ka Sabiedrības 2014.gada pārskats ir pēdējais apstiprinātais gada pārskats. PTAC arī informēja Sabiedrību par to, ka vadīsies pēc tā rīcībā esošās informācijas lēmuma pieņemšanas brīdī, ja iepriekš minētā informācija noteiktajā termiņā netiks saņemta, PTAC Informēja sabiedrību, ka saskaņā ar *Administratīvā procesa likuma* 59.panta pirmo daļu, 61.pantu un 62.panta pirmo daļu Sabiedrībai ir tiesības izteikt viedokli, sniegt paskaidrojumus un iesniegt pierādījumus administratīvajā lietā. Rakstveida paskaidrojumus un pierādījumus PTAC lūdza iesniegt līdz 2016.gada 21.martam.

[13] 2016.gada 23.martā PTAC saņēma Sabiedrības paskaidrojumu (turpmāk – Paskaidrojums Nr.5), kurā Sabiedrība norādījusi minēto:

1. Sabiedrība nav Vietnē piedāvāto pakalpojumu sniedzēja vai preču pārdevēja (izņemot pašu izpārdošanas) to likumu izpratnē, ko norāda PTAC, bet gan reklāmas platforma kuponu izplatīšanai, to paskaidrojot no dažādiem aspektiem;

2. atbildot uz PTAC konstatēto par atlaižu norādīšanu precēm, kas nav iepriekš piedāvātas Latvijas tirgū, Sabiedrība pamato savu rīcību ar rūpēm par patērētājiem, kas citādi varētu neuzzināt par reālu piedāvājuma izdevīgumu. Sabiedrība gan nepaskaidro, uz kādas informācijas ir balstīts pieņēmums par piedāvājumu izdevīgumu. Vienlaicīgi Sabiedrība informē, ka ir nolēmusi īslaicīgi izbeigt šādu piedāvājumu izvietojumu, jo tie apgrūtina Sabiedrības darbu ar biežu PTAC vēršanos pie Sabiedrības;

3. Sabiedrība informē, ka ir novērsusi tehniskas problēmas un līguma noteikumu saglabāšana ir nodrošināta;

4. Sabiedrība informē, ka Vietnē sen vairs netiek izvietoti uzņēmuma Alma piedāvājumi;

5. Sabiedrība informē, ka ir veikusi izmaiņas atgriešanas noteikumos un ir ievietojuši Vietnē atteikuma veidlapu;

6. Sabiedrība informē, ka ir nodrošinājusi akcijas darbības laika norādi;

7. attiecībā uz cenu pirms atlaides pārbaudēm Sabiedrība informē, ka uzticas saviem sadarbības partneriem un veic cenu pārbaudi ar dažādu servisu, piemēram, www.salidzini.lv,

www.kurpirkt.lv starpniecību, pašu komersantu un viņu konkurentu interneta mājas lapās, ja partnerim nav mazumtirdzniecības punkta Latvijā, kā arī citās populārās kuponu mājaslapās;

8. attiecībā uz cenas atlaides norādes patiesumu piedāvājumos, kuros kā pārdevējs norādīta Sabiedrība, ir sniegta atbilde, kura nav saprotama, jo tiek minēti iepriekšējo akciju partneru preču atlikumi. Minētais nepaskaidro ne to, kādēļ kā pārdevējs norādīta Sabiedrība, ne arī pamato atlaides patiesumu šī fakta dēļ;

9. saistībā ar SIA „PRIEKŠ TŪRE” piedāvājumiem Sabiedrība paskaidrojusi, ka sadarbība ar minēto sabiedrību kopš 2016.gada 13.janvāra ir pārtraukta. Cita starpā Sabiedrība paskaidrojusi, ka tā paļāvās uz SIA „PRIEKŠ TŪRE” sniegto informāciju par piedāvājumiem, kā arī Sabiedrības ieskatā tā nodrošina reklāmu (reklāmas laukumu) un tā nav uzskatāma par tūrisma pakalpojumu uzņēmumu. Sabiedrība informē, ka tā ir pieņēmusi lēmumu apstādināt kuponu tirdzniecību tūrisma braucieniem.

[14] 2016.gada 3.martā PTAC veica pārbaudi Sabiedrības Vietnē, pārbaudot Vietnē izvietotos tūrisma pakalpojumu piedāvājumus. PTAC konstatēja ka, atverot konkrēto piedāvājumu (t.i., uzspiežot uz sadaļas „vairāk”, kur iespējams saņemt plašāku informāciju par piedāvājumu), atveras jau konkrētā tūrisma pakalpojuma sniedzēja mājas lapa, kā arī konstatējams, ka piedāvāto pakalpojumu patērētājs var pasūtīt/rezervēt tūrisma pakalpojuma sniedzēja mājas lapā.

2016.gada 7.aprīlī PTAC veica Vietnē sniegtās informācijas izpēti un konstatēja, ka Vietnē ir ievietota atteikuma veidlapa („kuponu atgriešanas forma”) ar sniegtu informāciju par atteikuma nosacījumiem. Šie nosacījumi nenodrošina patērētāju tiesību regulējošo normatīvo aktu prasību ievērošanu. Vietnē ir nodrošināta “Lietotāja vienošanās” saglabāšanas funkcija un piedāvājuma darbības laika norāde. PTAC ir konstatējis, ka vairākos piedāvājumos Sabiedrība kā piedāvājuma cenu norāda preces piegādes cenu, kā arī to, ka Vietnē izvietoto ārzemju interneta veikalu reklāmas netiek aktualizētas, piemēram, atverot interneta vietni www.amazon.co.uk, patērētāji nokļūst iepriekšējā gada piedāvājumā „Black Friday Deals”. Tādējādi Sabiedrība maldina patērētājus par Vietnes sadaļā „Šopings” izvietoto piedāvājumu saturu, jo tajos norādītie piedāvājumi neatbilst faktiskajiem piedāvājumiem. Vietnē nav konstatēti piedāvājumi, kuros Sabiedrība norādīta kā preču pārdevējs.

2016.gada 2.maijā PTAC veica pārbaudi Sabiedrības Vietnē, pārbaudot Vietnē izvietotos tūrisma pakalpojumu piedāvājumus. PTAC konstatēja, ka Vietnes sadaļā „Travel Market” patērētājiem tiek piedāvāts iegādāties kuponus tūrisma pakalpojumu (tai skaitā, komplekso tūrisma pakalpojumu) saņemšanai no dažādiem pakalpojumu sniedzējiem, tai skaitā SIA „PRIEKŠ TŪRE” piedāvāto komplekso tūrisma pakalpojumu piedāvājumu saņemšanai. Konstatējams, ka SIA „PRIEKŠ TŪRE” piedāvāto komplekso tūrisma pakalpojumu piedāvājumu (kuponu) iegādi patērētājs var veikt Vietnē.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC norāda un secina:

[15] Atbilstoši NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktam komercprakses īstenotājs ir *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 īstenotāja vārdā vai uzdevumā, savukārt komercprakse ir 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. Sabiedrības rīcība, Vietnē patērētājiem piedāvājot preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju piedāvājumus, kuros ir iespējams iegādāties ar distances līguma starpniecību Vietnē, ir uzskatāma par komercprakses īstenošanu NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē, bet Sabiedrība saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu ir uzskatāma par minētās komercprakses īstenotāju.*

[16] Ievērojot PTAL 1.panta 4.punktu, *pakalpojuma sniedzējs ir fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros sniedz pakalpojumu patērētājam, arī izmantojot citu personu starpniecību, kuras rīkojas pakalpojuma sniedzēja vārdā vai uzdevumā.* Savukārt PTAL 10.panta pirmajā daļā ir noteikts, ka *distances līgums ir patērētāja un pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja vienošanās, ko tie noslēguši, vienlaikus neatrodoties vienā un tajā pašā vietā, bet līdz līguma slēgšanas brīdim un līguma slēgšanas brīdī izmantojot vienu vai vairākus distances saziņas līdzekļus, kā arī organizētu preču pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas shēmu. Par distances saziņas līdzekļiem uzskatāmi tālrunis, tīmeklis, elektroniskais pasts, televīzija, fakss, katalogs, presē publicētās reklāmas, kurām pievienots pasūtījuma kupons, un citi informācijas nosūtīšanas un pārraidīšanas distances līdzekļi.* Ņemot vērā Vietnē sniegto informāciju un tās funkcionālās iespējas, Vietne ir uzskatāma par distances līguma slēgšanas vietu, savukārt Sabiedrība ir atzīstama gan par pakalpojuma sniedzēju PTAL 1.panta 4.punkta izpratnē, gan arī distances līguma pusi PTAL 10.panta pirmās daļas izpratnē. Turklāt Sabiedrība ir persona, kura, izmantojot Vietni saimnieciskās darbības nolūkos, nodrošina tās darbību un pārvalda tās saturu. Līdz ar to, ņemot vērā ISPL 1.panta pirmās daļas 2.punktā noteikto informācijas sabiedrības pakalpojuma definīciju, Sabiedrība ir atzīstama par informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzēju. Papildus minētajam, atbildot uz Sabiedrības Paskaidrojumā Nr.5 minēto, PTAC uzsver, ka Vietnē sniegtās informācijas ietekmē patērētāji pieņem lēmumu par rīcību saistībā ar distances līgumu. Šai informācijai ir jābūt sniegtai atbilstoši patērētāju tiesību reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, nodrošinot patērētājiem pilnu un patiesu informāciju. Tādējādi Sabiedrības īstenotajai komercpraksi, nodibinot un realizējot partnerattiecības ar preču pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem, jānodrošina patērētājiem sniegtās informācijas atbilstība normatīvo aktu prasībām.

[17] NKAL 4.panta pirmā daļa noteic, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar NKAL 4.panta otro daļu komercprakse ir negodīga, ja iestājies 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 precī vai pakalpojumu, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar; 2) tā ir maldinoša; 3) tā ir agresīva.* Atbilstoši NKAL 6.pantam 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 vispārējam godīgai tirgus praksei un labas ticības principam.

Saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. 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.

No minētā izriet, ka komercprakse ir vērtējama kā maldinoša, ja tās ietvaros patērētājam sniegtā informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju un tās ietekmē tiek vai var tikt negatīvi ietekmēta vidusmēra patērētāja lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu pieņemšana, tādējādi ietekmējot patērētāja ekonomisko rīcību.

Saskaņā ar NKAL 7.panta pirmo daļu *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.* Savukārt saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu *par patērētāja pieņemtu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmumus iegādāties precī vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības.* Tātad, pietiek vien, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem

lēmumu iegādāties precī vai saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, kā arī pieņemt lēmumu iegādāties to uz konkrētiem noteikumiem, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, uzsāk preces vai pakalpojuma iegādes darbības, slēdzot distances līgumu, un konkrētā patērētāja rīcība jau ir atzīstama par komercprakses sekām, kuras ietvaros var tikt ietekmēta patērētāja ekonomiskā rīcība.

[18] 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 Kopienų tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši ziņošs 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).

[19] PTAC no Vietnē pārbaužu laikā konstatētā un no Sabiedrības sniegtās informācijas secina, ka Sabiedrība ir izdarījusi šādus pārkāpumus:

[19.1] Sabiedrība ir īstenojusi maldinošu komercpraksi saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu, sniedzot maldinošu informāciju par piedāvājumu darbības laiku, tādējādi negatīvi ietekmējot patērētāju lēmuma par rīcību saistībā ar piedāvājumu pieņemšanu (skat., šīs vēstules [1] 9; [3] 2; [12] 9 punktus).

[19.2] Vietnē daudzos gadījumos sniegtā informācija par piedāvātā pakalpojuma/preces sākotnējo (parasto) cenu un piemēroto atlaidi ir nepatiesa, tādējādi arī norādītais patērētāja ietaupījums nav patiess. To apliecina fakts, ka lietā nav neviena pietiekama pierādījuma par preces/pakalpojuma cenu pirms atlaides piemērošanas (izņemot Piedāvājumu Nr.1, Piedāvājumu Nr.2 un Piedāvājumu Nr.3). PTAC paskaidro, ka NKAL 15.panta otrajā daļā ir noteikts, ka uzraudzības iestāde, izvērtējot komercprakses atbilstību šā likuma prasībām, ir tiesīga pieprasīt un saņemt no komercprakses īstenotāja un citām fiziskajām un juridiskajām personām visu lietas būtības noskaidrošanai nepieciešamo informāciju, dokumentus un citus pierādījumus, kā arī mutvārdu paskaidrojumus par komercpraksē izmantotās informācijas patiesumu, darbības atbilstību šā likuma prasībām, kā arī noteikt informācijas, dokumentu un pierādījumu iesniegšanas termiņu un informācijas sniegšanas veidu, bet šī panta trešā daļa noteic, ka, ja komercprakses īstenotājs nesniedz Uzraudzības iestādes pieprasīto informāciju vai sniedz to nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa.

Savukārt piedāvājumos, kuros Sabiedrība norādīta kā preču pārdevēja, ir ietverta informācija par šajos piedāvājumos minēto preču sākotnējo (parasto) cenu, no kuras tiek piemērota atlaide, tomēr no PTAC rīcībā esošās informācijas izriet, ka Sabiedrībai nav mazumtirdzniecības vietas. Līdz ar to piedāvājumos minētā preču sākotnējā (standarta) cena tiek norādīta nepamatoti un informācija par ietaupījumu ir maldinoša.

Visu iepriekš minēto apstiprina šīs vēstules punktā [1] 4.; [3] 3.; [7]; [9]; [12] 1.; 2.; 3.; 4.; 6.; 7.; 8. minētie apstākļi. Tādējādi saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu Sabiedrība ir īstenojusi maldinošu komercpraksi, kuras ietekmē patērētāji varēja pieņemt tādu lēmumu saistībā ar darījumu, kādu viņi citādi nebūtu pieņēmuši.

[19.3] Ņemot vērā šīs vēstules [1] 5.; 7.; 8. [3] 3.; 4.; 7.; [6]; [12] 5.; 11.punktos minēto, t.sk., Sabiedrības Paskaidrojumā Nr.1 minēto, ka tā sadarbojas ar vairumtirgotājiem un ņem vērā vidējo preces vērtību Eiropas mazumtirdzniecības tirgū, vai arī piegādātāja rekomendēto cenu, PTAC konstatē, ka Sabiedrība neveic pietiekošas darbības, izvērtējot tās sadarbības partneru piedāvājumu patiesumu un informācijas atbilstību normatīvo aktu prasībām (cenas, preču/pakalpojumu aprakstus (īpaši uztura bagātinātāju)), tādējādi neveicot komercpraksi ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatotī sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā

saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam. PTAC secina, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse saskaņā ar NKAL 6.pantu ir profesionālajai rūpībai neatbilstoša. Šādas komercprakses rezultātā tiek/var tikt negatīvi ietekmēta patērētāja rīcība saistībā ar piedāvājumu.

[19.4] Ņemot vērā [12] 10.punktā minēto, PTAC secina, ka Sabiedrība neievēro profesionālās rūpības principu un PTAL 12.panta otrās daļas noteikumus. Šāda Sabiedrības rīcība nenodrošina patērētājiem tiesības saņemt atbilstošu informāciju un pierādīt atteikuma tiesību izmantošanu. Tādējādi Sabiedrība būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, kā rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Ievērojot minēto, PTAC secina, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse atbilstoši NKAL 6.pantam un 9.panta pirmās daļas 1.punktam ir atzīstama par profesionālajai rūpībai neatbilstošu un maldinošu komercpraksi, jo Sabiedrība Vietnē sniedz patērētājiem normatīvajiem aktiem neatbilstošu un maldinošu informāciju par patērētājam noteiktajiem atteikuma tiesību izmantošanas gadījumiem un kārtību. Savukārt atbilstoši PTAL 6.panta pirmajai daļai Sabiedrība nav tiesīga patērētājiem piedāvāt tādas līguma noteikumus, kas ir pretrunā ar līgumslēdzēju pušu tiesiskās vienlīdzības principu, jo nostāda patērētāju neizdevīgā stāvoklī un ir pretrunā ar labticīguma prasībām (saskaņā ar PTAL 5.panta otrās daļas 5.punktu).

[19.5] Attiecībā uz Piedāvājumu Nr.1 un Piedāvājumu Nr.3 konstatējams, ka Vietnē ir sniegta maldinoša informācija par tūrisma pakalpojumu gala cenu.

Saistībā ar cenas norādīšanu piedāvājumos jāņem vērā Noteikumu Nr.255 5.5.apakšpunkts, kas nosaka: *pirms patērētājs ir uzņēmis distances līguma saistības vai piekritis piedāvājumam, pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs skaidri un saprotami sniedz patērētājam šādu informāciju: preces vai pakalpojuma galīgā cena, ieskaitot nodokļus un nodevas. Ja preces vai pakalpojuma īpašību dēļ cenu pamatoti nevar aprēķināt iepriekš, norāda tās aprēķināšanas veidu.*

Tādējādi izriet, ka cena ir būtiska informācija, kas jānorāda, piedāvājot patērētājam iegādāties tūrisma pakalpojumus. Šajā gadījumā cena ir jānorāda tā, lai patērētājam būtu pilnīgi skaidrs, kāda ir kompleksā tūrisma pakalpojuma cena un kādas ir cenas par tūrisma operatora papildus piedāvātajiem pakalpojumiem, piemēram, ekskursijas pēc patērētāja izvēles, papildu vieta autobusā vai viesnīcas numuriņā. Attiecībā uz obligātajiem maksājumiem jāņem vērā, ka patērētājam jāsniedz pilnīga un patiesa informācija par kompleksā tūrisma pakalpojuma un izvēles papildpakalpojumu cenām, ņemot vērā, ka gala cenā jābūt ietvertiem visiem obligātajiem maksājumiem, piemēram, ne tikai attiecīgajiem nodokļiem, bet arī maksai par obligātajām ekskursijām.

[19.5.1] Saistībā ar Piedāvājumu Nr.1 konstatējams, ka Piedāvājuma Nr.1 galvenais sauklis „Romantiskā Prāga: Neaizmirstams piecu dienu ceļojums Prāga-Karlovi Vari-Drēzdene ar 42% atlaidi” maldina patērētāju, jo minētā informācija patērētājam rada iespaidu, ka kuponā norādītajā ceļojuma cenā (ar atlaidi 139,00 EUR apmērā) jau ietilpst brauciens uz Karlovi Vari, taču saskaņā ar Piedāvājumā Nr.1 sniegto informāciju pakalpojuma cenā neietilpst izbraukuma ekskursija uz Karlovi Vari (25,00 EUR). Saskaņā ar Piedāvājumā Nr.1 sniegto informāciju pakalpojuma (ceļojuma) cenā ir ietverts brauciens ar autobusu un ceļa izdevumi; naktsmītnes viesnīcās divvietīgos vai trīsvietīgos numuriņos, brokastis, grupas vadītāja pakalpojumi. Līdz ar to patērētājs maldinošas informācijas ietekmē var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

Ievērojot minēto un Piedāvājuma Nr.1 norādīto informāciju: „Romantiskā Prāga: Neaizmirstams piecu dienu ceļojums Prāga-Karlovi Vari-Drēzdene ar 42% atlaidi”, konstatējams, ka pēc būtības Piedāvājuma Nr.1 gala cenā nav ietverti visi maksājumi – izbraukuma ekskursija uz Karlovi Vari (25,00 EUR). Līdz ar to secināms, ka Vietnē ir sniegta patērētājus maldinoša informācija par Piedāvājuma Nr.1 gala cenu.

[19.5.2] Attiecībā uz Piedāvājumu Nr.3 konstatējams, ka Piedāvājuma Nr.3 galvenais sauklis „Vācija: piecu dienu ceļojums uz Hamburgu, Brēmeni un Potsdamu ar 40% atlaidi”

maldina patērētāju, jo minētā informācija patērētājam rada iespaidu, ka kuponā norādītajā ceļojuma cenā (ar atlaidi 149,00 EUR apmērā) jau ietilpst brauciens uz Brēmeni, taču saskaņā ar Piedāvājumā Nr.3 sniegto informāciju pakalpojuma cenā neietilpst izbraukuma ekskursija uz Brēmeni (40,00 EUR). Saskaņā ar Piedāvājumā Nr.3 sniegto informāciju pakalpojuma (ceļojuma) cenā ietverts: transporta un ceļa izdevumi; 3 nakts viesnīcās ar brokastīm un 1 nakts uz prāmja 4-vietīgās kajītēs, grupas vadītāja pakalpojumi. Līdz ar to patērētājs maldinošas informācijas ietekmē var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

Ievērojot minēto un Piedāvājuma Nr.3 norādīto informāciju: „Vācija: piecu dienu ceļojums uz Hamburgu, Brēmeni un Potsdamu ar 40% atlaidi”, konstatējams, ka pēc būtības Piedāvājuma Nr.3 norādītajā gala cenā nav ietverti visi maksājumi – izbraukuma ekskursija uz Brēmeni (40,00 EUR). Līdz ar to secināms, ka Vietnē ir sniegta patērētājus maldinoša informācija par Piedāvājuma Nr.3 gala cenu.

Balstoties uz minēto, PTAC uzskata, ka šāda maldinoša informācija par patērētājiem piedāvātajiem preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju piedāvājumiem negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, veicinot patērētājus pieņemt tādus lēmumus par Vietnē ietvertajiem piedāvājumiem, preču un pakalpojumu iegādi, kādus, zinot patieso informāciju, patērētāji nepieņemtu, piemēram, lēmumu iegādāties konkrētas preces vai pakalpojumus.

Tādējādi attiecībā uz lēmuma [19.5.1] un [19.5.2] punktā minēto PTAC norāda, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu ir uzskatāma par maldinošu, jo patērētājs varētu pieņemt tādu lēmumu saistībā ar konkrētajiem piedāvājumiem (tūrisma pakalpojumiem), kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis, piemēram, lēmumu iegādāties pakalpojumu.

[19.5.3] PTAC norāda, ka Sabiedrība, piedāvājot patērētājiem iegādāties kuponus komplekso tūrisma pakalpojumu saņemšanai, ņemot vērā apstākli, ka patērētājs par iegādāto SIA „PRIEKŠ TŪRE” komplekso tūrisma pakalpojumu samaksu veic Sabiedrībai (skat., šī lēmuma [14] punktā konstatēto) un Sabiedrība SIA „PRIEKŠ TŪRE” kompleksos tūrisma pakalpojumus piedāvā Vietnē, secināms, ka Sabiedrība darbojas kā tūrisma aģents *Tūrisma likuma* 1.panta 14.punkta izpratnē, kas nosaka, ka tūrisma aģents ir *komersants vai saimnieciskās darbības veicējs, kas tūrisma operatora vārdā uz pilnvarojuma vai cita civiltiesiska līguma pamata piedāvā vai pārdod tūrisma operatora sagatavotos tūrisma pakalpojumus*. Līdz ar to Sabiedrībai attiecībā uz kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem kā kuponu pārdevējam jāņem vērā prasības, kas attiecas uz tūrisma aģentu.

Tūrisma likuma 11.panta 5³daļa nosaka, ka *tūrisma aģenta un tūrisma operatora pakalpojumus Latvijā drīkst sniegt komersants, kas normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā reģistrēts tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē*. Atbilstoši *Tūrisma likuma* 11.panta 5¹daļai *tūrisma aģentu un tūrisma operatoru reģistrāciju un attiecīgās datubāzes uzturēšanu nodrošina Ekonomikas ministrija*. Noteikumu Nr.353 2.punkts noteic, ka *Tūrisma aģentus un tūrisma operatorus reģistrē tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē (turpmāk – datubāze)*. *Datubāze ir Ekonomikas ministrijas pārziņā esoša valsts informācijas sistēma, kuru izveido, uztur un reģistrāciju nodrošina Ekonomikas ministrija (turpmāk – reģistrētājs)*.

NKAL 11.panta 9.punkts noteic, ka *komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs: apgalvo vai kā citādi rada iespaidu, ka precī drīkst likumīgi pārdot vai pakalpojumu sniegt, bet tas neatbilst patiesībai*.

Sabiedrībai kā komercprakses īstenotājai ir pienākums ievērot īpašu rūpību, piedāvājot patērētājiem Vietnē kuponus komplekso tūrisma pakalpojumu saņemšanai. Līdz ar to Sabiedrībai ir jāreģistrējas Ekonomikas ministrijas uzturētajā tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē (<http://tato.em.gov.lv/>) kā tūrisma aģentam.

PTAC Sabiedrībai adresētajā Pieprasījumā Nr.4 aicināja Sabiedrību reģistrēties Ekonomikas ministrijas uzturētajā tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē kā tūrisma

aģentam. PTAC konstatē, ka Sabiedrība nav reģistrējusies Ekonomikas ministrijas uzturētajā tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē.

Ņemot vērā iepriekš minēto, secināms, ka Sabiedrība, piedāvājot Vietnē patērētājiem iegādāties kuponus SIA „PRIEKŠ TŪRE” komplekso tūrisma pakalpojumu saņemšanai, un tādējādi radot patērētājam iespaidu, ka Sabiedrība drīkst sniegt tūrisma aģenta pakalpojumus, saskaņā ar NKAL 6.pantu un 7.panta pirmo daļu un 11.panta 9.punktu ir īstenojusi profesionālai rūpībai neatbilstošu un maldinošu komercpraksi.

[19.6] Ņemot vērā visu iepriekš minēto, secināms, ka Sabiedrība, īstenojot NKAL 6.pantā minēto profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto maldinošu komercpraksi, kas būtiski negatīvi ietekmē vai var ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību, saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punktu ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu.

[20] Saskaņā ar *Administratīvā procesa likuma* 66.panta pirmajā daļā noteikto, *apsverot administratīvā akta izdošanas vai tā satura lietderību (65.pants), iestāde lemj: 1) par administratīvā akta nepieciešamību, lai sasniegtu tiesisku (leģitīmu) mērķi; 2) par administratīvā akta piemērotību attiecīgā mērķa sasniegšanai; 3) par administratīvā akta vajadzību, tas ir, par to, vai šo mērķi nav iespējams sasniegt ar līdzekļiem, kuri mazāk ierobežo administratīvā procesa dalībnieku tiesības vai tiesiskās intereses; 4) par administratīvā akta atbilstību, salīdzinot privātpersonas tiesību aizskārumpu un sabiedrības interešu ieguvumu un ņemot vērā, ka privātpersonas tiesību būtisku ierobežošanu var attaisnot tikai ievērojams sabiedrības ieguvums.*

NKAL 2.pants noteic, ka *likuma mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenošanai izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem.*

No lietā esošajiem materiāliem PTAC konstatē, ka Sabiedrība ir pārkāpusi patērētāju tiesību regulējošos normatīvos aktus, proti, pārkāpums ir būtisks, jo Sabiedrības īstenoātā komercprakse ir adresēta daudziem patērētājiem, tādējādi Sabiedrības izdarītais pārkāpums, sniedzot patērētājiem maldinošu informāciju par Vietnē piedāvāto pakalpojumu un preču sākotnējo (parasto) cenu, no kuras piemērota atlaide, gala cenu un sniedzot nepatiesu informāciju par patērētāju ietaupījumu, kā arī noklusējot patērētājiem būtisku informāciju par viņu tiesībām, nesniedzot normatīvajiem aktiem atbilstošu informāciju preču/pakalpojumu aprakstos, nesniedzot informāciju par piedāvājumu darbības laiku un neveicot komercpraksi ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam, rada/var radīt apdraudējumu ar likumu aizsargātajām patērētāju kolektīvajām ekonomiskajām interesēm.

PTAC ņem vērā, ka pēc PTAC Vēstules saņemšanas Sabiedrība Vietnē nodrošināja informācijas saglabāšanas funkciju, ievietoja atteikuma veidlapu, uzsāka piedāvājumu spēkā esamības norādīšanu Vietnē, kā arī ir uzsākusi rūpīgāk izvērtēt piedāvājumu saturu, novēršot maldinošas informācijas par piedāvājumu parastās cenas norādīšanu.

[21] No lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība laika periodā no 2014.gada jūlija līdz 2016.gada aprīlim ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, tostarp, sniedzot maldinošu informāciju par Vietnē piedāvāto pakalpojumu vai preču norādītajām sākotnējām (parastajām) cenām un piemērotajām atlaidēm, gala cenu, par preču/pakalpojumu pieejamību un patērētāju tiesībām. Pēc PTAC pieprasījumiem lietā nav iegūti pierādījumi par sākotnējo cenu patiesumu. PTAC norāda, ka NKAL 15.panta otrajā daļā ir noteikts, ka *uzraudzības iestāde, izvērtējot komercprakses atbilstību šā likuma prasībām, ir tiesīga pieprasīt un saņemt no komercprakses īstenoātāja un citām fiziskajām un juridiskajām personām visu lietas būtības noskaidrošanai nepieciešamo informāciju, dokumentus un citus pierādījumus, kā arī mutvārdu paskaidrojumus*

par komercpraksē izmantotās informācijas patiesumu, darbības atbilstību šā likuma prasībām, kā arī noteikt informācijas, dokumentu un pierādījumu iesniegšanas termiņu un informācijas sniegšanas veidu, bet šī panta trešā daļa noteic, ka ja komercprakses īstenotājs nesniedz Uzraudzības iestādes pieprasīto informāciju vai sniedz to nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa. No minētā izriet, ka Vietnē sniegtās informācijas par piedāvāto pakalpojumu vai preču norādītā sākotnējā (standarta) cenu patiesuma pierādīšana ir Sabiedrības kā komercprakses īstenotāja pienākums. Ievērojot minēto secināms, ka Sabiedrība nav veikusi nepieciešamos pasākumus, lai novērstu negodīgas komercprakses īstenošanu. PTAC rīcībā nav informācijas par to, ka Sabiedrība šādas darbības kādu objektīvu apstākļu dēļ nevarēja izpildīt.

Vērtējot lietas apstākļus, PTAC norāda, ka jau 2013.gada 26.augusta vēstulē Nr. 21-06/5927-K-95 PTAC informēja Sabiedrību, ka 2013.gada 1.jūlijā PTAC ir apstiprinājis *Vadlīnijas godīgas komercprakses īstenošanai kolektīvās iepirkšanās jomā*, kuras publicētas PTAC mājaslapā www.ptac.gov.lv sadaļā „Informācija uzņēmējiem”/„Vadlīnijas uzņēmējiem”, norādot, ka vadlīnijām ir būtiska nozīme, jo tās palīdzēs komercprakses īstenotājiem kolektīvās iepirkšanās jomā, t.sk., Sabiedrībai, izprast galvenās normatīvo aktu prasības, lai tie savā praksē nepieļautu negodīgas darbības/bezdarbību attiecībā pret patērētājiem, tostarp nepiemērojot netaisnīgus līguma noteikumus.¹ Vērtējot citus Sabiedrības atbildību raksturojošos apstākļus, PTAC no lietā sniegtās informācijas nav konstatējis papildu apstākļus, kas būtu par pamatu soda naudas samazināšanai vai palielināšanai.

[22] Izvērtējot Sabiedrības lomu pārkāpumā, PTAC norāda, ka Sabiedrība savas saimnieciskās darbības ietvaros piedāvā patērētājiem uz īpašiem nosacījumiem un noteiktā laika posmā, izmantojot kuponu starpniecību, iegādāties dažādas preces un saņemt pakalpojumus. Tādējādi Sabiedrības minētā rīcība, ņemot vērā kolektīvās iepirkšanās portālu specifiku, ir komercprakses īstenošana un Sabiedrība ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju, jo saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu *komercpraksē īstenotājs ir 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.*

Ņemot vērā konstatētos faktus un pierādījumus lietā, secināms, ka Sabiedrības darbības atbilst NKAL 4.panta pirmajā daļā, NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktā, NKAL 6.pantā, NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma tiesiskajam sastāvam. Proti, pārkāpums izpaudies, Sabiedrībai sniedzot patērētājiem maldinošu informāciju par Vietnē piedāvāto pakalpojumu un preču sākotnējo (parasto) cenu, no kuras piemērota atlaide, gala cenu, sniedzot nepatiesu informāciju par patērētāju ietaupījumu, kā arī noklusējot patērētājiem būtisku informāciju par viņu tiesībām, nesniedzot normatīvajiem aktiem atbilstošu informāciju preču/pakalpojumu aprakstos, nesniedzot informāciju par piedāvājumu darbības laiku un neveicot komercpraksi 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, kas rada/var radīt apdraudējumu ar likumu aizsargātajām patērētāju kolektīvajām ekonomiskajām interesēm. NKAL 15.panta astotā daļa noteic, *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 komercpraktei 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*

¹ Publicētas PTAC mājas lapā www.ptac.gov.lv sadaļā „Informācija uzņēmējiem”/„Vadlīnijas uzņēmējiem”.

labas prakses kodeksu atbildīgajai personai pienākumu izdarīt labojumus kodeksā, lai novērstu negodīgu komercpraksi.

PTAC uzskata, ka, ņemot vērā to, ka konkrētā Sabiedrības īstenotā komercprakse ir atzīstama par negodīgu, šīs komercprakses raksturu un būtību, kā arī konstatējot, ka Sabiedrība turpina neievērot patērētāju tiesības un PTAC nav guvis pierādījumus par negodīgas komercprakses izbeigšanu, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse, kas tiek īstenota daudziem patērētājiem brīvi pieejamā Vietnē un saistībā ar Sabiedrības piedāvātajiem preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju piedāvājumiem, kuru iegāde un izmantošana ir vai varētu būt saistīta ar būtiskiem patērētājiem radītiem zaudējumiem, Sabiedrībai par izdarītajiem pārkāpumiem nebūtu lietderīgi pieņemt NKAL 15.panta astotās daļas 1., 3., 4. un 6.punktā noteiktos lēmumus, bet gan PTAC ieskatā konkrētajā gadījumā Sabiedrībai par izdarīto pārkāpumu saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu ir lietderīgi uzlikt tiesisko pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi, kā arī saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu ir piemērojama soda nauda šā likuma 15.² pantā noteiktajā kārtībā. PTAC uzskata, ka ar soda naudas palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercpraksē nepieļaut līdzīga rakstura pārkāpumu izdarīšanu.

NKAL 15.² panta pirmā daļa paredz, ka *Uzraudzības iestāde ir tiesīga par negodīgu komercpraksi uzlikt komercprakses īstenotājam 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, ņemot vērā komercprakses īstenotāja veiktos pasākumus pārkāpuma novēršanai un zaudējumu atlīdzināšanai.*

Atbildot uz PTAC Pieprasījumu Nr.6, Sabiedrība iesniedza gada pārskatu par 2014.gadu, saskaņā ar kuru 2014.gadā Sabiedrības neto apgrozījums bija 457257,00 euro (atzīmējams, ka Sabiedrība nav apstiprinājusi, ka tas ir pēdējais apstiprinātais gada pārskats).

Ievērojot pārkāpuma apjomu, raksturu, ilgumu, radīto ietekmi, Sabiedrības lomu pārkāpumā, šajā lēmumā analizētos pārkāpuma izdarīšanas apstākļus, Sabiedrības atbildību, kā arī mantisko stāvokli, PTAC secina, ka Sabiedrības nodarītais pārkāpums ir vērtējams kā smags pārkāpums. Tādējādi kopējais soda naudas apmērs Sabiedrībai nosakāms 14000,00 euro apmērā (procentos soda naudas apmērs ir aptuveni 3% no 2014.gada neto apgrozījuma), kas uzskatāms par samērīgu soda naudas apmēru, ņemot vērā Sabiedrības izdarīto pārkāpumu.

Ņemot vērā minēto, PTAC nolemj:

pamatojoties uz NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 1. un 2.punktu, 6.pantu, 7.panta pirmo daļu un otrās daļas 1.punktu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 11.panta 9.punktu, 15.panta otro daļu un astotās daļas 2.punktu un 5.punktu, 15.² panta pirmo daļu, PTAL 1.panta 4.punktu, 10.panta pirmo daļu, 25.panta ceturtais daļas 1., 6. un 6.¹ punktu, ISPL 1.panta pirmās daļas 2.punktu, Noteikumu Nr.255 4.11., 4.12., 4.13. un 5.5.apakšpunktu, *Tūrisma likuma* 1.panta 14.punktu, 11.panta 5¹ un 5³daļu, Noteikumu Nr.353 2.punktu, *Administratīvā procesa likuma* 4.pantu, 7.pantu, 51.pantu, 55.panta 2.punktu, 65.panta ceturto daļu, 66.panta pirmo daļu, 67.pantu,

uzlikt SIA „KupiKupon Baltics”

juridiskā adrese: Dārzaugļu iela 1-110, Rīga, LV-1012

reģistrācijas numurs: 40103348934

- 1) **pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi, kuras ietvaros Vietnē tiek sniegta maldinoša informācija par piedāvāto pakalpojumu vai preču gala cenu, sākotnējo (parasto) cenu un piemēroto atlaidi; tiek sniegta normatīvajiem aktiem neatbilstoša informācija par patērētāju tiesībām distances līguma slēgšanas gadījumā, tiek sniegta normatīvajiem aktiem neatbilstoša informācija preču/pakalpojumu aprakstos; tiek sniegta maldinoša informācija par piedāvājumu darbības laiku;**

- 2) pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi, piedāvājot tūrisma operatora sagatavotos tūrisma pakalpojumus bez normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā veiktas reģistrācijas Ekonomikas ministrijas uzturētajā tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē;
- 3) soda naudu 14000,00 *euro* (četrpadsmit tūkstoši *euro*) apmērā.

Saskaņā ar *Administratīvā procesa likuma* 70.panta pirmo daļu, 79.panta pirmo daļu un NKAL 19.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 stājas spēkā *Administratīvā procesa likuma* noteiktajā kārtībā. Lēmuma pārsūdzēšana daļā par tiesisko pienākumu neaptur tā darbību.

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.16-pk
Pieņemšanas datums:	2016.gada 11. maijs

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

Direktore (personiskais paraksts)

B.Vītoliņa

[.]
[.]

IZRAKSTS PAREIZS