

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

2009.gada 13.oktobrī.

Nr.E03-REUD-39

**Par negodīgu komercpraksi, par kuru paredzēts sods Latvijas Administratīvo
pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta trešajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,

piedaloties Viasat AS,

juridiskā adrese: Igaunija, Tallina, Peterburi tee 81, EE0014,

AJP: 007020835,

kuras vārdā Latvijā darbojas Viasat AS Latvia filiāle,

juridiskā adrese: Maskavas iela 322, LV-1063

vienotās reģistrācijas Nr. 40103238282, pārstāvjiem:

personas ieņemamais (..)

vārds, uzvārds: (...)

personas kods: (..)

un

personas ieņemamais amats: (...)

vārds, uzvārds: (...)

personas kods: (...)

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas ir izvērtējis Viasat AS, kuras vārdā Latvijā darbojas Viasat AS Latvia filiāle (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, sniedzot audio reklāmu, kurā cita starpā minēts „(...) *īstas hokeja emocijas tikai par Ls 9.90 mēnesī, pērc Viasat un skaties „Rīgas dinamo” spēles „Viasat Sport Baltic” kanālā (...)*” (turpmāk – Reklāma), atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo, NKAL un citu normatīvo aktu prasībām. Reklāmas izplatīšana konstatēta 2009.gada 27.augustā radio STAR FM 106,2 ēterā.

2009.gada 28.augustā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/6498, kurā informēja Sabiedrību, ka ir uzsācis izvērtēt Sabiedrības īstenotās komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām. Vienlaikus, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu un Ministru kabineta 01.08.2006. noteikumu Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums” 6.3.apakšpunktu, PTAC pieprasīja Sabiedrībai līdz 2009.gada 10.septembrim iesniegt Reklāmu audio formātā.

2009.gada 10.septembrī PTAC e-pasta veidā saņēma pieprasīto Sabiedrības Reklāmu.

2009.gada 18.septembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli nr.21-06/7159, kurā informēja, ka ir izvērtējis Sabiedrības īstenotās komercprakses, izplatot Reklāmu, atbilstību to reglamentējošiem normatīvajiem aktiem, un ir konstatējis, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punktu ir atzīstama par maldinošu. Vienlaikus PTAC informēja Sabiedrību, ka ir pieņēmis lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu, paziņoja par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku, kā arī informēja Sabiedrību par tās Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmajā daļā noteiktajām tiesībām izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā. PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, pieprasīja Sabiedrībai iesniegt PTAC rakstisku informāciju par konkrētā satura Reklāmas izplatīšanu apjomu, vietām un laikiem. Vienlaikus PTAC aicināja Sabiedrību rakstveida viedokli, argumentus un pieprasīto informāciju iesniegt līdz 2009.gada 5.oktobrim.

2009.gada 5.oktobrī PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 5.oktobra vēstuli Nr.1/09-640, kurā Sabiedrība sniedz paskaidrojumus administratīvā pārkāpuma lietā. Sabiedrība minētajā vēstulē sniedz informāciju, ka no 2009.gada 3.augusta līdz 18.septembrim norisinājās Viasat kampaņa „Pērc Viasat un skaties „Rīgas Dinamo” spēles „Viasat Sport Baltic” kanālā” (turpmāk – Kampaņa). Minētās Kampaņas ietvaros tika izplatītas reklāmas ar speciālo Sabiedrības piedāvājums, kas bija pieejams ar speciālajiem nosacījumiem – abonēšanas maksa 24 mēnešus Ls 9,90 mēnesī. Bez līguma par rēķinu automātisku apmaksu +Ls 1,60. Sabiedrība paskaidro, ka kopumā Kampaņas ietvaros tika izplatītas televīzijas, radio, preses, interneta un vides reklāmas, un visās citās reklāmās, izņemot radio Reklāmu, speciālajam piedāvājumam tika norādīts konkrēts piedāvājuma termiņš un nosacījumi, no kuriem atkarīgs speciālais piedāvājums. Sabiedrība lūdz ņemt vērā, ka lielāko Kampaņas daļu gan apjoma, gan izmaksu ziņā sastādīja televīzijas reklāmas un, saskaņā ar Sabiedrības sagatavoto aprēķinu, radio Reklāma apjoma ziņā sastādīja aptuveni 20% no visas Kampaņas, savukārt izmaksu ziņā – tikai 11%.

Sabiedrība atzīst, ka Reklāmā nav sniegta informācija par datumu, kurā speciālais piedāvājums beidzas. Attiecībā uz minēto Sabiedrība norāda, ka pārkāpums pieļauts Sabiedrības darbinieka neuzmanības dēļ un Sabiedrība nav vēlējusies maldināt patērētājus, par ko liecina, tas, ka visās pārējās Kampaņas reklāmās bija iekļauta visa nepieciešamā informācija. Sabiedrība īpaši uzsver, ka Kampaņas centrālais elements bija vizuālā reklāma, ka 18.septembrī neviena persona nebija vērsusies pie Sabiedrības ar vēlmi saņemt Sabiedrības pakalpojumu ar speciālā piedāvājuma nosacījumiem. Sabiedrība norāda, ka, ņemot vērā, ka 80% no Kampaņas laikā izplatītajām reklāmām ietvēra radio Reklāmā iztrūkstošo informāciju, ir pamats apgalvot, ka patērētāji, kuri bija dzirdējuši Reklāmu, noteikti bija redzējuši kādu no pārējām Kampaņas reklāmām, kā rezultātā iegūstot pilnīgu informāciju par speciālo piedāvājumu.

Sabiedrība informē, ka nav saņēmusi nevienu patērētāja sūdzību par kādu no kampaņas reklāmām (arī radio). Sabiedrība piekrīt, ka jāņem vērā Eiropas Kopienų tiesas izstrādātā un arī Latvijā atzītā vidusmēra patērētāja definīcija, saskaņā ar kuru vidusmēra patērētājs ir saprātīgi piesardzīga, labi informēta, uzmanīga un vērtīga persona. Sabiedrība uzskata, ka minētā definīcija jo sevišķi piemērojama attiecībā uz patērētāju, kuram ir adresēta reklāma attiecībā uz pakalpojuma cenu un, ka vidusmēra patērētājs, iepazīstoties ar reklāmā sniegto informāciju, pirms nolems izdarīt izvēli un uzņemties noteiktas saistības, t.i., noslēgs līgumu par jauna pakalpojuma saņemšanu,

iegūs un rūpīgi izvērtēs pieejamo izvēles izdarīšanai nepieciešamo informāciju, t.sk., kas attiecas uz konkrēta pakalpojuma priekšrocībām un cenu.

Sabiedrība piekrīt PTAC 2009.gada 18.septembra vēstulē Nr.21-06/7159 sniegtajam viedoklim, ka Sabiedrības komercpraksē, sniedzot Reklāmu, izmantotais saziņas līdzeklis (radio) var tikt uzskatīts par laika ziņā ierobežotu, taču vienlaikus Sabiedrība nepiekrīt tam, ka nav veikusi pasākumus patērētāju informēšanai ar citiem līdzekļiem, kā iepriekšminētajā vēstulē ir konstatējis PTAC.

Sabiedrība minētajā vēstulē paskaidro, ka televīzijas, preses, interneta, vides reklāmās, ko Sabiedrība sniedza Kampanas laikā, tika norādīta radio Reklāmā noklusētā informācija un nosacījumi, no kuriem atkarīgs speciāls piedāvājums. Tādējādi Sabiedrība uzskata, ka ir veikusi patērētāju informēšanu ar citiem līdzekļiem atbilstoši NKAL 10.panta otrajai daļai.

Pamatojoties uz iepriekš minētajiem apsvērumiem un atbildību mīkstinošajiem apstākļiem, Sabiedrība lūdz PTAC atbilstoši Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 21.panta pirmajai daļai atzīt datumu, kurā beidzas speciālais piedāvājums, nenorādīšanu Reklāmā par maznozīmīgu pārkāpumu un izteikt mutvārdu aizrādījumu, vai administratīvā soda piemērošanas gadījumā, noteikt minimālo sodu.

Sabiedrība minētajā vēstulē lūdz PTAC ņemt vērā to, ka Sabiedrība vaļširdīgi nožēlo izdarīto un apņemas turpmāk nepieļaut līdzīgus pārkāpumus. Papildus Sabiedrība sniedz informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietu, laikiem un apjomu, kas pievienoti minētās vēstules pielikumā. No konkrētajiem materiāliem izriet, ka Kampanas laikā Reklāma izplatīta:

1. Latvijas Radio2 – 62 reizes (10.08.2009.-23.09.2009.);
2. radio Alise+ – 106 reizes (10.08.2009.-04.09.2009.);
3. radio Skonto – 31 reizi (17.09.2009.-23.09.2009.);
4. radio Star FM – 260 reizes (3.09.2009.-13.09.2008.).

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji pamatojās uz rakstveidā sniegtajiem paskaidrojumiem, kā arī norādīja, ka atzīst izdarīto pārkāpumu un to vaļširdīgi nožēlo, informēja, ka Kampanas laikā Sabiedrībā norisinājās strukturālas izmaiņas, līdz ar to cilvēciskā faktora dēļ tika pieļauts pārkāpums. Kā arī Sabiedrības pārstāvji norādīja, ka Sabiedrība kā filiāle neveic komercdarbību savā vārdā saskaņā ar Komerclikumu un līdz ar to nav uzskatāma par juridisku personu, kam piemērojams administratīvais sods.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC konstatē un secina:

Saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu, kas nosaka, ka *komercprakse ir darbība (uzvedība, apkalpojums, komerciālā saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam*, Reklāmas sniegšana ir tieši saistīta ar Reklāmā piedāvātā pakalpojuma tirdzniecības veicināšanu, līdz ar to Reklāmas sniegšana ir uzskatāma par komercpraksi NKAL izpratnē. Savukārt saskaņā ar SIA „Star FM” un Sabiedrības sniegto informāciju un NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu Sabiedrība ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju.

Izvērtējot Sabiedrības īstenoto komercpraksi, sniedzot Reklāmu, PTAC ir konstatējis, ka saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punktu, kas nosaka, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un apstākļus,*

kā arī tajā izmantotā saziņas līdzekļa ierobežojumus, var secināt, ka tiek noklusēta būtiska informācija, kas vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, un komercprakses ietekmē vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis, Sabiedrības īstenotā komercprakse ir maldinoša, jo Reklāmā tiek noklusēta būtiska informācija, kas vidusmēra patērētājiem ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu. PTAC secina, ka patērētāji, iepazīstoties ar Reklāmā sniegto informāciju, iespējams, pieņēma vai varēja pieņemt tādu lēmumu par Sabiedrības Reklāmā piedāvātā pakalpojuma – digitālās televīzijas VIASAT – izmantošanu, kādu viņi, iespējams, nebūtu pieņēmuši, ja Reklāmā būtu sniegta pilnīga informācija par speciālā piedāvājuma nosacījumiem un nebūtu noklusēta būtiska informācija.

PTAC konstatē, ka Reklāmā ir izteikts speciāls piedāvājums par digitālās televīzijas pakalpojumu, kurā minēts, ka ikmēneša maksa būs Ls 9.90 mēnesī. Savukārt, izvērtējot Sabiedrības mājas lapā www.viasat.lv (turpmāk – Mājas lapa) sniegto informāciju par konkrēto piedāvājumu, ko apliecina arī Sabiedrība savos PTAC sniegtajos skaidrojumos, secināms, ka piedāvājums ir pieejams ar šādiem nosacījumiem – *abonēšana 24 mēnešus Ls 9,90 mēnesī. Bez līguma par rēķinu automatisku apmaksu + Ls 1,60. Piedāvājums spēkā līdz 18.septembrim!* (informācija no Sabiedrības Mājas lapas 11.09.09.).

PTAC ieskatā minētā informācija par konkrētajiem nosacījumiem ir uzskatāma par būtisku piedāvājuma sastāvdaļu un līdz ar to par būtisku informāciju patērētājam lēmuma pieņemšanai.

Vienlaicīgi PTAC norāda, ka NKAL 10.panta ceturrtā 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 [...].* Saskaņā ar šo pantu PTAC ņem vērā Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas 2.un 3.punktu, kuri nosaka, ka *reklāmai, kurā izteikts speciāls piedāvājums vai pasludināta izpārdošana, jāatbilst vispārējām reklāmas prasībām un tajā jānorāda datums, kurā speciālais piedāvājums vai izpārdošana sākas un beidzas, kā arī nosacījumus, no kuriem atkarīgs speciālais piedāvājums vai izpārdošana.*

Līdz ar to PTAC konstatē, ka Reklāmā nav sniegta informācija par to, ka izmantot Reklāmā izteikto piedāvājumu, maksājot Reklāmā norādīto summu Ls 9.90 apmērā, iespējams, tikai abonējot VIASAT uz 24 mēnešiem un noslēdzot līgumu par rēķina automatisku apmaksu. Tāpat arī ir jāveic vienreizēja maksa par uzstādīšanu Ls 16,60 apmērā un kartes gada īres maksa (1 reizi gadā) Ls 10,00 apmērā. Papildus PTAC konstatē, ka Reklāmā nav sniegta informācija par to, ka Reklāmā izteiktais piedāvājums būtu laika ziņā ierobežots, un nav minēti konkrēti datumi par speciālā piedāvājuma spēkā esamību, proti, ka tas ir spēkā līdz 18.septembrim.

Attiecībā uz Sabiedrības 2009.gada 5.oktobra vēstulē Nr.1/09-640 sniegto argumentu, ka pārkāpums pieļauts Sabiedrības darbinieka neuzmanības dēļ, PTAC norāda, ka Komerclikuma 42.pants nosaka, ka komersanta darbinieki, kas nodarbināti preču pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas vietā, uzskatāmi par pilnvarotiem tādai preču pārdošanai vai pakalpojumu sniegšanai un citu ar to saistīto tiesisko darbību veikšanai, kādas parasti tiek veiktas šādā vietā. Savukārt Civillikuma 1639.pants, nosaka, ka „*tiesību aizskārums uzliek atbildību tam, kas pieļauj to tādos apstākļos, kuri, pēc viņa personiskām attiecībām pret aizskārēju, dod viņam, kā vienam no vecākiem vai saimniekam, iespēju un tāpat arī uzliek pienākumu aizkavēt tādu aizskārumu*”. Civillikuma 1639.panta komentāros norādīts, ka ar terminu “*saimnieks*” Civillikuma 1639.pantā saprotama persona, kas savā saimniecībā pieņem

darbā darbiniekus, kalpotājus, un ka termins “saimnieks” tulkojams plaši, aptverot darba devēja un darbinieka attiecības¹. Tādējādi no iepriekšminētā secināms, ka Sabiedrība ir atbildīga par to, lai tās darbinieki patērētājam sniegtu atbilstošu pakalpojumu.

Savukārt attiecībā uz Sabiedrības 2009.gada 5.oktobra vēstulē Nr.1/09-640 sniegto argumentu, ka tā tikai 2009.gada 9.jūlijā ir reģistrēta LR Uzņēmumu reģistrā, PTAC norāda, ka Sabiedrība jau ilgstoši sniedz šādus konkrētus pakalpojumus – piedāvā digitālo Viasat televīziju, darbojoties uz pilnvaras pamata Igaunijas uzņēmuma vārdā, līdz ar to nav uzskatāms, ka Sabiedrība tikai nesen uzsākusi savu darbību Latvijā. Tāpat arī PTAC norāda, ka Sabiedrības pārstāvji, pirms Sabiedrība reģistrējās LR Uzņēmumu reģistrā kā Viasat AS Latvia filiāle, jau vairākkārt ir tikušies ar PTAC pārstāvjiem, risinot jautājumus arī par komercpraksi, kura tiek īstenota, sniedzot reklāmas par Viasat digitālo televīziju.

NKAL 10.panta otrā daļa nosaka – *ja komercpraksē izmantotais saziņas līdzeklis ir vietas vai laika ziņā ierobežots, tad, vērtējot to, vai informācija ir noklusēta, ņem vērā komercprakses īstenotāja veiktos pasākumus patērētāju informēšanai ar citiem līdzekļiem.*

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC norāda, ka Sabiedrības komercpraksē, sniedzot Reklāmu radio, izmantotais saziņas līdzeklis (radio) var tikt uzskatīts par laika ziņā ierobežotu, bet vienlaikus PTAC konstatē, ka Sabiedrība Reklāmā nav sniegusi nekādu informāciju saistībā ar speciālā piedāvājuma nosacījumiem.

Papildus PTAC norāda, ka NKAL 10.panta trešās daļas 1. un 3.punkts nosaka – *ja komercprakses īstenotājs izmantotajai komerciālās saziņas formai piemērotā veidā piedāvā patērētājam iegādāties precī vai saņemt pakalpojumu un norāda preces vai pakalpojuma īpašības un cenu, par būtisku informāciju uzskata preces un pakalpojuma galvenās īpašības, ciktāl tās konkrētajai precei vai pakalpojumam iespējams norādīt, ņemot vērā izmantoto saziņas līdzekli, kā arī cenu (ieskaitot nodokļus) vai (ja preces vai pakalpojuma īpašību dēļ cenu nav iespējams aprēķināt iepriekš) tās aprēķināšanas veidu kā arī visus papildu (pārvadāšanas, piegādes vai pasta) izdevumus, ja tādi ir, vai (ja šādiem izdevumiem atbilstošus maksājumus nav iespējams aprēķināt iepriekš) norādi, ka komercprakses īstenotājs var iekasēt papildu maksājumus.* Tāpat arī Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”) (turpmāk – Direktīva), kas ir maksimālās harmonizācijas direktīva un kuras normas ir iestrādātas NKAL, preambulas 14.punkts cita starpā paredz, ka *attiecībā uz noklusējumiem šajā direktīvā ir noteikts ierobežots apjoms būtiskas informācijas, kas vajadzīga patērētājam, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu veikt darījumu. Tāda informācija nav jāsniedz visās reklāmās, bet tikai tad, ja tirgotājs nāk klajā ar uzaicinājumu veikt pirkumu, kas ir šajā direktīvā skaidri definēts jēdziens.*

Līdz ar to PTAC norāda, ka saskaņā ar iepriekšminētajiem normatīvajiem aktiem Sabiedrībai Reklāmā bija jāsniedz informācija par to, ka Reklāmā piedāvātais pakalpojums par Ls 9,90, kurš ir izmantojams tikai noslēdzot līgumu uz 24 mēnešiem ar līgumu par rēķinu automātisku apmaksu, un ir spēkā līdz 18.septembrim, kas ir būtiska informācija, lai patērētājs varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu. Savukārt informāciju par uzstādīšanas maksu Ls 16,60 un maksu par kartes īri Ls

¹ Latvijas Republikas Civillikuma komentāri: Ceturtā daļa. Saistību tiesības. Autoru kolektīvs prof. K. Torgāna vispārīgā zinātniskā redakcijā. R.: *Mans Īpašums*, 2000, 148.lpp.

10,00 (kas jāmaksā vienu reizi gadā) Sabiedrībai saskaņā ar NKAL 10.panta otro daļu un trešās daļas 3.punktu bija jāsniedz Reklāmā vai arī jāiekļauj Reklāmā norāde, ka Sabiedrība var iekasēt papildu maksājumus un kur patērētājs var iepazīties ar šo papildu informāciju par papildu maksājumiem.

Sabiedrība 2009.gada 5.oktobra vēstulē Nr.1/09-640 sniedz viedokli, ka visās pārējās Sabiedrības Kampanžas reklāmās, izņemot radio Reklāmu, tika sniegta nepieciešamā informācija un, ka reklāmas, kurās sniegta pilnīga informācija par Sabiedrības piedāvājumu, bija apmēram 80% no Kampanžas reklāmām, līdz ar to Sabiedrība uzskata, ka ir pamats apgalvot, ka patērētāji, kuri bija dzirdējuši radio Reklāmu, noteikti bija redzējuši kādu no Kampanžas reklāmām, kā rezultātā iegūstot pilnīgu informāciju par piedāvājumu.

Attiecībā uz Sabiedrības iepriekšminēto argumentu, PTAC norāda, ka jebkurš reklāmas materiāls ir uzskatāms par atsevišķu informācijas avotu, kurā ir jāiekļauj pilnīga (ņemot vērā izmantotā saziņas līdzekļa ierobežojumus) un patiesa informācija par konkrēto piedāvājumu, kā arī jāiekļauj tā informācija, kuras ietveršanu šāda veida, proti, speciālā piedāvājuma reklāmās nosaka normatīvais akts. Konkrētajā gadījumā secināms, ka Sabiedrība Reklāmā ir noklusējusi patērētāja lēmuma pieņemšanai nepieciešamu būtisku informāciju par to, ka izmantot Reklāmā izteikto piedāvājumu, maksājot Reklāmā norādīto summu Ls 9.90 apmērā, iespējams tikai abonējot VIASAT uz 24 mēnešiem un noslēdzot līgumu par rēķina automātisku apmaksu, un to piesakot līdz 18.septembrim. Tādējādi konkrētās informācijas neesamības rezultātā patērētājs varēja pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi iespējams nebūtu nepieņēmis.

Līdz ar to PTAC ieskatā Sabiedrības viedoklis par to, ka visās citās Kampanžas laikā sniegtajās reklāmās ir sniegta pilnīga informācija un tādējādi Sabiedrība ir veikusi patērētāju informēšanu ar citiem līdzekļiem atbilstoši NKAL 10.panta otrajai daļai, ir noraidāms.

PTAC paskaidro, ka Sabiedrības īstenoto komercpraksi PTAC vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Direktīvas, un Eiropas Kopienų tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērtīgs un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.paragrāfs; C-44/01, 55.paragrāfs; C-356/04, 78.paragrāfs; C-381/05, 23.paragrāfs).

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

Attiecībā par Sabiedrības 2009.gada 5.oktobra vēstulē Nr.1/09-640 sniegto viedokli, ka tā nav saņēmusi nevienu patērētāju sūdzību un, ka ar Reklāmas izplatīšanu nav nodarīts kaitējums nevienai personai, PTAC vērš Sabiedrības uzmanību uz to, ka saskaņā ar NKAL 15.panta devīto daļu PTAC ir tiesīgs pieņemt 15.panta astotajā daļā minētos lēmumus arī tad, ja PTAC nav pierādījumu par komercprakses īstenotāja nodarījumiem zaudējumiem. Līdz ar to, neatkarīgi no tā vai PTAC, vai Sabiedrība ir vai nav saņēmusi patērētāju sūdzības, Sabiedrības īstenotā

komercprakse saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punktu ir atzīstama par maldinošu un tādējādi par negodīgu, jo Sabiedrība tajā ir noklusējusi būtisku informāciju attiecībā uz Reklāmā izteiktā piedāvājuma nosacījumiem, kuras iekļaušanu konkrētā veida reklāmās paredz normatīvie akti.

NKAL 4.panta otrajā daļā ir noteikts, ka maldinoša komercprakse ir uzskatāma par negodīgu, bet NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka negodīga komercprakse ir aizliegta.

Sabiedrība savā 2009.gada 5.oktobra vēstulē Nr.1/09-640 lūdz PTAC atbilstoši LAPK 21.panta pirmajai daļai atzīt datumu, kurā beidzas speciālais piedāvājums, nenorādīšanu Reklāmā par maznozīmīgu pārkāpumu un lūdz izteikt mutvārdu aizrādījumu, vai administratīvā soda piemērošanas gadījumā, noteikt minimālo sodu. Attiecībā uz minēto PTAC norāda, ka Sabiedrība Reklāmā ir noklusējusi būtisku informāciju par Reklāmā izteiktā piedāvājuma nosacījumiem, kā rezultātā vidusmēra patērētājs pieņēma vai varēja pieņemt lēmumu par tāda līguma slēgšanu kādu citādi nebūtu pieņēmis, un PTAC ieskatā negodīgas komercprakses īstenošana, kas konkrētajā gadījumā izpaudās kā būtiskas informācijas noklusēšana, nav uzskatāma par maznozīmīgu pārkāpumu.

Vienlaicīgi PTAC paskaidro, ka datuma, kurā beidzas speciālais piedāvājums, nenorādīšana Reklāmā ir tikai daļa no būtiskās informācijas, kas Reklāmā ir noklusēta. Kā jau PTAC iepriekš norādīja Sabiedrības negodīgā komercprakses izpaudās kā informācijas par piedāvājuma ierobežotā laika posma, informācijas par to, ka piedāvājums ir pieejams tikai tādā gadījumā, ja tiek noslēgts līgums uz 24 mēnešiem, un informācijas par to, ka piedāvājumā norādītā pakalpojuma cena ir spēkā tikai tādā gadījumā, ja tiek noslēgts līgums par automatisko rēķinu apmaksu, nesniegšana, proti, noklusēšana.

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 īstenošanai par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenošanai 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, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1. – 4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem, jo Reklāma vairs netiek izplatīta, līdz ar to komercprakses iespējamā negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi, bet, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu.

Līdz ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minēto pārkāpumu izdarīšanu. Arī 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” (Māris Baltis. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.). PTAC ņem vērā, to, ka saskaņā ar

LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.

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.

Ņemot vērā, 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.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš 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*.

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, 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 atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Ņemot vērā, ka Sabiedrība 2009.gada 5.oktobra vēstulē Nr.1/09-640 vaļsirdīgi nožēlo izdarīto pārkāpumu, kā arī apņēmusies turpmāk nepieļaut līdzīgus pārkāpumus, un pēc PTAC ierosinājuma pārtrauca Reklāmas izplatīšanu, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas pirmo punktu un trešo daļu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā Reklāmas izplatīšanas apjomu, izdarītā pārkāpuma raksturu un, ņemot vērā atbildību mīkstinošos apstākļus un atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 1500,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 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, Reklāmas likuma 6.panta pirmo daļu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 2.punktu, 7.panta otrās daļas 1.punkts, 10.panta pirmās daļas 1.punktu, 10.panta otro daļu un 10.panta trešās daļas 1.punktu un 3.punktu, kā

arī 10.panta ceturto daļu , 14.panta pirmo daļu, 15.panta pirmo daļu, 15.panta astotās daļas 5.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt Viasat AS

juridiskā adrese: Igaunija, Tallina, Peterburi tee 81, EE0014

AJP: 007020835,

kuras vārdā Latvijā darbojas

Viasat AS Latvia Filiāle,

juridiskā adrese: Rīga, Maskavas iela 322, LV-1063

vienotās reģistrācijas numurs. 40103238282

naudas sodu Ls 1500,00 (viens tūkstotis pieci simti) apmērā;

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu saskaņā ar NKAL 16.pantu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 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-REUD-39
Pieņemšanas datums:		2009.gada 13.oktobris

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

Ar lēmumu iepazīnos

(paraksts)

(paraksts)

2009. gada 13.oktobrī

(personas, kura iepazīnās ar lēmumu, paraksts)

Lēmuma norakstu saņēmu

(paraksts)

2009. gada 13.oktobrī

(personas, kura saņēma lēmuma norakstu, paraksts)

IZRAKSTS PAREIZS