

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](mailto:ptac@ptac.gov.lv)

## LĒMUMS

Rīgā

2012.gada 31.maijā

Nr. E03-PTU-K31-22

### Par administratīvā soda uzlikšanu

#### Par negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Kristīne Riekstiņa, piedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību SIA „PROFICINA” juridiskā adrese: Marijas iela 21, Rīga, LV-1011 reģistrācijas numurs: 40003202838, [..]

#### izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu un, ņemot vērā AS „SENTOR FARM APTIEKAS” sniegto informāciju, ir izvērtējis SIA „PROFICINA” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses atbilstību NKAL un citu patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo normatīvo aktu prasībām.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] PTAC, izvērtējot lietas materiālus, konstatēja, ka Sabiedrība drukātā reklāmas materiāla *MĒNESS APTIEKA JŪSU TUVĀKĀ APTIEKA (07.12.2011.-31.12.2011.)* kosmētikas preču *PHYTO* un *LIERAC* piedāvājumā ir sniegusi apgalvojumu „Par katru pirkumu dāvanu karte 10 Ls vērtībā sejas vai ķermeņa kopšanai SPA centrā” (turpmāk – Reklāma).

[2] Saskaņā ar lietā esošo informāciju patērētāji, kuri iegādājās punktā [1] minētos produktus, saņēma dāvanu karti Ls 10.00 vērtībā, kura dod iespēju saņemt konsultāciju sejas vai ķermeņa kopšanai *Wellslim* centrā. Pilna pakalpojuma cena ir norādīta Ls 20.00.

[3] 2012.gada 11.aprīlī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/2413-K-31 *Par komercpraksi*, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem, iespējamo pārkāpumu, kā arī par Sabiedrības tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā. Vienlaikus PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, pieprasīja Sabiedrībai līdz 2012.gada 23.aprīlim iesniegt PTAC līguma, kas noslēgts par Reklāmā izteiktā piedāvājumu sniegšanu ar SIA „Veselības centrs 4” filiāli (*Wellslim* centru), kopiju.

[4] 2012.gada 2.maijā PTAC saņēma Sabiedrības 25.04.2012. vēstuli Nr. 14/04-12 (turpmāk – Vēstule), kurā Sabiedrība apstiprina, ka 2011.gada decembrī ir organizējusi aktivitāti, kuras laikā AS „SENTOR FARM APTIEKAS” aptieku tīklā konkrētu produktu pircējiem tika apsolītas dāvanu kartes 10 Ls vērtībā sejas vai ķermeņa kopšanai SPA centrā, taču faktiski tika izsniegtas dāvanu kartes konsultācijas saņemšanai, kā arī sniedz viedokli administratīvajā lietā. Sabiedrība Vēstulē ir sniegusi plašu skaidrojumu vārdam „pakalpojums” un vārdam „konsultācija”. PTAC konstatē, ka lietā nav strīda par to, vai konsultācija un sejas/ķermeņa kopšana ir pakalpojums. PTAC, izvērtējot Sabiedrības īstenoto komercpraksi, ņem vērā Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 1.panta 2.punktā sniegtā termina „pakalpojums” skaidrojumu.

Sabiedrības Vēstulē izteiktais apgalvojums, ka PTAC ieskatā konsultācija pirms kopšanas procedūras veikšanas nav nepieciešama, no PTAC izteiktā viedokļa neizriet un ir nepamatots.

Tāpat par nepamatotu un no lietas apstākļiem neizrietošu PTAC uzskata Sabiedrības apgalvojumu, ka pircēji, kuri tika maldināti par piedāvājumu, nav izmantojuši viņu rīcībā esošo informāciju, t.i. – nav ņēmuši vērā reklāmas materiāla apakšējā daļā sniegto informāciju, ka „izdevumā norādītajai informācijai var būt neparedzētas izmaiņas, par ko pircēji tiks informēti aptiekās”. Ņemot vērā lietā esošo informāciju, minētais tikai liecina par to, ka visi pircēji netika informēti par izmaiņām. PTAC norāda, ka patērētājiem ir tiesības saņemt pilnīgu un patiesu informāciju par konkrēto izteikto piedāvājumu reklāmas materiālā, savukārt norāde par iespējamām izmaiņām neatbrīvo komercprakses īstenotāju no atbildības par sniegtās informācijas patiesumu.

Lietā nav pierādījumu, ka pārdevēji bija informēti par to, ka viņu izsniegtais kupons neatbilda Reklāmā norādītajam. Sabiedrība nav iesniegusi PTAC pieprasīto līgumu, kas noslēgts/varētu būt noslēgts par dāvanu kartē piedāvātā pakalpojuma izpildi.

[5] 2012.gada 2.maijā PTAC, konstatējot, ka Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, pirmšķietami ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, pieņēma lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu.

[6] 2012.gada 8.maijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/3013-K-31 *Par uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu*, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem, konstatēto pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā. Vienlaikus PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, atkārtoti pieprasīja Sabiedrībai iesniegt PTAC līguma, kas noslēgts par Reklāmā izteiktā piedāvājumu sniegšanu ar SIA „Veselības centrs 4” filiāli (Wellslim centru), kopiju.

[7] 2012.gada 31.maijā Sabiedrības pārstāvis lietas izskatīšanas laikā informēja, ka Reklāma tika izplatīta [...] Sabiedrības pārstāvis atzina, kā arī nožēloja izdarīto pārkāpumu, taču izteica arī neizpratni par soda piemērošanas nepieciešamību. Sabiedrības pārstāvis norādīja, ka turpmāk rūpīgāk sekos reklāmas paziņojumiem un neskaidrību gadījumā konsultēsies ar PTAC speciālistiem. Tika iesniegta Sabiedrības operatīvā bilance.

[8] Iepazīstoties ar Sabiedrības lietas izskatīšanas laikā iesniegto līgumu (kopiju), kuru Sabiedrība noslēgusi ar SIA „Veselības centrs 4”, PTAC konstatē, ka Reklāmā izmantota tikai daļa no minētajā līgumā iekļautā patērētājiem sniedzamā

pakalpojuma nosaukuma (apraksta), tādējādi radot maldinājumu par pakalpojumu, kas saņemams ar iegūto dāvanu karti.

**Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:**

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka 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*. Tādējādi Reklāmas sniegšana ir uzskatāma par komercpraksi, jo ir tieši saistīta ar preces pārdošanu patērētājiem. Savukārt Sabiedrība, kā izriet no 25.11.2011. Vienošanās starp Sabiedrību un AS „SENTOR FARM APTIEKAS” un saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu, ir atzīstama par komercprakses īstenotāju.

Saskaņā ar NKAL 14.panta pirmo daļu NKAL ievērošanu savas kompetences ietvaros uzrauga PTAC.

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.

Saskaņā ar NKAL 6.pantu *komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispārārtīgai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam*.

Saskaņā ar NKAL 7.panta pirmo daļu *par patērētāja ekonomisko rīcību negatīvi ietekmējošu uzskata tādu komercpraksi, kura būtiski ierobežo patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un kuras rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis*.

Savukārt saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1. un 2.punktu *par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības; kādā veidā un ar kādiem noteikumiem iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu*. No konkrētajām normām izriet, ka, vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz. Respektīvi, pietiek vien, ja komercprakses (Reklāmas) ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties preci vai atturēties no šādas rīcības, kā arī pieņem lēmumu iegādāties to uz konkrētiem noteikumiem, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, uzsāk preces iegādes darbības, apmeklē preces pārdošanas vietu. Minēto apliecina arī Administratīvās apgabaltiesas 2009.gada 11.marta spriedums lietā Nr.A42461406 (AA4360373609/10)<sup>1</sup> (sk. aprakstošās daļas [8.5] apakšpunktu), kurā minēts, ka *reklāma uz patērētāju iedarbojas tajā brīdī, kad tā tiek uzlūkota, bet ņemot vērā tās mērķi – ietekmēt patērētāja izvēli, reklāmas teksta patiesumam ir noteicoša nozīme. Tālākās patērētāja darbības – aiziešana pie produkta pārdevēja un dziļāka interesēšanās par produktu, jau ir reklāmas sekas, nevis tās turpinājums vai reklāmas „pagarinājums”*.

Saskaņā ar lietā esošo informāciju Sabiedrības Reklāmā sniegtais apgalvojums nav patiess, jo dāvanu karte, kuru saņēma konkrēto kosmētikas līdzekļu pircēji, neparedzēja iespēju saņemt sejas vai ķermeņa kopšanu, bet gan tikai konsultāciju, veicot Ls 10.00 piemaksu. Tādējādi Sabiedrība, sniedzot Reklāmā informāciju par piedāvājumu, nerīkojās atbilstoši profesionālajai rūpībai un ierobežoja patērētāju

<sup>1</sup> [http://www.tiesas.lv/files/AL/2009/03\\_2009/11\\_03\\_2009/AL\\_110309\\_apg\\_AA43-0373-09\\_10.pdf](http://www.tiesas.lv/files/AL/2009/03_2009/11_03_2009/AL_110309_apg_AA43-0373-09_10.pdf)

iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu. Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu – profesionālajai rūpībai neatbilstošu – komercpraksi saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1.punktu, jo konkrētajā gadījumā Sabiedrība nav rīkojusies ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētāji varēja pamatoti sagaidīt un kas atbilst vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam, un Sabiedrības komercprakses ietekmē ir tikusi/varēja tikt negatīvi ietekmēta patērētāju ekonomiskā rīcība. Patērētāji pieņēma/varēja pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādus citādi nepieņemt, piemēram, Sabiedrības komercprakses ietekmē patērētāji iegādājās konkrētos kosmētikas līdzekļus, jo vēlējās arī veikt sejas vai ķermeņa kopšanu. PTAC ieskatā personām, kas vēlējās saņemt konkrētu kopšanas pakalpojumu, iespējams, nebija nepieciešama konsultācija, jo parasti sejas un ķermeņa kopšanas līdzekļu iegāde notiek tad, kad ir noskaidrots, kāda veida kopšana un līdzekļi ir nepieciešami vai vēlami. Tādējādi tika negatīvi ietekmēta personu ekonomiskā rīcība, jo tās zaudēja Ls 10.00, kuri bija paredzēti konkrētai sejas vai ķermeņa kopšanas pakalpojuma apmaksai. PTAC ieskatā patērētāji varēja pamatoti sagaidīt un paļauties, ka Sabiedrība kā profesionāls tirgus dalībnieks konkrētajā nozarē rīkosies atbilstoši vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam.

Ņemot vērā minēto un saskaņā ar NKAL 6.pantu un 4.panta otrās daļas 1.punktu, PTAC atzīst Sabiedrības īstenoto komercpraksi par negodīgu, proti, neatbilstošu profesionālajai rūpībai.

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

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus, kā arī lietderības apsvērumus, tas ir, fakti, ka Reklāmas izplatīšana ir beigusies, PTAC secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no NKAL 15.panta astotās daļas 1. – 4.punktā paredzētajiem lēmumiem, savukārt, ņemot vērā, ka komercprakses negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi un ņemot vērā LAPK 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, PTAC uzskata, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai uzliekams administratīvais sods, kas paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā.

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

juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, „*ka soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos neizdarītu citas personas*”. (Māris Baltais. *Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.*). Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu *administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.*

Ņemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums, lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), lietā nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, kā arī konstatētais pārkāpums nav uzskatāms par maznozīmīgu un tādēļ Sabiedrība konkrētajā gadījumā nav atbrīvojama no administratīvās atbildības (LAPK 21.pants), un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošāns, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> 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.<sup>13</sup> panta trešo daļu *par negodīgu komercpraksi – uzliek naudas sodu juridiskajām personām – no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem.*

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likumā noteiktos principus un 66.pantā noteiktos 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 piedāvājumu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošāns atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, un ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Sabiedrība ir atzinusi un nožēlojusi izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, īstenošanas veidu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un atbildību mīkstinošu apstākļu esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses īstenošana – raksturu un tās īstenošanas veidu, kā arī Reklāmas izplatīšanas laiku, vietu un apjomu. Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu un 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu, 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu

un 66.panta pirmo daļu, NKAL 4.panta pirmo daļu un 4.panta otrās daļas 1.punktu, 6.pantu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu,

**n o l e m t s:**

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „PROFICINA”

juridiskā adrese: Marijas iela 21, Rīga, LV-1011

reģistrācijas numurs: 40003202838

**uzlikt** naudas sodu Ls 100,00 (viens simts) apmērā.

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

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-PTU-K31-22
Pieņemšanas datums:	2012.gada 31.maijs

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

IZRAKSTS PAREIZS