

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

22.05.2009. Nr. 21-07/3914

SIA „BITE Latvija”
Vienot. reģ. Nr.40003742426
Duntes ielā 17a
Rīgā, LV-1005

Par pagaidu noregulējumu

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir uzsācis SIA „BITE Latvija” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses izvērtēšanu.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošo informāciju un materiālus, PTAC konstatē:

Sabiedrība īstenojusi komercpraksi:

1. sniedzot reklāmas bukletu „0 sant. ZVANI un SMS vienmēr. Pietiks izmest naudu. Nāc uz Biti!” (turpmāk – Reklāma1), kurā cita starpā minēts „Runā un sūti īsziņas par 0 santīmiem visiem Bites klientiem vienmēr ar tarifu plānu „Bite parunāsim!”. Tikai par Ls 2 mēnesī veselu gadu. [...] Pieslēdzies jebkurā Bites salonā līdz 13.aprīlim”;
2. sniedzot reklāmu televīzijā, daudzdzīvokļu ēkās, Rīgas sabiedriskajā transportā, sabiedriskā transporta pieturvietās vairākās Latvijas pilsētās, kā arī Sabiedrības tirdzniecības vietu skatlogos „Joprojām izmet naudu? Nāc uz Biti no cita operatora, mēs nosegsim līgumsodu!” (turpmāk – Reklāma2);
3. sniedzot reklāmu žurnālos un laikrakstos „Kļūst zaļāks! Arī te. Jau 96% iedzīvotāju visos Latvijas reģionos ir pieejams Bites pārklājums [...] Visvairāk sekmīgi savienoto zvanu Bites tīklā – atzinusi Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija.” (turpmāk – Reklāma3);
4. mājas lapā www.bite.lv (turpmāk – Mājas lapa) sniedzot pakalpojumu „Tarifu kalkulators”;
5. Mājas lapā sniedzot informāciju par tarifu plānu „Bite Parunāsim!”.

2009.gada 29.aprīlī PTAC konstatēja, ka Sabiedrība Mājas lapā attiecībā uz Reklāmu2 sniedz sekojošu informāciju: „Joprojām izmet naudu pie cita operatora? Negaidi līguma beigas un nāc uz Biti! Mēs nosegsim iepriekšējā operatora līgumsodu!”

Tu vienmēr varēsi runāt un sūtīt īsziņas Bites tīklā par 0 santīmiem! Kaut ko tādu piedāvā tikai Bite.

Par katru atlikušo mēnesi līdz iepriekšējā operatora līguma termiņa beigām tiek aprēķināta līgumsoda kompensācija Ls 5 apmērā. Ja līdz termiņa beigām atlikuši 10 vai vairāk mēneši, tad Bite nosegs Ls 50 (ieskaitot PVN). Aprēķinātā līgumsoda summa tiks kompensēta pirmo 12 mēnešu laikā, piešķirot atlaidi ikmēneša rēķina summai. [...]

Piedāvājums ir spēkā, izvēloties jebkuru no Bites tarifu plāniem – Bite Parunāsim!, Bite Varianti vai Bite 5, noslēdzot līgumu līdz 21.jūnijam uz 24 mēnešiem. [...]” Konkrētā satura informācija Mājas lapā tiek sniegta arī šobrīd (2009.gada 22.maijā).

2009.gada 7.maijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un pierādījumu sniegšanu Nr.21-07/3469, kurā PTAC norādīja, ka tas ir konstatējis negodīgas komercprakses pazīmes Sabiedrības īstenotajā komercpraksē. Vēstulē PTAC informēja Sabiedrību, ka PTAC ir uzsācis lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā un vienlaikus PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt paskaidrojumus un konkrētus pierādījumus par komercpraksē izmantotās informācijas patiesumu.

2009.gada 18.maijā PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 13.maija vēstuli Par atbildes sniegšanas termiņa pagarinājumu Nr.LV1020-43, kurā Sabiedrība lūdza PTAC pagarināt atbildes uz vēstuli Nr.21-07/3469 sniegšanas termiņu līdz 2009.gada 1.jūnijam, kā arī nosūtīt Sabiedrībai PTAC saņemto personas iesniegumu, kurš minēts PTAC iepriekš minētajā vēstulē.

PTAC rīcībā ir informācija, ka Reklāma2 šobrīd (2009.gada 22.maijā) tiek izplatīta lielos apmēros televīzijā, daudzdzīvokļu ēkās, sabiedriskā transporta pieturvietās vairākās Latvijas pilsētās, kā arī Sabiedrības tirdzniecības vietu skatlogos. Par konkrēto faktu 2009.gada 22.maijā sastādīts akts Nr.BN-43-S.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus un informāciju, PTAC secina:

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka *darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam*, ir komercprakse. Savukārt NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā*, ir komercprakses īstenotājs.

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmas1, Reklāmas2, Reklāmas3, Mājas lapā pieejamās informācijas un pakalpojuma „Tarifu kalkulators” sniegšana ir komercprakse NKAL izpratnē, jo konkrētā darbība ir atzīstama par tādu, kas tieši saistīta ar Sabiedrības piedāvāto pakalpojumu tirdzniecības veicināšanu un pakalpojumu sniegšanu patērētājiem. Savukārt, ņemot vērā, ka Reklāmas1, Reklāmas2, Reklāmas3, Mājas lapā pieejamās informācijas un pakalpojuma „Tarifu kalkulators” sniedzējs ir Sabiedrība, Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju NKAL izpratnē.

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

PTAC paskaidro, ka Sabiedrības īstenoto komercpraksi PTAC vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”), kura ir maksimālās harmonizācijas direktīva, un Eiropas Kopienų tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vēriņš un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.paragrāfs; C-44/01, 55.paragrāfs; C-356/04, 78.paragrāfs; C-381/05, 23.paragrāfs).

Tāpat arī 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*. No konkrētā panta izriet, ka, vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz. Respektīvi, pietiek vien, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, zvana uz pakalpojuma sniedzēja tālruni vai dodas uz pakalpojuma sniedzēja biroju, lai pieteiktu pakalpojumu, un konkrētā patērētāja rīcība jau ir atzīstama par komercprakses sekām, kuru ietvaros var tik ietekmēta arī patērētāja ekonomiskā rīcība.

Konkrēto PTAC viedokli apliecina arī Administratīvās rajona tiesas un Administratīvās apgabaltiesas nolēmumi lietā Nr.A42461406 (AA43-0373-09/10), kuros minēts, ka *„reklāmas tekstam ir jābūt patiesam, neatkarīgi no tā, kādu informāciju vēl patērētājs varētu iegūt, aizejot pie produkta pārdevēja. 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”*”.

NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējā pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza un, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai varētu pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis*.

PTAC rīcībā ir informācija par to, ka 2009.gada aprīļa beigās Sabiedrība uzsāka Reklāmas2 sniegšanu, kura tiek sniegta vēl arvien (2009.gada 22.maijā) ļoti lielos apjomos, Reklāmā2 norādot, ka Sabiedrība patērētājiem, kuri ar savu numuru veiks pāreju no cita mobilo sakaru operatora pie Sabiedrības, nosegs

līgumsodu, kuru aprēķinās esošais mobilo sakaru operators. Tādējādi, ņemot vērā vispārpieņemto tirgus praksi, ka līgumsodu mobilo sakaru operatori aprēķina tādā gadījumā, ja patērētājs ir iegādājies mazcenas/subsidēto mobilo telefonu un atkāpjas no noslēgtā līguma pirms konkrētajā līgumā noteiktā termiņa, PTAC ieskatā vidusmēra patērētājs Reklāmā2 sniegto informāciju viennozīmīgi uztver vai var uztvert kā līgumsoda par līguma par mazcenas/subsidētā telefona iegādi laušanu nosegšanu.

Pārbaudot Reklāmā2 sniegtās informācijas atbilstību Mājas lapā sniegtajai informācijai, PTAC 2009.gada ir konstatējis, ka Sabiedrība Reklāmā2 sniedz nepatiesu informāciju. Mājas lapā Sabiedrība norāda: „*Joprojām izmet naudu pie cita operatora? Negaidi līguma beigas un nāc uz Bite! Mēs nosegsim iepriekšējā operatora līgumsodu!*

Tu vienmēr varēsi runāt un sūtīt īsziņas Bites tīklā par 0 santīmiem! Kaut ko tādu piedāvā tikai Bite.

Par katru atlikušo mēnesi līdz iepriekšējā operatora līguma termiņa beigām tiek aprēķināta līgumsoda kompensācija Ls 5 apmērā. Ja līdz termiņa beigām atlikuši 10 vai vairāk mēneši, tad Bite nosegs Ls 50 (ieskaitot PVN). Aprēķinātā līgumsoda summa tiks kompensēta pirmo 12 mēnešu laikā, piešķirot atlaidi ikmēneša rēķina summai. [...]

Piedāvājums ir spēkā, izvēloties jebkuru no Bites tarifu plāniem – Bite Parunāsim!, Bite Varianti vai Bite 5, noslēdzot līgumu līdz 21.jūnijam uz 24 mēnešiem. [...]”.

No minētā izriet, ka Sabiedrība pretēji Reklāmā2 sniegtajam apgalvojumam faktiski nenosedz patērētāja līgumsodu, atbrīvojot patērētāju no līgumsoda saistībām ar iepriekšējo mobilo sakaru operatoru, bet gan piedāvā patērētājiem, veicot numura saglabāšanas pakalpojumu un pārnākot pie Sabiedrības, pirmos 12 mēnešus saņemt atlaidi ikmēneša rēķina summai, kopsummā ne vairāk kā Ls 50,00 apmērā.

PTAC ieskatā konkrētās Reklāmā2 sniegtās nepatiesās informācijas ietekmē vidusmēra patērētājs varēja un vēl arvien var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nepieņemtu.

NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visas 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.*

PTAC konstatē, ka Reklāmā2, kura tika izplatīta Rīgas sabiedriskajā transportā, Sabiedrība cita starpā norāda „*Runā un sūti SMS 0 sant. vienmēr. Ar tarifu plānu „Bite Parunāsim!”*””. 2009.gada 23.aprīlī pārbaudot Reklāmā2 sniegtās informācijas atbilstību Mājas lapā sniegtajai informācijai par tarifiem, kura izskatās sekojoši:

[Parādīt visu](#)**Tarifi**

Pakalpojums	Cena
Fiksēta maksa par neierobežotiem zvaniem un SMS Bites tīklā, Ls/mēn	4,00 2,00
Zvani Bites tīklā, Ls/min	0,00
SMS Bites tīklā, Ls	0,00
Zvani uz citiem tīkliem Latvijā, Ls/min	0,05
SMS uz citiem tīkliem Latvijā, Ls	0,052
Ikmēneša maksa par subsidētu tālruni, nākot no cita operatora, Ls	2,05
Ikmēneša maksa par subsidētu tālruni, pieslēdzot jaunu numuru, Ls	3,08

Visas cenas ir norādītas Latvijas latos ar PVN 21%.

PTAC secina, ka ar tarifu plānu „Bite parunāsim!” bezmaksas sarunas un bezmaksas īsziņu sūtīšana „vienmēr” ir iespējama tikai starp Sabiedrības tīklā esošajiem lietotājiem.

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. Konkrētajā gadījumā secināms, ka Sabiedrība Reklāmā2 ir noklusējusi patērētāja lēmuma pieņemšanai nepieciešamu būtisku informāciju par to, ka konkrētais piedāvājums „0 sant. vienmēr” ir pieejams tikai starp Sabiedrības tīklā esošajiem lietotājiem, un konkrētās informācijas neesamības rezultātā patērētājs varēja pieņemt un vēl arvien var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nepieņemtu.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC ieskatā Sabiedrība, sniedzot Reklāmu2 īsteno NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktā un 10.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto negodīgo komercpraksi, tā pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu.

NKAL 17.panta pirmā daļa paredz, ka gadījumā, ja Uzraudzības iestādei ir pamats uzskatīt, ka pārkāpts negodīgas komercprakses aizliegums un tas var radīt tūlītēju un būtisku kaitējumu konkrētas patērētāju grupas ekonomiskajām interesēm, tā ir tiesīga pieņemt šā likuma 15.panta astotās daļas 2. vai 3.punktā minēto lēmumu kā pagaidu noregulējumu. Savukārt NKAL 15.panta astotās daļas 2. un 3.punkts nosaka, ka gadījumā, ja PTAC atzīst komercpraksi par negodīgu, tas ir tiesīgs uzlikt komercprakses īstenošanai pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; aizliegt negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama.

Ņemot vērā, ka Sabiedrība pēc PTAC 2009.gada 7.maija vēstules saņemšanas nav pārtraukusi Reklāmas2 izplatīšanu, bet tieši pretēji, PTAC rīcībā esošā informācija liecina, ka Reklāmas2 izplatīšanas apjoms šobrīd (uz 2009.gada 22.maiju) ir ļoti liels un intensīvs, PTAC ieskatā Sabiedrības īstenošanā negodīgā komercprakse, sniedzot Reklāmu2, var radīt tūlītēju un būtisku kaitējumu konkrētas patērētāju grupas ekonomiskajām interesēm.

PTAC ieskatā patērētāji, ņemot vērā vispārējo ekonomiski sarežģīto situāciju valstī, ir nonākuši tādos apstākļos, kas nopietni mazina viņu spriestspēju attiecībā uz izsvērtu lēmumu pieņemšanu. Līdz ar to patērētāji, ieraugot Reklāmu2,

kurā patērētājiem tiek dota iespēja kaut ko saņemt bez maksas (sūtīt īsziņas) un papildus iegūt ekonomisku labumu (līgumsoda nosegšanu), impulsīvi var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu (par iespēju veikt numura saglabāšanas pakalpojumu un pāriet no cita mobilo sakaru operatora pie Sabiedrības), kādu viņi nebūtu pieņēmuši, ja galvenokārt Reklāmā2 netiktu sniegta nepatiesa informācija par līgumsoda nosegšanu un tā pat arī, ja netiktu noklusēta informācija par bezmaksas īsziņu sūtīšanas un bezmaksas zvanu veikšanas ierobežojumiem.

PTAC uzskata, ka, ņemot vērā arī šobrīd pastāvošo vispārējo ekonomiski sarežģīto situāciju valstī, kas varētu būt ietekmējusi arī katra atsevišķa patērētāja ekonomisko situāciju, konkrētā iepriekš minētā lēmuma pieņemšanas gadījumā patērētāja ekonomiskajām interesēm var tikt radīts būtisks kaitējums, jo patērētājs pēc lēmuma par līguma slēgšanu pieņemšanas var veikt tādas patērētāja ekonomiskās intereses ietekmējošas darbības, kādas viņš citādi nebūtu veicis.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos lietas materiālus un informāciju un ņemot vērā, ka turpmāka iepriekš aprakstītā Sabiedrības maldinošā rakstura Reklāmas2, kuras ietvaros patērētājiem tiek piedāvāts saņemt tādu piedāvājumu, kādu faktiski patērētāji nemaz nesaņem, izplatīšana nav pieļaujama, jo tās ietekmē patērētāji var pieņemt tādus lēmumus par līgumu slēgšanu, kādus viņi citādi nebūtu pieņēmuši un šo lēmumu rezultātā patērētājiem var tikt radīts tūlītējs un būtisks ekonomisko interešu kaitējums, PTAC konstatē, ka ir lietderīgi Sabiedrībai saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktā noteikto **uzlikt tiesisku pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi**, jo ar negodīgas komercprakses izbeigšanu tiks nodrošināta patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzība, kas kā likuma mērķis ir noteikts NKAL 2.pantā.

Vadoties no iepriekš minētā, PTAC saskaņā ar NKAL 1.pantu, 2.pantu, 4.panta pirmo un otro daļu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 10.panta pirmās daļas 1.punktu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta astotās daļas 2.punktu un, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu, 17.panta pirmo daļu, Administratīvā procesa likuma 1., 4., 5., 8., 12. un 13.pantu, 17.panta pirmās daļas 4. punktu, 65.panta pirmo daļu un 67.panta otro daļu un Ministru kabineta 2006.gada 1.augusta noteikumu Nr.632 „*Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums*” 6.4.apakšpunktu,

nolemj:

uzlikt Sabiedrībai tiesisku pienākumu **nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi**, aizliedzot Sabiedrībai sniegt Reklāmu2, kā arī līdzīga satura reklāmas un/vai informatīvus materiālus, kuros Sabiedrība nepatiesi apgalvo, ka tā patērētājiem nosegs cita mobilo sakaru operatora aprēķināto līgumsodu.

Saskaņā ar *Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma* 17.pantu lēmums par pagaidu noregulējumu ir spēkā no tā paziņošanas brīža līdz brīdim, kad tas ar Uzraudzības iestādes lēmumu tiek atcelts vai grozīts vai kad stājas spēkā Uzraudzības iestādes galīgais lēmums. Šo lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 desmit dienu laikā no tā spēkā stāšanās dienas. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Vienlaikus, ņemot vērā Sabiedrības izteikto lūgumu par atbildes uz PTAC pieprasījumu sniegšanas termiņa pagarināšanu līdz 2009.gada 1.jūnijam, PTAC saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 47.pantu pagarina atbildes sniegšanas termiņu līdz 2009.gada 1.jūnijam. Savukārt attiecībā uz Sabiedrības lūgumu atsūtīt PTAC saņemto personas iesniegumu, PTAC norāda, ka saskaņā ar Iesniegumu likuma 9.panta pirmo daļu, kura nosaka, ka ir *aizliegts bez iesnieguma iesniedzēja piekrišanas izpaust informāciju, kas atklāj viņa identitāti, izņemot gadījumu, kad iestādei saskaņā ar likumu šāda informācija ir jāizpauž*, PTAC nav tiesīgs nosūtīt Sabiedrībai PTAC saņemtā iesnieguma kopiju.

PTAC paskaidro, ka konkrētajā gadījumā nav nozīmes PTAC saņemtajam iesniegumam, kurā sniegta informācija par Sabiedrības iespējamo negodīgo komercpraksi. Sabiedrībai nav jāatspēko konkrētās personas viedoklis, bet gan **jāpierāda**, ka Sabiedrības komercpraksē sniegtā informācija ir patiesa.

Direktore

(paraksts)

B.Vītoliņa

(...)

IZRAKSTS PAREIZS