

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)

**SIA „Tele2”**  
**Reģ. Nr.40003272854**  
**Mūkusalas ielā 41b**  
**Rīgā, LV-1004**

**LĒMUMS**  
**par negodīgu komercpraksi**  
**Rīgā**

2010.gada 18.oktobrī

Nr.8-nk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, izvērtējis SIA „Tele2” (turpmāk – Sabiedrība) maijā un jūnijā īstenoto komercpraksi, kura tika realizēta, sniedzot reklāmas par Sabiedrības priekšapmaksas sarunu kartes „Zelta Zivtiņa” mobilā interneta pakalpojumu.

Izvērtējot lietas materiālus, PTAC konstatē:

2010.gada 26.maijā PTAC konstatēja, ka Sabiedrība dažādās interneta vietnēs, presē un televīzijā sniedza priekšapmaksas sarunu kartes „Zelta Zivtiņa” mobilā interneta reklāmas, kurās tika norādīts, ka attiecīgajam internetam ir „zemākā cena par 1 megabaitu! Lai pieslēgtu datu tarifu, sūti burtu „D” uz 1616. Faktiskā cena – no 3,9 līdz 5,1 sant./MB atkarībā no ZZ atjaunošanas nomināla. Uzskaites tarifs – 7 sant./MB” (turpmāk – Reklāma). Televīzijā izplatītajās Reklāmās norādīts, ka attiecīgā cena ir „zemākā Latvijā”.

2010.gada 21.jūnijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/4947-P-64 *Par informācijas un pierādījumu sniegšanu*, kurā PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt pierādījumus tam, ka tās priekšapmaksas sarunu kartes mobilā interneta cena par 1 megabaitu ir zemākā Latvijā, kā arī sniegt informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām, laiku un apjomu.

2010.gada 6.augustā PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 4.augusta vēstuli Nr.1-1/828, kurā paskaidrots, ka Reklāmā minētais apgalvojums iekļauts pēc konkurentu līdzvērtīgu piedāvājumu analīzes. Sabiedrība norāda, ka „Mobilo sakaru priekšapmaksas karšu interneta pakalpojumu segmentā līdzvērtīgu pakalpojumu piedāvā tikai SIA „Latvijas Mobilais Telefons” „Amigo” karte – cena 23,3 – 30,3 santīmi par vienu megabaitu.

SIA „Latvijas Mobilais Telefons” „O Karte” un SIA „Bite Latvija” „BiFri” nepiedāvā klientiem interneta pakalpojumus ar iespēju nopirkt 1 megabaitu. Gan „O Karte”, gan „Bi Fri” piedāvā iespēju izmantot interneta pakalpojumus, norēķinus veicot

*atbilstoši piekļuves termiņam laika izteiksmē – diena un tamlīdzīgi. Neviens no piedāvātajiem nomināliem nav zemāks par „Zelta Zivtiņas” 1 megabaita cenu.*

*Līdz ar to secināms, ka SIA „Tele2” „Zelta Zivtiņa” piedāvā vislētāko iespēju patērētājam nopirkt 1 megabaitu datu apjomu. Šāds piedāvājums tika izstrādāts, lai apmierinātu zināmas klientu kategorijas pieprasījumu pēc konkurētspējīga piedāvājuma noteikta datu apjoma izmantošanai ierobežotā termiņā.” Papildus 2010.gada 6.augustā PTAC pa e-pastu (uz adresi (...)) saņēma informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām, laiku un apjomu, kura nesatur informāciju par to, kur, kad un kādā apjomā Reklāma ir izplatīta televīzijā.*

2010.gada 30.augustā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/6819-P-64 *Par informācijas un viedokļa sniegšanu*, kurā PTAC informēja Sabiedrību par savu viedokli, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse, sniedzot Reklāmu, ir atzīstama par negodīgu, un par to, ka PTAC ieskatā Sabiedrībai ir uzliekams par tiesisku pienākumu publicēt attiecīgajos komercpraksi atbilstošajos saziņas līdzekļos paziņojumus, kuros norādīta labotā informācija, atsaucot negodīgo komercpraksi. Vienlaicīgi saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu PTAC aicināja Sabiedrību sniegt viedokli administratīvajā lietā un atkārtoti pieprasīja Sabiedrībai sniegt informāciju par to, kur, kad un kādā apjomā Reklāma ir izplatīta televīzijā.

2010.gada 16.septembrī PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 13.septembra vēstuli Nr.1-1/945, kurā Sabiedrība paskaidro sekojošo:

Papildus iepriekš sniegtajai informācijai lūdzam ņemt vērā, ka, izvērtējot Reklāmā ietvertā apgalvojuma atbilstību, ir jāņem vērā SIA „Tele2” noteiktā cena (maksā) par 1 megabaitu, kas atkarībā no sarunu kartes „Zelta Zivtiņa” atjaunošanas nomināla ir noteikta robežās no 3.7 santīmiem līdz 5.1 santīmiem par 1 megabaitu. Izmantojot attiecīgo „Zelta Zivtiņa” mobilā interneta pakalpojumu nav iespējams samaksāt 7 santīmus par 1 megabaitu. „Zelta Zivtiņa” piedāvātā mobilā interneta maksā ir pieejama uzsākot sarunu kartes „Zelta Zivtiņa” izmantošanu un, atšķirībā no SIA „Latvijas Mobilais Telefons” sarunu kartes „OKarte” piedāvājuma, nav atkarīga no ilgstošas kartes lietošanas nosacījumiem, lojalitātes programmām. Līdz ar to secināms, ka Reklāmas izplatīšanas brīdī apgalvojums „zemākā cena par 1 megabaitu” atbilst patiesībai.

Tāpat nevaram piekrist PTAC vēstulē paustajam atzinumam, ka „Sabiedrība (SIA „Tele2”) nav ievērojusi vispāratzītu godīgu tirgus praksi un labas ticības principu, neņemot vērā citu konkurentu mobilā interneta piedāvājumus, kuriem ir noteikta fiksēta cena par pakalpojuma izmantošanas laiku.

SIA „Tele2” tieši pretēji - ņēma vērā šādu piedāvājumu eksistenci, un, izvērtējot, gan to pozitīvās īpašības, gan trūkumus, izstrādāja mobilā interneta piedāvājumu „Zelta Zivtiņa” klientiem, kuriem ir svarīgi par izdevīgu cenu saņemt mobilā interneta pakalpojumus atbilstoši faktiski patērētajam datu apjomam.

Līdz ar to uzskatām, ka ir neobjektīvi, patērētāja interesēm neatbilstoši pielīdzināt cenu 1 megabaitam, kas ir matemātiski izrēķināta no liela apjoma datu pakalpojuma „komplekta” ar cenu atbilstoši faktiski izmantotajam datu apjomam. Būtībā tās ir divas dažādas mobilā interneta izmantošanas metodes katra ar savām priekšrocībām un trūkumiem, kas patērētājam sniedz lielāku izvēles brīvību atrast savām vajadzībām izdevīgāko mobilā interneta izmantošanas un norēķinu veidu. Iepriekš minēto apliecina faktiskā situācija mobilā interneta pakalpojumu tirgū, kur operatori, izejot no to izvēlētās tirgus stratēģijas, konkurē ar mobilā interneta piedāvājumiem gan fiksējot datu apjomu un/vai lietošanas termiņu, gan piedāvājot veikt norēķinus atbilstoši faktiski patērētajam datu apjomam, attiecīgi reklamējot savu piedāvājumu pozitīvās īpašības.

Līdz ar to, pamatojoties uz iepriekš minētajiem apstākļiem uzskatām, ka SIA „Tele2”, izplatot Reklāmu, nav pārkāpusi Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma tiesību normas.

Papildus 2010.gada 16.septembrī PTAC pa e-pastu (uz adresi (...)) saņēma informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām, laiku un apjomu televīzijā.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos lietas materiālus, PTAC secina:

NKAL 1.panta pirmajā daļā ir sniegtas komercprakses un komercprakses īstenotāja definīcijas, saskaņā ar kurām Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju un Reklāmas sniegšana – par komercpraksi.

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta*, un minētā panta otrās daļas 1.punkts paredz, ka *komercprakse ir negodīga, ja tā neatbilst profesionālajai rūpībai un negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas vidusmēra patērētāju grupas ekonomisko rīcību, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar*, bet minētās normas 2.punkts paredz, ka *komercprakse ir negodīga, ja tā ir maldinoša*.

Vērtējot Sabiedrības komercprakses ietvaros sniegto informāciju no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, PTAC ieskatā Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, ir īstenojusi NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punktā noteikto maldinošo un profesionālajai rūpībai neatbilstošo komercpraksi, tādējādi pārkāpjot negodīgas komercprakses aizliegumu, šādu iemeslu dēļ:

[1] Saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu komercpraksi uzskata par maldinošu, *ja tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza, un, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņemt vai varētu pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis*. NKAL 10.panta pirmās daļas 2.punkts paredz, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un apstākļus, kā arī tajā izmantotā saziņas līdzekļa ierobežojumus, var secināt, ka komercprakses īstenotājs būtisku informāciju slēpj vai sniedz neskaidri, nesaprotami, divdomīgi vai nepiemērotā laikā, vai nenorāda komercprakses komerciālo nolūku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs, un rezultātā vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis*.

Sabiedrība Reklāmā sniedz konkrētu paziņojumu par to, ka Sabiedrības priekšapmaksas sarunu kartei „Zelta Zivtiņa” ir Latvijā zemākā cena par 1 mobilā interneta megabaitu, kas ir, Ls 0,07. Pārbaudot citu Latvijas mobilo sakaru priekšapmaksu

sarunu karšu piedāvātās cenas par mobilo internetu, PTAC konstatē, ka minētais Sabiedrības apgalvojums ir nepatiess.

PTAC rīcībā ir informācija, ka maijā un jūnijā sākumā:

1. SIA „Bite Latvija” priekšapmaksas sarunu kartes „BiFri” mobilā interneta cena ir:
  - a. Ls 0,31 (minimālā dienas maksa, ja tiek izmantots mobilais internets) par katriem 20 megabaitiem, kas patērēti vienas dienas laikā, ja patērētājs nav izvēlējis nedēļas vai mēneša mobilā interneta pieslēgumu, kas ir, sākot no Ls 0,016 par 1 megabaitu;
  - b. Ls 1,00 (minimālā nedēļas maksa) par katriem 100 megabaitiem, kas patērēti vienas nedēļas laikā, ja patērētājs ir aktivizējis nedēļas mobilā interneta pieslēgumu, kas ir, sākot no Ls 0,01 par 1 megabaitu;
  - c. Ls 3,00 (minimālā mēneša maksa) par katriem 500 megabaitiem, kas patērēti viena mēneša laikā, ja patērētājs ir aktivizējis mēneša mobilā interneta pieslēgumu, kas ir, sākot no Ls 0,006 par 1 megabaitu;
2. SIA „Latvijas Mobilais Telefons” priekšapmaksas sarunu kartes „O Karte” mobilā interneta cena ir:
  - a. Ls 0,325 – 0,500 (atkarībā no atlaižu līmeņa) par 1 megabaitu ar tarifu plāniem „O!Vienādaiss” un „O!Mūsējais”, ja patērētājs nav izvēlējis mobilo internetu par fiksētu maksu;
  - b. Ls 0,033 – 0,050 (atkarībā no atlaižu līmeņa) par 1 megabaitu ar tarifu plānu „O!Dati”, ja patērētājs nav izvēlējis mobilo internetu par fiksētu maksu;
  - c. Ls 0,25 dienā ar neierobežotu interneta apjomu, ja patērētājs ir aktivizējis dienas mobilā interneta pieslēgumu;
  - d. Ls 2,00 par 10 dienām ar neierobežotu interneta apjomu, ja patērētājs aktivizē 10 dienu mobilā interneta pieslēgumu;
  - e. Ls 5,00 par 30 dienām ar neierobežotu interneta apjomu, ja patērētājs aktivizē 30 dienu mobilā interneta pieslēgumu;
3. SIA „ZetCOM” priekšapmaksas sarunu kartes „Amigo” mobilā interneta cena ir Ls 0,303 par 1 megabaitu;
4. Sabiedrības priekšapmaksas sarunu kartes „Zelta Zivtiņa” mobilā interneta cena ir:
  - a. Ls 0,82 par 1 megabaitu, ja patērētājs nav aktivizējis „Datu tarifu”;
  - b. Ls 0,07 par 1 megabaitu, ja patērētājs ir aktivizējis „Datu tarifu”.

Salīdzinot iepriekš minētās mobilā interneta cenas, secināms, ka Sabiedrības piedāvātajam mobilajam internetam Reklāmas izplatīšanas laikā nebija zemākā cena par 1 megabaitu, jo SIA „Latvijas Mobilais Telefons” priekšapmaksas sarunu kartes „O Karte” tarifu plānam „O!Dati” cena par 1 mobilā interneta megabaitu bija no Ls 0,033 līdz Ls 0,050, kas ir zemāka nekā Sabiedrības noteiktā cena – Ls 0,07.

Attiecībā uz Sabiedrības norādi, ka, vērtējot Reklāmā ietvertā apgalvojuma atbilstību, jāņem vērā Sabiedrības noteiktais „faktiskais tarifs”, jo patērētājam, izmantojot reklamēto pakalpojumu, *nav iespējams samaksāt 7 santīmus par 1 megabaitu*, PTAC norāda, ka jau vairākkārt ir sniedzis Sabiedrībai savu viedokli par tās īstenoto komercpraksi, komunikācijā ar patērētājiem izmantojot aprēķinātu „faktisko tarifu”. PTAC vērš Sabiedrības uzmanību uz to, ka Sabiedrības piedāvāto pakalpojumu/tarifu cena ir „uzskaites tarifs”, jo tā ir maksa, kura tiek atskaitīta no patērētāja priekšapmaksas sarunu kartes, respektīvi, tā ir maksa, kas patērētājam jāmaksā par Sabiedrības pakalpojumu izmantošanu. Sabiedrības norādītais „faktiskais tarifs” ir matemātisks

aprēķins tam, cik patērētājam izmaksā konkrēta viena pakalpojuma vienība, ja patērētājs, iegādājoties priekšapmaksas sarunu karti, ir saņēmis konkrētu Sabiedrības piedāvātu bonusu un ir pieslēdzis konkrētu pakalpojumu tarifu plānu (attiecīga tarifu plāna pieslēgšanas maksa minētajā aprēķinā/„faktiskajā tarifā” nav iekļauts).

PTAC norāda, ka saskaņā ar NKAL 9.panta otrās daļas 3.punktu un 10.panta trešās daļas 3.punktu, kā 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 (turpmāk – Direktīva), kura ir maksimālās harmonizācijas direktīva un kuras normas ir iekļautas NKAL, 6.panta pirmās daļas d) punktu un 7.panta ceturtais daļas c) punktu, vērtējot komercprakses atbilstību, jāņem vērā tas, kāda informācija tiek sniegta par pakalpojuma cenu, kas uzskatāma par būtisku informāciju patērētāja lēmuma pieņemšanai.

PTAC uzskata, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse, sniedzot informāciju par Sabiedrības tarifiem, norādot/uzsverot „faktisko” (aprēķināto), nevis „uzskaites tarifu” – cenu –, kā arī komunikācijā ar patērētājiem par pakalpojuma/tarifa cenu norādot „faktisko tarifu”, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju. PTAC ieskatā, norādot patērētājiem aprēķinātu tarifu („faktisko tarifu”), kurš ir atkarīgs no Sabiedrības patērētājiem piešķirtā bonusa apjoma, Sabiedrība divas reizes norāda vienu un to pašu patērētājiem piedāvātu „bonusu” un maldina patērētāju par maksu, kāda patiesībā tiek noņemta no patērētāja priekšapmaksas kartē esošā naudas daudzuma par katru izmantoto pakalpojuma vienību, respektīvi, maldina patērētāju par patieso pakalpojuma cenu. PTAC ieskatā šāda informācijas pasniegšanas veida iespaidā patērētājs varētu pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš nepieņemtu, ja viņam tiktu sniegta patiesa un skaidri saprotama informācija par Sabiedrības zvanu tarifiem, proti, to cenām.

Vienlaicīgi PTAC ieskatā Sabiedrība, sniedzot informāciju, kura pamatota ar veikto mobilā interneta cenu salīdzinājumu tikai ar tādiem mobilā interneta piedāvājumiem, kuriem ir noteikta konkrēta cena par 1 megabaitu, nevērtējot piedāvājumus, kuriem ir noteikta fiksēta cena par noteiktu pakalpojuma izmantošanas laiku (diena, nedēļa, mēnesis) un/vai apjomu (piemēram, dienā 20 megabaiti), neveic komercpraksi atbilstoši profesionālās rūpības kritērijiem un maldina/var maldināt vidusmēra patērētāju. Tas, ka ir salīdzināmi visi minētie piedāvājumi, izriet arī no Eiropas Kopienų tiesas (šobrīd Eiropas savienības tiesa) 2006.gada 19.septembra sprieduma lietā Nr.C-356/04 25. - 28.punktiem<sup>1</sup>.

[2] NKAL 6.pants nosaka, ka *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 vispāratzītai 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*.

PTAC uzskata, ka Sabiedrībai, ievērojot noteiktajā darbības jomā vispāratzītu godīgu tirgus praksi un labas ticības principu, kā profesionālei konkrētajā, proti, mobilo sakaru pakalpojumu sniegšanas jomā, pirms Reklāmas sniegšanas ir jāgūst pilnīgs apliecinājums par tajā sniegtās informācijas patiesumu. PTAC ieskatā konkrētajā gadījumā nav pamatots Sabiedrības kā profesionāles attiecīgajā jomā uzskats, ka pirms

<sup>1</sup> skat. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62004J0356:LV:HTML>

Reklāmas sniegšanas Sabiedrībai nebija jāņem vērā tie mobilā interneta piedāvājumi, kuriem ir noteikta fiksēta cena par pakalpojuma izmantošanas laiku un/vai apjomu, respektīvi, SIA „Bite Latvija” mobilā interneta piedāvājumi un SIA „Latvijas Mobilais Telefons” neierobežota apjoma fiksētas maksas mobilā interneta piedāvājumi.

Ņemot vērā, ka Sabiedrība pastāvīgi piedāvā mobilā interneta pakalpojumu, Sabiedrībai ir pieejama informācija par to, cik mobilā interneta megabaitus dienā, nedēļā un mēnesī vidēji patērētāji patērē. Līdz ar to Sabiedrībai faktiski ir iespējams aprēķināt, cik vidēji dienā, nedēļā un mēnesī patērētājam izmaksās attiecīgais pakalpojums, piemēram, ja patērētāji dienā vidēji patērē 5 megabaitus, tad:

- „Zelta Zivtiņas” „Datu tarifa” lietotājam ir jāsamaksā Ls 0,35 ( $0,07 \times 5 = 0,35$ );
- „BiFri” lietotājam – Ls 0,31 (minimālā dienas maksa, ja patērētājs nav izvēlējis nedēļas vai mēneša mobilā interneta pieslēgumu);
- „O Kartes” lietotājam – Ls 0,25 (maksā dienā, ja patērētājs ir aktivizējis dienas mobilā interneta pieslēgumu).

No lietā esošajiem materiāliem, tostarp, no saņemtajiem Sabiedrības paskaidrojumiem, neizriet, ka Sabiedrība būtu veikusi minēto aprēķinu. PTAC ieskatā, neveicot šo aprēķinu, Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, ne tikai neveic komercpraksi ar tādu rūpību, kādu patērētājs varētu pamatoti sagaidīt, bet arī maldina vidusmēra patērētāju par mobilā interneta pakalpojuma cenām Latvijā. PTAC norāda, ka, iepazīstoties ar Reklāmu, vidusmēra patērētāja uztverē rodas vai var rasties patiesībai neatbilstošs iespaids par to, ka Sabiedrībai ir vislētākais mobilā interneta pakalpojums neatkarīgi no tā izmantošanas apjoma un tādējādi viņš, un jo īpaši tādas patērētāju grupas, kura intensīvi izmanto mobilā interneta pakalpojumu, vidusmēra pārstāvis varētu pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu un Sabiedrības mobilā interneta pakalpojuma izmantošanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis, kā rezultātā varētu tikt negatīvi ietekmēta arī patērētāja ekonomiskā rīcība.

Vienlaicīgi PTAC ieskatā Sabiedrība, komercprakses ietvaros izmantojot saukļus „zemākā cena” vai „viszemākā cena” u.tml., neveic komercpraksi ar tādu rūpību, kādu patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst labas ticības principam. PTAC norāda, ka mobilo sakaru pakalpojumu sniegšanas jomā pēdējo gadu laikā ir vērojama tendence, kad mobilo sakaru operatori samazina cenas/tarifus par sniegtajiem pakalpojumiem. Minēto atzīst arī Sabiedrības pārstāvji, plašsaziņas līdzekļos sniedzot sekojošu informāciju „...*Telekomunikāciju nozare ir viena no tām, kurā valda ļoti sīva konkurence. Pasakiet man vēl kādu nozares tirgu, kur vēl tik strauji samazinās tarifi, ir tik daudz cīņas starp tirgus dalībniekiem, un dažādas kampaņas?*” Db jautāja Tele2 valdes priekšsēdētājs Petras Kirdeika<sup>2</sup>. Tādējādi secināms, ka Sabiedrība kā profesionāle mobilo sakaru pakalpojumu sniegšanas jomā var paredzēt, ka citu mobilo sakaru operatoru piedāvātās cenas/tarifi nav pastāvīgas, proti, ka tās jebkurā brīdī var tikt mainītas, tostarp, samazinātas. Šādu praksi īsteno arī Sabiedrība, piemēram, pēdējo piecu mēnešu laikā (jūnijs, jūlijs, augusts, septembris, oktobris) samazinot mobilā interneta cenu/tarifu pat vairākas reizes, attiecīgi sniedzot jaunus reklāmas materiālus (arī šobrīd Sabiedrība sniedz reklāmas materiālus, kuros norāda, ka tās piedāvātā mobilā interneta cena ir Ls 0,01 („faktiskais tarifs 0,6 santīmi”) par 1 megabaitu).

Ņemot vērā minēto, PTAC ieskatā saukļu „zemākā cena”, „viszemākā cena” u.tml. izmantošana mobilo sakaru operatoru īstenotajās komercpraksēs neatbilst profesionālās rūpības kritērijiem, jo, ņemot vērā attiecīgā tirgus sektora īpatnības pēdējo gadu laikā, ikvienam mobilo sakaru operatoram ir iespējams iepriekš paredzēt, ka konkurenta

<sup>2</sup> Skat. Mobilo sakaru operatori cenšas konkurentiem “izgriezt pogas”, 2010.gada 2.janvāris: <http://db.lv/r/177856-mobilo-sakaru-operatori-censas-konkurentiem-izgriezt-pogas>

piedāvāto pakalpojumu cenas/tarifi var jebkurā brīdī samazināties, tādā veidā konkrēto komercpraksi, proti, tās ietvaros sniegto informāciju, padarot par maldinošu/nepatiesu. PTAC uzskata, ka šādas profesionālajai rūpībai neatbilstošas komercprakses īstenošanas rezultātā var tikt negatīvi ietekmēta patērētāju ekonomiskā rīcība, jo vidusmēra patērētājs, kura nolūks nepārprotami ir izmantot piedāvāto pakalpojumu ilgtermiņā, neapzinoties pastāvošās mobilo sakaru tirgus īpatnības un uzticoties to dalībnieku sniegtajai informācijai, var pamatoti sagaidīt, ka mobilo sakaru operatori attiecībā pret patērētājiem īstenojamā komercpraksē izmanto informācija, kura būs patiesa ilgtermiņā.

PTAC ieskatā Sabiedrības īstenojamās komercprakses nolūks nepārprotami ir veicināt patērētāju lēmumu par mobilo sakaru operatoru maiņu pieņemšanu un pārejas no cita mobilo sakaru operatora pie Sabiedrības, tostarp, saglabājot numuru, veikšanu. Saskaņā ar Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas 2007.gada 10.oktobra lēmumā Nr.425 apstiprināto „Numura saglabāšanas pakalpojuma nodrošināšanas noteikumu” 12.punktu numura pārvietošana starp mobilo sakaru operatoriem tiek nodrošināta 10 darba dienu laikā (vai ilgākā laikā, ja to prasa saņēmēja tīkla operators) pēc pieteikuma no patērētāja saņemšanas. Līdz ar to PTAC norāda, ka Sabiedrībai tās komercprakses ietvaros sniegtās informācijas patiesums ir jānodrošina ne mazākā termiņā, kāds nepieciešams, lai patērētājs saņemtu numura saglabāšanas pakalpojumu un viņam attiecīgi būtu iespējams izmantot Sabiedrības reklamēto piedāvājumu.

Ņemot vērā to, ka Sabiedrībai ir iepriekš iespējams paredzēt, ka citu mobilo sakaru operatoru pakalpojumu cenas/tarifi jebkurā brīdī var samazināties, PTAC ieskatā Sabiedrība apzinās/tai vajadzēja apzināties, ka tās komercpraksē sniegtais apgalvojums „zemākā cena” var nebūt patiesi ilgtermiņā, tostarp, termiņā, kāds nepieciešams, lai patērētājs saņemtu numura saglabāšanas pakalpojumu un viņam attiecīgi būtu iespējams izmantot Sabiedrības reklamēto piedāvājumu. Līdz ar to PTAC uzskata, ka Sabiedrības komercprakse, kuras ietvaros tiek apgalvots, ka Sabiedrības piedāvātajam mobilajam internetam ir zemākā cena Latvijā, neatbilst profesionālajai rūpībai un tā negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas vidusmēra patērētāju grupas ekonomisko rīcību, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC Sabiedrības maijā un jūnijā īsteno komercpraksi, kuras ietvaros Sabiedrība sniedza apgalvojumu „*zemākā cena par 1 megabaitu! Lai pieslēgtu datu tarifu, sūti burtu „D” uz 1616. Faktiskā cena – no 3,9 līdz 5,1 sant./MB atkarībā no ZZ atjaunošanas nomināla. Uzskaites tarifs – 7sant./MB*”, kā arī komercpraksi, kuras ietvaros Sabiedrība kā pakalpojuma cenu norāda „faktisko tarifu”, un komercpraksi, kuras ietvaros Sabiedrība apgalvo, ka tā piedāvā „zemāko cenu par 1 megabaitu”, „viszemāko cenu par 1 megabaitu” u.tml., atzīst par negodīgu NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punkta izpratnē.

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 Sabiedrības īstenojamās komercprakses raksturu un būtību, ņemot vērā Reklāmas izplatīšanas vietas un apjomu, kā arī to, ka Reklāma vairs netiek izplatīta,

PTAC ieskatā konkrētajā gadījumā ir lietderīgi saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 4.punktu uzlikt Sabiedrībai par tiesisku pienākumu publicēt attiecīgajos komercpraksi atbilstošajos saziņas līdzekļos paziņojumus, kuros norādīta labotā informācija, atsaucot negodīgo komercpraksi. Savukārt, ņemot vērā Sabiedrības paskaidrojumos sniegto viedokli, no kura izriet, ka Sabiedrības ieskatā pakalpojumu cena ir „faktiskais tarifs”, kā arī tas, ka Sabiedrībai nav jāņem vērā tie mobilā interneta piedāvājumi, kuriem ir noteikta fiksēta cena par pakalpojuma izmantošanas laiku un/vai apjomu, PTAC ir pamats paredzēt, ka Sabiedrība arī turpmāk varētu īstenot šā lēmuma motīvu daļas [2] punktā aprakstīto negodīgo komercpraksi, līdz ar to PTAC ieskatā ir lietderīgi saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 3.punktu aizliegt Sabiedrībai īstenot šā lēmuma motīvu daļas [2] punktā aprakstīto negodīgo komercpraksi un komercpraksi, kuras ietvaros kā pakalpojuma cena tiek norādīts Sabiedrības aprēķinātais „faktiskais tarifs”.

Minētais PTAC viedoklis, ka ir paredzama Sabiedrības turpmāka maldinošas un šā lēmuma motīvu daļas [2] punktā minētās negodīgās komercprakses īstenošana, izriet arī no PTAC līdzšinējās pieredzes, vērtējot Sabiedrības īstenoto komercpraksi atbilstību normatīvo aktu prasībām, piemēram:

1. 2009.gada 26.februārī PTAC ir pieņēmis lēmumu Nr.E03-REUD-13, kurā atzinis par negodīgu Sabiedrības konkrētu īstenotu komercpraksi, kuras ietvaros Sabiedrība patērētājiem kā cenu par pakalpojumiem norādīja „faktisko”/aprēķināto, nevis „uzskaites tarifu”;
2. 2010.gada 7.jūlijā PTAC ir pieņēmis lēmumu Nr.4-nk (pirms tam 2010.gada 26.februārī pieņemot lēmumu par pagaidu noregulējumu Nr.21-07/1556-P-21), kurā atzinis par negodīgu Sabiedrības konkrētu īstenotu komercpraksi, kuras ietvaros Sabiedrība patērētājiem sniedza informāciju par Sabiedrības zvanu tarifiem, norādot „faktisko”/aprēķināto, nevis „uzskaites tarifu”/cenu. Minētajā lēmumā PTAC cita starpā norādīja, ka „PTAC neiebilst, ja Sabiedrība godīgi izmanto salīdzinošo un/vai skaidrojošo reklāmu, informējot patērētājus par Sabiedrības zvanu tarifiem/cenām, **papildus** sniedzot informāciju par to, ka Sabiedrībai pastāv specifiska bonusu piešķiršanas sistēma, saskaņā ar kuru patērētāja izmaksas par vienu zvana minūti un vienu īsziņu ir mazākas. Taču PTAC norāda, ka nav pieļaujama tāda komercprakse, kuras ietvaros patērētāji tiek maldināti par patieso reklāmas devēju, kā arī par patieso pakalpojuma cenu”;
3. 2010.gada 30.augustā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/6819-P-64, kurā norādīja, ka PTAC ieskatā Sabiedrības konkrētā maijā un jūnijā īstenotā komercprakse ir negodīga, bet 2010.gada 16.septembrī PTAC ir saņēmis Sabiedrības vēstuli, kurā Sabiedrība nepiekrīt PTAC viedoklim, kā vienu no pamatojumiem norādot atsauci uz „faktisko”/aprēķināto tarifu. PTAC rīcībā ir informācija, ka arī pēc minētās vēstules saņemšanas Sabiedrība šobrīd turpina īstenot līdzīgu šajā lēmumā izvērtēto komercpraksi.

PTAC ieskatā minētais apliecina, ka Sabiedrība arī pēc PTAC, kas ir NKAL ievērošanu uzraugošā iestāde, viedokļu un lēmumu par Sabiedrības īstenojamajām komercpraksēm (kuras pēc būtības ir līdzīga maldinoša rakstura) saņemšanas turpina veidot reklāmas materiālus, izmantojot maldinošu (tostarp, vispārējās pasniegšanas ziņā maldinošu) informāciju par pakalpojumu cenām, kā cenu par pakalpojumiem maldinoši norādot „faktisko”/aprēķināto, nevis „uzskaites tarifu”, kā arī turpina šā lēmuma motīvu daļas [2] punktā aprakstītās komercprakses īstenošanu. Līdz ar to PTAC ir pamats uzskatīt, ka arī pēc šī lēmuma spēkā stāšanās Sabiedrība varētu īstenot līdzīgu šajā un arī

iepriekš PTAC pieņemtajos lēmumos vērtēto negodīgo komercpraksi, kuras ietvaros kā cena maldinoši tiktu norādīts Sabiedrības aprēķinātais/"faktiskais tarifs" un/vai tiktu veiktas šī lēmuma [2] punktā aprakstītās normatīvajiem aktiem neatbilstošās darbības.

Nemot vērā iepriekš minēto PTAC, pamatojoties uz NKAL 1.panta pirmo daļu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 1. un 2.punktu, 6.pantu, 7.pantu, 8.panta pirmo daļu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu un otrās daļas 3.punktu, 10.panta pirmās daļas 2.punktu un trešās daļas 3.punktu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta astotās daļas 3. un 4.punktu, Administratīvā procesa likuma 63.panta pirmās daļas 3.punktu, 66.pantu un Ministru kabineta 2006.gada 1.augusta noteikumu Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums” 6.4.apakšpunktu, **nolemj**:

- **uzlikt Sabiedrībai par tiesisku pienākumu** viena mēneša laikā pēc lēmuma spēkā stāšanās publicēt attiecīgajos maijā un jūnijā īstenotajai komercpraksi atbilstošajos saziņas līdzekļos (visās televīzijas programmās, radio stacijās, interneta vietnēs, preses izdevumos, augstskolās, vides reklāmas izplatīšanas vietās u.c. vietās, kurās Sabiedrība 2010.gada maijā un jūnijā īstenoja konkrēto negodīgo komercpraksi) paziņojumus, norādot, ka Sabiedrība atsauc negodīgo komercpraksi, kuras ietvaros Sabiedrība nepatiesi apgalvoja, ka tās piedāvātajam mobilajam internetam ir zemākā cena;
- **aizliegt paredzamo negodīgo komercpraksi**, kuras ietvaros Sabiedrība kā pakalpojuma cenu maldinoši, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā maldinoši, norādītu „faktisko tarifu”, un/vai nepatiesi/profesionālajai rūpībai neatbilstoši apgalvotu, ka tā piedāvā mobilo sakaru pakalpojumus par „zemāko cenu”, „viszemāko cenu” vai tml.

Pieņemto lēmumu pilnībā vai kādā tā daļā Sabiedrībai ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Direktore

(paraksts)

B.Vītoliņa

IZRAKSTS PAREIZS