ADMINISTRATĪVĀ APGABALTIESA

Lieta Nr.A420235216
Lietas arhīva Nr. AA43-0194-18/16
ECLI:LV:ADAT:2018:0125.A420235216.1.S

SPRIEDUMS
Latvijas tautas vārdā

Rīgā 2018.gada 25.janvārī

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:
tiesnese referente Indra Meldere,
tiesneši Ojārs Priedītis un Linda Vīnkalna

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz SIA „KupiKupon Baltics" pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 11.maija lēmuma Nr.16-pk atcelšanu, sakarā ar SIA „KupiKupon Baltics" apelācijas sūdzību par Administratīvās rajona tiesas 2017.gada 25.aprīļa spriedumu.

Aprakstošā daļa

[1] Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) savas kompetences ietvaros un pēc savas iniciatīvas izvērtēja pieteicējas SIA „KupiKupon Baltics" piedāvātos preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju piedāvājumus, kurus ir iespējams iegādāties kolektīvās tiešsaistes iepirkšanās mājaslapā https://zizu.lv/ (turpmāk – Vietne) ar kuponu starpniecību.

[2] PTAC ar 2016.gada 11.maija lēmumu Nr.16-pk (turpmāk – Lēmums) pieteicējai aizliedza īstenot negodīgu komercpraksi, kā arī uzlika soda naudu 14 000 *euro* apmērā. Lēmums pamatots ar turpmāk minētajiem argumentiem un apsvērumiem.

[2.1] Ņemot vērā Vietnē sniegto informāciju un tās funkcionālās iespējas, Vietne ir uzskatāma par distances līguma slēgšanas vietu, savukārt pieteicēja ir atzīstama gan par pakalpojuma sniedzēju Patērētāju tiesību aizsardzības likuma izpratnē, gan arī distances līguma pusi. Pieteicēja, izmantojot Vietni saimnieciskās darbības nolūkos, nodrošina tās darbību un pārvalda tās saturu. Līdz ar to pieteicēja ir atzīstama par informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzēju.

[2.2] PTAC no Vietnē pārbaužu laikā konstatētā un no pieteicējas sniegtās informācijas secinājis, ka pieteicēja laika periodā no 2014.gada jūlija līdz 2016.gada aprīlim ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, sniedzot maldinošu informāciju par Vietnē piedāvāto pakalpojumu vai preču norādītajām sākotnējām cenām un piemērotajām atlaidēm, gala cenu, par preču/pakalpojumu pieejamību un patērētāju tiesībām.

Vietnē daudzos gadījumos sniegtā informācija par piedāvātā pakalpojuma/preces sākotnējo (parasto) cenu un piemēroto atlaidi ir nepatiesa, tādējādi arī norādītais patērētāja ietaupījums nav patiess. To apliecina fakts, ka lietā nav neviena pietiekama pierādījuma par preces/pakalpojuma cenu pirms atlaides piemērošanas.

[2.3] Pieteicēja savas komercdarbības ietvaros neveic pietiekošas darbības, izvērtējot tās sadarbības partneru piedāvājumu patiesumu un informācijas atbilstību normatīvo aktu prasībām (cenas, preču/pakalpojumu aprakstus (īpaši uztura bagātinātāju)), tādējādi neveicot komercpraksi ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam.

[2.4] Pieteicējas rīcība nenodrošina patērētājiem tiesības saņemt atbilstošu informāciju un atteikuma tiesību izmantošanu. Tādējādi pieteicēja būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, kā rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Pieteicējas veiktā komercdarbība ir atzīstama par profesionālajai rūpībai neatbilstošu un maldinošu komercpraksi, jo pieteicēja Vietnē sniedz patērētājiem normatīvajiem aktiem neatbilstošu un maldinošu informāciju par patērētājam noteiktajiem atteikuma tiesību izmantošanas gadījumiem un kārtību.

[2.5] PTAC ir konstatējis, ka pieteicēja Vietnē sniedz maldinošu informāciju par tūrisma pakalpojumu gala cenu. Cena ir būtiska informācija, kas jānorāda, piedāvājot patērētājam iegādāties tūrisma pakalpojumus, un šajā gadījumā cena ir jānorāda tā, lai patērētājam būtu pilnīgi skaidrs, kāda ir kompleksā tūrisma pakalpojuma cena un kādas ir cenas par tūrisma operatora papildus piedāvātajiem pakalpojumiem.

[3] Nepiekrītot Lēmumam, pieteicēja vērsās Administratīvajā rajona tiesā, lūdzot atcelt Lēmumu šādu iemeslu dēļ.

[3.1] Pieteicēja izmanto Vietni komercdarbības ietvaros kā reklāmas platformu kuponu izplatīšanai patērētāju vidū. Izņemot izpārdošanas (kas notiek 2-3 reizes gadā), pieteicēja nesniedz iedzīvotājiem pakalpojumus (piemēram, masāžas pakalpojumu vai izmitināšanas viesnīcā pakalpojumu) un netirgo savas preces. Visas preces un pakalpojumi, kas tiek reklamēti Vietnē, patērētājiem nodrošina pieteicējas partneri, kuri atbilstoši normatīvo aktu prasībām ir tiešie pakalpojuma sniedzēji.

Pakalpojums, ko piedāvā pieteicēja, ir kupons atlaidei. Nopirktais kupons negarantē patērētājam pakalpojuma vai preces saņemšanu (dažās akcijās patērētājam tiek izvirzītas noteiktas prasības, piemēram, veselības jomā). Attiecības starp patērētāju un pieteicējas darījumu partneri tiek regulētas ar publisko oferti, kas ir izvietota Vietnē, kā arī partnera mājas lapā un citos dokumentos. Tikai partneris sniedz patērētajam pakalpojumu vai pārdod viņam preci.

Savukārt tiesiskās attiecības starp pieteicēju un pieteicējas darījumu partneri tiek regulētas ar aģenta līgumu, balstoties uz kuru Vietnē pārdod kuponus, kas sniedz tiesības uz atlaidi, saņemot pakalpojumu vai preci. Gadījumā, ja kupons pilnībā ietver pakalpojuma vai preces cenu ar atlaidi, pieteicēja aģenta līgumā atrunātajos termiņos pārskaita darījuma partnerim līdzekļus, kas saņemti par pārdotajiem kuponiem, atskaitot komisijas maksu par reklāmas pakalpojumiem.

[3.2] Pieteicēja nav veikusi Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma noteikumu pārkāpumu, pieteicēja nedarbojas savā vārdā un pilda normatīvajos aktos noteiktos pienākumus. Būtiski, ka Informācijas sabiedrības pakalpojumu likums neuzliek pieteicējai pienākumu pārliecināties par cenas atbilstību un pamatotību, pieteicējai cena jānorāda skaidri un salasāmi, kas arī tika veikts.

Pieteicējai nav atbilstošas kompetences un resursu pārbaudīt cenu atbilstību, jo tā, sniedzot pakalpojumu, darbojas reklāmas, nevis, piemēram, tūrisma jomā. Tiesiskās attiecības starp pieteicēju un darījumu partneriem uzliek tiem pienākumu iesniegt pieteicējai patiesus datus. Neskatoties uz minēto, saistībā ar visiem minētajiem partneriem pieteicēja iespēju robežās veic pieteicējas darījumu partneru norādīto cenu pārbaudi.

Arī cenu precizēšanu pie darījuma partnera pieteicēja neveic, jo veikt cenas pārbaudi pie katras akcijas partnera, ņemot vērā, ka mēnesī Vietnē tiek publicētas ap 200 akcijām, fiziski nav iespējams, kā arī to neprasa likums.

[3.3] Pamatojoties uz līgumu slēgšanas brīvības principu, akcijām nav noteikta termiņa, kā arī neviens normatīvais akts nenoteic pienākumu noteikt darbības termiņu katrai akcijai. Dažos gadījumos pieteicēja vienojas par minimālo vai maksimālo akcijas termiņu, novērtējot akcijas veiksmīgumu. Ja darījumu partnera akcija nav bijusi veiksmīga, tajā nekas nav pārdots vai pārdots ļoti minimāli, un darījumu partneris to uzskata par antireklāmu un lūdz noslēgt akciju, tad akcija tiek slēgta. Būtiskākais, ka visi akcijas laikā nopirktie kuponi ir izmantojami un pakalpojums ir nodrošināms, līdz ar to patērētāju tiesības nevar būt aizskartas.

[3.4] Lēmumā nav norādīts neviens arguments vai apliecinājums, ka pieteicējas darbība ir izraisījusi kāda patērētāja neapmierinātību un tas ir vērsies PTAC ar sūdzību. Pieteicēja uzskata, ka tai piemērotais sods nav samērīgs ar pieļautajiem pārkāpumiem, jo lielākā daļa PTAC argumentu nav pamatoti ar tiesību normām.

Lēmums nevis veicina pieļauto pārkāpumu likvidēšanu un novēršanu, bet noved pie pieteicējas likvidācijas, jo smagās kuponu tirgus situācijas dēļ šāds ievērojams sods novedīs līdz maksātnespējai. Tas nozīmē, ka Lēmums ir nesamērīgs.

[4] Ar Administratīvās rajona tiesas 2017.gada 25.aprīļa spriedumu pieteikums noraidīts. Spriedums motivēts šādi.

[4.1] Vērtējot to, vai pieteicēja ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju, tiesa norādījusi, ka saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 1.panta pirmās daļas 2.punktu 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.

Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 1.panta 4.punkts noteic, ka pakalpojuma sniedzējs ir fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros sniedz pakalpojumu patērētājam, arī izmantojot citu personu starpniecību, kuras rīkojas pakalpojuma sniedzēja vārdā vai uzdevumā.

Saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 10.panta pirmo daļu distances līgums ir patērētāja un pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja vienošanās, ko tie noslēguši, vienlaikus neatrodoties vienā un tajā pašā vietā, bet līdz līguma slēgšanas brīdim un līguma slēgšanas brīdī izmantojot vienu vai vairākus distances saziņas līdzekļus, kā arī organizētu preču pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas shēmu. Par distances saziņas līdzekļiem uzskatāmi tālrunis, tīmeklis, elektroniskais pasts, televīzija, fakss, katalogs, presē publicētās reklāmas, kurām pievienots pasūtījuma kupons, un citi informācijas nosūtīšanas un pārraidīšanas distances līdzekļi.

Tiesa konstatējusi, ka pieteicēja uztur Vietni, kurā patērētājiem piedāvā preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju piedāvājumus, kurus ir iespējams iegādāties ar distances līguma starpniecību Vietnē. Kā norādīja pieteicēja, tās sniegtais pakalpojums ir kupons atlaidei. Attiecīgi pieteicējas komercdarbība ir piedāvāt citu pārdevēju preces vai citu pakalpojumu sniedzēju pakalpojumus par noteiktu pieteicējas piedāvātu cenu. Attiecīgi tiesas ieskatā tieši pieteicēja attiecībā pret patērētāju ir galīgā cenas noteicēja par preci vai pakalpojumu un tās īstenotā darbība ir uzskatāma par komercpraksi un pakalpojumu sniegšanu gan Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 1.panta pirmās daļas 2.punkta kontekstā, gan saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 1.panta 4.punktu.

Turklāt, vērtējot patērētāja uzvedību, izvēloties preci vai pakalpojumu ar pieteicējas piedāvātās Vietnes starpniecību, jāņem vērā, ka patērētājam ir tiesības paļauties uz tieši pieteicējas Vietnē skaidri norādīto informāciju par sākotnējām cenām un cenu atlaidēm, un pieteicējas pienākumu piemērot atbilstošu rūpību savas komercdarbības veikšanā nevar aizstāt ar patērētāja atbildību interesēties un salīdzināt, vai Vietnē piedāvātā sākotnējās cenas atlaide ir patiesa.

Fakts, ka pašu pakalpojumu vai preci pēc kupona iegādes no pieteicējas sniedz cita persona, neatbrīvo pieteicēju no pienākuma piedāvāt savā Vietnē tādu preci vai pakalpojumu, kas atbilst patērētāju tiesības regulējošām prasībām. Lietā nav strīda par to, ka patērētājs saskaņā ar distances līgumu iegādājas preci vai pakalpojumu no pieteicējas tās uzturētajā Vietnē.

Pieteicēja atsaucas uz faktu, ka tā ir uzskatāma par informācijas pakalpojuma sniedzēju un šā likuma prasības izpilda. Saskaņā ar Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma 1.panta pirmās daļas 2.punktu informācijas sabiedrības pakalpojums ir distances pakalpojums (puses vienlaicīgi nesatiekas), kuru parasti sniedz par maksu, izmantojot elektroniskus līdzekļus (elektroniskas datu apstrādes un uzglabāšanas, tajā skaitā ciparu saspiešanas, iekārtas), un pēc pakalpojuma saņēmēja individuāla pieprasījuma. Informācijas sabiedrības pakalpojumi ietver preču un pakalpojumu elektronisku tirdzniecību, komerciālo paziņojumu sūtīšanu, iespēju piedāvāšanu informācijas meklēšanai, piekļuvei pie tās un informācijas ieguvei, pakalpojumus, kas nodrošina informācijas pārraidi elektronisko sakaru tīklā vai piekļuvi elektronisko sakaru tīklam, informācijas glabāšanu. Tiesas ieskatā pieteicējas darbības atbilstība informācijas sabiedrības pakalpojuma sniedzēja definīcijai nenozīmē to, ka pieteicēja nav uzskatāma arī par komercprakses īstenotāju un pakalpojuma sniedzēju ar saistībām ievērot patērētāju tiesības regulējošās prasības.

Attiecībā uz pieteicējas argumentu, ka pieteicēja sniedz tikai reklāmas pakalpojumus par preci, tiesa norādījusi, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta pirmo daļu reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo vai izplata reklāmu. Saskaņā ar minētā panta otro daļu reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.

Pieteicējas īstenotā komercprakse nav uzskatāma par reklāmu, jo pieteicēja pati savā vārdā un saimnieciskajās interesēs uztur Vietni un izplata atlaižu kuponus, tādā veidā īstenojot savu komercdarbību, nevis preču pārdevēju vai pakalpojumu sniedzēju uzdevumā un vārdā izgatavo vai izplata reklāmu. Līdz ar to tiesa secinājusi, ka pieteicēja ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma izprtanē.

[4.2] Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta pirmo daļu negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar šā panta otro daļu komercprakse ir negodīga, ja iestājies vismaz viens no šādiem nosacījumiem:

1) tā neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas patērētāju grupas vidusmēra pārstāvja ekonomisko rīcību attiecībā uz preci vai pakalpojumu, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar;

2) tā ir maldinoša;

3) tā ir agresīva.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 9.panta pirmās daļas pirmo teikumu komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. Saskaņā ar minētā panta otrās daļas 3.punktu, vērtējot komercprakses atbilstību, ņem vērā cenu vai cenas aprēķināšanas veidu vai atlaižu esību.

Ievērojot to, ka pieteicējas darbība atbilst komercprakses īstenotājas definīcijai un minētās tiesību normas, pieteicēja ir atbildīga par patiesas informācijas norādīšanu par cenu Vietnē, kurā īsteno savu komercdarbību. Pieteicēja ir arī norādījusi, ka veic noteiktas darbības cenas atbilstības un pamatotības pārbaudei, tādējādi atzīstot savu līdzatbildību norādītās cenas patiesuma izvērtēšanā.

Tiesa norādījusi, ka PTAC ir konstatējis, piemēram, kosmētikas procedūru paketi, kurai norādīta cena bez atlaides, taču piedāvājumā norādītajā interneta vietnē pakalpojumu sniedzējs šādu pakalpojumu paketi nepiedāvā. 2015.gada 27.jūnijā Vietnē izvietots piedāvājums ar norādītu cenu bez atlaides, kāda saskaņā ar pakalpojuma sniedzēja interneta vietnē redzamo cenrādi nav parastajā piedāvājumā. 2015.gada 9.jūlijā Vietnē tiek piedāvāta prece, kuras pārdevējs norādīts Lietuvas komersants, un preces parastā pārdošanas vieta – interneta veikals lietuviešu valodā. 2015.gada 31.jūlijā Vietnē norādīta cena pirms atlaides piemērošanas, taču pakalpojuma sniedzējs savā interneta vietnē analogu pakalpojumu nepiedāvā. 2015.gada 30.oktobrī Vietnē tiek piedāvātas preces ar norādītu cenu bez atlaides, kuru piedāvājumos kā pārdevējs norādīta pieteicēja. 2016.gada 8.janvārī Vietnē piedāvāti dezodoranti, ar kuru pārdevēju sazinoties konstatēts, ka pārdevēja interneta veikalā esošās cenas ir zemākas par Vietnē piedāvātajām pēc atlaides piemērošanas, Vietnē norādītā preces pārdevēja juridiskā adrese neatbilst datu bāzē www.lursoft.lv norādītajai.

2016.gada 12.janvārī konstatēts, ka Vietnē piedāvāto preču pārdevēja SIA „Saitegs" interneta vietnes adrese www.saitegs.com ir neaktīva, iepazīstoties ar interneta vietnes (atrasta ar meklētājprogrammas palīdzību) www.saiteg.com saturu, ir konstatēts, ka tajā tiek piedāvāta viena no Vietnē piedāvātajām precēm un tās cena pirms atlaides piemērošanas atbilst vietnē www.saiteg.com norādītajai preces cenai dolāros. Viena analoga nosaukuma prece – bambusa legingi ar dabīgu siltinātu iekšpusi – ir bijusi piedāvājumā www.saiteg.com par cenu, kas atšķiras no konkrētajā piedāvājumā minētās cenas bez atlaides, t.i., – 7 *euro*, nevis 21 *euro*. Kā preces pārdevēja atšķirībā no pieteicējas Vietnē norādītās informācijas ir norādīta SIA „ME".

Turklāt no SIA „Online Trade" kā preču pārdevējas sniegtās informācijas ir secināms, ka SIA „Online Trade" pati preču mazumtirdzniecību neveic, preci izplata caur sadarbības partneru interneta veikaliem, turklāt ne vienmēr sniedz partneriem informāciju par produktu. Faktu, ka SIA „Online Trade" mazumtirdzniecību neveic, apliecina 2015.gada 10.novembrī no Valsts ieņēmumu dienesta saņemtā informācija, ka SIA „Online Trade" nav reģistrēts kases aparāts vai kases sistēma. Tajā pašā laikā SIA „Online Trade" ir sniegusi ap liecinājumu pieteicējai par atsevišķu preču standarta cenām. Attiecīgi PTAC ir secinājis, ka nevar būt apliecinājumā minētās cenas, kurām piemēro atlaides, jo šis partneris preces nemaz nepārdod.

Pieteicēja par daļu piedāvājumu kā pierādījumus ir iesniegusi līgumus ar sadarbības partneriem par preču izvietošanu

Vietnē, kuros ir iekļauti nosacījumi preču izvietošanai Vietnē, tajā skaitā pilna cena un kupona cena, kā sadarbības partneru apliecinājumus par cenu atbilstību patiesajām cenām, taču PTAC Lēmumā ir norādījis, ka nav sniegti pierādījumi par cenas pārbaudi no pieteicējas puses.

Tiesa piekritusi minētajam PTAC secinājumam, jo būtiski ir konstatēt, ka norādītā cena un atlaide ir patiesa un salīdzināma ar pārdošanas nosacījumiem, kādi precei parasti tiek piedāvāti. Pieteicējai izsniegts sadarbības partneru apliecinājums par preču izvietošanu Vietnē vai sadarbības līgums starp pieteicēju un sadarbības partneriem, ja tas neatbilst citai objektīvi pārbaudāmai informācijai, nevar būt par pamatu atbrīvot pieteicēju no atbildības pret patērētājiem par norādīto cenu un attiecīgo atlaižu patiesumu.

Izskatāmajā gadījumā pieteicēja paskaidrojumos PTAC ir norādījusi, ka tā sadarbojas ar vairumtirgotājiem un ņem vērā vidējo preces vērtību Eiropas mazumtirdzniecības tirgū. Pieteicēja pieteikumā ir norādījusi, ka pieteicējas darbinieki pieņem saprātīgus un adekvātus mērus cenas, kas ir saņemta no partnera, pārbaudei. Pieteicējas darbinieki pēc iespējas izmanto dažādas publiskas interneta vietnes, kurās iespējams salīdzināt preču cenas, piemēram, salidzini.lv, kurpirkt.lv, booking.com, expedia.com, kā arī pašu partneru un viņu konkurentu mājas lapas cenu salīdzināšanai, ja partnerim nav mazumtirdzniecības punkta Latvijā vai ja pieteicējai ir pamats papildus pārbaudei. Pieteicēja tiesas sēdē arī norādīja, ka PTAC konstatētie gadījumi ir tikai maza daļa no kopējā piedāvājumu klāsta, kā arī norādīja, ka PTAC nav norādījis uz patērētāju sūdzību esību par pieteicējas darbībām.

Tiesa norādījusi, ka pieteicējas minētais resursu trūkums patiesas informācijas norādīšanai savas komercdarbības veikšanā vai atsaukšanās tikai uz atsevišķiem gadījumiem, kad šāda informācija nav tikusi norādīta, nav attaisnojums likumā noteikto pienākumu nepildīšanai. Turklāt no PTAC savāktajiem pierādījumiem ir secināms, ka vairākos gadījumos parasto cenu objektīvi konstatēt vispār nebija iespējams vai arī tā bija konstatējama zemāka, nekā pieteicējas Vietnē ar atlaidi norādītā. Turklāt atsevišķos gadījumos sadarbības partneri neatradās Latvijā vai nebija informācijas par sadarbības partneru mazumtirdzniecības vietu Latvijā, taču pieteicēja to ir zinājusi, bet nav norādījusi objektīvi pārbaudāmus apstākļus, no kuriem varētu izdarīt secinājumus par piedāvājumā norādītās informācijas atbilstību faktiskajiem apstākļiem.

Arī patērētāju sūdzību esība vai neesība nav priekšnoteikums PTAC tiesībām konstatēt negodīgu komercpraksi, jo saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 9.panta pirmo daļu par negodīgu komercpraksi atzīstama ne tikai tāda rīcība, kas ir ietekmējusi patērētāju rīcību, bet arī tāda, kura varētu būt ietekmējusi patērētāju rīcību. PTAC ir tiesības šādus riskus izvērtēt. Līdz ar to tiesa atzinusi, ka pieteicēja ir atbildīga par negodīgu komercpraksi, sniedzot Vietnē maldinošu informāciju par piedāvātā pakalpojuma/preces sākotnējo (parasto) cenu un piemēroto atlaidi.

[4.3] PTAC ir konstatējis, ka Vietnē tiek sniegta ar normatīvajiem aktiem aizliegta informācija par uztura bagātinātājiem, piemēram, preču aprakstā minēts, ka Reiši sēnes tiek sauktas par līdzekli pret visām slimībām un palīdz aknu un citu slimību ārstēšanai. Pieteicēja ir atzinusi minētos pārkāpumus, paskaidrojumos PTAC norādot, ka gadījumos ar minētajām precēm neuzmanības dēļ nepietiekami pārbaudīja minētos aprakstus.

Saskaņā ar Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 „Prasības uztura bagātinātājiem" 24.1.apakšpunktu uztura bagātinātāja marķējumā, noformējumā un reklāmā nedrīkst ietvert norādi, ka uztura bagātinātājs novērš, ārstē vai izārstē slimības, vai minēt šādu iespēju.

Tiesa piekritusi PTAC secinājumam, ka pieteicēja nav bijusi pietiekoši profesionāli rūpīga, izvērtējot tās sadarbības partneru piedāvājumu patiesumu un informācijas – preču/pakalpojumu aprakstu – atbilstību normatīvo aktu prasībām. Attiecīgi ir atzīstams, ka ir konstatēta negodīga komercprakse, pieteicējai savā Vietnē norādot normatīvajiem aktiem neatbilstošu informāciju.

[4.4] PTAC 2015.gada 27.janvārī ir konstatējis, ka Vietnē piedāvāts kupons tūrisma pakalpojumam „Vācija: piecu dienu ceļojums uz Hamburgu, Brēmeni un Potsdamu ar 40% atlaidi". Piedāvājumam norādīta cena no 149 *euro* (sākotnējā/regulārā cena līdz 248 *euro*). PTAC konstatējis, ka piedāvājuma galvenais sauklis patērētājam rada iespaidu, ka kuponā norādītajā ceļojuma cenā jau ietilpst brauciens uz Brēmeni, taču saskaņā ar piedāvājumā sniegto informāciju pakalpojuma cenā neietilpst izbraukuma ekskursija uz Brēmeni, maksa par izbraukuma ekskursiju uz Brēmeni ir norādīta kā iespējamie papildus izdevumi.

Līdzīgu secinājumu PTAC ir izdarījis, vērtējot Vietnē atrodamo piedāvājumu „Romantiskā Prāga: Neaizmirstams piecu dienu ceļojums Prāga – Karlovi Vari – Drēzdene ar 42 % atlaidi", kur saskaņā ar piedāvājumā sniegto informāciju pakalpojuma gala cenā neietilpst izbraukuma ekskursija uz Karlovi Vari, taču piedāvājuma sauklis rada maldinošu iespaidu.

Saskaņā ar Ministru kabineta 2014.gada 20.maija noteikumu Nr.255 „Noteikumi par distances līgumu" (turpmāk – Noteikumi Nr.255) 5.5.apakšpunktu pirms patērētājs ir uzņēmies distances līguma saistības vai piekritis piedāvājumam, pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs skaidri un saprotami sniedz patērētājam informāciju par preces vai pakalpojuma galīgo cenu, ieskaitot nodokļus un nodevas. Ja preces vai pakalpojuma īpašību dēļ cenu pamatoti nevar aprēķināt iepriekš, norāda tās aprēķināšanas veidu.

Tiesa secinājusi, ka pieteicēja tūrisma pakalpojumu piedāvājuma saukļī ietverot vietu nosaukumus, kuru apmeklējums neietilpst piedāvājuma gala cenā, taču norādot tos kā patērētāja iespējamos papildus izdevumus pēc izvēles, rada maldinošu informāciju par pakalpojuma gala cenu un ir uzskatāma par negodīgu komercpraksi.

[4.5] PTAC Lēmumā kā pārkāpumu ir norādījis faktu, ka pieteicēja nav reģistrējusies Ekonomikas ministrijas uzturētajā tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē, jo saskaņā ar Tūrisma likuma 1.panta 14.punktu tūrisma aģents ir komersants vai saimnieciskās darbības veicējs, kas tūrisma operatora vārdā uz pilnvarojuma vai cita civiltiesiska līguma pamata piedāvā vai pārdod tūrisma operatora sagatavotos tūrisma pakalpojumus.

Tiesa atzinusi, ka pieteicējai attiecībā uz kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem kā kuponu pārdevējai jāņem vērā

prasības, kas attiecas uz tūrisma aģentu, jo pieteicēja Vietnē piedāvāja tūrisma operatora sagatavotos tūrisma pakalpojumus. Pieteicēja tiesas sēdē arī norādīja, ka atzīst minēto prasību un ir saņēmusi attiecīgo licenci, kā arī norādīja, kaut arī pieteicēja reklamēja šos tūrisma pakalpojumus bez licences, tas neradīja nekādu kaitējumu klientiem, jo viņi visi ir saņēmuši pakalpojumus no tūrisma aģentūrām, kuras pie pieteicējas reklamējās.

PTAC Lēmuma pieņemšanas brīdī minētais pārkāpums nebija novērsts, un pieteicēja pēc savas darbības ir uzskatāma par tūrisma aģentu, līdz ar to pieteicējas darbība bez licences uz darbības konstatēšanas brīdi ir uzskatāma par negodīgu komercpraksi.

[4.6] Tiesa secinājusi, ka PTAC par maldinošu komercpraksi uzskata faktu, ka Vietnē norādītie piedāvājumu darbības laiki neatbilst faktiskajiem. Pieteicēja nav iebildusi pret minēto konstatējumu, norādot, ka akcijas darbības laiks var tikt apturēts jebkuras dienas beigās pēc partnera norādījumiem.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 9.panta pirmās daļas 1.punktu komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. Komercpraksi uzskata par maldinošu, ja tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza.

Neatbilstošas informācijas norādīšana par akcijas ilgumu var ietekmēt patērētāja uzvedību, kurš, iespējams, nebūtu izdarījis attiecīgu izvēli pie patiesas informācijas esamības par akcijas ilgumu. Līdz ar to šāda rīcība ir uzskatāma par negodīgu komercpraksi.

PTAC ir arī konstatējis, ka pieteicēja nav atbilstoši normatīvajiem aktiem informējusi par atteikuma tiesībām, jo saskaņā ar pieteicējas sniegto informāciju atteikuma tiesības nav attiecināmas uz pārtikas preču, dzērienu un citu tūlītējās lietošanas preču piegādes gadījumā; precēm, kas [..] tiek ātri patērētas; slēdzot līgumus, kas saistīti ar loterijas vai azartspēļu pakalpojumiem. Minētais neatbilst Noteikumu Nr.255 22.punktā noteiktajiem izņēmumiem no atteikuma tiesībām. Tiesa piekritusi, ka pieteicēja nevar paplašināt atteikuma tiesību apjomu. Taču pieteicēja atbilstoši normatīvo aktu prasībām ir precizējusi arī atteikuma tiesību izmantošanas norādīšanu pieteicējas Vietnē.

[4.7] Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma $15.^2$panta pirmo daļu uzraudzības iestāde ir tiesīga par negodīgu komercpraksi uzlikt komercprakses īstenotājam soda naudu līdz 10 procentiem no tā pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma, bet ne vairāk kā 100 000 *euro*. Soda naudas apmērs ir nosakāms samērīgs ar izdarīto pārkāpumu, ņemot vērā komercprakses īstenotāja veiktos pasākumus pārkāpuma novēršanai un zaudējumu atlīdzināšanai. Savukārt minētā panta otrajā daļā norādīti nosacījumi, kurus jāvērtē, pieņemot lēmumu par soda naudas uzlikšanu.

Tiesa konstatējusi, ka PTAC, piemērojot soda naudu, ir vērtējis pieteicējas īstenotās komercprakses raksturu un būtību, faktu, ka pieteicēja pēc vairākkārtējām sarakstēm ar PTAC turpina neievērot patērētāju tiesības, ka komercprakse tiek īstenota daudziem patērētājiem brīvi pieejamā Vietnē un saistībā ar pieteicējas piedāvātajiem preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju piedāvājumiem, kuru iegāde un izmantošana ir vai varētu būt saistīta ar būtiskiem patērētājiem radītiem zaudējumiem. Tiesa secinājusi, ka negodīgās komercprakses īstenošanas ilgums norāda uz sistēmiskām problēmām pieteicējas darbībā šajā nozarē, kā arī tā nepārprotami varēja ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību.

Attiecīgi tiesas ieskatā, PTAC ievēroja samērīguma principu, piemērojot pieteicējai soda naudu 14 000 *euro*, proti, 3% apmērā no 2014.gada neto apgrozījuma jeb aptuveni vienas trešdaļas apmērā no iespējamā procentuālā maksimālā soda naudas apmēra. Tiesa no PTAC mājas lapā un Tiesu informatīvajā sistēmā pieejamiem lēmumiem ir konstatējusi, ka PTAC analoģisku procentuālo soda apmēru par līdzīgiem pārkāpumiem ir piemērojis arī citām juridiskām personām, piemēram, SIA „Atlaiders" un SIA „Draugiem".

Fakts, ka pieteicējai vēlākajā laika posmā ir, iespējams, pasliktinājies finanšu stāvoklis, nenozīmē, ka PTAC nebija tiesības rēķināties ar tiem pēdējiem finanšu rādītājiem, kas PTAC bija zināmi uz Lēmuma pieņemšanas brīdi. Pieteicēja arī tiesas sēdē atzina, ka uz 2016.gada maiju, kad tika pieņemts Lēmums, 2015.gada pārskats vēl nebija iesniegts. Arī Lēmumā ir norādīts, ka, atbildot uz PTAC pieprasījumu, pieteicēja iesniedza gada pārskatu par 2014.gadu. Tiesa no Lursoft datu bāzes arī konstatējusi, ka pieteicējas gada pārskats par 2015.gadu ir bijis parakstīts 2016.gada 25.maijā, proti, jau pēc Lēmuma pieņemšanas. Līdz ar to PTAC uz Lēmuma pieņemšanas brīdi nebija zināmi aktuālāki finanšu dati par pieteicējas saimniecisko darbību, kuru iesniegšana bija atkarīga tikai no pašas pieteicējas rīcības. Savukārt tiesai nav tiesību uzdot PTAC mainīt soda naudas apmēru saistībā ar informāciju, kas ir iegūta pēc Lēmuma pieņemšanas.

Ievērojot minēto, tiesa atzinusi piemēroto soda naudu par taisnīgu un samērīgu izdarītajam pārkāpumam.

[5] Par Administratīvās rajona tiesas spriedumu pieteicēja iesniedza apelācijas sūdzību, norādot turpmāko.

[5.1] Tiesa nepareizi secinājusi, ka pieteicēja ir komercprakses īstenotāja Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma izpratnē, jo pieteicēja nepārdod savas preces, bet gan izmanto Vietni kā reklāmas platformu kuponu izplatīšanai patērētāju vidū.

[5.2] Tiesas nevēlēšanās uzklausīt pieteicējas norādītās trešās personas noveda pie nepareiziem secinājumiem, proti, pieteicēja sadarbojas ar vairumtirgotājiem un ņem vērā vidējo preces vērtību Eiropas mazumtirdzniecības tirgū. Pieteicējas darbinieki pieņem saprātīgus un adekvātus mērus cenu pārbaudei.

[5.3] PTAC nav vispusīgi vērtējis pieteicējas komercprakses raksturu un būtību. Nav patiess PTAC apgalvojums, ka pieteicēja pēc vairākkārtējām sarakstēm ar PTAC turpina neievērot patērētāju tiesības.

[5.4] Tiesa nepareizi secinājusi, ka negodīgās komercprakses īstenošanas ilgums norāda uz sistēmiskām problēmām pieteicējas darbībā šajā nozarē, kā arī nepārprotami varēja ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību.

[6] PTAC paskaidrojumā par apelācijas sūdzību norādījis, ka tā ir nepamatota un noraidāma, pamatojoties uz Lēmumā minētajiem argumentiem.

[7] Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmo daļu Administratīvā apgabaltiesa lietu izskata rakstveida procesā.

Motīvu daļa

[8] Izvērtējusi Lēmumā, pieteikumā, apelācijas sūdzībā norādītos argumentus, kā arī lietas materiālus, Administratīvā apgabaltiesa secina, ka apelācijas sūdzība nav pamatota un pieteikums ir noraidāms.

Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pirmās instances tiesa ir pareizi konstatējusi lietas faktiskos un tiesiskos apstākļus, spriedumā ietvertā motivācija ir pareiza un pietiekama, tādēļ Administratīvā apgabaltiesa saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 307.panta ceturto daļu pievienojas šai motivācijai un to neatkārto.

[9] Papildus par apelācijas sūdzības argumentiem apgabaltiesa norāda turpmāko.

[9.1] Pieteicēja nepamatoti norāda, ka pirmās instances tiesas spriedums ir nepareizs, jo lietā netika pieaicinātas trešās personas, kā arī ka lietā nav sūdzību par pieteicējas pieļautiem pārkāpumiem.

Administratīvā apgabaltiesa vērš pieteicējas uzmanību, ka jautājums par trešo personu nepieciešamību lietā jau tika izvērtēts brīdī, kad pirmās instances tiesas tiesnese lēma par pieteikuma pieņemšanu un lietas ierosināšanu, kā arī tika izvērtēts Administratīvās apgabaltiesas 2016.gada 29.augusta lēmumā šajā lietā, izskatot pieteicējas blakus sūdzību.

Arī lietas izskatīšanas pēc būtības apelācijas kārtībā laikā Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pieteicējas norādīto trešo personu (pieteicējas darījumu partneru, pakalpojumu faktisko sniedzēju) pieaicināšana nav nepieciešama.

Ar Lēmumu ir uzlikts sods un noteikts tiesiskais pienākums tieši pieteicējai, un tas neskar tiesiskās attiecības, kas izveidojušās, pamatojoties uz civiltiesiskajiem līgumiem starp pieteicēju un tās darījumu partneriem, kas pakalpojumus faktiski sniedz.

Turklāt lietā nav nepieciešams arī kādas personas iesniegums, lai PTAC uzsāktu pārbaudi.

Proti, PTAC ir veicis pārbaudi pieteicējas Vietnē pēc savas iniciatīvas, pamatojoties uz Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 25.panta ceturtās daļas 1.,? 6. un 6.^{1}punktu, kā arī Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma normām.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta pirmās daļas 1.punktā noteikts, ka uzraudzības iestāde veic komercprakses uzraudzību atbilstoši iestādes noteiktajām uzraudzības prioritātēm, izvērtējot iespējamā pārkāpuma ietekmi uz patērētāju kolektīvajām interesēm, kā arī nodrošinot līdzsvarotu komercprakses īstenotāju darbības uzraudzību: pēc savas iniciatīvas, tai skaitā pamatojoties uz personas iesniegumu atbilstoši Patērētāju tiesību aizsardzības likumam.

Līdzīga satura tiesību norma iekļauta Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 25.panta 8. un 8.^{1}pantā. Proti, ja konstatēts patērētāju tiesību pārkāpums, kas skar patērētāju grupas intereses (patērētāju kolektīvās intereses), un tas var radīt zaudējumus vai kaitējumu patērētājiem, arī atsevišķam patērētājam, PTAC, izvērtējis pārkāpuma raksturu un būtību, kā arī citus aspektus, ir tiesīgs veikt vienu vai vairākas [..] darbības (panta astotā daļa). PTAC šā panta astotajā daļā minētās darbības veic citastarp pēc savas iniciatīvas.

Arī šajā lietā ir nepārprotami redzams, ka PTAC pēc savas iniciatīvas ir pārbaudījis pieteicējas rīcību, kas skar kolektīvās patērētāju intereses.

[9.2] Administratīvā apgabaltiesa pilnībā piekrīt pirmās instances tiesas spriedumā norādītajam, ka pieteicēja ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma izpratnē un nesniedz reklāmas pakalpojumus Reklāmas likuma izpratnē.

Administratīvā apgabaltiesa atgādina, ka atbilstoši Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 1.panta otrajam punktam 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. Pieteicēja jebkurā gadījumā ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju, jo tās sniegtais pakalpojums ir kupons atlaidei, bet vienlaikus tā ar šo kuponu veicina sava darījumu partnera sniegto pakalpojumu tirdzniecību, kā arī veicina savu komercdarbību. Faktiski patērētājs, kurš ir iegādājies kuponu pie pieteicējas, ir reizē iegādājies arī pakalpojumu/preci, ko pēc tam sniedz pieteicējas darījumu partneris. Vienīgi pakalpojums ir iegādāts par pieteicējas kuponā norādīto cenu. Tādējādi nevar piekrist pieteicējai, ka tās uzturētā Vietne ir vienīgi kā reklāmas platforma, kurā pieteicējas darījumu partneri reklamē savas preces un pakalpojumus (*sal. sk. arī Eiropas Savienības tiesas sprieduma lietā C-434/15 Asociación Profesional Elite Taxi pret Uber Systems Spain SL. 38.punktu*). Administratīvā apgabaltiesa uzskata, ka, ja pieteicēja būtu vienīgi tās darījumu partneru preču un pakalpojumu reklamētāja atbilstoši Reklāmas likumam, tās vietnē nebūtu iespējams preces iegādāties, pieteicēja saņemtu samaksu vienīgi par reklāmas pakalpojuma sniegšanu tās darījumu partnerim. Patērētāji no Vietnes saņemtu vienīgi informāciju par pakalpojumu/ preci un to iegādātos tieši pie pārdevēja. Tomēr pieteicēja, kā to norādījusi tās pārstāve tiesas sēdē Administratīvajā rajona tiesā, naudas līdzekļus no patērētājiem saņem kā starpniece.

Pamatojoties uz minēto, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pati pieteicēja sniedz pretrunīgu informāciju par savas darbības būtību – no vienas puses tā sniedz reklāmas pakalpojumus, no otras – reklamētos pakalpojumus un preces Vietnē pārdod par noteiktu cenu.

To, ka pieteicēja nesniedz reklamēšanas pakalpojumus saviem darījumu partneriem, pierāda arī pieteicējas iesniegtais sadarbības līguma jeb vienošanās paraugs, kas apstiprināts 2013.gada 26.novembrī (*sk. lietas 1.sējuma 59.-42.lapa*).

Šā līguma 2.1.punktā noteikts, ka Zizu.lv (pieteicēja) un Partneris ir noslēguši sadarbības līgumu, kura ietvaros Zizu.lv mājas lapā un Zizu.lv sociālajos tīkos tiks izvietota informācija par Partnera piedāvāto akciju par pakalpojumiem/precēm. Līguma 2.3.punkta noteikts, ka Partneris uztic Zizu.lv pieņemt no pircējiem bezskaidras naudas norēķinus par Partnera piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem.

Līguma 3.1.punktā noteikts, ka savas darbības ietvaros pakalpojumu sniegšanā fiziskām personām puses apņemas apvienot savas pūles kopīga darba organizācijā ar nolūku nodrošināt pircējiem kvalitatīvu un pilnvērtīgu pakalpojumu sniegšanu preču un preču saņemšanu. Saskaņā ar līguma 3.3.1.punktu Zizu.lv apņemas pēc saviem ieskatiem izvietot Partnera piedāvājuma aprakstu savā mājas lapā [..], bet saskaņā ar 3.3.2.punktu apņemas nodrošināt pircējiem norēķinu iespēju Internetā par pakalpojumu vai preču saņemšanu.

Apgabaltiesa secina, ka minētie līguma punkti, kā arī citi, kas nav atreferēti, neliecina par reklāmas pakalpojuma sniegšanu, bet norāda uz pieteicējas un tās darījumu partnera kopīgu darbu pakalpojuma sniegšanā vai preces pārdošanā.

[9.3] Administratīvā apgabaltiesa pretēji pieteicējas viedoklim neuzskata, ka tieši šīs lietas ietvaros būtiski ir tas, ka pati pieteicēja varētu būt maldināta no tās darījumu partneru puses.

Ņemot vērā, ka pieteicēja arī pati veic komercdarbību, kopā ar partneri sniedzot pakalpojumu, kā arī kuponos norāda informāciju par pakalpojumiem, tā pati ir atbildīga par savas rīcības atbilstību Patērētāju tiesību aizsardzības likuma un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma normām. Patērētājam nevar būt saistoši pieteicējas un tās darījumu partneru savstarpējie civiltiesiskie līgumi, it īpaši, ka patērētājs gan iegādājas kuponu pieteicējas Vietnē, gan samaksā par to pieteicējas nodrošinātajā interneta norēķinu vietnē. Apgabaltiesa uzskata, ka patērētājam nav pienākuma pašam pārliecināties, vai kuponos norādītās ziņas par pakalpojumu/preci ir atbilstošas tam pakalpojumam un precei, kas iegādājamas tieši pie darījumu partnera, kā arī patērētājam nav pienākums salīdzināt dažādu līdzīgu pakalpojumu vidējās cenas tirgū, lai secinātu, ka pieteicējas kuponā norādītā cena tik tiešām atbilst akcijas cenai.

[9.4] Apgabaltiesa atzīst, ka pieteicējai piemērotais sods ir samērīgs, kā to pamatoti norādījusi arī pirmās instances tiesa. Kaut arī PTAC konstatētie pieteicējas pieļautie pārkāpumi, iespējams, ir tikai neliela daļa no pieteicējas komercdarbības, tomēr apgabaltiesa atzīst, ka pieļautie pārkāpumi ir būtiski.

Piemēram, šā sprieduma [4.2] punktā (sprieduma 6.lappusē) norādītās neatbilstības liecina par pieteicējas rupjiem pārkāpumiem pret patērētājiem, kā arī liecina par to, ka pieteicēja vai nu apzināti nav pārbaudījusi tās darījumu partneru sniegtos pakalpojumus, vai arī nevērīgi paļāvusies uz darījumu partneru sniegto informāciju. No minētajām neatbilstībām ir secināms, ka būtībā nav iespējams pārliecināties par to, vai pieteicējas kuponā norādītā pakalpojuma cena ir akcijas cena, jo partnera piedāvājumā vai nu vispār nav šādas preces/pakalpojuma, vai preces/pakalpojuma cena ir zemāka par pieteicējas akcijā norādīto, vai arī kuponā norādītā preces/pakalpojuma cena pirms akcijas ir neatbilstoša partnera sniegtā pakalpojuma cenai bez atlaides.

[9.5] Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka kuponos norādītā preces/pakalpojuma cena ar atlaidi varēja ietekmēt vidusmēra patērētāja rīcību, jo apgabaltiesas ieskatā cena ar atlaidi biežāk liek patērētājam iegādāties šādu pakalpojumu/preci, nekā tad, ja tā būtu bez atlaides. Turklāt akcijas esība biežāk nekā parasti liek pieņemt arī tādu lēmumu, kādu parastā gadījumā patērētājs nebūtu pieņēmis vispār, jo akcijas ierobežotais laiks liek patērētājam pieņemt lēmumu saīsinātā laikā.

[9.6] Pamatojoties uz iepriekš minēto, Administratīvā apgabaltiesa secina, ka Lēmums ir tiesisks, bet pieteikums ir noraidāms.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 307. un 309.pantu, 329.panta pirmo daļu, Administratīvā apgabaltiesa

nosprieda

noraidīt SIA „KupiKupon Baltics" pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 11.maija lēmuma Nr.16-pk atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamentā viena mēneša laikā no sprieduma sastādīšanas dienas, iesniedzot kasācijas sūdzību Administratīvajā apgabaltiesā.

Tiesnese referente *(personiskais paraksts)* I.Meldere

Tiesneši *(personiskais paraksts)* O.Priedītis

(personiskais paraksts) L.Vīnkalna