ADMINISTRATĪVĀ APGABALTIESA

Lieta Nr.A420265716
Lietas arhīva Nr. AA43-0221-18/16
ECLI:LV:ADAT:2018:0125.A420265716.1.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 A/S „4finance" pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 30.jūnija lēmuma Nr.18-pk atcelšanu, sakarā ar A/S „4finance" apelācijas sūdzību par Administratīvās rajona tiesas 2017.gada 10.maija spriedumu.

Aprakstošā daļa

[1] Pieteicēja A/S „4finance" 2015.gada novembrī organizēja pakalpojumu loteriju „Maksā mazāk, nekā aizņemies ziemā" (turpmāk – Loterija), izplatot ar loteriju saistītas reklāmas ar saukļiem „Īpašais piedāvājums Novembrī", „Tikai šomēnes laimē atlaidi kredītam" (turpmāk – Loterijas reklāma).

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) savas kompetences ietvaros un pēc savas iniciatīvas izvērtēja loterijas atbilstību Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma un Ministru kabineta 2010.gada 28.decembra noteikumu Nr.1219 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanu" (*redakcijā, kas bija spēkā līdz 2016.gada 1.novembrim*) (turpmāk – Noteikumi Nr.1219) prasībām.

[2] PTAC ar 2016.gada 30.jūnija lēmumu Nr.18-pk (turpmāk – Lēmums) pieteicējai uzlika soda naudu 8000 *euro* apmērā par pārkāpumu, kas izpaudies, īstenojot profesionālai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos un varēja negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību. Lēmums pamatots ar turpmāk minētajiem apsvērumiem.

[2.1] Lai konstatētu, ka komercprakse ir negodīga, nav obligāti jākonstatē, ka patērētājs līgumu ir noslēdzis. Pietiek vien, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties preci, saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, kā arī pieņem lēmumu iegādāties preci/pakalpojumu ar konkrētiem noteikumiem. Patērētājs rīkojas tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas, piemēram, uzsāk pakalpojuma iegādes darbības, konkrētajā gadījumā piesakoties aizdevumam, atverot interneta vietni un iepazīstoties ar Loterijas noteikumiem. Patērētāju rīcība jau ir atzīstama par komercprakses sekām, kuras ietvaros var tikt ietekmēta arī patērētāja ekonomiskā rīcība.

[2.2] Loterijas reklāma, piedāvājot iegūt kādu papildu labumu, novirza patērētāja uzmanību. Tā rezultātā patērētājs var nepietiekami izvērtēt kredīta nosacījumus un tā nepieciešamību, kā arī patērētājs var pieteikties kredītam tikai tādēļ, lai iegūtu kādu labumu, kas nav tieši saistīti ar piedāvāto kredītu un kredītsaistībām.

[2.3] Patērētājam laimesta gadījumā ir jāatmaksā pieteicējai mazāka naudas summa, nekā tas aizņēmās, un naudas summa, kas paliek patērētāja rīcībā, ir labums, kas nav uzskatāms par tieši saistītu ar kredīta izmantošanu. Naudu patērētājs var izmantot citiem mērķiem.

[2.4] PTAC darbinieka 2015.gada 20.februāra sniegtais neoficiālais viedoklis pieteicējai nepamatoto un neapstiprina Loterijas atbilstību normatīvo aktu prasībām. Pieteicējai rodas tiesības paļauties tikai tādā gadījumā, ja iestāde pieteicējai ir sniegusi uzziņu saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 101.panta otro un trešo daļu.

Loterijas atļaujas saņemšana nedod pieteicējai tiesības paļauties, ka pieteicēja rīkojas atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajai kārtībai patērētāju tiesību jomā. Pieteicējai nebija pamata paļauties, ka tās īstenotā komercprakse būs godīga, jo Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas kompetencē neietilpst komercprakses izvērtēšana.

[3] Nepiekrītot Lēmumam, pieteicēja vērsās Administratīvajā rajona tiesā, lūdzot Lēmumu atcelt turpmāk minēto apsvērumu dēļ.

[3.1] Pieteicējas rīcība, organizējot Loteriju un izplatot ar to saistīto reklāmu, nav kvalificējama kā profesionālai rūpībai

neatbilstoša prakse, jo nav iespējams konstatēt to, ka pieteicēja ir būtiski negatīvi ietekmējusi patērētāja rīcību. Ne Loterijas noteikumi, ne pieteicējas izplatītā reklāma, kas saistīta ar Loteriju, nevarēja samazināt un faktiski nesamazināja vidusmēra patērētājam pieejamo informācijas apjomu par kredītu, kas bija jāsaņem, lai piedalītos Loterijā. Process, kuru potenciālajam pieteicējas klientam bija jāiziet, lai pieteiktos kredīta izsniegšanai, netika ietekmēts, un šī procesa laikā potenciālais klients saņēma visu informāciju, kas tam nepieciešama, lai izvērtētu kredīta nepieciešamību un savu spēju to atmaksāt. Loterijas balva – atbrīvošana no komisijas maksas un aizdevuma pamatsummas daļas – arī nevar ietekmēt potenciālā klienta iespējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu par kredīta derīgumu viņa individuālajai situācijai.

[3.2] PTAC ir pārmērīgi šauri interpretējis tiesiskās paļāvības principu, Lēmumā norādot, ka tikai uzziņa rada tiesisko paļāvību. PTAC bija pienākums izvērtēt lietas faktiskos apstākļus un sniegt pieteicējai vērtējumu par to, vai PTAC iepriekš sniegtais viedoklis radījis tiesisko paļāvību, un pamatot savus secinājumus.

[3.3] Loterijas balva ir daļējs atbrīvojums no saistībām, kuras patērētājs uzņēmās, nevis ar šīm saistībām (kredītu) nesaistīts naudas dāvinājums. Nav iedomājama situācija, kad atbrīvojums no procentu saistības tiek traktēts kā kas atšķirīgs no pamatparāda saistības, no kuras tā izriet. Kreditēšanas darījumos procentu saistība ir nesaraujami saistīta ar pamatparāda atmaksas saistību, un nav iespējams kreditēšanas līgums, kas neuzliek procentu maksāšanas saistību.

[3.4] Kredīta līgums nav iespējams bez tā pamatsummas un procentu saistības. Gan atbrīvojums no procentu saistības, gan daļējs atbrīvojums no pamatparāda saistības rada patērētājam brīvus līdzekļus, ko tas var lietot citiem mērķiem. Ne no juridiskās, ne formālās loģikas viedokļa nav pamata uzskatīt daļēju atbrīvojumu no pamatsummas atmaksas par tiesiskā ziņā atšķirīgu no atbrīvojuma no procentu samaksas, balstoties vienīgi uz kritēriju, ka atbrīvojums no pamatsummas atmaksas (atšķirībā no atbrīvojuma no procentu samaksas) rada patērētājam brīvus līdzekļus.

[3.5] Piesakoties kredītam, būtu saprātīgi sagaidīt, ka vidusmēra patērētājs būs izvērtējis tā noteikumus, tai skaitā maksājamo procentu apmēru, un veicis korekcijas savā budžetā nākamajām nedēļām vai mēnešiem, samazinot sev pieejamos naudas līdzekļus par uzņemto saistību apjomu – gan pamatparādu, gan pielīgtajiem procentiem.

[4] Ar Administratīvās rajona tiesas 2017.gada 10.maija spriedumu pieteikums noraidīts. Spriedums motivēts šādi.

[4.1] Lietā ir strīds par to, vai pieteicēja, organizējot Loteriju un tās ietvaros izplatot reklāmas ar saukļiem „Īpašais piedāvājums Novembrī", „Tikai šomēnes laimē atlaidi kredītam", ir īstenojusi godīgu komercpraksi, ievērojot Negodīgas komercprakses aizlieguma likumu un Noteikumu Nr.1219 prasības.

[4.2] Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.pantu komercprakse ir negodīga, ja iestājies vismaz viens no šādiem nosacījumiem: 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; tā ir maldinoša; tā ir agresīva.

Minētā likuma 15.^{2} panta pirmā daļa nosaka, ka PTAC var uzlikt soda naudu līdz 10 procentiem no komersanta pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma, bet ne vairāk kā 100 000 *euro*.

Ar Lēmumu pieteicējas darbībās ir konstatēts negodīgas komercprakses raksturs un piemērota soda nauda 8000 *euro* apmērā.

[4.3] Lēmumā atzīts, ka pieteicēja ir veikusi negodīgu komercpraksi, organizējot Loteriju un tās ietvaros izplatot Loterijas reklāmas. PTAC pieteicējas rīcību vērtē kā profesionālai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos un varēja negatīvi ietekmēt patērētāja ekonomisko rīcību.

Pieteicēja tam nepiekrīt, jo nav iespējams konstatēt to, ka pieteicēja ir būtiski negatīvi ietekmējusi patērētāja rīcību. Pieteicējas ieskatā, tās rīcība, organizējot un reklamējot Loteriju, nevarēja ietekmēt patērētāju iespējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu par kredīta izvēli patērētāja individuālajai situācijai.

[4.4] No lietas materiāliem izriet, ka pieteicēja interneta vietnē www.smscredit.lv 2015.gada 30.oktobrī ievietoja Loterijas noteikumus un reklāmu (*lietas 27.-32.lapa*).

No Loterijas noteikumiem (*lietas 31.-32.lapa*) izriet, ka:

1. patērētājiem, kuriem Loterijas norises periodā ir izsniegts pirmais kredīts 200,00 *euro* apmērā uz 30 dienām, būs iespēja laimesta gadījumā saņemt kā dāvanu 40,00 *euro* atlaidi, tādējādi laimējušam patērētājam būtu pieteicējai jāatmaksā 160,00 *euro*, savukārt patērētājiem, kuriem Loterijas norises periodā ir izsniegts atkārtots kredīts 200,00 *euro* apmērā uz 30 dienām, būs iespēja laimesta gadījumā saņemt kā dāvanu 40,00 *euro* atlaidi kredīta pamatsummas dzēšanai, tādējādi laimējušam patērētājam būtu jāmaksā pieteicējai 180,00 *euro* (kopējais dāvanu skaits ir 85);

2. patērētājiem, kuriem Loterijas norises periodā ir izsniegts pirmais kredīts 300,00 *euro* apmērā uz 30 dienām, būs iespēja laimesta gadījumā saņemt kā dāvanu 60,00 *euro* atlaidi, tādējādi laimējušam patērētājam būtu jāatmaksā pieteicējai 240,00 *euro*, savukārt patērētājiem, kuriem Loterijas norises periodā ir izsniegts atkārtots kredīts 300,00 *euro* apmērā uz 30 dienām, būs iespēja laimesta gadījumā saņemt kā dāvanu 60,00 *euro* atlaidi kredīta pamatsummas dzēšanai, līdz ar to laimējušam patērētājam būtu jāatmaksā pieteicējai 270,00 *euro* (kopējais dāvanu skaits ir 80);

3. 85 no patērētājiem, kuriem Loterijas norises periodā ir izsniegts kredīts 400,00 *euro* apmērā uz 30 dienām, būs iespēja laimesta gadījumā saņemt kā dāvanu 80,00 *euro* atlaidi kredīta pamatsummas dzēšanai, tādējādi laimējušam patērētājam būtu jāatmaksā pieteicējai 360,00 *euro*.

Lēmumā norādīts, ka patērētājam laimesta gadījumā ir jāatmaksā pieteicējai mazāka naudas summa kā aizņēmās, un naudas summa, kas paliek patērētāja rīcībā, ir labums, kas nav uzskatāms par tieši saistītu ar kredīta izmantošanu, ko patērētājs var izmantot citiem mērķiem. Savukārt pieteicēja norāda, ka Loterijas balva ir daļējs atbrīvojums no saistībām, kuras patērētājs uzņēmās, nevis ar šīm saistībām (kredītu) nesaistīts naudas dāvinājums.

[4.5] Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 7.panta pirmo daļu par patērētāja ekonomisko rīcību būtiski negatīvi ietekmējošu uzskata tādu komercpraksi, kura būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un kuras rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

Noteikumu Nr.1219 11.[1]punkts noteica, ka reklāmā, kurā piedāvā iespēju kreditēt patērētāju, aizliegts veicināt bezatbildīgu aizņemšanos. Nosakot, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, ņem vērā reklāmas kopējo saturu un tās pasniegšanas veidu, noformējumu un informāciju, kas reklāmā sniegta par kreditēšanas pakalpojumu un palīdz patērētājam pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu. Par reklāmu, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos jebkurā gadījumā, uzskatāma reklāma, kas: aicina patērētāju saņemt kredītu nepārdomāti vai neizvērtējot tā nepieciešamību; aicina saņemt kredītu neatkarīgi no patērētāja finanšu stāvokļa; rada vai var radīt iespaidu, ka kredīta saņemšana ir bez riska; rada vai var radīt iespaidu, ka kredīts ir piemērotākais veids, kā atrisināt finansiālās problēmas; ietekmē vai var ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu, papildus piedāvājot iegūt preces vai saņemt pakalpojumus un citas priekšrocības, ja tām nav tiešas saistības ar kredīta izmantošanu, vai to saņemšanai ir vai var būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu.

[4.2] Kredīta devējs, piedāvājot kreditēšanas pakalpojumus, ir tiesīgs piedāvāt patērētājiem iegūt preces, saņemt pakalpojumus, vai citas priekšrocības tikai tad, ja piedāvātie labumi/priekšrocības ir tieši saistīti ar konkrētā kredīta vai preces/pakalpojuma, kura iegādei tiek ņemts konkrētais kredīts, izmantošanu.

No lietas materiāliem izriet, ka Loterijas laimests ir saistīts ar pamatparādu, jo saskaņā ar loterijas noteikumiem atlaide tika piemērota patērētāja pamatparādam un procentu maksājumam. Līdz ar to tiesa secinājusi, ka pieteicējai bija tiesības Loterijā piedāvāt laimestus – atbrīvojumus no kredīta pamatsummas.

Lai gan ir secināms, ka pieteicējai bija tiesības Loterijā piedāvāt laimestus, kuri daļēji nosedz summu, kuru patērētājs potenciāli aizņemtos, tiesas ieskatā, tas varēja būtiski negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību, jo dažādu labumu piedāvāšana var radīt situāciju, ka patērētājs var nepietiekami izvērtēt piedāvātā kredīta nosacījumus un tā nepieciešamību, kā arī to, ka patērētāji var pieteikties patēriņa kredītam tikai tādēļ, lai iegūtu kādu labumu (preces, pakalpojumus vai citas priekšrocības), kas nav tieši saistīti ar piedāvāto kredītu un kredītsaistībām.

Tiesas ieskatā, reklāmas nedrīkst veicināt patērētāju bezatbildīgu aizņemšanos un viens no paņēmieniem, lai to novērstu, ir informācijas iekļaušana par kreditēšanas pakalpojumu un tādu informāciju, kas palīdz patērētājiem pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu, nevis tādu lēmumu, kas balstīts uz vēlmi saņemt kādas balvas, dāvanas vai citus labumus, neizvērtējot, ka par šo labumu iegūšanu viņš uzņemas finanšu saistības.

PTAC izstrādātajās 2013.gada 3.septembra Vadlīnijās godīgas komercprakses īstenošanai patērētāju kreditēšanas jomā norādīts, ka, nosakot, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, ņem vērā reklāmas kopējo saturu, pasniegšanas veidu, noformējumu, kā arī informāciju, kas reklāmā sniegta par kreditēšanas pakalpojumu un palīdz patērētājam pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu (*sk.* http://www.ptac.gov.lv/sites/default/files/docs/fin_vadlinijas_komercprakse.pdf).

Kā norādīts vadlīnijās, ja reklāmas kopējais pasniegšanas veids un saturs veicina bezatbildīgu aizņemšanos, tad iekļautais brīdinājums „Aizņemies atbildīgi, izvērtējot savas iespējas kredītu atmaksāt!" pats par sevi nav uzskatāms par pietiekamu pamatu, lai atzītu, ka šī reklāma atbilst normatīvo aktu prasībām. Tas nozīmē, ka kredīta devēja patērētājiem adresētās komercprakses (reklāmas) materiālos nav ietverama tāda satura informācija, kas pēc būtības steidzina, rosina un veicina patērētāju pieņemt ātru, nepārdomātu lēmumu, neizvērtējot konkrētā kredīta nepieciešamību un piemērotību.

[4.3] No lietas materiāliem izriet, ka Loterija tika organizēta uz noteiktu laiku un pieteicēja izsludināja Loterijas balvas – daļējus patēriņa kredīta atbrīvojumus naudas summās no 40 *euro* līdz 80 *euro* atkarībā no summas, kādu patērētājs ir aizņēmies.

No minētā var secināt, ka Loterija un tās rezultātā īstenotā reklāma veicināja patērētāju izmantot pieteicējas sniegtos pakalpojumus, jo no reklāmas saukļiem pieteicējas interneta vietnē www.smscredit.lv izriet, ka Loterija bija paredzēta tikai novembra mēnesī. Tiesas ieskatā tas varēja rosināt potenciālo patērētāju izmantot pieteicējas sniegtos patēriņa kreditēšanas pakalpojumus, lai vinnētu laimestu. Līdz ar to uzskatāms, ka pieteicējas organizētā Loterija un īstenotā reklāma mudināja patērētāju saņemt kredītu nepārdomāti un neizvērtējot tā nepieciešamību un piemērotību.

Vērtējot, vai reklāma aicina patērētāju saņemt kredītu nepārdomāti vai neizvērtējot tā nepieciešamību, jāvērtē kopējais reklāmas radītais iespaids, t.sk., reklāmā izmantotos saukļus, to izvietojumu, lielumu, reklāmas pasniegšanas veidu, vai, lai līdzsvarotu reklāmas radīto iespaidu, patērētājiem tiek sniegta informācija, kas, piemēram, aicina patērētāju pirms pieteikšanās kredīta saņemšanai izvērtēt, vai konkrētajā situācijā viņam ir nepieciešams reklamētais kredīts un ka tādā veidā viņš uzņemas finanšu saistības ar visām to nepildīšanas sekām. Līdz ar to kredīta devējam nav ieteicams īstenotās komercprakses (reklāmas) ietvaros iekļaut tikai un vienīgi tādus saukļus vai citas norādes, ka kredīts ir pieejams „viegli", „ātri", „ērti", „nekavējoties", „bez problēmām" u.tml.

Tiesa piekritusi, ka reklāma, kas aicina patērētāju pieteikties kredītam, lai iegūtu kādu balvu, ir vērtējama kā tāda, kas aicina patērētāju saņemt kredītu nepārdomāti vai neizvērtējot tā nepieciešamību un piemērotību.

[4.4] Tāpat jāņem vērā, ka daļa patērētāju grupas, kurai tiek adresēta kredīta pakalpojumu reklāma, Direktīvas 2005/29/EK (turpmāk – Negodīgas komercprakses direktīva) 5.panta 3.punkta C daļas izpratnē ir identificējami kā neaizsargāti patērētāji, t.i., lētticīgi patērētāji. Lētticības aspekts attiecināms uz patērētāju grupām, kas var vieglāk noticēt konkrētiem apgalvojumiem, piemēram, mazturīgiem, mazizglītotiem patērētājiem, kuriem jau ir finanšu problēmas, kas saistītas ar neatmaksātiem parādiem, augošiem līgumsodiem u.tml., līdz ar to šāda patērētāju grupa var objektīvi neizvērtēt piedāvāto kreditēšanas pakalpojumu un ar to saistītās izmaksas, bet tam pieteikties, lai apmaksātu jau radušās saistības. Šī

principa ievērošana ir nostiprināta arī saistības 8.pantā, no kura izriet, ka gadījumos, kad kredīta devēja īstenotā komercprakse (reklāmas izplatīšana) var ietekmēt konkrēti nosakāmas patērētāju grupas ekonomisko rīcību, ko komercprakses īstenotājs varētu saprātīgi paredzēt, tad šādu komercpraksi vērtē no attiecīgās patērētāju grupas vidusmēra pārstāvja viedokļa.

Kreditēšanas pakalpojumu reklāmā, piedāvājot kredītu, nedrīkst sniegt patērētājiem informāciju par iespēju iegūt tādus labumus (preces, pakalpojumus, vai citas priekšrocības), kurus tas saņems, ja noslēgs kredīta līgumu un ja dēļ piedāvātā labuma patērētājs var pieņemt lēmumu par pieteikšanos kredīta saņemšanai. Šāda veida komercprakse (reklāma), novirzot patērētāja uzmanību uz iespēju iegūt kādu papildu labumu, rezultātā rada to, ka patērētājs var nepietiekami izvērtēt piedāvātā kredīta nosacījumus un tā nepieciešamību, kā arī to, ka dažkārt patērētāji var pieteikties kredītam tikai tādēļ, lai iegūtu kādu labumu (preces, pakalpojumus, vai citas priekšrocības), kas nav tieši saistīti ar piedāvāto kredītu un kredītsaistībām. Kredīta devējs nav tiesīgs piedāvāt patērētājam kredītu, vienlaikus piedāvājot tā sakarā iegūt preces, saņemt pakalpojumus, vai citas priekšrocības tikai tādēļ, ka patērētājs sniegs informāciju kredīta devējam par citiem patērētājiem, kas vēlas saņemt kreditēšanas pakalpojumus, vai patērētājs savukārt pārliecinās kādu citu patērētāju izmantot konkrētā kredīta devēja pakalpojumus.

Kredīta devējs, piedāvājot kreditēšanas pakalpojumus, ir tiesīgs piedāvāt patērētājiem iegūt preces, saņemt pakalpojumus, vai citas priekšrocības tikai tad, ja piedāvātie labumi/priekšrocības ir tieši saistīti ar konkrētā kredīta vai preces/pakalpojuma, kura iegādei tiek ņemts konkrētais kredīts, izmantošanu.

[4.5] Pieteicēja norādījusi, ka, lai tās īstenoto komercpraksi atzītu par negodīgu, ir nepieciešams konstatēt abas Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrajā daļā noteiktās pazīmes – gan neatbilstību profesionālai rūpībai, gan patērētāja rīcības būtisku negatīvu ietekmēšanu. Pieteicēja norādījusi, ka nekonstatējot patērētāju kredītu izmantošanas palielināšanos, nav konstatējama arī negatīva ietekme pret patērētājiem.

Tiesas ieskatā patērētāja rīcības būtiska negatīva ietekmēšana ir notikusi, pieteicējai ietekmējot patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu, papildus piedāvājot saņemt naudas summu, un tās saņemšanai ir būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu. Līdz ar to pieteicēja, organizējot Loteriju un tās ietvaros īstenojot reklāmu, ir veikusi negodīgu komercpraksi.

[4.6] Ja personas paļāvība uz to, ka iestāde veiks noteiktas darbības vai pieņems attiecīgu lēmumu, ir bijusi leģitīma, personas paļāvība tiek aizsargāta, jo īpaši tad, ja bez attiecīgā solījuma vai norādēm persona kaut ko nebūtu darījusi vai būtu darījusi citādi. Taču nav iespējams apgalvot, ka šis princips ir pārkāpts, ja iestāde nav devusi konkrētus solījumus (*sk. Eiropas Savienības Tiesas (turpmāk – Tiesa) 2011.gada 17.marta sprieduma lietā Nr.C-221/09 AJD Tuna Ltd pret Direttum tal-Agrikoltura u s-Sajd un Avukat Generali 71.-72.punktu// Judikatūras krājums, 2011, I-1655.lp*).

Tiesiskās paļāvības aizsardzības princips tiek piemērots gadījumā, kad iestāde ir modinājusi indivīdā pamatotas cerības uz kādām tiesībām vai citu leģitīmu pozīciju. Nav iespējams apgalvot, ka šis princips ir pārkāpts, ja iestāde nav devusi konkrētus solījumus (*sk. Briede J. Administratīvā procesa likuma 10.panta komentārs. Grām.: Administratīvā procesa likuma komentāri A un B daļa. Sagatavojis autoru kolektīvs Dr.iur.J.Briedes zinātniskajā redakcijā. Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2013, 169.lpp.*).

Kā ir norādījis Augstākās tiesas Administratīvo lietu departaments (turpmāk – Augstākā tiesa), tiesiskās paļāvības aizsardzības princips ir viens no pamatprincipiem, un iespēja atsaukties uz to ir ikvienam subjektam, kuram iestāde ir modinājusi pamatotas cerības, sniedzot precīzus, beznosacījuma un saskaņotus solījumus (*sk. Augstākās tiesas 2017.gada 28.februāra sprieduma lietā Nr.SKA-706/2017 21.punktu*). Tiesu praksē ir nostabilizējusies tiesiskās paļāvības pārbaudes shēma. Proti, lai noskaidrotu, vai tiesiskā paļāvība ir vai nav jāņem vērā, jāatbild uz trīs jautājumiem: 1) vai bija kaut kas, uz ko varēja paļauties (skaidrs iestādes izteikums), 2) vai attiecīgā persona tiešām uz to paļāvās, 3) vai attiecīgā personas paļāvība ir aizsardzības vērta.

[4.7] No lietas materiāliem izriet, ka starp pieteicēju un PTAC darbinieci /pers. A/ ir notikusi elektroniskā pasta sarakste. Pieteicēja ir lūgusi viedokli par loteriju (*citu loteriju, nevis šajā ietā apskatāmo Loteriju; apgabaltiesas piebilde*). Tiesa secinājusi, ka PTAC darbiniece ir sniegusi pirmšķietamu viedokli par loteriju un reklāmu, bet nav sniegusi PTAC oficiālo viedokli, kas nepārprotami izriet no PTAC darbinieces elektroniskā pasta vēstulēs norādītā: „Šajā e-pastā paustais viedoklis nav uzskatāms par iestādes oficiālo atbildi".

Pieteicēja ir papildus norādījusi, ka tai bija tiesības paļauties, ka drīkstēs organizēt Loteriju, pamatojoties uz Preču un pakalpojumu loteriju likuma 3.pantu. Saskaņā ar minēto pantu, lai drīkstētu organizēt preču vai pakalpojumu loteriju, komersantam, kas ražo, izplata, pārdod preces vai sniedz pakalpojumus, Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijā jāsaņem loterijas atļauja. 2015.gada 21.oktobrī pieteicēja ir saņēmusi Izložu un azartspēļu inspekcijas atļauju Loterijas organizēšanai.

Tiesa piekritusi PTAC viedoklim, ka pieteicējai nebija pamata paļauties, ka tās īstenotā komercprakse būs godīga, jo Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas kompetencē neietilpst komercprakses izvērtēšana, bet gan izložu, azartspēļu un pakalpojumu loteriju organizēšanas uzraudzība.

Ņemot vērā iepriekš minēto, pieteicējai nebija pamata paļauties, ka tā drīkstēs šo Loteriju organizēt. Pieteicēja nevarēja būt droša, ka Loterija un tās rezultātā īstenotā reklāma tiks atzīta par godīgu. Līdz ar to izskatāmajā gadījumā nav konstatējams tiesiskās paļāvības principa pārkāpums.

[5] Par Administratīvās rajona tiesas 2017.gada 10.maija spriedumu pieteicēja iesniedza apelācijas sūdzību, norādot turpmāko.

[5.1] Tiesas secinājumi ir pretrunīgi, jo no vienas puses patērētāju kreditētājs ir tiesīgs organizēt pakalpojumu Loteriju, kuras balva ir atlaide pamatparādam un procentu maksāšanas saistībām, bet no otras puses šādas Loterijas reklamēšana ir negodīga komercprakse.

[5.2] Tiesa nav ņēmusi vērā, ka Loterijas reklāmā bija ievērotas Patērētāju tiesību aizsardzības likuma un citu normatīvo aktu prasības par informāciju, kas jāsniedz patērētājam par patērētāja kreditēšanas pakalpojumu un kas ļauj patērētājam izvērtēt kredīta, tajā skaitā kredīta, kas noformēts Loterijas ietvaros, piemērotību patērētāja vajadzībām un patērētāja spēju aizdevumu atmaksāt.

[5.3] Direktīvas Nr.2005/29/EK 5.panta trešajā daļā minētie patērētāji netiek prezumēti kā informēti un piesardzīgi, tādēļ uz viņiem ekskluzīvi vērstā komercprakse tiek ierobežota papildus. Savukārt pieteicējas komercprakse, reklamējot Loteriju, nebija ekskluzīvi vērsta uz kādu konkrētu patērētāju grupu Latvijā, kas nozīmē, ka pieteicējas komercprakse ir vērtējama no izglītota, vērīga un piesardzīga vidējā patērētāja perspektīvas, nevis lētticīgā patērētāju viedokļa.

[6] PTAC paskaidrojumā par apelācijas sūdzību norādījis, ka uzskata to par nepamatotu, pamatojoties uz Lēmumā norādītajiem argumentiem.

Papildus PTAC vērsis uzmanību uz Noteikumu Nr.1219 11.1.5.apakšpunktā noteiktajiem gadījumiem, kas vērtējami kā tādi, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos jebkurā gadījumā. PTAC ir vērtējis pieteicējas komercpraksi no vidusmēra patērētāja viedokļa, tāpēc tas, ka tiesa spriedumā norādīja uz neaizsargātu patērētāju grupu, neietekmē Lēmuma tiesiskumu u n sprieduma pamatotību. PTAC vērš arī uzmanību, ka komercprakse jāvērtē tādā aspektā, vai tā būtiski negatīvi ietekmēja, vai varēja būtiski negatīvi ietekmēt patērētāju rīcību. Arī tiesa ir pamatojusi, ka pieteicējas komercprakse varēja būtiski negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību.

Motīvu daļa

[7] Pieteicēja Administratīvajai apgabaltiesai iesniedza lūgumu izskatīt lietu mutvārdu procesā. Lūgums pamatots ar Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmo daļu, kā arī Augstākās tiesas 2016.gada 21.decembra spriedumā lietā Nr.SKA-630/2016 paustajām atziņām.

Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pieteicējas lūgums izskatīt lietu mutvārdu procesā ir noraidāms.

[7.1] Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 112.[1]panta pirmo daļu administratīvās lietas izskatīšana notiek rakstveida procesā bez tiesas sēdes, ja likumā nav noteikts citādi. Šā panta otrajā daļā noteikts, ja tiesa uzskata, ka lietu, kura izskatāma rakstveida procesā, lietderīgāk izskatīt tiesas sēdē, tā pēc sava ieskata var noteikt šīs lietas izskatīšanu mutvārdu procesā. Saskaņā ar šā panta trešo daļu tiesa lietu mutvārdu procesā tiesas sēdē izskata, ja pirmās instances tiesai to lūdzis pieteicējs, trešā persona vai šā likuma 29.pantā minētais tiesību subjekts, kā arī atbildētājs – privātpersona lietās par publisko tiesību līgumiem.

Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmajā daļā noteikts, ka apelācijas instances tiesa administratīvo lietu izskata rakstveida procesā. Tiesa, izvērtējot procesa dalībnieka motivētu lūgumu, var noteikt lietas izskatīšanu mutvārdu procesā.

No minētajām tiesību normām izriet, ka rakstveida vai mutvārdu procesu, kādā tiks izskatīta lieta, pieteicējs bez īpašas motivācijas var izvēlēties pirmās instances tiesā, nevis jebkurā tiesu instancē. Tas izriet no Administratīvā procesa likuma 112.[1]pantā norādītā, ka lietu mutvārdu procesā tiesas sēdē izskata, ja pirmās instances tiesai to lūdzis pieteicējs, trešā persona vai šā likuma 29.pantā minētais tiesību subjekts, kopsakarā ar Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmajā daļā norādīto, ka apelācijas instancē lūgumam par lietas izskatīšanu mutvārdu procesā jābūt motivētam.

Pieteicējas atsauce uz Augstākās tiesas 2016.gada 21.decembra spriedumu lietā Nr.SKA-630 nenorāda uz citādāku tiesību normu interpretāciju. Minētajā Augstākās tiesas spriedumā tika analizēti konkrēta gadījuma apstākļi, kad pieteicējam faktiski tika liegta iespēja izvēlēties procesa veidu pirmās instances tiesā. Augstākā tiesa šā sprieduma 12.punktā norādīja, ka rajona tiesa, nosakot tādu termiņu lūguma par mutvārdu procesu iesniegšanai, kas nav pietuvināts noliktajam lietas izskatīšanas datumam, turklāt pēc šā termiņa dodot iespēju procesa dalībniekiem īstenot citas procesuālās tiesības, piemēram, iesniegt paskaidrojumus un pierādījumus, kas varētu mainīt procesa dalībnieka viedokli par lietas izskatīšanas veidu, nav rīkojusies atbilstoši šā sprieduma 10.punktā minētajam. Augstākā tiesa neredz saprātīgu un attaisnojamu pamatu šāda termiņa noteikšanai, kā vien formālus iemeslus. Taču šeit jāatzīmē, ka procesuālās kārtības nodrošināšana un termiņu noteikšana šajā gadījumā nevar būt pašmērķīga. Šādos apstākļos ir pamats secināt, ka pieteicējas tiesības uz mutvārdu procesu ir ierobežotas nepamatoti, bez pietiekama racionāla un saprātīga izskaidrojuma.

Tādējādi pirmās instances tiesa ir pieļāvusi procesuālu pārkāpumu, kuru, ņemot vērā apgabaltiesas kompetenci uzraudzīt to, kā tiek ievērotas minētās procesa dalībnieka tiesības, kā arī ievērojot procesuālās ekonomijas principu, apgabaltiesa var novērst, izskatot lietu no jauna.

No minētā Augstākās tiesas sprieduma apgabaltiesas ieska tā neizriet, ka visās lietās, kurās lieta pirmajā instancē tika izskatīta rakstveida procesā, automātiski būtu jānodrošina lietas izskatīšana mutvārdu procesā apelācijas instances tiesā bez lūgumu pamatojošas motivācijas.

[7.2] No šīs lietas materiāliem redzams, ka pirmās instances tiesa 2016.gada 8.augustā ar vēstuli Nr.A-02657-16/4 bija informējusi pieteicēju par lietas ierosināšanu, kā arī pieteicējas tiesībām saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 112.[1]pantu lūgt lietu izskatīt mutvārdu procesā. Pirmās instances tiesa 2017.gada 20.martā lietas dalībniekiem nosūtīja elektronisku paziņojumu, ka lieta tiks izskatīta 2017.gada 19.aprīlī rakstveida procesā un ka līdz pat 10.aprīlim lietas

dalībniekiem ir tiesības iesniegt lūgumu par lietas izskatīšanu mutvārdu procesā. Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka minētais datums ir pietuvināts lietas izskatīšanas datumam un ir sapratīgs laiks, kurā pieteicēja varēja izteikt lūgumu par lietas izskatīšanu mutvārdu procesā. Turklāt pieteicējai šādas tiesības bija izskaidrotas jau tad, kad tika paziņots par lietas ierosināšanu. Līdz ar to nav konstatējams procesuāls pārkāpums pirmās instances tiesas rīcībā.

Kā izriet no lietas materiāliem, pieteicēja izvēli par labu mutvārdu procesam pirmās instances tiesā neizdarīja. Tādējādi, lūdzot lietas izskatīšanu mutvārdu procesā apelācijas instances tiesā, pieteicējas lūgumam jāatbilst Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmajā daļā ietvertajam nosacījumam, ka lūgumam jābūt motivētam.

Izvērtējot lūgumu, Administratīvā apgabaltiesa secina, ka lūgumā nav ietverta tāda motivācija, kas norādītu, ka lietu lietderīgāk izskatīt mutvārdu procesā tiesas sēdē. Lūgumā ir tikai norāde uz iepriekš minēto Augstākās tiesas spriedumu, kas apgabaltiesas ieskatā nav pietiekama motivācija lietas izskatīšanai mutvārdu procesā šajā konkrētajā gadījumā. Arī no lietas kopumā neizriet, ka lietā būtu nepieciešams mutvārdu process kādu neskaidru lietas apstākļu noskaidrošanai vai pierādījumu pārbaudīšanai. Apgabaltiesa atzīst, ka lietas dalībnieki savus argumentus ir skaidri izklāstījuši Lēmumā, pieteikumā, apelācijas sūdzībā un paskaidrojumos par tiem.

[7.3] Pamatojoties uz minētajiem argumentiem, Administratīvā apgabaltiesa lietu izskata rakstveida procesā saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmo daļu.

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

[9] Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otro daļu komercprakse ir negodīga, ja iestājies vismaz viens no šādiem nosacījumiem: tā neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmē tāda vidusmēra patērētāja vai tādas patērētāju grupas vidusmēra pārstāvja ekonomisko rīcību attiecībā uz preci vai pakalpojumu, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar; tā ir maldinoša; tā ir agresīva.

Lietā nav strīda par to, ka pieteicējas komercprakse nav atzīta ne kā maldinoša, ne agresīva. Lietā ir strīds par to, vai pieteicējas komercprakse ir profesionālajai rūpībai atbilstoša un būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja vai patērētāju grupas ekonomisko rīcību.

Administratīvā apgabaltiesa piekrīt pieteicējai, ka, lai komercpraksi atzītu par negodīgu, pamatojoties uz Nekodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 1.punktu, ir jākonstatē abi šajā tiesību normā paredzētie priekšnoteikumi: 1) komercprakses neatbilstība profesionālai rūpībai un 2) komercprakse būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību.

[10] Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 6.pantā noteikts, ka komercprakse ir profesionālajai rūpībai neatbilstoša, 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.

Savukārt šā likuma 7.panta pirmajā un otrajā daļā noteikts, ka par patērētāja ekonomisko rīcību būtiski negatīvi ietekmējošu uzskata tādu komercpraksi, kura būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un kuras rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis (panta pirmā daļa).

Par patērētāja pieņemtu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums: 1) iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības; 2) par to, kādā veidā un ar kādiem noteikumiem iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu; 3) samaksāt preces vai pakalpojuma cenu pa daļām vai kopumā; 4) paturēt preci, pieņemt pakalpojumu vai izmantot iespēju īstenot savas likumīgās vai līgumiskās patērētāja tiesības (panta otrā daļa).

Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka, kaut arī Lēmumā PTAC izdarītais vērtējums nav nodalīts pa daļām tādā veidā, ka vienā sadaļā būtu vērtēta profesionālā rūpība, bet citā – tas, vai šāda rūpība varēja negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, tomēr no Lēmuma kopumā PTAC vērtējums attiecas uz abiem kritērijiem. Turklāt apgabaltiesas ieskatā minētie kritēriji nemaz nav stingri nodalāmi viens no otra un ir vērtējami kopumā konkrēto lietas apstākļu ietvaros.

[11] Vērtējot, vai pieteicēja ir ievērojusi profesionālo rūpību, PTAC Lēmumā ir atsaucies uz Latvijas Alternatīvo finanšu pakalpojumu asociācijas (turpmāk – Asociācija) apstiprinātajiem Labās prakses standartiem (*turpmāk – Standarts, pieejams www.lafpa.lv*) un norādījis, ka pieteicējas reklamētā Loterija veicina bezatbildīgu aizņemšanos.

[11.1] Standarta Ievada daļas 2.rindkopā noteikts, ka šī Standarta mērķis ir nodrošināt papildus aizsardzību un paredzamus sadarbības noteikumus tiem klientiem, kas ir saņēmuši vai plāno saņemt aizdevumus no Asociācijas biedriem. Šajā Standartā ir ietvertas godīgas komercprakses vadlīnijas un profesionālās rūpības kritēriji, kas atbilst nebanku kreditēšanas jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības un atbildīgas kreditēšanas principiem. Standarta II sadaļas 1.1.punktā noteikts, ka Asociācijas biedri vienmēr rīkojas godprātīgi un atbildīgi, ievērojot šajā Standartā noteiktos principus, lai veicinātu to, ka klienti aizņemas atbildīgi, izvērtējot savu materiālo stāvokli un spēju segt saistības. Savukārt Standarta IV sadaļas 1.1. un 1.2.punktā noteikts, ka, veicot reklāmas un mārketinga pasākumus, Asociācijas biedri nodrošina to, ka šie pasākumi (reklāmas un mārketinga pasākumi) atbilst nebanku kreditēšanu, reklāmu, komercpraksi un informācijas sabiedrības pakalpojumu sniegšanu regulējošo normatīvo aktu prasībām un labajai praksei. Asociācijas biedri nodrošina tādu reklāmas un mārketinga pasākumu veikšanu, kas veicina atbildīgu aizņemšanos.

[11.2] Reklāmas likumā (*redakcijā, kas bija spēkā no 2015.gada 1.jūlija līdz 2016.gada 14.jūlijam*) nebija noteikts

tiešs aizliegums reklāmā ietvert informāciju, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos. Tomēr šā likuma 7.panta otrajā daļā ir noteikts, ka papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu vai izplatīšanas kārtību (arī reklāmas izplatīšanas kārtību atsevišķos masu informācijas līdzekļos) nosaka Ministru kabinets. Uz šīs tiesību normas pamata bija izdoti Noteikumi Nr.1219.

Šo noteikumu 11.1.punktā bija noteikts, ka reklāmā, kurā piedāvā iespēju kreditēt patērētāju, aizliegts veicināt bezatbildīgu aizņemšanos. Nosakot, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, ņem vērā reklāmas kopējo saturu un tās pasniegšanas veidu, noformējumu un informāciju, kas reklāmā sniegta par kreditēšanas pakalpojumu un palīdz patērētājam pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu. Par reklāmu, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos jebkurā gadījumā, uzskatāma reklāma, kas ietekmē vai var ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu, papildus piedāvājot iegūt preces vai saņemt pakalpojumus vai citas priekšrocības, ja tām nav tiešas saistības ar kredīta izmantošanu, vai to saņemšanai ir vai var būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu (11.1.5.apakšpunkts).

[11.3] Administratīvā apgabaltiesa piekrīt pieteicējai un pirmās instances tiesas secinājumam, ka reklamētās Loterijas ietvaros iespējamā iegūstamā balva (laimests 40, 60 vai 80 *euro* apmērā kredīta vai tā procentu dzēšanai), ir saistīta ar pašu kredītu, jo laimesta rezultātā tiek samazināta patērētājam maksājamā summa kredīta devējam. Laimesta rezultātā iegūstamā balva nebija tāds labums, kas vispār nav saistāms ar kredītu. Tādējādi šīs lietas faktiskie apstākļi nav pilnībā salīdzināmi ar tiem apstākļiem, kas pastāvēja citā lietā, kurā PTAC 2013.gada 8.jūlijā pieņēma pieteicējai adresētu lēmumu E03-PTU-F47-7 (šajā lietā pieteicēja reklamēja koncertu, uz kuru biļetes var iegūt kā dāvanu, noslēdzot kredīta līgumu). Attiecīgi šajā lietā nav piemērojama Noteikumu Nr.1219 11.1.5.apakšpunkta daļa, kurā aizliegts reklamēt tādu labumu par kredīta ņemšanu, kas nav saistīts ar pašu kredītu.

Tomēr minētie apsvērumi neizslēdz to, ka reklamētā Loterija neatbilst 11.1.5.apakšpunktā ietvertā teikuma turpinājumam: „to saņemšanai ir vai var būt būtiska nozīme patērētāja lēmuma pieņemšanā par kredīta līguma noslēgšanu", kas ir alternatīvs apstāklis, kas jāpārbauda, lai secinātu, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos jebkuros apstākļos.

[11.4] Izvērtējot reklāmas kopējo saturu un tās pasniegšanas veidu, noformējumu un informāciju, kas reklāmā sniegta par Loteriju, Administratīvā apgabaltiesa piekrīt PTAC, ka pieteicēja ir reklamējusi iespēju iegūt balvu, piesakoties kredītam 200, 300 vai 400 *euro* apmērā. Administratīvā apgabaltiesa piekrīt PTAC, ka iespējamais laimests ir vērtīga balva. Jāņem vērā, ka balva atbilst 20% no ņemtā kredīta pamatsummas, turklāt pirmreizējā kredīta gadījumā, kur saskaņā ar pieteicējas praksi nav procentu maksājuma, balva arī faktiski nosegtu 1/5 daļu no pamatsummas. Kaut arī 40, 60 vai 80 *euro* paši par sevi, iespējams, nav ievērojama naudas summa, tomēr tās attiecība pret kredīta pamatsummu ir pietiekami liela, lai patērētājs vēlētos šādu balvu iegūt, piemēram, atmaksājamo 400 *euro* vietā atmaksāt tikai 320 *euro*. Apgabaltiesa atzīst, ka arī paredzēto balvu skaits (kopā 250 laimesti) tiem patērētājiem, kas tikai viena mēneša ietvaros ir ņēmuši kredītu noteiktajā apmērā, arī ir būtisks un apmēra ziņā pietiekami liels rādītājs, kas varēja ietekmēt patērētāja vēlmi pieteikties uz kredītu.

Pieteicēja ir norādījusi, ka vērīgs patērētājs varēja aprēķināt, ka izredzes laimēt ir tikai 250:10 000. Tomēr apgabaltiesa konstatē, ka šāda informācija ir bijusi ietverta tikai pieteicējas Loterijas noteikumos (apstiprināti ar Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas atļauju Nr.3904), bet ne Loterijas reklāmā. Kaut arī pieteicējas interneta vietnē ievietotajā Loterijas reklāmā ir ietverta atsauce uz Loterijas atļaujas numuru un ir iespēja lejuplādēt Loterijas noteikumus, tas nozīmē, ka patērētājam, kurš vispār vēlas pārliecināties par savām iespējām laimēt, ir jāveic papildu darbības, lai veiktu attiecīgos aprēķinus. Pašā Loterijas reklāmā ir redzams vienīgi laimestu skaits un kopējais laimestu fonds. Tas pats attiecas arī uz reklāmu, kas bija redzama gan televīzijā, gan dzirdama radio (*CD lietas 151.lapā*). Noklausoties un noskatoties šo reklāmu, patērētājam bija īpaši jāveic pārbaudes pieteicējas interneta vietnē, lai veiktu iepriekš minētos aprēķinus.

Pamatojoties uz minēto, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka Loterijas reklāma varēja būtiski ietekmēt patērētāja lēmumu par kredīta līguma noslēgšanu. Fakts, ka 2015.gada novembrī pieteicēja noslēgusi pat mazāk kreditēšanas līgumu, nekā tā paša gada oktobrī (23 615 līgumi novembrī, 24 126 līgumi oktobrī), neapliecina to, ka tādējādi patērētāju rīcības motīvi saistībā ar reklāmu netika ietekmēti. Kā redzams no pieteicējas sniegtās informācijas PTAC 2016.gada 14.aprīļa vēstulē Nr.LET/2016/054, kredītam reklamētajā apmērā pieteicās 4746 klienti, kaut pieteicēja sagaidīja, ka pieteiksies 10 000 (*sk. lietas 113.lapu*). Tādējādi apgabaltiesas ieskatā pati pieteicēja jau bija apsvērusi kredītņēmēju ekonomisko rīcību un prognozējusi, kā tās reklāma varētu ietekmēt patērētāju lēmumus. Tas, ka Loterijai pieteikušos patērētāju skaits nesasniedza pieteicējas prognozes, pats par sevi nenorāda, ka patērētāju rīcība nebija būtiski ietekmēta, jo pieteicēja nekur nav norādījusi, ka 2015.gada novembrī, neskatoties uz piedāvāto Loteriju, kredītņēmēju, kas aizņēmušies 200 – 400 *euro* ietvaros, ir mazāks, nekā, piemēram, 2015.gada oktobrī. Pieteicēja vien ir norādījusi kopējos salīdzinošos datus par kredītņēmēju skaitu un noslēgto kreditēšanas līgumu skaitu abos mēnešos.

[11.5] Apkopojot [11.1]-[11.4] minēto, Administratīvā apgabal tiesa secina, ka Loterijas reklāma mudināja patērētājus aizņemties 200 – 400 *euro* apmērā, piedāvājot iespēju saņemt vērtīgu balvu. Balvu skaits bija pietiekami būtisks, lai reklāmas satura ietekmē vien patērētājs apsvērtu iespēju aizņemties. Par faktiskām izredzēm laimēt patērētājs varēja pārliecināties, veicot papildu darbības pieteicējas interneta vietnē. Administratīvā apgabaltiesa arī piekrīt pirmās instances tiesas secinājumam, ka termiņš, kādā varēja pieteikties kredītam, lai pretendētu uz saņemamo laimestu, bija tāds, kas steidzina patērētājus noslēgt jaunus līgumus. Tādējādi Loterijas reklāmai varēja būt būtiska ietekme patērētāja lēmuma par kredītu pieņemšanā. Attiecīgi secināms, ka pieteicējas rīcība, reklamējot Loteriju, bija tāda, kas veicina bezatbildīgu aizņemšanos, un attiecīgi nebija atbilstoša profesionālai rūpībai.

[11.6] Administratīvā apgabaltiesa nepiekrīt pieteicējai, ka tā ir ievērojusi profesionālo rūpību, jo konsultējusies ar PTAC par pakalpojumu loterijas reklāmas koncepciju, kur PTAC pat 1000 laimestus atzinis par nebūtisku lielumu.

Izvērtējot lietas 86.-88.lapā ietverto pieteicējas un PTAC darbinieka e-pasta saraksti laikā no 2015.gada 18.-

20.februārim, Administratīvā apgabaltiesa secina, ka pieteicēja ir saskaņojusi atšķirīgu loterijas reklāmas konceptu no šīs lietas apskatāmās Loterijas. Kaut arī saskaņotā reklāma paredzēja noteiktam skaitam klientu iespēju laimēt komisijas maksas norakstīšanu, reklāma tika adresēta pilnīgi visiem pieteicējas klientiem, neatkarīgi no tā, cik liela ir bijusi aizdevuma summa, kā arī tas, kad ir noslēgts kredīta līgums. Turklāt komisijas maksas dzēšana apgabaltiesas ieskatā nav tik vērtīga balva, cik ir strīdus Loterijas reklāmā piedāvātie laimesti – tādi, kas paši par sevi ir 20% apmērā no kredīta pamatsummas, kas pirmreizēja kredīta gadījumā arī nosedz šo pamatsummas daļu. Tādējādi saskaņotā reklāma, salīdzinājumā ar strīdus Loterijas reklāmu, apgabaltiesas ieskatā nevarēja atstāt tik lielu ietekmi uz patērētājiem kopumā, jo reklāmas adresātu skaits bija daudz lielāks – gan esošie, gan jaunie klienti. Turklāt esošie klienti šādā loterijā nokļūst nejaušības pēc, nevis reklāmas mudināti, noslēdz kredīta līgumu. Tādējādi 1000 laimesti to nozīmīguma ziņā nav salīdzināmi ar šajā lietā aplūkotajiem 250 laimestiem, kas attiecināmi uz vienā konkrētā mēnesī ņemtiem kredītiem noteiktā apjomā.

Pamatojoties uz minēto, Administratīvā apgabaltiesa noraida pieteicējas argumentu, ka saskaņotā reklāma par komisijas maksas dzēšanu laimesta gadījumā radīja pieteicējai tiesisko paļāvību, ka arī strīdus Loterijas reklāma būs tiesiska. Turklāt pamatotus argumentus tiesiskās paļāvības principa nepiemērojamībai šajā lietā savā spriedumā norādījusi arī pirmās instances tiesa (*sk. šā sprieduma [4.6]-[4.7] punktu*). Šiem argumentiem apgabaltiesa pievienojas saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 307.panta ceturto daļu (izņemot tiesas minētajam piemēram par zemes nomas līguma noslēgšanu –).

[12] Izvērtējot, vai pieteicējas komercprakse būtiski negatīvi ietekmēja vai varēja būtiski negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību, Administratīvā apgabaltiesa piekrīt pieteicējai, ka „vidusmēra patērētājs" šajā konkrētajā gadījumā ir pietiekami labi informēts, pietiekami vērīgs un piesardzīgs vidusmēra patērētājs, ņemot vērā sociālos, kultūras un valodas faktorus.

Tas norādīts arī Negodīgas komercprakses direktīvas preambulas 18.punktā. Tur norādīts, ka ir pareizi visus patērētājus aizsargāt pret negodīgu komercpraksi; taču kopš Direktīvas 84/450/EEK par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu stāšanās spēkā Tiesa, izskatot lietas, kas saistītas ar reklāmu, ir atzinusi par vajadzīgu pārbaudīt šīs prakses ietekmi uz iedomātu tipisko patērētāju. Saskaņā ar proporcionalitātes principu un lai dotu iespēju efektīvi piemērot aizsargpasākumus, kas paredzēti šajā direktīvā, tajā par atsauces lielumu izmantots pietiekami labi informēts, kā arī pietiekami vērīgs un piesardzīgs vidusmēra patērētājs, ņemot vērā sociālos, kultūras un valodas faktorus, kā to interpretējusi Tiesa. Tas izriet arī no Tiesas sprieduma lietā C-310/15 *Vincent Deroo-Blanquart* pret *Sony Europe Limited* 32.punkta, kurā norādīts, ka komercprakse var tikt uzskatīta par negodīgu Direktīvas 2005/29 5. panta 2. punkta izpratnē tikai tad, ja ir izpildīts dubults nosacījums, pirmkārt, tai ir jābūt pretrunā profesionālās rūpības prasībām un, otrkārt, attiecībā uz produktu būtiski jākropļo vai jāvar būtiski kropļot vidusmēra patērētāja saimniecisko rīcību (*sk. spriedumu, 2013. gada 19. decembris, Trento Sviluppo un Centrale Adriatica, C? 281/12, EU:C:2013:859, 28. punkts*). Šajā kontekstā ir jāatgādina, ka saskaņā ar šīs direktīvas preambulas 18. apsvērumu novērtējuma kritērijs ir pietiekami labi informēts, kā arī pietiekami vērīgs un piesardzīgs vidusmēra patērētājs, ievērojot sociālos, kultūras un valodas faktorus.

Administratīvā apgabaltiesa piekrīt pieteicējai tajā ziņā, ka Loterijas reklāma nav bijusi adresēta jutīgām patērētāju grupām vai kādai ekskluzīvai patērētāju grupai, bet gan tādiem patērētājiem, kuri vispārīgi var aizņemties. Lietā nav strīda par to, ka pieteicēja neizsniedz kredītu personām, kurām jau ir parādi vai kurām varētu būt grūtības atmaksāt aizdevumu, kā arī lietā nav strīda par to, ka pieteicējas interneta vietnē vispārīgi var iegūt informāciju par kredīta nosacījumiem. Tomēr apgabaltiesa jau atzina, ka Loterijas reklāma ir tāda, kas mudina aizņemties, aizņemties ierobežotā laikā, aizņemties noteiktā apjomā, lai iegūtu bonusu. Apgabaltiesa atzīst, ka šajā konkrētajā gadījumā arī vērīgam patērētājam, ieraugot internetā, televīzijā vai izdzirdot radio pieteicējas reklāmu, būtu jāveic papildus darbības, jāiegūst papildus informācija, lai pārbaudītu savas iespējas laimēt Loterijā un pēc tam pieņemtu uz šo informāciju balstītu lēmumu par to, vai slēgt kreditēšanas līgumu, slēgt to uz noteiktiem nosacījumiem, vai arī atturēties no tā. PTAC Lēmumā arī pamatoti norādījis atsauci uz Tiesas 2013.gada 19.decembra spriedumu lietā C-281/12. Šajā sprieduma 36.punktā Tiesa ir norādījusi, ka no paša Direktīvas 2005/29 2.panta „k" punkta teksta izriet, ka jēdziens „lēmums veikt darījumu" ir definēts plaši. Atbilstoši šīs normas terminoloģijai lēmums veikt darījumu ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu. Šis jēdziens tātad ietver ne tikai lēmumu iegādāties vai neiegādāties preci, bet arī tieši saistītu lēmumu ar šo, proti, ieiet veikalā.

Tas, ka pirmās instances tiesa atsaukusies uz Negodīgas komercprakses direktīvas 5.panta 3.punktu un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 8.pantu, nenozīmē, ka tiesas secinājumi ir nepareizi. Proti, tiesa norādījusi, ka daļa no patērētāju grupas, kas varētu atsaukties uz Loterijas reklāmu, var būt minētajās normās pieminētā jūtīgā patērētāju grupa, nevis ka vidusmēra patērētājs kopumā ir raksturojams kā šāds lētticīgs un jūtīgas grupas patērētājs. Nav izslēgts, ka arī šādas grupas patērētāji apsvēra iespēju atsaukties uz Loterijas reklāmu un apsvērt iespēju ņemt kredītu.

Pamatojoties uz minēto, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka Loterijas reklāma varēja būtiski negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību. Vērā ņemams arī tas, ka Loterijas reklāma tika izplatīta gan televīzijā, gan radio, gan interneta vietnē YouTube, Draugiem.lv. www.smscredit.lv, smscredit sociālie tīkli, mikroautobusos Rīgā, inbox.lv e-pastā, laikrakstā „Diena", kā ziņu vēstules 172 560 saņēmējiem (*sk. arī lietas 46.lapu*). Tādējādi Loterijas reklāma sasniedza ļoti plašu patērētāju loku.

[13] Tā kā ir konstatēti abi Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 1.punktā minētie kritēriji,

secināms, ka pieteicēja laikā no 2015.gada 1.novembra līdz 30.novembrim pieļāva negodīgu, profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta astotās daļas 5.punktā ir noteikta uzraudzības iestādes rīcība pārkāpuma konstatēšanas gadījumā. Proti, ja uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem:

1) nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām;

2) nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi;

3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama;

4) nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraksei atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norādīta labotā informācija, atsaucot negodīgo komercpraksi;

5) uzliek naudas sodu šā likuma $15.^2$ pantā noteiktajā kārtībā;

6) nosaka par labas prakses kodeksu atbildīgajai personai pienākumu izdarīt labojumus kodeksā, lai novērstu negodīgu komercpraksi.

Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka PTAC piemērotais minētās normas 5.punkts ir visatbilstošākais šajā konkrētajā gadījumā, jo pieteicējas komercprakse tās konstatēšanas gadījumā bija pabeigta.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma $15.^2$ panta pirmajā daļā ir noteikts, ka 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. Saskaņā ar šā panta otro daļu uzraudzības iestāde, pieņemot lēmumu par soda naudas uzlikšanu un tās apmēru, ņem vērā šādus apstākļus, kā arī izvērtē, vai pastāv šādi nosacījumi:

1) pieļautā pārkāpuma raksturs un ilgums, pārkāpuma radītā ietekme (zaudējumi patērētājiem), pārkāpuma izdarīšanas apstākļi, pārkāpēja loma pārkāpumā un pārkāpuma apjoms;

2) komercprakses īstenotājs līdz lēmuma pieņemšanas dienai ir atlīdzinājis vai sācis atlīdzināt patērētājiem nodarītos zaudējumus;

3) pārkāpums pārtraukts pēc komercprakses īstenotāja iniciatīvas;

4) komercprakses īstenotājs negodīgas komercprakses aizlieguma pārkāpumu izdarījis atkārtoti pēdējo divu gadu laikā, un tas konstatēts ar Uzraudzības iestādes lēmumu vai rakstveida apņemšanos;

5) komercprakses īstenotājs nav izpildījis rakstveida apņemšanos;

6) komercprakses īstenotājs ir kavējis lietas izskatīšanu vai slēpis izdarīto pārkāpumu.

Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka PTAC piemērojis pieteicējai soda naudu 8000 *euro* apmērā atbilstoši minētajām tiesību normām. Proti, PTAC ir ņēmis vērā īstenotās komercprakses raksturu un apstākļus (konstatētā pārkāpuma rezultātā varēja tikt būtiski aizskartas patērētāju intereses), tostarp reklāmu izplatīšanas apjomu, to, ka pieteicēja ir izteikusi gatavību neorganizēt pakalpojumu loterijas, kuru laimests pārsniedz komisijas maksu par izsniegto kredītu, kā arī to, ka reklāmas jau ir izplatītas un pārkāpuma sekas ir iestājušās, ka pieteicēja neatzīst savu pārkāpumu un piemērojis naudas sodu 0,019% apmērā no pieteicējas 2014.gada neto apgrozījuma (41 257 033 *euro*). Administratīvā apgabaltiesa uzskata, ka šāds sods pat ir ļoti saudzējošs, ņemot vērā tā procentuālo attiecību pret tiesību normā pieļauto maksimālo sodu procentos, kas ir 10%.

[14] 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 A/S „4finance" pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 30.jūnija lēmuma Nr.18-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