Lietas arhīva Nr. A42-00411-24/45
ECLI:LV:ADRJRIT:2024:0131.A420188523.6.S

SPRIEDUMS
Latvijas tautas vārdā

Valmierā 2024.gada 31.janvārī

Administratīvā rajona tiesa šādā sastāvā:
tiesnesis G.Ploriņš,

piedaloties pieteicējas sabiedrības ar ierobežotu atbildību /Nosaukums A/ pārstāvjiem /pers. A/ un /pers. B/,
atbildētājas Latvijas Republikas pusē pieaicinātās iestādes Patērētāju tiesību aizsardzības centra pārstāvjiem /pers. C/ un /pers. D/,

atklātā tiesas sēdē izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta pēc sabiedrības ar ierobežotu atbildību /Nosaukums A/ pieteikuma par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2023.gada 9.jūnija lēmuma Nr.11-pk atcelšanu.

Aprakstošā daļa

[1] Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – centrs), ņemot vērā saņemtās patērētāju sūdzības un pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – Likums) 15.panta pirmās daļas 1.punktu, veica sabiedrības ar ierobežotu atbildību /Nosaukums B/, bet pēc šī komersanta reorganizācijas un pievienošanas pieteicējai sabiedrībai ar ierobežotu atbildību /Nosaukums A/ arī pieteicējas īstenotās komercprakses izvērtēšanu.

Ar centra 2023.gada 9.jūnija lēmumu Nr.11-pk (turpmāk – lēmums) nolemts pieteicējai: 1) noteikt pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgas komercprakses īstenošanu, kuras ietvaros saistībā ar pieteicējas sniegtajiem pakalpojumiem un tehniskajiem risinājumiem patērētājiem tiek pieprasīta maksa par nepasūtītiem pakalpojumiem; pakalpojumu reklamēšanai, līguma noslēgšanai un apmaksai tiek izmantoti negodīgi komerciālie un tehnoloģiskie risinājumi („maldinošie modeļi"), kuri liedz vai mazina patērētāju iespējas apzināties pakalpojumu reklāmas un līguma noslēgšanas faktu un sekas; patērētājiem tiek noklusēta un pastāvīgā informācijas nesējā netiek izsniegta normatīvajos aktos un līgumā paredzētā pirmslīguma informācija un distances līguma noteikumi; netiek nodrošināta patērētāju tiesībām un interesēm atbilstoša un efektīva sūdzību risināšana; 2) aizliegt paredzamu negodīgu komercpraksi, kuras ietvaros saistībā ar pieteicējas sniegtajiem pakalpojumiem un tehniskajiem risinājumiem patērētājiem tiek pieprasīta maksa par nepasūtītiem pakalpojumiem; pakalpojumu reklamēšanai, līguma noslēgšanai un apmaksai tiek izmantoti negodīgi komerciālie un tehnoloģiskie risinājumi („maldinošie modeļi"), kuri liedz vai mazina patērētāju iespējas apzināties pakalpojumu reklāmas un līguma noslēgšanas faktu un sekas; patērētājiem tiek noklusēta un pastāvīgā informācijas nesējā netiek izsniegta normatīvajos aktos un līgumā paredzētā pirmslīguma informācija un distances līguma noteikumi; netiek nodrošināta patērētāju tiesībām un interesēm atbilstoša un efektīva sūdzību risināšana; 3) uzlikt soda naudu 150 000 *euro* apmērā. Šāda lēmuma pamatā ir centra secinājums, ka pieteicējas īstenotā komercprakse, kuras ietvaros tā pieļauj patērētāju nepasūtītu pakalpojumu pieslēgšanu un pieprasa to abonēšanas apmaksu, nenodrošina distances tirdzniecības prasības un atbilstošu patērētāju sūdzību izskatīšanu, ir atzīstama par negodīgu komercpraksi. Savukārt uzliktā naudas soda apmērs pamatots ar centra secinājumu, ka pieteicējas pieļautais pārkāpums ir vērtējams kā sevišķi smags patērētāju kolektīvo interešu pārkāpums.

[2] Nepiekrītot lēmumam, pieteicēja vērsās Administratīvajā rajona tiesā ar pieteikumu par tā atcelšanu, norādot sekojošus argumentus.

[2.1] Centrs nepamatoti plaši interpretē jēdzienu „negodīgās komercprakses īstenotājs" attiecinot to uz pieteicēju un tās veikto komercdarbību, norādot, ka tā atbilst negodīgās komercprakses pazīmēm. Lēmumā ir aprakstīts sekojošs pakalpojumu sniegšanas modelis, kuru realizē pieteicēja. No vienas puses tai ir noslēgti līgumi ar Baltijas valsts mobilajiem operatoriem (/Nosaukums C/, /Nosaukums D/, /Nosaukums E/ u.c.), bet no otras puses – līgumi ar uzņēmējiem, kas piedāvā savu preci vai pakalpojumus (turpmāk – uzņēmēji) telefonu numuru lietotājiem (turpmāk – patērētāji). Līgumi vai cita veida vienošanās ar patērētājiem pieteicējai nav noslēgti, tā nereklamē un nepārdod preci patērētājam. Pieteicējas uzdevums ir no tehniskās puses ar SMS palīdzību nodrošināt iespēju uzņēmējam saņemt naudu par tā sniegto pakalpojumu un/vai preci no patērētāja. Saimnieciskās darbības modelī ir iesaistītas trīs personas – pieteicēja, uzņēmēji un mobilie operatori. Uzņēmēju rīcībā ir resurss (avīze, žurnāls, mājaslapa, izklaides portāls, aplikācija, reklāmas baneris u.c.), ko izmanto patērētājs, un kuru izmantojot, patērētājam ir iespējams iegādāties maksas pakalpojumu vai preci. Pakalpojuma un/vai preces pasūtīšana var būt nodrošināta vismaz divos veidos: 1) *PIN-FLOW* modelis, kad patērētājs ievada savu telefona numuru uzņēmēja resursā, ar mērķi iegādāties preci un/vai pakalpojumu. Pēc numura ievadīšanas pieteicēja ģenerē unikālo PIN kodu un nosūta to uz patērētāja norādīto telefona numuru. Saņemto PIN kodu patērētājs ievada uzņēmēja resursā, ar ko apstiprina savas tiesības izmantot iepriekš ievadīto telefona numuru un izsaka savu piekrišanu pakalpojuma un/vai preces iegādei. Pēc visu iepriekš minēto patērētāja darbību pabeigšanas no tā tiek iekasēta nauda par iegādāto preci un/vai pakalpojumu un patērētājam tiek nosūtīta SMS ar informāciju par iegādāto preci un/vai pakalpojumu, tās cenu un atteikšanas nosacījumiem (abonēšanas tipa pakalpojumiem); 2) Patērētājam nosūtot uzņēmēja piedāvāto unikālo SMS tekstu uz pieteicējas rīcībā esošo numuru (īsais kods), pretī saņemot SMS ar apstiprinājumu par pakalpojuma un/vai preces apmaksu.

[2.2] Pieteicēja vērš tiesas uzmanību uz apstākli, ka uzņēmējam var piederēt ne tikai konkrēts resurss mājaslapas vai aplikācijas veidā, bet arī reklāmas baneris, kas tiek novietots iepriekš nevienam nezināmā resursā – mājaslapā vai aplikācijā. Proti, bieži vien uzņēmējs sagatavo reklāmas baneri, ievieto to *Google Adsense* vai līdzīgā programmā, kura tālāk, ņemot vērā programmā iestrādāto algoritmu, izlemj kādā resursā izvietot uzņēmēja reklāmas baneri. Savukārt par reklāmas banera izvietošanas vietu un reklāmas banera formu un izmēru atbild tieši resursa īpašnieks, kas nav ne pieteicēja, ne uzņēmējs, ne arī *Google Adsense* (vai līdzīga programma), bet ir cita persona (fiziskā vai juridiskā persona), kura, reģistrējoties *Google Adsense* (vai līdzīgā programmā), piedāvā *Google Adsense* (vai līdzīgas programmas) lietotājiem novietot konkrētajā vietā reklāmas banerus. Tādējādi

uzņēmējam ir iespēja izvietot savu reklāmas baneri vienā brīdī tūkstošos resursos. Mobilajiem operatoriem ir noslēgti līgumi ar patērētājiem un, pamatojoties uz noslēgtajiem līgumiem, tie izraksta rēķinus patērētājiem par sniegtajiem pakalpojumiem, kas ietver sevī arī maksājumus par patērētāja no uzņēmēja pasūtīto pakalpojumu un/vai preci caur uzņēmēja rīcībā esošo resursu. Svarīgi atzīmēt, ka mobilais operators uzglabā visus datus un ir spējīgs apstiprināt visus datus par patērētāja nosūtītajām un saņemtajām īsziņām. Rezultātā mobilais operators, saņemot naudu no patērētāja par uzņēmēja patērētājam pārdoto preci un/vai pakalpojumu, pārskaita naudu pieteicējai, ieturot komisiju par sniegto pakalpojumu pieteicējai, savukārt pieteicēja, ieturot komisiju par uzņēmējam sniegto pakalpojumu, pārskaita tam atlikušo naudu par to pakalpojumu un/vai preci, ko uzņēmējs ir pārdevis patērētājam. Minētais pieteicējas piedāvātais tehniskais risinājums ir viens no vairākiem, ko tā piedāvā, un apgrozījuma ziņā tas sastāda nelielu daļu no kopējā apgrozījuma.

[2.3] Pieteicējas darbības modeli ir iespējams salīdzināt ar pakalpojumiem, kas saistīti ar karšu maksājumu pieņemšanu internetā. Proti, pērkot preci internetā ar bankas kartes palīdzību, patērētājiem ir jāievada bankas kartes dati (vārds, uzvārds, kartes numurs un CVC kods) atsevišķās ailēs, atsevišķā mājaslapā, kura nepieder bankai un/vai uzņēmējam, caur kura portālu patērētājs pērk preci. Mājaslapa, kurā notiek bankas kartes datu pieņemšana, maksājuma pakalpojuma sniedzējs ir juridiskā persona, kurai ir noslēgts līgums ar banku no vienas puses, un uzņēmēju, no kuram piederošā interneta portāla patērētājs pērk preci, no otras puses. Ar līgumu maksājuma pakalpojuma sniedzējs uzņemas nodrošināt tehnisko iespēju uzņēmējam saņemt naudu no patērētāja par nopirkto preci. Maksājuma pakalpojuma sniedzējs neslēdz līgumus ar patērētājiem, neatbild par uzņēmējam piederošā interneta portāla saturu, nereklamē uzņēmēja pārdoto preci un nepārdod to patērētājam. Tāpat pieteicējas sniegto pakalpojumu ir iespējams salīdzināt ar *Visa* un *Mastercard* darbības modeli. *Visa* un *Mastercard* ir noslēgti līgumi ar bankām, kas paredz *Visa* un *Mastercard* pienākumu ar karšu palīdzību nodrošināt iespēju patērētājiem rīkoties ar naudu (izņemt, iemaksāt skaidru naudu, veikt maksājumus), par ko tiek saņemta atlīdzība 0,5-5% apmērā no pirkuma summas. *Visa* un *Mastercard* neslēdz līgumus ar patērētājiem, neatbild par to preci, ko ar *Visa* un *Mastercard* kartes palīdzību pērk patērētājs, kā arī nav iesaistīti preces pārdošanā un reklamēšanā.

[2.4] Uzņēmēju saimnieciskās darbības nodrošināšanā piedalās vairākas citas organizācijas, uz kurām pēc lēmumā norādītajiem argumentiem ir attiecināms jēdziens „negodīgās komercprakses īstenotājs", bet kuras nebija nekādā veidā iesaistītas lietas izskatīšanas procesā, proti, domēnu .lv, .com, .eu u.c. reģistra un elektroniskās numurēšanas sistēmas turētāji, kas pārdeva uzņēmumiem domēna vārdus, tādējādi dodot iespēju realizēt negodīgu komercpraksi (piemēram /interneta vietne/, /interneta vietne/ u.c.); hostinga pakalpojumu sniedzējus, kas nodrošināja tehnisko iespēju uzņēmējiem uzglabāt visus ar to rīcībā esošajiem resursiem saistītus datus, tai skaitā, banerus, mājaslapas, e-pasta adreses u.c.; ārvalstu kompānijas - */Nosaukums F/, /Nosaukums G/, /Nosaukums H/* (*/Nosaukums I/, /Nosaukums J/* u.c.), kā platformas, ar kuru piedāvāto tehnisko rīku palīdzību uzņēmēji nodrošināja savu sniegto pakalpojumu izplatīšanu un reklamēšanu patērētājiem; Latvijā mobilie operatori (/Nosaukums D/, /Nosaukums C/, /Nosaukums E/), kas nodrošināja iespēju patērētājiem saņemt un nosūtīt īsziņas; pārlūkprogrammu *Chrome, Firefox, Safari, Microsoft Edge*, īpašniekus un izplatītājus par to, ka nodrošināja tehnisko iespēju patērētājiem apmeklēt uzņēmēju izveidotos portālus un banerus; */Nosaukums K/, /Nosaukums L/, /Nosaukums M/, /Nosaukums N/* un citi mobilo telefonu un datoru ražotāji, kā arī to izplatītāji, kas nodrošināja tehnisko iespēju patērētājiem iestatīt mobilā telefona konfigurācijas pēc tāda principa, ka visi PIN kodi visos portālos tiek ievadīti automātiski, bez patērētāju tiešās līdzdalības; finanšu pakalpojumu sniedzējus (*/Nosaukums O/, /Nosaukums P/,* /Nosaukums Q/ u.c.), kas nodrošina tehnisko iespēju saņemt naudu no patērētājiem negodīgās komercprakses realizēšanas rezultātā; Latvijas Republikas valsts iestādes: 1) NEPLP par to, ka uzņēmēju portāli netika nobloķēti un turpina strādāt līdz šim brīdim, 2) centrs par to, ka neiniciēja uzņēmēju portālu bloķēšanu, kā arī par to, ka gandrīz visu 2022.gadu nereaģēja uz patērētāju sūdzībām.

[2.5] Uzņēmēju realizētās komercprakses īstenošanā ir iesaistītas vairākas organizācijas, kuru īpašumā vai lietošanā, līdzīgi kā pieteicējai, ir dažāda veida tehniskie risinājumi, kuru izmantošana ir pieprasīta un vairumā gadījumos nav saistīta ar negodīgo komercpraksi un Likuma pārkāpumiem. Ir pilnīgi absurdi sodīt pieteicēju par to, ka tās tehniskos risinājumus izmanto negodīgi un pretēji Likumam. No saimnieciskās darbības modeļa, kas aprakstīta iepriekš, skaidri un nepārprotami izriet, ka pakalpojumus un preces patērētājiem pārdod uzņēmējs. Uzņēmējs izvēlas kādu pakalpojumu un preci pārdot patērētājam, nosaka pakalpojuma un preces cenu, kā arī izvēlas reklamēšanas metodes, sadarbības partneri, kurš nodrošinās īsziņu nosūtīšanu un pieņemšanu no patērētājiem, kurš nodrošinās ar domēna vārdu, kurš nodrošinās hostinga pakalpojumus u.c. Pieteicēja nevar būt atbildīga par cita uzņēmēja rīcību.

[2.6] Centrs apzināti organizēja procesu tieši pret pieteicēju kā vismazāk aizsargāto personu starp tiem komersantiem, kas tiešā vai netiešā veidā bija saistīti ar uzņēmēju sniegtajiem pakalpojumiem. Papildu tam norādāms, ka centra veiktās uzņēmēju resursu pārbaudes ir acīmredzami subjektīvas un neliecina par negodīgās komercprakses realizēšanu. Pieteicējai nebija pilnvērtīgas iespējas iesniegt visus pierādījumus, kas saistīti ar izskatāmiem apstākļiem, ar mērķi nodrošināt objektīvu lietas izskatīšanu. Nebija arī iespējas pārbaudīt un atspēkot centra izteiktos argumentus par patērētāju pasūtītajiem pakalpojumiem, jo visa informācija par pašu pakalpojumu un tā būtību, tai skaitā informācija par tehniskajiem risinājumiem, kas ir saistīti ar pakalpojuma reklamēšanu, ir pieejama tikai un vienīgi uzņēmējiem, savukārt reklāmas piemēri, kas ir minēti lēmumā, vairs nav pieejami.

[2.7] Nosakot sodu, centrs neņēma vērā vairākus būtiskus apstākļus, tai skaitā arī tos, kas ir uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem. Pieteicēja nesaņēma naudu no patērētājiem par uzņēmēju sniegtajiem pakalpojumiem. Par pieteicējas sniegtajiem pakalpojumiem maksāja uzņēmējs uz noslēgtā līguma pamata. Neskatoties uz to, ka pieteicēja nepārdod un nepiedāvā patērētājiem iegādāties preci un/vai pakalpojumu, nolūkā nodrošināt saprotamu un taisnīgu uzņēmēja piedāvāto pakalpojumu un/vai preču iegādes procesu, pieteicēja pastāvīgi veic uzlabojumus piedāvātajā tehniskā rakstura pakalpojumā uzņēmējiem, kā arī pieteicēja pieliek saprātīgas pūles, lai pārbaudītu un kontrolētu uzņēmēja resursos pieejamās informācijas un materiālu pieejamību, kvalitāti un pilnīgumu, tādējādi nodrošinot, tai skaitā, bet ne tikai, ētisko normu ievērošanu uzņēmēja piedāvātajā pakalpojumā un/vai precē.

Pieteicēja pastāvīgi ieviesa metodes un paņēmienus, ar kuru palīdzību problēmas tika atrisinātas pilnīgi vai to skaits samazinājās. Tā pieteicēja nodrošināja īsziņu nosūtīšanu patērētājiem no dažādiem numuriem, lai patērētājam, kas izmanto *Android* operētājsistēmu, pieteicējas sūtītie SMS netiktu atzīmēti kā SPAM un patērētājs tos uzreiz varētu pamanīt. *Android* operētājsistēmai ir vairāki drošības uzstādījumi un sarežģīta konfigurācija, kuru ne pieteicēja, ne uzņēmējs, ne arī mobilais operators nav spējīgi būtiski ietekmēt. Svarīgi atzīmēt, ka patērētājam kā *Android* operētājsistēmas lietotājam ir iespējams pašam koriģēt operētājsistēmas iestatījumus un novērst iepriekš minētās problēmas. Tāpat pieteicēja regulāri pārbaudīja uzņēmēju piedāvātos pakalpojumus un preces un regulāri pārtrauca sadarbību ar tiem uzņēmējiem, kas, pieteicējas ieskatā, pārdeva šaubīgas preces un pakalpojumus. Ar lēmumā minēto /Nosaukums R/ un vairākiem citiem uzņēmējiem pieteicēja pēc pašas iniciatīvas pārtrauca darījuma attiecības 2022.gada beigās, pirms centra paziņojumu saņemšanas. Pieteicēja nodrošināja regulāru komunikāciju ar patērētājiem un informācijas sniegšanu par patērētāju interesējošiem jautājumiem, kas saistīti ar patērētāju nosūtītajām un saņemtajām īsziņām. Ja patērētājam nav pietiekami ar šādu informāciju, tad pieteicēja var pieprasīt papildu informāciju no uzņēmēja un nodrošināt tās nosūtīšanu patērētājam. Tāpat pieteicēja regulāri pēc patērētāju lūgumiem atmaksāja tiem naudas summas, kas saistītas ar pasūtīto pakalpojumu, ja patērētājs pasūtīja vienu pakalpojumu un uzreiz pēc pakalpojuma iegādes atteicās no nopirktā pakalpojuma. Pieteicēja vairākas reizes izteica piedāvājumus centram veikt arī citus uzlabojumus, kas saistīti ar tās sniegto pakalpojumu, ja tādi ir nepieciešami. Tomēr centrs pieteicējas piedāvājumus ignorēja.

[2.8] Lēmumā nav izvērtēta patērētāju rīcība un atbildības apjoms saistībā ar preču un pakalpojumu iegādi. Centrs nav iedziļinājies, vai patērētāju sūdzības ir pamatotas un atbilst patiesībai. Pieteicēja garantē, ka katrs patērētājs, kurš rezultātā ir iegādājies uzņēmēja piedāvāto pakalpojumu, ir saņēmis

īsziņu ar PIN kodu, apstiprinājumu par pakalpojuma iegādi un informāciju par iespēju atteikties no pasūtītā pakalpojuma. Turklāt tika sūtītas arī citas īsziņas par pasūtīto pakalpojumu visu pakalpojuma abonēšanas laiku. To saturs un informācija par nosūtīšanas un saņemšanas laiku ir pieejama ne tikai pieteicējai, bet arī mobilajiem operatoriem. Ļoti bieži patērētāji dzēš ar pasūtīto pakalpojumu un/vai preci saistītas SMS ar domu, ka par tiem nebūs jāmaksā. Vēršoties pie pieteicējas pēc konsultācijas sakarā ar veikto maksājumu par preci ar SMS palīdzību, patērētāji bieži vien atzīst, ka SMS dzēšanu uzskata par atteikšanos no pakalpojuma, neskatoties uz to, ka SMS satur izsmeļošu un skaidru informāciju par atteikuma tiesībām. Ja patērētājs apgalvo, ka SMS nav viņam sūtīta – pieteicēja ir spējīga nodrošināt patērētāju un citas domstarpību atrisināšanā iesaistītās personas ar precīzu datumu, laiku, SMS tekstu un sūtītāja vārdu – šos datus būs iespējams pārbaudīt pie patērētāja mobilā operatora un pārliecināties, ka tas ir apzināti piedalījies preces/pakalpojuma iegādes procesā un saņēmis visu nepieciešamo informāciju par to. Pieteicēja uzskata, ka vidusmēra patērētājs ir spējīgs iepazīties ar saņemtās īsziņas saturu par PIN kodu, atteikuma tiesībām un informāciju par maksas pakalpojuma pieslēgšanu, kā arī ir spējīgs atteikties no pakalpojuma, sekojot līdzi saņemtajā īsziņā norādītajām instrukcijām, ja pakalpojums tika pasūtīts nejauši vai tas neatbilst patērētāja vajadzībām.

[3] Centrs savā rakstveida paskaidrojumā (*lietas 15. – 19.lapa*) tiesai lūdz noraidīt pieteikumu sekojošu apsvērumu dēļ.

[3.1] Līguma vai cita veida vienošanās ar patērētājiem noslēgšanas fakts (fakts par to, kādu pušu starpā ir noslēgts līgums) nav vienīgais un noteicošais kritērijs, lai atzītu, ka attiecīgā persona ir komercprakses īstenotājs Likuma izpratnē, uz kuru attiecas tajā ietvertais negodīgas komercprakses īstenošanas aizliegums. Tāpat arī apstāklis, ka pieteicēja pati nereklamē preci (konkrētajā gadījumā pakalpojumu) patērētājiem, pats par sevi nav pietiekams pamats, lai uzskatītu, ka tā nav komercprakses īstenotājs. Jēdziens „komercprakses īstenotājs", interpretējot to kopsakarā ar jēdzienu „komercprakse", ir attiecināms uz jebkuru personu, kuras darbība ir saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces pārdošanu, pakalpojuma sniegšanu patērētājam vai digitālā satura vai digitālo pakalpojumu piegādāšanu.

Konkrētajā gadījumā pieteicēja nepārprotami ir saistīta ar lēmumā minēto pakalpojumu sniegšanu patērētājiem. Proti, ir aktīvi iesaistīta lēmumā minētās komercprakses īstenošanā, tai skaitā var ietekmēt un kontrolēt pakalpojuma pieslēgšanas un piedāvāšanas procesu. Pieteicējas īstenotais saimnieciskās darbības veids un biznesa modelis ir tiešā veidā saistīts ar pakalpojumu sniegšanu patērētājiem un bez pieteicējas iesaistīšanās un līdzdalības attiecīgo pakalpojumu pasūtīšana (distances līgumu noslēgšana) un abonēšanas maksas saņemšana no patērētājiem nebūtu iespējama. Pieteicēja ir tirgus dalībniece, kas savas profesionālās darbības ietvaros izvēlas sadarbības partnerus un saistībā ar tās izstrādātajiem tehniskajiem risinājumiem slēdz ar tiem sadarbības līgumus, to ietvaros darbojoties kā līguma puse, kura saņem no patērētājiem abonēšanas pakalpojuma maksu, ar mobilo sakaru operatoriem slēdz līgumus par attiecīgās numerācijas resursu izmantošanu un maksājumu saņemšanu, kā arī aktīvi iesaistās sūdzību risināšanā par šīs maksas pamatotību (tai skaitā, noraidot patērētāju iebildumus un viņu prasījumus). Pieteicējas profesionālās rūpības ietvaros ietilpst pienākums vērtēt to, kādā veidā tiek izmantoti tās pakalpojumi un tehniskie risinājumi attiecīgo sadarbības partneru saimnieciskajā darbībā, it īpaši, ja saistībā ar tiem ir saņemts liels skaits patērētāju sūdzību. Pieteicējai ir pienākums nepieļaut viņas pakalpojumu izmantošanu tādas negodīgas komercprakses īstenošanā, kāda ir konstatēta lēmumā. Līdz ar to centrs uzskata, ka pieteicējai bija pienākums aktīvi rīkoties, izvērtēt un pieņemt lēmumus par to, ar kuriem sadarbības partneriem sadarboties, kādus nosacījumus attiecībā uz izstrādāto risinājumu izmantošanu piemērot, kurš no sadarbības partneru pakalpojumiem ir patērētāju interesēm atbilstošs, kādā veidā pakalpojumu reklāma un abonēšanas līgumu noslēgšana būtu uzskatāma par atbilstošu normatīvo aktu un godīgas tirgus prakses prasībām. Tomēr, neskatoties uz iepriekš minēto, pieteicēja pieļāva un arī atbalstīja konkrētās negodīgās komercprakses īstenošanu, kā rezultātā tika radīts būtisks aizskārums daudzu patērētāju interesēm.

[3.2] Konkrētajā situācijā nav pamatoti pieteicējas darbības modeli pielīdzināt pakalpojumiem, kas saistīti ar karšu maksājumu pieņemšanu internetā vai *Visa* un *Mastercard* darbības modeli, jo šādam salīdzinājumam attiecībā uz lēmuma norādīto praksi, pakalpojumiem un tehniskajiem risinājumiem, nav pamata. Atšķirībā no patērētāja rīcības, pašam izvēloties konkrētu preci vai pakalpojumu, izsverot tā nepieciešamību un pieņemot savām interesēm atbilstošu lēmumu, tostarp par karšu maksājumu pakalpojumu veikšanu, pieteicējas un viņas sadarbības pakalpojumi tiek pieslēgti, patērētājam to neapzinoties, kā arī minētie maksājumu pakalpojumi pēc būtības nav pielīdzināmi tam biznesa modelim, kura ietvaros tiek īstenota lēmumā par negodīgu atzītā komercprakse. Atšķirībā no maksājumu karšu pakalpojumiem, kuru aprite ir reglamentēta normatīvajos aktos un maksājumu sistēmu noteikumos un kuri ir izmantojami kā plaši pielietojams un universāls norēķināšanās līdzeklis, lēmumā norādīto pieteicējas un viņas sadarbības partneru pakalpojumu sistēma ir šo personu izstrādāts rīks, kurš nodrošina pieteicējai un viņa sadarbības partneriem ieņēmumus, radot aizskārumu daudziem patērētājiem un neuzņemoties par to atbildību.

Tas, ka lēmumā konstatētās komercprakses īstenošanā ir iesaistītas vairākas personas, nekādā veidā nemaina faktu, ka arī pieteicēja ir komercprakses īstenotāja, neatbrīvo to no atbildības par lēmumā konstatēto nelikumīgi īstenoto komercpraksi. Turklāt, tā kā konkrētā komercprakses uzraudzības lieta, kurā tika pieņemts lēmums, tika uzsākta pret pieteicēju un tās ietvaros tika vērtēta un atzīta par negodīgu tieši tās īstenotā komercprakse. Pieteicējas izteiktie argumenti saistībā ar to, ka tās sadarbības partneru saimnieciskās darbības nodrošināšanā piedalās vairākas citas organizācijas, uz kurām ir attiecināms komercprakses īstenotāja jēdziens, izskatāmajā lietā neatbrīvo to no atbildības par tās rīcību konkrētās negodīgās komercprakses kontekstā. Papildu tam norādāms, ka, lai personu atzītu par komercprakses īstenotāju Likuma 1.panta pirmās daļas 1.punkta izpratnē, nav izšķirošas nozīmes tam, cik procentus no patērētāju pasūtītā pakalpojuma vērtības saņem pieteicēja un cik tās sadarbības partneri, jo saskaņā ar Likuma mērķi un komercprakses īstenotāja definīciju noteicošais kritērijs ir tas, vai personas īstenotā darbība ir saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu, pakalpojuma sniegšanu patērētājam vai digitālā satura vai digitālo pakalpojumu piegādāšanu un vai tā ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību. Tādējādi pieteicēja ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju.

Turklāt centram adresētajā pieteicējas 2023.gada 26.jūnija vēstulē ietvertais lūgums samazināt ar lēmumu piemēroto naudas sodu līdz 15 000 *euro* un pieteicējas apņemšanās to samaksāt trīs darba dienu laikā būtībā apliecina to, ka pieteicēja atzīst sevi par lēmumā konstatētās komercprakses īstenotāju, kura ir atbildīga par negodīgi īstenoto komercpraksi.

[3.3] Administratīvā lieta pret pieteicēju uzsākta, ņemot vērā ļoti lielu patērētāju sūdzību skaitu, patērētājiem radītos riskus un aizskārumu. Lēmums kā konkrētās administratīvas lietas rezultāts pieņemts, jo tas bija būtisks un nepieciešams daudzu patērētāju ekonomisko interešu aizsardzībai un pieteicēja bija atbildīga par lēmumā konstatētās negodīgās komercprakses īstenošanu. Nav pamatoti pieteicējas iebildumi par to, ka tai nebija pilnvērtīgas iespējas iesniegt visus pierādījumus, kas saistīti ar lietā izskatāmajiem apstākļiem, ar mērķi nodrošināt objektīvu lietas izskatīšanu, jo pieteicēja tika informēta un tai bija zināms par to, ka centrs ir uzsācis administratīvo lietu par pieteicējas īstenoto komercpraksi, par ko izskatāmajā lietā strīds arī nepastāv. Tādējādi visā lietas izskatīšanas gaitā pieteicēja nebija kavēta un tai nepastāvēja nekādi šķēršļi iesniegt centram pierādījumus, kas pieteicējas ieskatā bija nepieciešami objektīvai lietas apstākļu izvērtēšanai. Centrs nepiekrīt pieteicējas iebildumiem par to, ka tai nebija iespējas pārbaudīt un atspēkot centra izteiktos argumentus par patērētāju pasūtītajiem pakalpojumiem, jo visa informācija par pašu pakalpojumu un tā būtību, tai skaitā informācija par tehniskajiem risinājumiem, kas ir saistīti ar pakalpojuma reklamēšanu, ir pieejama tikai un vienīgi uzņēmējiem, savukārt reklāmas piemēri, kas ir minēti lēmumā, vairs nav pieejami. Lēmums pieņemts, ņemot vērā pieteicējas lomu konkrētajā saimnieciskās darbības modelī, piedāvāto pakalpojumu reklamēšanas veidu un brīdi, kā arī reklāmā iekļautās un noklusētās informācijas par pakalpojumu pasniegšanas veidu, kā rezultātā patērētāji neapzinājās līguma noslēgšanas faktu un pakalpojumu abonēšanas maksas piemērošanas un zaudējumu sekas, un distances līgumu par pakalpojumu abonēšanu noslēgšana notika, manipulējot ar patērētāju uzmanību. Proti, lēmums pieņemts, balstoties uz to, ka pieteicēja aktīvi piedalījās

konkrētā biznesa modeļa realizēšanā, ka tās iespēju robežās bija kontrolēt un nepieļaut negodprātīgu pakalpojumu izmantošanu, kā arī, ņemot vērā faktus, kas attiecas uz patērētāju interesēm neatbilstošas reklāmas izmantošanu, maksājumu pieprasīšanu par patērētāju nepasūtītiem pakalpojumiem un ar tiem saistītiem patērētājiem radītiem zaudējumiem un citu apgrūtinājumu.

[3.4] Uz pieteicējas gadījumu nav attiecināmi tās izteiktie iebildumi par to, ka līdzīgi reklāmas baneri kā lēmumā aprakstītie tiek izmantoti visos Latvijā populārākajos portālos (piemēram, /Nosaukums S/ ar tādu pašu baneri, izmantojot *Google Adsense*, reklamē savus pakalpojumus /interneta vietne/ un /Nosaukums T/ tiek reklamēts /interneta vietne/). Centrs norāda, ka /Nosaukums S/ polises un /Nosaukums T/ reklāmās pastāv vairākas būtiskas atšķirības no lēmumā aprakstītajiem pieteicējas sadarbības partneru piedāvāto pakalpojumu reklāmām. Pirmkārt, atšķirībā no lēmumā minētajām pieteicējas sadarbības partneru piedāvāto pakalpojumu reklāmām, /Nosaukums S/ un /Nosaukums T/ reklāmas ir skaidri nošķiramas no vietnes piedāvātajiem pakalpojumiem. Proti, patērētājiem, apmeklējot vietni /interneta vietne/, ir skaidri redzamas un saprotams, ka pieteikuma piemērā norādītais baneris nav vietnes /interneta vietne/ piedāvāto pakalpojumu reklāma, bet gan citu, ar vietnes /interneta vietne/ nesaistītu pakalpojumu (/Nosaukums S/ un /Nosaukums T/) reklāma. Izskatāmajā situācijā patērētājiem nebija nodrošināta iespēja skaidri atpazīt un nošķirt reklāmu, kas izmantota saistībā ar pieteicējas un viņas partneru pakalpojumiem, no patērētāja ierīces saskarnes lietojuma, ko patērētāji aktuāli izmantoja vai vēlējās izmantot. Piemēram, atrodoties lielveikalā pie kafijas automāta un mobilajā ierīcē skenējot QR kodu, patērētājs nevarētu iedomāties un apzināties to, ka viņa mobilajā ierīcē uzlecošā reklāma, kurai ir vizuāla līdzība vai kura varētu asociēties ar QR koda skenēšanas funkcionalitāti, kurā cita starpā nekas nav teikts par tās izmantošanu līguma noslēgšanai un to, kas vispār tiek reklamēts, radītu nepieciešamību par video satura par ēdienu reklāmām abonēšanu, un tādēļ patērētājs piekristu noslēgt attiecīgo distances līgumu. Lēmumā konstatētās negodīgās komercprakses efekts bija tieši pretējs tam, kā būtu jādarbojas godīgiem un patērētāju interesēm atbilstošiem biznesa modeļiem, jo patērētājs nedz apzinājās attiecīgo pakalpojumu pasūtīšanu, nedz tādējādi viņam tika veikta attiecīgo maksas pakalpojumu sniegšana, nedz arī iespējas apzināties, ka attiecīgie pakalpojumi ir izmantojami.

Pieteikumā iekļautā informācija neliecina, ka /Nosaukums S/ vai /Nosaukums T/ reklāma ietvert tādu tā saukto „maldinošo modeļu" (*Dark Patterns*) izmantošanu pret patērētājiem, kuru rezultātā lēmumā minēto pakalpojumu pieslēgšana tiek panākta, manipulējot ar patērētāju uzmanību. Piemēram, no pieteikumā ietvertajiem /Nosaukums S/ un /Nosaukums T/ reklāmas piemēriem nav secināms, ka reklāmas paziņojuma vizuālais noformējumus un tā pasniegšanas veids būtu ļoti līdzīgs pārējam attiecīgās interneta vides, kurā pakalpojuma reklāma tiek izplatīta, tas ir, vietnes /interneta vietne/ vai /interneta vietne/, saturam. Tā rezultātā pieteikumā minētajos piemēros, pretēji lēmumā minētajiem gadījumiem, /Nosaukums S/ un /Nosaukums T/ reklāma neiekļaujas vienotā un kopējā vietnes satura vizuālajā noformējumā, bet gan diezgan skaidri pievērš patērētāju uzmanību tam, ka tā ir reklāma, kuras priekšmets patērētājam ir skaidrs. Tāpat no pieteikumā iekļautās informācijas nav konstatējams, ka tajā minētajos piemēros /Nosaukums S/ un /Nosaukums T/ reklāmas ietvertu tādus pamudinošus paziņojumus kā, piemēram, pogas „sāciet lejupielādi", „atvērt" u.tml., kuru nospiežot faktiski jau tiek uzsākta pakalpojumu pasūtīšana, kā tas ir konstatēts lēmumā.

Neskatoties uz to, ka pakalpojumu pieslēgšanai ir nepieciešams veikt tādas darbības kā ievadīt tālruņa numuru un saņemto PIN kodu, lēmumā plaši aprakstīts un pamatots, kāpēc izskatāmajā gadījumā minēto darbību veikšana nav uzskatāma par pietiekošu un atbilstošu, lai konstatētu, ka patērētāji ir devuši skaidru un nepārprotamu piekrišanu pakalpojumu pieslēgšanai. Proti, lēmumā ir atspoguļots un pamatots, kāpēc konkrētajā gadījumā ir pamats uzskatīt, ka pakalpojumu pieslēgšana notiek, nesaņemot patērētāja pašrocīgi un nepārprotami sniegtu, patērētāja interesēm un izvēlei atbilstošu, kā arī uz pilnīgu un patiesu informāciju balstītu apstiprinājumu pakalpojuma abonēšanas līguma noslēgšanai. Turklāt papildus norādāms arī tas, ka vairākās patērētāju sūdzībās norādīts, ka patērētāji pieteicējai vai tās sadarbības partneriem pašrocīgi un apzināti nav devuši savu tālruņa numuru, uz kuru veikt saziņu par pakalpojuma abonēšanu, kā arī to, ka nav sūtījuši PIN kodus, kas nepieciešami pakalpojuma līguma noslēgšanai.

[3.5] Nav patiesa pieteikumā iekļautā informācija, ka pieteicēja nesaņēma naudu no patērētājiem par tā sadarbības partneru sniegtajiem pakalpojumiem, jo tā vairākkārt centram adresētajās vēstulēs ir norādījusi, ka rezultātā mobilais operators, saņemot naudu no abonenta par uzņēmēja abonentam pārdoto preci un/vai pakalpojumu, pārskaita naudu pieteicējai, ieturot komisiju par sniegto pakalpojumu pieteicējai, savukārt tā, ieturot komisiju par uzņēmējam sniegto pakalpojumu, pārskaita uzņēmējam atlikušo naudu par to pakalpojumu un/vai preci, ko tas ir pārdevis abonentam.

Savukārt darbības, ko pieteicēja ir veikusi, lai uzlabotu sniegto pakalpojumu kvalitāti, nav bijušas pietiekamas, lai novērstu un turpmāk nepieļautu lēmumā konstatētos pārkāpumus. Turklāt pieteikumā norādītie uzlabojumi pārsvarā ir vērsti uz darbībām, kas tiek īstenotas jau pēc pakalpojumu pieslēgšanas, nevis, lai novērstu nepasūtītu abonēšanas maksas pakalpojumu pieslēgšanu, un nodrošinātu, ka pakalpojuma pasūtīšana notiek, saņemot no patērētāja apzinātu, informētu un pašrocīgi sniegtu piekrišanu pakalpojuma pieslēgšanai, kas attiecīgi ir lēmumā konstatētā pārkāpuma būtība. Nav pamatots arī pieteicējas norādītais apgalvojums par to, ka tā nodrošināja regulāru komunikāciju ar patērētājiem, jo vairāki lēmumā minētie izvilkumi no patērētāju sūdzībām liecina par pretējo. Proti, liecina par to, ka pieteicēja nav sniegusi atbildi uz patērētāju pieteicējai iesniegtajām sūdzībām. Situācijā, kad patērētājs vēršas pie pieteicējas ar iebildumiem, ka tā nav pieslēgusi pakalpojumu un pakalpojuma pieslēgšanai nav vadījusi ne tālruņu numuru, ne arī PIN kodu, nav pietiekami, ka pieteicēja, sniedzot atbildi patērētājiem, atsaucas tikai uz tehniska rakstura informāciju. Pieteicējai ir jāspēj objektīvi izvērtēt pakalpojuma pasūtīšanas apstākļus un pierādīt, ka pirms līguma noslēgšanas patērētājs ir par pakalpojumu atbilstoši informēts, ka nepastāv situācija, kas rada šaubas par to, ka patērētāja darījuma gribas izteikums ir nepārprotams, apzināts un uz skaidru un pietiekošu informāciju balstīts. Šādus pierādījumus pieteicēja nav iesniegusi ne patērētāju sūdzību izskatīšanas ietvaros, ne arī centra uzsāktajā komercprakses uzraudzības lietā, kuras ietvaros ir pieņemts lēmums. Tāpat centrs konstatējis, ka pieteicēja, izskatot patērētāju sūdzības, sniedz vienveidīgas un formālas atbildes, neiedziļinoties patērētāju izteiktajos iebildumos, neizvērtējot un noraidot tos, atsakoties atmaksāt patērētājiem iekasēto naudu par nepasūtītu pakalpojumu pieslēgšanu.

Pieteicējai kā attiecīgās jomas profesionālei un personai, kas ir atbildīga par lēmumā minētās komercprakses īstenošu, neatkarīgi no uzraudzības iestādes izteiktajiem ierosinājumiem vai akcepta bija pienākums pēc savas iniciatīvas veikt nepieciešamos uzlabojumus, lai novērstu un turpmāk nepieļautu patērētāju tiesību pārkāpumu izdarīšanu. Neskatoties uz visām pieteicējas iecerēm veikt uzlabojumus, to praktiskās īstenošanas efekts, kas atbilstu patērētāju interesēm, līdz pat lēmuma pieņemšanai netika konstatēts, un par pieteicējas īstenoto komercpraksi ilgstoši un regulāri tika saņemts liels patērētāju sūdzību skaits.

[3.6] Tas vien, ka pieteicēja ir gatava iesniegt visu tās rīcībā esošo informāciju par patērētājiem nosūtītajām īsziņām, kā arī pieteicējas arguments, ka vidusmēra patērētājs ir spējīgs iepazīties ar saņemtās īsziņas saturu par PIN kodu, atteikuma tiesībām un informāciju par maksas pakalpojuma pieslēgšanu, kā arī ir spējīgs atteikties no pakalpojuma, sekojot līdzi saņemtajā īsziņā norādītajām instrukcijām, ja pakalpojums pasūtīts nejauši vai tas neatbilst patērētāja vajadzībām, nav pietiekams pamats, lai atzītu, ka lēmumā konstatētā un aprakstītā komercprakse ir godīga, kā arī lai uzskatītu, ka patērētāju iesniegtās sūdzības nav pamatotas. Lēmumā ir konstatēts un pamatots, ka pakalpojumu abonēšanas noslēgšana notiek, nesaņemot patērētāja pašrocīgi un nepārprotami sniegtu, patērētāja interesēm un izvēlei atbilstošu, kā arī uz pilnīgu un patiesu informāciju balstītu apstiprinājumu pakalpojuma abonēšanas līguma noslēgšanai. Turklāt atteikšanās no pieslēgtā pakalpojuma jau ir darbības, kas patērētājam ir jāveic pēc tam, kad tam jau pieslēgts nepasūtīts pakalpojums. Attiecīgi apstāklis, ka vidusmēra patērētājs ir spējīgs iepazīties ar īsziņas saturu un atteikties no pieslēgtā pakalpojuma, neatceļ un nemaina faktu, ka pakalpojuma pasūtīšana notiek, nesaņemot patērētāja informētu, apzinātu un pašrocīgi sniegtu piekrišanu. Turklāt, ņemot vērā attiecīgo abonēšanas pakalpojumu būtību un saturu, kā arī to piedāvāšanas un pasūtīšanas veidu, pamatoti var secināt, ka attiecīgais negodīgais biznesa jeb saimnieciskās darbības modelis nebūtu spējīgs nodrošināt pieteicējai un viņa sadarbības partneriem interesējošu ieņēmumu apmēru, ja patērētāji tiktu atbilstoši informēti par attiecīgajiem abonēšanas pakalpojumiem, viņu sniedzējiem, distances līguma noteikumiem, kā arī no patērētājiem tiktu pieprasīta

nepārprotama un pašrocīgi sniegta piekrišana šādu pakalpojumu abonēšanai.

Pienākums pierādīt īstenotās komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām gulstas uz komercprakses īstenotāju. Līdz ar to tieši pieteicējai konkrētajā administratīvajā lietā bija pienākums pierādīt to, ka, piedāvājot pakalpojumu patērētājiem, īstenota godīga komercprakse. Pieteicēja šādus pierādījums ne, izskatot patērētāju individuālās sūdzības, ne arī komercprakses uzraudzības lietas ietvaros nav iesniegusi. Tādējādi centrs atkārtoti uzsver, ka situācijās, kad patērētājs sūdzībās norāda, ka nav vadījis ne tālruņu numuru, ne arī PIN kodu, ka pakalpojuma pieslēgšana nav bijusi apzināta rīcība, ka pakalpojuma pieslēgšana nav bijusi nepieciešama, ka patērētājs nav devis piekrišanu pakalpojuma pasūtīšanai u.tml., par objektīviem un pietiekamiem pierādījumiem nav atzīstama pieteicējas vispārīga atsaukšanās uz tehniska rakstura informāciju.

[4] Savā papildu paskaidrojumā (*lietas 47. – 53.lapa*) pieteicēja norāda, ka tās saistība ar patērētāja iegādāto pakalpojumu nav lielāka un ciešāka par to saistību, kas pakalpojumam veidojas ar reklamēšanas platformu, telefona operētājsistēmas izstrādātājiem u.c. uzņēmējiem, kas netiešā veidā ir saistīti ar pakalpojuma nodrošināšanu patērētājam un nevar kontrolēt pakalpojuma saturu un būtību. Visciešākā saistība ar patērētāja iegādāto pakalpojumu veidojas uzņēmējam, kurš arī nosaka pakalpojuma būtību un ir atbildīgs par tā kvalitāti, tai skaitā par reklāmu, tās vizuālo noformējumu, informāciju resursā utt. Reklāmas tīklam un reklāmdevējam ir izdevīgi rādīt reklāmu savam apmeklētājam pēc iespējas vairākas reizes un saņemt no tiem klikšķus, jo no tā ir atkarīgs reklāmas devēja un reklāmas tīkla ienākumu apmērs. Tāpēc reklāmas devēji vietas reklāmai veido tā, lai saņemtu pēc iespējams vairāk klikšķu uz banera. Pieteicēja pieļauj iespēju, ka reklāmas devējs un reklāmas pasūtītājs veic saskaņotās darbības, lai saņemtu pēc iespējas vairāk klikšķu uz banera, tomēr jāatzīmē, ka klikšķis vien neizraisa maksas pakalpojuma iegādi. Visu patērētāja piesaistīšanas procesu (reklāmu) organizē trīs personas – reklāmas devējs, reklāmas tīkls un reklāmas pasūtītājs (uzņēmējs, ar kuru pieteicējai ir noslēgts sadarbības līgums). Reklāmas tīkls un reklāmas devējs ir finansiāli ieinteresēti piesaistīt patērētāju resursam, savukārt visas trīs personas ir arī ieinteresētas, lai reklāmas materiāls tiktu attēlots patērētājam un patērētājs noklikšķina uz reklāmas materiāla. Patērētāja rīcība – resursa apmeklēšana, klikšķināšana uz banera – tiešā veidā ietekmē reklāmas devēja, reklāmas tīkla un reklāmas pasūtītāja ienākumus. Pieteicēja nekādā veidā nepiedalās un iepriekš nepiedalījās, kā arī nevarēja zināt, kādas reklāmas aktivitātes veic tās klienti – reklāmas pasūtītāji un ar tiem saistītie reklāmas tīkli un reklāmas devēji. Reklāmas tirgus darbojas pēc sen izveidotiem noteikumiem, kurus noteica lielākās reklāmas platformas: */Nosaukums F/, /Nosaukums I/, /Nosaukums J/* u.c., un kurus pieteicēja nekādā veidā nav kompetenta ietekmēt. Arī Latvijā vietējie uzņēmumi izmanto dažāda veida reklāmas metodes, kurām varētu rasties pretenzijas no centra puses, tomēr tie nerodas, neskatoties uz to, ka tie zināmā mērā varētu būt pielīdzināmi izskatāmajā lietā izmantotajiem uzņēmēju piedāvāto pakalpojumu reklamēšanas metodēm. Latvijā un pasaulē tiek izmantotas vairākas reklamēšanas metodes un no lēmuma izriet, ka centrs nav apmierināts ar tiem.

Pieteicēja uzskata, ka tās komunikācija ar patērētājiem bija izskaidrojama un nepieciešama, pastāvot konkrētajiem lietas faktiskajiem apstākļiem, tai skaitā, naudas līdzekļu atgriešanas nodrošināšanai, savukārt centra secinājumu, ka pieteicējas komunikācija ar patērētājiem apliecina pieteicējas saistību ar uzņēmēju sniegtajiem pakalpojumiem, pieteicēja uzskata par nepamatotu. Turklāt norādāms, ka komunikācijas nodrošināšana ar patērētājiem ir viens no līgumu ar mobilajiem operatoriem noteikumiem, kuru pieteicējai kā līguma pusei bija jāpilda. Turklāt vērā ņemams apstāklis, ka šāda satura iesniegumi norāda uz to, ka patērētāji apzinās, ka pērk maksas pakalpojumus, apstiprina apstākli, ka pakalpojumus mēdz iegādāties bērni, kas izmanto vecāku telefonu, vai kuram ir pašam savs telefons, par kuru maksā vecāki.

Centrs, nezinot, kādas personas par kādām funkcijām atbild, nepamatoti attiecināja vairāku funkciju realizēšanu uz pieteicēju. Papildu tam centra piemēros tika pieļautas būtiskas kļūdas, kas radīja maldinošu priekšstatu par to, ka pieteicēja pārdeva patērētājiem piemēros minētos pakalpojumus, neskatoties uz to, ka reālie pakalpojumu pārdevēji ir noskaidrojami ar vai bez pieteicējas līdzdalības. Pieteicēja uzskata, ka patērētājs, ir sniedzis apzinātu un nepārprotamu piekrišanu iegādāties pakalpojumu, ievadot uzņēmēja resursā savu telefona numuru un saņemto PIN kodu.

Papildu pieteikumā minētajiem argumentiem par patērētāju negodprātīgumu, pieteicēja norāda, ka liela daļa no sūdzībām, kas saņemtas no patērētājiem, nav saistītas ar lēmumā ietverto būtību – patērētāju aizsardzību, bet gan ar patērētāju nolūku atgriezt naudu par apzināti iegādāto un izmantoto pakalpojumu. Pieteicēja atkārtoti liek uzsvaru uz apstākli, ka tās darbība ir līdzīga un pēc būtības ir identiska ar maksājumu pieņemšanas organizēšanu ar maksājumu kartēm *Visa* un *Mastercard*. Karšu maksājumu pieņemšanas jomā ir konstatējami virkne apstākļu, kas var negatīvi ietekmēt patērētāju, sākot ar uzņēmēju piedāvāto pakalpojumu apmaksu un beidzot ar krāpnieciskām shēmām, ko mantkārīgā nolūkā vadīti realizē noziedznieki. Tomēr ne pirmajā, ne arī otrajā gadījumā nevienai tiesībsargājošai iestādei nenāks pat prātā saukt pie atbildības starpnieku, kurš organizē pakalpojuma apmaksu.

[5] Centrs papildu apskaidrojumā (*lietas 56. un 57.lapa*) norāda, ka pieteicēja ne pieteikumā, ne arī tā papildinājumos nav norādījusi nekādus konkrētus un pamatotus argumentus, kāpēc tās īstenotās darbības veidu un biznesa modeli, ņemot vērā Likuma 1.panta 1. un 2.punktā ietvertās definīcijas, nevar uzskatīt par komercpraksi un attiecīgi pieteicēju par komercprakses īstenotāju. Pieteicējas loma pakalpojumu pasūtīšanas procesā vēl jo vairāk apliecina to, ka tās komercdarbība ir tiešā veidā saistīta ar lēmumā minēto pakalpojumu sniegšanu patērētājiem, jo bez pieteicējas iesaistīšanās, līdzdalības un tā piedāvātā biznesa modeļa īstenošanas šo pakalpojumu pasūtīšana (distances līgumu noslēgšana) un abonēšanas maksas saņemšana no patērētājiem nebūtu iespējama. Pieteicējai ne tikai ir iespējams, bet tai kā atbildīgai un profesionālai tirgus dalībniecei ir pienākums sekot līdzi un izvērtēt, vai tās piedāvātie tehniskie risinājumi, kurus pieteicējas sadarbības partneri izmanto savā saimnieciskajā darbībā, piedāvājot, tai skaitā reklamējot, patērētājiem lēmumā minētos pakalpojumus, atbilst patērētāju interesēm, un nesadarboties ar tiem tiešajiem pakalpojuma sniedzējiem, kuru piedāvāto pakalpojumu saturs un būtība nenodrošina atbilstošu patērētāju tiesību aizsardzību.

Lēmums ir izdots un sods pieteicējai ir piemērots par komercpraksi, kuras ietvaros tostarp patērētājiem tiek pieprasīta maksa par nepasūtītiem pakalpojumiem, distances līgumu par pakalpojumu abonēšanu noslēgšana tiek veikta, nesaņemot patērētāja nepārprotami sniegtu apstiprinājumu minēto pakalpojumu saņemšanai un manipulējot ar patērētāju uzmanību, kā arī noklusējot patērētājiem pirmslīguma informāciju un distances līguma noteikumus.

Pieteicēja vairākkārt norāda uz patērētāju negodprātīgumu un nolūku atgriezt naudu par apzināti iegādāto un izmantoto pakalpojumu, savu viedokli pamatojot vienīgi ar to, ka pieteicēja par katru patērētāja pieslēgto pakalpojumu var iesniegt tehniska rakstura informāciju (proti, no kāda tālruņu numura, no kādas ierīces un no kādas IP adreses pakalpojums ir pasūtīts). Tomēr pieteicēja nav sniegusi nekādus pamatotus argumentus un pierādījumus, kas atspēkotu patērētāju sūdzībās ietvertos argumentus un loģiski izskaidrotu patērētājiem pieslēgto pakalpojumu iespējamību attiecībā uz gadījumiem, kad patērētāji centra sūdzībās ir norādījuši, ka, ņemot vērā to atrašanās vietu pakalpojuma pieslēgšanas brīdī, mobilās ierīces vai Latvijas mobilo sakaru operatoru nodrošinātā interneta lietošana pakalpojuma pieslēgšanas brīdī nav bijusi iespējama. Turklāt lēmumā nav norādīts, ka pirmslīguma informācijai un distances līguma noteikumiem ir jābūt sniegtiem īsziņā. Lēmumā ir konstatēts, ka tiek noklusēta un pastāvīgā informācijas nesējā netiek izsniegta pirmslīguma informācija un distances līguma noteikumi, neievērojot vairākas Ministru kabineta 2014.gada 20.maija noteikumu Nr.255 „Noteikumi par distances līgumu" (turpmāk – noteikumi Nr.255) 5.punkta apakšpunktu prasības, un ka šī informācija kopumā netiek sniegta patērētājam pirms tas ir uzņēmies distances līguma saistības vai piekritis piedāvājumam.

[6] Tiesas sēdē pieteicējas pārstāvji uzturēja pieteikumā ietverto prasījumu, pamatojoties uz pieteikumā un tā papildinājumā, kā arī tiesas sēdē

sniegtajos paskaidrojumos norādītajiem apstākļiem.

Centra pārstāvji tiesas sēdē pieteikumu neatzina, pamatojoties uz lēmumā, rakstveida paskaidrojumā, papildu paskaidrojumā un tiesas sēdē sniegtajos paskaidrojumos norādītajiem apsvērumiem.

Motīvu daļa

[7] No pārsūdzētā lēmuma izriet, ka centrs pieteicējai soda naudu piemērojis par profesionālajai rūpībai neatbilstošas, maldinošas un agresīvas komercprakses īstenošanu, proti, par tādiem pārkāpumiem, par kuriem atbildība paredzēta Likumā. Savukārt pieteicēja nepiekrīt centra secinājumam, ka tā ir atzīstama par negodīgās komercprakses īstenotāju, līdz ar to nepiekrīt arī piemērotajai soda naudai.

Tādējādi izskatāmajā lietā tiesa primāri vērtēs to, vai centrs pamatoti pieteicēju atzinis par negodīgās komercprakses īstenotāju, savukārt, ja gūs apstiprinājumu šim secinājumam, tiesa vērtēs pieteicējai piemērotās soda naudas pamatotību un samērību.

[8] Likuma mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenotājiem izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem *(2.pants)*. Ar šo Likumu tiek aizliegta negodīga komercprakse *(4.panta pirmā daļa)*, vienlaikus paredzot, ka par negodīgu komercpraksi citstarp uzskata komercpraksi, kas 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 *(4.panta otrās daļas 1.punkts)*, maldinošu komercpraksi *(4.panta otrās daļas 2.punkts)* un agresīvu komercpraksi *(4.panta otrās daļas 3.punkts)*. Likuma II nodaļā detalizētāk skaidrots, kāda komercprakse uzskatāma par profesionālajai rūpībai neatbilstošu un patērētāja ekonomisko rīcību negatīvi ietekmējošu. Atbilstoši Likuma 6.pantam par profesionālajai rūpībai neatbilstošu uzskatāma komercprakse, kas netiek īstenota 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 par patērētāja ekonomisko rīcību būtiski negatīvi ietekmējošu saskaņā ar Likuma 7.panta pirmo daļu uzskatāma tāda komercprakse, 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. Savukārt Likuma III nodaļā detalizētāk skaidrots, kāda komercprakse uzskatāma par maldinošu – tā ir tāda komercprakse, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis *(9.panta pirmā daļa)*. Šajā nodaļā arī identificēti konkrēti gadījumi, kādos komercprakse uzskatāma par maldinošu. Tostarp atbilstoši Likuma 9.panta pirmās daļas 1.punktam komercprakse uzskatāma 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.

Tādējādi, kā tas izriet no minētajām tiesību normām, viens no priekšnoteikumiem, lai konkrētas personas darbību vai bezdarbību, kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu, būtu pamats atzīt par negodīgu komercpraksi, ir tas, ka attiecīgajai darbībai vai bezdarbībai ir jābūt vērstai uz patērētāju – proti, fizisku personu, kas izsaka vēlēšanos iegādāties, iegādājas vai varētu iegādāties vai izmantot preci vai pakalpojumu nolūkam, kurš nav saistīts ar tās saimniecisko vai profesionālo darbību *(sk. arī 1.panta pirmās daļas 2.punktu un otro daļu kopsakarā ar 1.panta 3.punktu)*. Turklāt konkrētajai darbībai vai bezdarbībai ne tikai jābūt vērstai uz patērētāju, bet jābūt tādai, kuras rezultātā patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu tas citādi nebūtu pieņēmis, – tā ir visus trīs negodīgas komercprakses veidus (proti, profesionālajai rūpībai neatbilstošas un patērētāja ekonomisko rīcību negatīvi ietekmējošas, maldinošas un agresīvas komercprakses) vienojošā pazīme *(7.panta pirmā daļa, 9.panta pirmā daļa un 12.panta pirmā daļa)(sk. Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2020.gada 27.novembra sprieduma SKA-407/2020 7.punktu)*.

[9] No izskatāmās lietas materiāliem konstatējami sekojoši faktiskie apstākļi.

[9.1] Sūdzības par pieteicējas (iepriekš par SIA /Nosaukums B/, ar kuru pieteicēja apvienojās, pārņēma piešķirtās numerācijas lietošanas tiesības uz īso numuru /numurs/ operatoru pakalpojumu sniegšanai un turpināja tās komercdarbību) īstenoto komercpraksi centrs sāka saņemt 2022.gada janvārī (pirmā sūdzība reģistrēta 2022.gada 27.janvārī). Saistībā ar šajās sūdzībās norādītajiem apstākļiem centrs 2022.gada 22.februārī nosūtīja vēstuli SIA /Nosaukums B/, tomēr arī pēc tās nosūtīšanas centrs turpināja saņemt sūdzības, kā arī sniegt e-pasta un telefona konsultācijas par SIA /Nosaukums B/ sniegtajiem pakalpojumiem.

[9.2] Ņemot vērā to, ka sūdzības par SIA /Nosaukums B/ sniegtajiem pakalpojumiem turpināja ienākt, centrs uzsāka tās īstenotās komercprakses atbilstības Likumam un citu patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu, 2022.gada 26.maijā nosūtot SIA /Nosaukums B/ informāciju par sūdzībās norādītajiem apstākļiem, lūdzot sniegt konkrētu informāciju (atbildēt uz konkrētiem jautājumiem) un ierosinot rīkot SIA /Nosaukums B/ un centra pārstāvju attālināto tikšanos.

[9.3] Atbildi uz minēto informācijas pieprasījumu SIA /Nosaukums B/ sniedza 2022.gada 28.jūlija vēstulē, norādot, ka tā tehniski nodrošina savu sadarbības partneru piedāvāto pakalpojumu pieslēgšanu un apmaksu, izmantojot piešķirtās numerācijas lietošanas tiesības uz īso numuru /numurs/. Proti, SIA /Nosaukums B/ ir noslēgusi līgumus ar aptuveni 50 ilglaicīgiem sadarbības partneriem, kas sniedz maksas pakalpojumus Latvijā, Lietuvā un Igaunijā. Savukārt abonēšanas maksas par pakalpojumu abonēšanu saņemšana tiek nodrošināta, izmantojot īso numuru /numurs/ un mobilo sakaru pakalpojumu sniedzēju piedāvātās tehniskās un maksājumu pakalpojumu iespējas, maksu par abonēšanu iekļaujot mobilo sakaru pakalpojumu rēķinos, kuri piestādīti patērētājiem. Lai pieslēgtu jebkuru pakalpojumu, vienmēr tiek veikta 3 soļu verifikācija: 1) lietotājs ievada tālruņa numuru reģistrācijas lapā (manuāli); 2) lietotājs saņem SMS uz ievadīto tālruņu numuru ar PIN kodu numura piederības verifikācijai; 3) pēc saņemtā PIN koda ievadīšanas pakalpojumu sniedzēja mājaslapā tiek uzsākts pakalpojums, par ko abonentam atnāk SMS ar apstiprinājumu, kas satur informāciju par cenu un informāciju par to, kā atteikties no pakalpojuma izmantošanas/pagarināšanas. Savukārt, lai pārliecinātos, ka SIA /Nosaukums B/ partneru sniegtie pakalpojumi tiek izmantoti godprātīgi, tostarp nodrošinot patērētāju tiesību ievērošanu, jebkuru maksas pakalpojumu pirms tā realizācijas testē SIA /Nosaukums B/ darbinieks, izejot visus reģistrācijas un pakalpojuma saņemšanas posmus (pieteikšanās, izmantošanas, atteikšanās). Nepieciešamības gadījumā SIA /Nosaukums B/ partneri veic korekcijas pakalpojuma sniegšanas mājaslapās, saskaņā ar tās norādēm un pakalpojuma sniegšanas noteikumiem, kas iekļauj arī mobilo teleoperatoru prasības. SMS tekstus, kas tiek sūtīti pakalpojuma saņēmējam, kontrolē SIA /Nosaukums B/, tādā veidā tos standartizējot. Līdzīgu informāciju pieteicēja sniegusi arī 2022.gada 22.decembra e-pasta vēstulē (atbilde uz centra 2022.gada 19.decembra vēstuli) un 2023.gada 28.marta vēstulē (atbilde uz centra 2023.gada 14.marta vēstuli), norādot, ka tā nesniedz pakalpojumu un nepārdod preci abonentam. Pieteicēja nodrošina tehnisko iespēju uzņēmējam (sadarbības partnerim) saņemt naudu par abonenta iegādāto pakalpojumu un/vai preci un nodrošina informācija apmaiņu starp uzņēmēju un abonentu ar SMS palīdzību. Rezultātā mobilais operators, saņemot naudu no abonenta par uzņēmēja viņam pārdoto preci un/vai pakalpojumu, pārskaita naudu pieteicējai, ieturot komisiju par pieteicējai sniegto pakalpojumu, savukārt pieteicēja, ieturot komisiju par uzņēmējam sniegto pakalpojumu, pārskaita tam atlikušo naudu par to pakalpojumu un/vai preci, ko uzņēmējs ir pārdevis abonentam.

[9.4] Neskatoties uz pieteicējas (iepriekš SIA /Nosaukums B/) atbildēs norādīto, ka tehniski nav iespējama un realizējama situācija, ka

pakalpojumi tiek pieslēgti bez patērētāju skaidri un nepārprotami izteiktas piekrišanas, centrs turpināja saņemt daudzu patērētāju sūdzības un sniedza daudzas konsultācijas saistībā ar pieteicējas paaugstinātās maksas abonēšanas pakalpojumu pieslēgšanu patērētājiem. Proti, laika posmā no 2022.gada 1.janvāra līdz 2023.gada 17.aprīlim centrs saņēma 38 patērētāju sūdzības, kā arī saistībā ar nepasūtītu pakalpojumu abonēšanu sniedza 159 konsultācijas pa e-pastu un tālruni (120 sūdzības par SIA /Nosaukums B/ darbību un 39 sūdzības par pieteicējas darbību). Savās sūdzībās patērētāji norādījuši, ka nav vēlējušies pasūtīt un izmantot pakalpojumu, nav devuši nepārprotamu piekrišanu tā pieslēgšanai, kā arī nav zinājuši, kurā brīdī, kādā veidā un kāds pakalpojums ir pieslēgts. Tātad patērētājiem nebija nodrošināta iespēja skaidri apzināties faktu, ka pakalpojums ir pasūtīts, un līdz ar to ir ierobežota vai praktiski netiek veikta šādu apmaksāto pakalpojumu izmantošana, tādējādi radot viņiem zaudējumus. Par pakalpojuma pieslēgšanu un apmaksu patērētāji uzzinājuši no mobilo operatoru rēķiniem un operatoru sniegtās informācijas, kad iebilduši pret šiem maksājumiem vai mēģinot noskaidrot apstākļus, kuri saistīti ar šādu maksājumu rašanos. Patērētāji arī norādījuši, ka nedz pirms abonēšanas līguma noslēgšanas, ne vēlāk nav informēti par paaugstinātas maksas satura pakalpojumu un tā noteikumiem, kā arī daļā gadījumu pieteicējai vai tās sadarbības partneriem pašrocīgi un apzināti nav devuši savu tālruņa numuru, uz kuru veikt saziņu par pakalpojuma abonēšanu, kā arī to, ka nav sūtījuši PIN kodus, kas nepieciešami pakalpojuma līguma noslēgšanai, un nav saņēmuši pakalpojuma pieslēgšanai paredzētās īsziņas.

[9.5] 2022.gada 15.septembrī, laika posmā no 2022.gada 21.septembra līdz 14.oktobrim, kā arī 2022.gada 3. un 4.novembrī centra amatpersona, ņemot vērā saņemtās patērētāju sūdzības, veica SIA /Nosaukums B/ vietnes, tās partneru vietnes un reklāmu pārbaudes. Piemēram, 2022.gada 3. un 4.novembra pārbaudē, kas veikta saistībā ar patērētāju sūdzībām, ka tie nespēj saprast, kad tiek veikta pakalpojuma abonēšana, konstatēts, ka, ielādējot lietotni, tiek atspoguļota pilnekrāna reklāma, kuras rezultātā patērētājs tiek maldinoši novirzīts uz abonēšanas pakalpojuma vietu. Tāpat šajā pārbaudē konstatēts, ka internetvietnē /interneta vietne/ saņemtas 29 sūdzības par SIA /Nosaukums B/, sūdzībām līdzīgs raksturs – patērētājs ir vēlējies vienu pakalpojumu, taču caur reklāmas baneriem un citiem meklēšanas rezultātiem ir nonācis pie abonēšanas ar paaugstinātu tarifu (centra 2022.gada 14.novembra akts Nr.E-LAB/20221108-2-2).

[9.6] 2022.gada 11.oktobrī un 2022.gada 12.decembrī centra amatpersona veica kontrolpirkumus internetvietnē /interneta vietne/ un Google Play lietotnē QR koda nolasīšanai, par ko attiecīgi 2022.gada 14.novembrī un 2023.gada 9.janvārī noformēti akti Nr.E-LAB/20221108-2-1 un Nr.E-LAB/20221108-2-3. Otrajā no minētajiem aktiem norādīts, ka sākotnējais mērķis bija piekļūt QR koda saturam, tomēr maldinošās reklāmas rezultātā abonēts saturs, kas nebija nepieciešams. Turklāt nevienā no pakalpojuma pieslēgšanas posmiem netika norādīts komersants un abonēšanas pakalpojuma sniedzējs noskaidrots, tikai saņemot mobilo pakalpojumu (/Nosaukums C/) rēķinu, kurā kā pakalpojuma sniedzējs norādīta SIA /Nosaukums B/. Atkārtoti apmeklējot QR kodu lasītāju, lietotnē parādījās tā pati reklāma, kas apmeklēta vēlreiz dziļākai vietnes /interneta vietne/ izpētei. Savukārt šajā vietnē konstatēts, ka abonēšanas noteikumi ir ļoti smalkā un nesalasāmā fonta izmērā, kā arī vietnes tvērumā (vietnes kājenē), kura mobilajā ierīcē uzreiz nav redzama, maziem burtiem ir uzraksts ar saiti „Noteikumi un nosacījumi".

[9.7] 2022.gada 16.decembrī centrs ierakstītā pasta sūtījumā uz pieteicējas juridisko adresi (/adrese/) nosūtīja vēstuli Nr.7.2.-3/10772/K-158 ar informāciju par lietas izskatīšanas laikā konstatētajiem apstākļiem, kā arī šo apstākļu objektīvākai un vispusīgākai izvērtēšanai pieprasīja pieteicējai līdz 2022.gada 30.decembrim rakstveidā sniegt atbildi uz šajā vēstulē minētajiem jautājumiem. Papildu tam pieteicējai uz elektroniskā pasta adresi /elektroniskā pasta adrese/ 2022.gada 19.decembrī nosūtīta elektroniskā pasta vēstule ar informāciju, ka centrs ir nosūtījis tai uz juridisko adresi iepriekš minēto vēstuli, kuru atkārtoti pievienoja e-pasta vēstules pielikumā. Tajā pašā 2022.gada 19.decembrī centrs saņēma automātisko atbildi par elektroniskā pasta vēstules saņemšanu. Tomēr ne līdz 2022.gada 30.decembrim, ne arī līdz lēmuma pieņemšanai centrs nav saņēmis atbildi uz vēstuli Nr.7.2.-3/10772/K-158 vai paskaidrojumu par atbildes kavēšanās iemesliem.

[9.8] 2023.gada 1.februārī, konstatējot, ka pieteicējas negodīgās komercprakses raksturs norāda uz tūlītēju un būtisku aizskārumu patērētāju ekonomiskajām interesēm, centrs pieņēma lēmumu par pagaidu noregulējumu un negodīgas komercprakses izbeigšanu, uzliekot pieteicējai pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgo komercpraksi saistībā ar tās sniegtajiem pakalpojumiem un tehniskajiem risinājumiem. Nepiekrītot šim lēmumam, pieteicēja to pārsūdzēja Administratīvajā rajona tiesā, kas ar 2023.gada 8.marta lēmumu (lieta Nr.A420131623), secinot, ka centra 2023.gada 1.februāra lēmums ir pamatots un tiesisks, noraidīja pieteicējas pieteikumu.

[9.9] 2023.gada 9., 13. un 23.februārī centrā saņemtas pieteicējas e-pasta vēstules. Pirmajā vēstulē norādīts, ka tā lūgusi visus savus klientus, kas sniedz PIN-FLOW tipa abonēšanas pakalpojumus, no 2023.gada 13.februāra izbeigt jaunu klientu piesaisti visiem sniegtajiem pakalpojumiem. Pēc norādītā datuma ierobežojums tiks ieviests tehniskajā līmenī, proti, jauni abonenti pagaidām netiks piesaistīti (pakalpojumiem, par kuriem saņemts lielākais sūdzību skaits un reģistrēti pieprasījumi no mobilajiem operatoriem) un pieteicējas sadarbības partneru klientu datubāze nepalielināsies. Pirms atsākt piesaistīt jaunus abonentus vai uzsākt jaunus pakalpojumus ar esošajiem vai jaunajiem sadarbības partneriem pieteicēja apņēmusies ieviest konkrētus uzlabojumus: 1) detalizētu datu vākšana par to, kur un kā abonents reģistrējās (IP, lapa/aplikācija, ierīces modelis); 2) abonentu pašapkalpošanās (*selfcare*) sistēma, kur abonentam būs pieejama pilna informācija par SMS plūsmu un transakcijām bez operatora līdzdalības; 3) mobilā operatora darbinieku pašapkalpošanās sistēma, kurā var iegūt visu informāciju par abonentu *online* režīmā bez komunikācijas ar pieteicēju; 4) FAQ par populārākajiem pakalpojumiem zvanu centra darbiniekiem; 5) visu abonēšanas pakalpojumu pārvaldības organizācija pieteicējas pusē: abonenta pieslēgšana, numura validācija, pakalpojumu pagarināšana, visi SMS teksti, abonēšanas process utt.; 6) vienots web-resurss visu abonentu atrakstīšanai izmantojot īsu linku, ko pieteicēja iekļaus SMS tekstos, lai atrakstīšanās būtu iespējama bez SMS nosūtīšanas; 7) operatoru skaita pieaugums pieteicējas klientu atbalsta dienestā, lai varētu apkalpot vairāk vienlaicīgus zvanus pēc rēķinu piestādīšanas abonentiem, iespējams, IVR ātrākai zvanu apstrādei. Otrajā vēstulē pieteicēja norādījusi, ka, sākot ar 2023.gada 13.februāra plkst.00.00 visiem centra 2023.gada 1.februāra lēmumā par pagaidu noregulējumu un negodīgas komercprakses izbeigšanu norādītajiem pakalpojumiem (kā arī vairākiem citiem šāda tipa abonēšanas satura pakalpojumiem) ir atslēgta iespēja piesaistīt jaunus lietotājus (klientus). Tomēr pieteicēja saņēmusi informācija, ka daļa no atslēgtajiem pakalpojumiem taisās migrēt uz īsajiem numuriem /numurs/ un /numurs/. Tāpat šajā vēstulē norādīts, ka pieteicēja detalizēti izpētīs minētajā centra lēmumā norādītus komentārus, veiks konsultācijas ar /Nosaukums C/, /Nosaukums D/ un /Nosaukums E/, pēc tam pieņems lēmumu par jaunu pakalpojumu reģistrēšanu un/vai jaunu lietotāju piesaistīšanu. Vienlaicīgi pieteicēja norādījusi, ka ir ieinteresēta, lai visa šī pakalpojuma nodrošināšana būtu kvalitatīva un godprātīga. Savukārt trešajā vēstulē norādīts, ka pieteicēja kopā ar mobilajiem operatoriem apsprieduši vairākus risinājumus situācijas uzlabošanai, no kuriem daļa jau ieviesti, bet daļu plānots īstenot vēl rudenī (septembra beigas-oktobra sākums). Ieviestie risinājumi: 1) sakārtoti visu pakalpojumu apraksti (gan tie, kas tiek padoti mobilo operatoriem tarifikācijas brīdī, gan tie, kas ir iesniegti operatoru atbalsta dienestiem) un abonēšanas pakalpojumiem ir iekļauta informācija par to, kā atteikties no pakalpojuma; 2) veikta sistēmas modifikācija, lai saņemtu informāciju par abonenta tarifikācijas detaļām: IP adrese, ierīces modelis PIN pieprasījuma un validācijas brīdī, PIN pieprasījuma un validācijas laiks; 3) izveidota iespēja abonentam atteikties no pakalpojuma ar garā numura palīdzību – /numurs/, pēc kā pieteicēja vairs nesaņem sūdzības, ka patērētājs nevar nosūtīt STOP SMS savas ierīces ierobežojumu dēļ; 4) dažāda tipa SMS sūtīšana no dažādiem sūtītāja vārdiem, kas nodrošina to, ka 2. un 3. SMS netiek automātiski ievietoti SPAM sarakstā, samazinot iespēju izlaist SMS saņemšanu; 5) ierobežota iespēja vienam numuram pasūtīt/apmaksāt vienu pakalpojumu divas reizes, proti, ja abonents jau ir pieslēgts pakalpojumam, otru reizi samaksāt viņam neizdosies; 6) ierobežota iespēja vienam numuram pasūtīt vairāk nekā trīs pakalpojumus no pieteicējas sadarbības partneriem vienlaicīgi; 7) liegta iespēja pieslēgt kārtējo pakalpojumu no viena pakalpojumu sniedzēja ātrāk kā pēc 24 stundām, lai samazinātu iespēju, ka pakalpojuma sniedzējs piespiedīs abonentu pieslēgt kārtējo pakalpojumu. Attiecīgi vēl nerealizētie risinājumi: 1) *Selfcare* sistēmas

palaišana zem /interneta vietne/, kur abonents varētu redzēt pasūtījumu vēsturi, kas ir veikti ar pieteicējas SMS platformas palīdzību; 2) 18+ ierobežojums pakalpojumu iegādei, ja lietotājs nav sasniedzis 18 gadus, neļaut viņam veikt apmaksu; 3) atteikuma links atbildes SMS tekstā – viens formāts, kuru pārvalda pieteicēja; 4) reizi mēnesī visiem patērētājiem, kam ir pieslēgti abonēšanas pakalpojumi, sūtīt INFO SMS ar situācijas aprakstu; 5) *Selfcare* sistēma ar pasūtījuma datiem, kura būtu pieejama mobilo operatoru darbiniekiem, lai nodrošinātu vieglāku komunikāciju ar abonentiem.

[9.10] 2023.gada 3.martā CPC/IMI sistēmā centrs saņēmis paziņojumu Nr.492697.1 ar Lietuvas kompetentās iestādes lūgumu veikt īestenošanas pasākumus par SIA /Nosaukums B/ īstenoto komercpraksi. Šajā ziņojumā norādīts, ka Lietuvas Patērētāju tiesību aizsardzības valsts birojs saņēmis patērētāja lūgumu par SIA /Nosaukums B/ iespējamo negodīto darbību. Patērētājs norādījis, ka saņemtajos komunikācijas operatora rēķinos norādīta arī SIA /Nosaukums B/ pakalpojumu cena, ko lietotājs nav pasūtījis. Vienlaicīgi birojs atzīmējis, ka saņemti vairāku lietotāju ziņojumi, kuros norādīts, ka SIA /Nosaukums B/ abonamenti, kurus lietotāji, iespējams, pasūtījuši ar numuru /numurs/, nonākuši kategorijā „Spam", tādēļ patērētāji ilgu laiku nav varējuši tos pamanīt. Turklāt pat pēc šādu ziņu pamanīšanas patērētāji tos mēdz ignorēt, uzskatot, ka runa ir par krāpšanu, jo viņi nekā nav pasūtījuši (2023.gada 3.marta savstarpējās palīdzības lūgums Nr.492697 un 2023.gada 27.marta akts Nr.E-LAB/20230327-2-1).

Savukārt 2020.gada 23.martā centrā saņemts Eiropas Patērētāju informēšanas centra (turpmāk – EPIC) dienesta ziņojums. Tajā norādīts, ka laika posmā no 2022.gada 25.aprīļa līdz 2023.gada 3.janvārim Eiropas Patērētāju centru tīkla sistēmā „IT-Tool 2" saņemtas 12 Eiropas Patērētāju centra Lietuvā pārsūtītas Lietuvas patērētāju sūdzības par nepasūtītu pakalpojumu abonēšanas maksas pieprasīšanu, ko veic SIA /Nosaukums B/ un pēc tās reorganizācijas – pieteicēja. No vairumā saņemtajām patērētāju sūdzībām (9) izriet, ka Lietuvas patērētāji pamanīja savos mobilo sakaru pakalpojumu rēķinos atzīmes par noteiktas naudas summas ieturēšanu par papildu pakalpojumu, ko viņi nav pasūtījuši un izmantojuši. Savukārt no trīs saņemtajām patērētāju sūdzībām izriet, ka patērētāji vēlējās lejuplādēt savos mobilajos telefonos noteiktas aplikācijas, bet rezultātā saņēma īsziņas ar apstiprinājumiem, ka ir pieslēguši abonementu kādam izklaides pakalpojumam (2023.gada 23.marta EPIC dienesta ziņojums un 2023.gada 27.marta akts Nr.E-LAB/20230327-2-1).

[9.11] Latvijas mobilo sakaru pakalpojumu sniedzēji (/Nosaukums E/, /Nosaukums C/ un /Nosaukums D/) centru informējuši, ka laika periodā no 2022.gada 1.janvāra līdz 2023.gada 16.martam kopumā saņemtas 5759 (83 + 463 + 5213) patērētāju sūdzības saistībā ar paaugstināto maksas abonēšanas pakalpojumu pieslēgšanu patērētājiem, kuru sniegšanā iesaistītas SIA /Nosaukums B/ un pieteicēja.

[9.12] 2023.gada 17.martā centrs nosūtījis pieteicējai vēstuli (Nr.7.2.-3/2643/K-158), kurā uzskaitīti faktiskie apstākļi, kas apliecina tās komercprakses negodīgo raksturu, nepieciešamību to nekavējoties izbeigt, aizliedzot to nākotnē, kā arī nepieciešamību pieteicējai piemērot samērīgu soda naudu. Šajā vēstulē pieteicēja informēta par tās tiesībām izteikt viedokli un paskaidrojumus par centra konstatēto, kā arī pieteicējai lūgts sniegt informāciju par tās apgrozījumu 2022.gadā. Savukārt atbilde uz iepriekš minēto vēstuli centrā saņemta 2023.gada 30.maijā.

[10] Saskaņā ar Likuma 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu komercprakses īstenotājs ir jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita fiziskā vai juridiskā persona, kas rīkojas komercprakses īstenotāja vārdā vai uzdevumā *(1.punkts)*. Savukārt komercprakse ir darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu, pakalpojuma sniegšanu patērētājam vai digitālā satura vai digitālo pakalpojumu piegādāšanu *(2.punkts)*.

Ņemot vērā šo abu jēdzienu skaidrojumu to kopsakarā, centrs pamatoti ir secinājis, ka komercprakses īstenotājs Likuma izpratnē ir jebkura persona, kuras darbība ir saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces pārdošanu, pakalpojuma sniegšanu patērētājam vai digitālā satura vai digitālo pakalpojumu piegādāšanu. Šo secinājumu pēc būtības apstiprina arī Eiropas Savienības Tiesa, norādot, ka Eiropas Savienības likumdevējs ir saglabājis loti plašu jēdziena „komercprakse" koncepciju Eiropas Parlamenta un Padomes 2005.gada 11.maija direktīvas Nr.2005/29/EK („Negodīgas komercprakses direktīva") izpratnē, šīs direktīvas 2.panta d) punktā komercpraksi definējot kā jebkura tirgotāja veiktu darbību, noklusējumu, uzvedību vai apgalvojumu, komerciālu paziņojumu, tostarp reklāmu un tirgdarbību, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem *(sk. Eiropas Savienības Tiesas 2015.gada 16.aprīļa sprieduma lietā Nr.C-388/13 34.punktu)*.

Konkrētajā gadījumā konstatējams, ka strīdus pakalpojumu sniegšanu nodrošina daudzas personas, kuras ar pieteicēju (tai skaitā ar SIA /Nosaukums B/) ir noslēgušas sadarbības līgumus un izmanto tās tehniskos risinājumus, lai panāktu distances līguma par šo pakalpojumu abonēšanu noslēgšanu un abonēšanas maksas saņemšanu. Proti, pieteicēja ir paaugstinātas maksas tālruņa numura /numurs/ lietotāja un atbilstoši patērētāju mobilo sakaru rēķiniem arī maksājumu saņēmēja, savukārt tās sadarbības partneriem bez šī tālruņa numura izmantošanas un pieteicējas tehnisko risinājumu nodrošināšanas nav iespējama konkrēto pakalpojumu pieslēgšana un abonēšanas maksas saņemšana. Tātad pieteicēja ir aktīvi iesaistīta konkrētās komercprakses īstenošanā, tai skaitā ar iespēju ietekmēt un kontrolēt pakalpojuma pieslēgšanas un piedāvāšanas procesu. Pieteicējas īstenotais saimnieciskās darbības veids un biznesa modelis ir tiešā veidā saistīts ar pakalpojumu sniegšanu patērētājiem un bez tās iesaistīšanās un līdzdalības attiecīgo pakalpojumu pasūtīšana (distances līgumu noslēgšana) un abonēšanas maksas saņemšana no patērētājiem nebūtu iespējama. Tādēļ, neskatoties uz to, ka konkrēto pakalpojumu saturu nodrošina citas personas (sadarbības partneri), pieteicēja savas profesionālās darbības ietvaros izvēlas sadarbības partnerus un saistībā ar izstrādātajiem tehniskajiem risinājumiem ar tiem slēdz sadarbības līgumus, tai skaitā to ietvaros darbojoties kā līguma puse, kura saņem no patērētājiem abonēšanas pakalpojuma maksu, ar mobilo sakaru operatoriem slēdz līgumus par attiecīgās numerācijas resursu izmantošanu un maksājumu saņemšanu, kā arī iesaistās sūdzību risināšanā par šīs maksas pamatotību (tai skaitā, noraidot patērētāju iebildumus un viņu prasījumus). Tieši no pieteicējas izvēles ir atkarīga sadarbības partneru izvēle, viņiem piedāvāto pakalpojumu un tehnisko risinājumu izmantošana konkrēto pakalpojumu pasūtīšanā un apmaksā, kā arī pieteicējai pastāv iespējas veikt aktīvu un efektīvu rīcību patērētāju interešu nodrošināšanai. Tiešā tekstā to pieteicēja apliecinājusi savā pieteikumā, norādot, ka pieteicēja regulāri pārbaudīja uzņēmēju piedāvātos pakalpojumus un preces, regulāri pārtraucot sadarbību ar tiem uzņēmējiem, kas, pieteicējas ieskatā, pārdeva šaubīgas preces un pakalpojumus. Kā piemēru pieteicēja minējusi centra lēmumā norādīto */Nosaukums R/ /Nosaukums U/*, ar kuru tā darījumu attiecības pārtraukusi pēc pašas iniciatīvas 2022.gada beigās, pirms centra paziņojumu saņemšanas. Arī tiesas sēdē pieteicējas valdes loceklis norādīja, ka pieteicēja noteikti var izbeigt sadarbību ar partneri, tīri tehniski pacelt rokas un pateikt, ka mēs vairs nestrādāsim. Divas reizes pieteicēja tā arī darījusi, viens no tiem minēts centra lēmumā, tā bijusi turku komanda Šveices uzņēmumā, kas īstenoja krāpšanu /Nosaukums V/, savukārt vēl vienā gadījumā pieteicējai vienkārši nepatika klienta sadarbības modelis (slikti un lēni reaģēja).

Ņemot vērā minēto apstākļu kopumu, tiesai nav šaubu, ka pieteicēja pamatoti atzīta par strīdus pakalpojumu jeb konkrētās komercprakses īstenotāju Likuma izpratnē.

[11] Tiesa jau iepriekš norādīja uz negodīgas komercprakses saturu un to veidojošajiem elementiem *(sk. sprieduma 8.punktu)*, savukārt Augstākās tiesas Administratīvo lietu departaments (turpmāk – Augstākā tiesa) ir atzinis, ka komercprakses īstenošanā var objektīvi pastāvēt vairāki elementi, kas atkarīgi no komercprakses īpatnībām, raksturīgiem apstākļiem u.tml., tāpēc tas, vai komercprakse ir negodīga, izvērtējams katrā konkrētā gadījumā esošu elementu kontekstā. Citiem vārdiem, ikviena strīda par negodīgu komercpraksi gadījumā šā jēdziena saturs ir piepildāms ar konkrēto situāciju raksturojošiem individuālajiem apstākļiem *(sk. Augstākās tiesas 2020.gada 27.novembra sprieduma SKA-407/2020 9.punktu)*.

[11.1] Saskaņā ar Likuma 9.panta pirmo daļu 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. Savukārt saskaņā ar Likuma 10.panta pirmo daļu par maldinošu uzskata arī komercpraksi, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un apstākļus, kā arī tajā izmantotā saziņas līdzekļa ierobežojumus, var secināt, ka: 1) tiek noklusēta būtiska informācija, kas vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, un komercprakses ietekmē vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis; 2) komercprakses īstenotājs būtisku informāciju slēpj vai sniedz neskaidri, nesaprotami, divdomīgi vai nepiemērotā laikā, vai nenorāda komercprakses komerciālo nolūku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs, un rezultātā vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

[11.1.1] No lietā konstatētajiem piemēriem (centra 2022.gada 14.novembra un 2023.gada 9.janvāra pārbaudes akti Nr.E-LAB/20221108-2-1, Nr.E-LAB/20221108-2-2 un Nr.E-LAB/20221108-2-3) secināms, ka, aktivizējot pakalpojuma reklāmu, piemēram, nospiežot uz tajā iekļauto norādi „Sākt lejuplādi", vai aktivizējot citus reklāmas elementus, tiek uzsākta distances līguma noslēgšana. Turklāt šajā brīdi parādās tādi paziņojumi, kuri rada vai var radīt patērētājam priekšstatu par to, ka viņš joprojām izmanto viņa izvēlēto sākotnējo vietni. Piemēram, vienā no šiem piemēriem (centra 2022.gada 14.novembra pārbaudes akts Nr.E-LAB/20221108-2-2), vēloties uzstādīt mobilās ierīces „USB Webcam" pieslēgumu, bez jebkādas skaidras papildu informācijas parādās reklāma, kuras vienīgie elementi, kam patērētājs varētu pievērst savu uzmanību, ir teksts „Sāciet lejuplādi" un poga „Atvērt". Abi šie elementi vidusmēra patērētāja skatījumā varētu būt saistāmi ar tīmekļa kameras programmatūras iegūšanu un uzstādīšanu, bet šīs reklāmas aktivizēšana mobilajā ierīcē atver pilnīgi citu tiešsaistes sistēmu, kura paredzēta distances līguma noslēgšanai, mudinot ievadīt patērētāja tālruņa numuru, kurš pēc tam tiek izmantots mobilo sakaru abonenta sasaistīšanai ar konkrēto abonēšanas pakalpojumu un tā apmaksas panākšanu. Līdzīgā veidā reklāmas tiek izmantotas arī citos lietā konstatējamos gadījumos. Savukārt atbilstoši pašas pieteicējas norādītajam (piemēram, SIA /Nosaukums B/ 2022.gada 28.jūlija vēstule Nr.21072022-1) patērētāju, kuri izmantojuši pakalpojumu reklāmu, novirzīšanu no viņu sākotnējās vietnes uz pakalpojumu pasūtīšanas sistēmu, nodrošina pieteicējas tehnoloģiskais risinājums.

Tādējādi pamatots ir centra secinājums, ka komercprakse, kuras ietvaros pakalpojumu reklāma tiek izmantota kā tūlītējs distances līguma slēgšanas procesa uzsākšanas līdzeklis, saskaņā ar Likuma 9.panta pirmās daļas 1.punktu ir atzīstama par maldinošu, jo tās ietekmē patērētāji izdara vai var izdarīt savām interesēm neatbilstošu rīcību, ievadot pakalpojuma pasūtījuma formas laukā savu tālruņa numuru un pretēji savām interesēm un/vai domājot, ka turpina darboties sākotnējās vietnes ietvaros, uzsākt pakalpojuma abonēšanas līguma slēgšanu. Savukārt apstāklis, ka pakalpojuma pasūtīšanas sistēmā parādās informācija, ko varētu uzskatīt par distances līguma noteikumiem, iepriekš minēto secinājumu nemaina, jo konkrētajos apstākļos patērētājam nav nodrošinātas skaidras iespējas apzināties un nošķirt sevis izvēlēto sākotnējās vietnes lietošanu no pakalpojuma reklāmas un ar to saistītās pakalpojuma līguma noslēgšanas sistēmas.

[11.1.2] Izskatāmajā lietā arī konstatējams, ka daudzos gadījumos (piemēram, patērētāju 2022.gada 12.maija, 7., 21. un 26.septembra, 20. un 24.oktobra, 21. un 22.novembra, 2. un 6.decembra, kā arī 2023.gada 23.janvāra un 6.februāra sūdzības) patērētāji pakalpojuma pieslēgšanas brīdī abonēšanas līguma noslēgšanas faktu nav apzinājušies, un faktu, ka pakalpojums ir pieslēgts, ir uzzinājuši novēloti, tikai saņemot rēķinu no mobilo sakaru operatora. Turklāt pieteicēja tā arī nav iesniegusi objektīvus pierādījumus, kas apliecinātu, ka pakalpojumi pieslēgti, saņemot no patērētājiem pašrocīgi un nepārprotami sniegtu, patērētāja interesēm un izvēlei atbilstošu, kā arī uz pilnīgas un patiesas informācijas balstītu gribas izteikumu (apstiprinājumu) pakalpojuma pieslēgšanai. Savukārt lietā konstatēto patērētāju sūdzību daudzums (laika posmā no 2022.gada 1.janvāra līdz 2023.gada 17.aprīlim centrā saņemtas 38 patērētāju sūdzības un saistībā ar nepasūtītu pakalpojumu abonēšanu sniegtas 159 konsultācijas pa e-pastu un tālruni, no EPIC saņemtas 12 Lietuvas patērētāju sūdzības par pieteicējas darbību, Latvijas mobilo sakaru pakalpojumu sniedzēji laika periodā no 2022.gada 1.janvāra līdz 2023.gada 16.martam kopumā saņēmuši 5759 patērētāju sūdzības saistībā ar SIA /Nosaukums B/ un pieteicējas īstenoto komercdarbību) un to saturs liecina par pretējo. Piemēram, saskaņā ar 2023.gada 13.janvāra EPIC ziņojumu no 2022.gada 25.aprīļa līdz 2023.gada 3.janvārim saņemtas 12 Eiropas Patērētāju centra Lietuvā pārsūtītas Lietuvas patērētāju sūdzības par pieteicējas darbību. Deviņās no tām Lietuvas patērētāji pamanīja savos mobilā telefona operatora piestādītajos rēķinos atzīmes par noteiktas naudas summas ieturēšanu par papildu pakalpojuma, kas saskaņā ar patērētāju teikto, netika pasūtīts, kā arī netika izmantots, bet trijos gadījumos patērētāji vēlējušies lejupielādēt savos mobilajos telefonos noteiktas aplikācijas, bet rezultātā saņēmuši īsziņas ar apstiprinājumiem, ka ir pieslēguši abonementu kādam no izklaides pakalpojumiem.

Tiesa piekrīt centra norādei, ka pakalpojumu reklamēšanu un piedāvāšanu nedrīkst sniegt un izplatīt tādējādi, ka šādas komercprakses rezultātā notiek automatizēta abonēšanas līguma noslēgšana par pakalpojuma pieslēgšanu. Turklāt pakalpojumu reklāmu nedrīkst pasniegt tādējādi, ka tā nav pamanāma vai var nebūt pamanāma. Proti, pakalpojumu reklāma nedrīkst traucēt patērētājam tā sākotnēji izvēlētā pakalpojuma saņemšanu vai traucēt tā sākotnēji veikto darbību turpināšanu tiešsaistes vidē. Piemēram, par atbilstošu būtu atzīstama komercprakse, kuras ietvaros patērētājs, kurš ir uzsācis QR koda skenēšanu ar mērķi kļūt par */Nosaukums W/* biedru, pakalpojumu reklāmas netraucēts un neietekmēts atbilstoši savai gribai un vajadzībām turpina un pabeidz nepieciešamās darbības, kas attiecas uz QR koda nolasīšanu, un pievienojas */Nosaukums W/*, nepieslēdzot pakalpojumu. Ja šo darbību veikšanas laikā tiek sniegta pakalpojumu reklāma, tad patērētājam jābūt konkrēti un skaidri saprotamam, ka tā ir pakalpojumu reklāma, ka, noklikšķinot uz reklāmas, tas vairs neatrodas mobilās ierīces vidē, kuru viņš sākotnēji izmantojis, un ka šajā brīdī jau tiek uzsākta pakalpojuma pieslēgšana, kā arī patērētājam ir jābūt iespējai brīvi un netraucēti atgriezties pie iepriekšējo darbību veikšanas sākotnējā vietnē/aplikācijā. Tomēr no patērētāja 2022.gada 21.novembra sūdzības konstatējams, ka patērētājs, izmantojot savu mobilo ierīci, skenēja uz „/Nosaukums W/" kafijas automāta norādīto QR kodu ar mērķi pievienoties „/Nosaukums W/" un iegūt dāvanā dzērienu, bet faktiski minēto darbību rezultātā viņam pieslēgts pakalpojums, kas tiek piedāvāts vietnē /interneta vietne/ (kurš konkrētajā brīdī patērētājam nebija nepieciešams un kura pieslēgšanas faktu patērētājs konstatēja, saņemot īsziņu uz savu tālruņa numuru). Arī centra amatpersona, 2022.gada 12.decembrī veicot kontrolpirkumu internetvietnē Google Play lietotnē QR koda nolasīšanai (2023.gada 9.janvāra pārbaudes akts Nr.E-LAB/20221108-2-3), kura sākotnējais mērķis bija piekļūt QR koda saturam, maldinošās reklāmas rezultātā abonēja saturu, kas nebija nepieciešams. Turklāt nevienā no pakalpojuma pieslēgšanas posmiem netika norādīts komersants, bet abonēšanas pakalpojuma sniedzējs noskaidrots tikai saņemot mobilo pakalpojumu (/Nosaukums C/) rēķinu, kurā kā pakalpojuma sniedzējs norādīta SIA /Nosaukums B/. Attiecīgi tiesa par centra veikto kontrolpirkumu apstākļiem pārliecinājās no lietas materiāliem pievienotajiem ekrānšāviņiem, kuros secīgi atspoguļoti attiecīgo kontrolpirkumu soļi. Savukārt sekas tam, ka patērētājiem nav nodrošināta iespēja skaidri apzināties konkrētā līguma noslēgšanas faktu, ir patērētājiem radīti zaudējumi un viņu neizmantots pakalpojums, par kuru tiek pieprasīta samaksa. Turklāt patērētājiem radītie zaudējumi šādu līgumu konstatēšanas gadījumā ir atkarīgi no tā, cik ātri viņiem ir izdevies konstatēt līguma noslēgšanas faktu, ko apgrūtina pakalpojumu abonēšanai piemērotā samērā nelielā maksa par nedēļu, ko mobilo sakaru pakalpojumu rēķinā var nepamanīt. Līdz ar to nereti patērētājs radītos zaudējums pamana tikai tad, kad to summa ir kļuvusi ievērojama, piemēram, kā tas konstatējams no patērētāja 2022.gada 2.decembra sūdzības (lietai pievienota ar 2023.gada 9.janvāra aktu Nr.E-LAB/20230109-1-1), kad gandrīz gada laikā patērētājam pieprasīta pakalpojuma abonēšanas maksa 142,60 *euro* apmērā.

Ņemot vērā minētos apstākļus, pamatots ir centra secinājums, ka pieteicējas īstenotās komercprakses ietvaros strīdus pakalpojumu reklamēšana un distances līgumu par pakalpojumu abonēšanu noslēgšana notiek bez jebkādas loģiskas, saimnieciskas vai citādi patērētāja interesēm atbilstošas saiknes starp patērētāja aktuālo mobilās ierīces lietošanu un pakalpojumu. Konkrētajos lietā konstatētajos gadījumos pakalpojumu piedāvājums

reklāmas veidā tiek adresēts patērētājam brīdī, kad viņš mobilajā ierīcē (mobilajā tālrunī) izmanto satura un būtības ziņā pilnīgi citu pakalpojumu. Piemēram, atrodoties ārējos pilsētvides apstākļos (lielveikalā vai citā sabiedriski pieejamā ēkā) pie dzērienu iegādes automāta un vēloties saņemt pārdevēja apsolīto dāvanu – dzērienu, patērētājam, skenējot QR kodu, nav nepieciešams un šādos apstākļos patērētājs neinteresējas par vietnē /interneta vietne/ piedāvātajām ēdienu gatavošanas video saturu un to abonēšanas pakalpojumu. Līdzīgi arī gadījumā ar vietni/interneta vietne/, kuru patērētājs apmeklējis, lai veiktu aprēķinus ar tajā piedāvāto rīku, nevis lai interesētos un slēgtu abonēšanas līgumu par vietnē /interneta vietne/ pieejamā izklaides satura abonēšanu.

Tādējādi, lai arī tiešsaistes vidē var tikt publicētas reklāmas, kuras tiešā veidā nav saistītas ar sākotnējo vietni, ko mobilajā ierīcē aktuāli lieto patērētājs, taču šādām reklāmām ir jābūt skaidri atpazīstamām un atbilstoši Reklāmas likuma 12.panta trešās daļas prasībām nodalītām no cita veida informācijas. Turklāt tās nedrīkst traucēt patērētājam izmantot viņa sākotnēji izvēlēto pakalpojumu, saturu vai lietotni, it īpaši, šādas reklāmas nedrīkst tikt izmantotas, lai, patērētājiem to neapzinoties, uzsāktu attiecīgo abonēšanas pakalpojumu pasūtīšanu. Tikai pēc tam, kad patērētājam ir nodrošināta apzināta iespēja nošķirt reklāmā piedāvātos pakalpojumus un izvērtēt to pirsmlīguma informāciju, viņam var tikt piedāvāta sistēma distances līguma noslēgšanas uzsākšanai. Tā kā minētais nav nodrošināts, konkrētā pieteicējas komercprakse saskaņā ar Likuma 10.panta pirmās daļas 1.punktu pamatoti atzīta par maldinošu komercpraksi.

[11.1.3] Saskaņā ar noteikumu Nr.255 5.punktu pirms patērētājs ir uzņēmies distances līguma saistības vai piekritis piedāvājumam, pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs skaidri un saprotami sniedz patērētājam citstarp šādu informāciju: 1) preces vai pakalpojuma galvenās īpašības tādā apjomā, kas ir piemērots izmantotajam informācijas nesējam un attiecīgajai precei vai pakalpojumam *(5.1.apakšpunkts)*; 2) pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja identitāte, piemēram, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja nosaukums *(5.2.apakšpunkts)*; 3) preces vai pakalpojuma galīgā cena, ieskaitot nodokļus un nodevas; ja preces vai pakalpojuma īpašību dēļ cenu pamatoti nevar aprēķināt iepriekš, norāda tās aprēķināšanas veidu *(5.5.apakšpunkts)*; 4) uz nenoteiktu laiku noslēgtiem līgumiem vai abonēšanas līgumiem norāda maksu par vienu rēķina sagatavošanas laikposmu. Ja saskaņā ar minētajiem līgumiem maksā fiksētu summu, norāda kopējo mēneša maksu. Ja kopējo mēneša maksu pamatoti nevar aprēķināt iepriekš, norāda tās aprēķināšanas veidu *(5.7.apakšpunkts)*; 5) maksāšanas, preces piegādes vai pakalpojuma izpildes noteikumi, termiņš, līdz kuram pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs apņemas piegādāt preces vai pakalpojuma sniedzējs sniegt pakalpojumu, un sūdzību izskatīšanas kārtība, ja attiecināms *(5.9.apakšpunkts)*; 6) atteikuma tiesību gadījumā – informācija par atteikuma tiesību izmantošanas nosacījumiem, termiņu un kārtību, kā arī šo noteikumu pielikuma B daļā iekļautā atteikuma veidlapa *(5.10.apakšpunkts)*; 7) līguma termiņš, ja līgums noslēgts uz noteiktu laiku, vai līguma izbeigšanas nosacījumi, ja līgums ir noslēgts uz nenoteiktu laiku vai arī tiek pagarināts automātiski *(5.17.apakšpunkts)*; 8) līgumā noteiktais minimālais līguma termiņš *(5.18.apakšpunkts)*; 9) ja attiecināms, informācija par ārpustiesas sūdzību izskatīšanas un atlīdzības iespējām un veidu, kā tām piekļūt *(5.22.apakšpunkts)*. Turklāt saskaņā ar šo noteikumu 12.punktu, ja distances līguma slēgšanai izmanto elektroniskos līdzekļus un patērētājam ir pienākums veikt samaksu, pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs šo noteikumu 5.1., 5.5., 5.6., 5.7., 5.17. un 5.18. apakšpunktā norādīto informāciju sniedz skaidri un nepārprotami, tieši pirms patērētājs veic pasūtījumu.

Tomēr no lietā konstatējamiem piemēriem ir secināms, ka informācija par to, ka piedāvātais pakalpojums ir maksas pakalpojums, ka tas ir abonēšanas pakalpojums, kāda ir pakalpojuma maksa, kādā veidā ir iespējams anulēt pieslēgto pakalpojumu un tml., nav viegli pieejami, tie nav sniegti uzskatāmā un salasāmā veidā (piemēram, centra 2023.gada 9.janvāra pārbaudes aktā Nr.E-LAB/20221108-2-3 norādītajā gadījumā). Savukārt saskaņā ar Likuma 10.panta pirmās daļas 2.punktu, kā arī trešās daļas 1., 2. un 5.punktu informācija par pakalpojuma galvenajām īpašībām (it īpaši tas, ka, pieslēdzot pakalpojumu, tiek noslēgts abonēšanas līgums un kāda satura pakalpojums tiek pieslēgts), informācija par pakalpojuma maksu, kā arī atteikuma un citas līguma izbeigšanas tiesības, ir uzskatāma par būtisku informāciju, kuras noklusēšanas (tostarp situācijā, kad šī informācija tiek sniegta neskaidrā, nesaprotamā veidā vai nepiemērotā laikā) rezultātā vidusmēra patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu tas citādi nebūtu pieņēmis. Tādējādi pamatots ir centra secinājums, ka, nenodrošinot to, ka pamatinformācija par pakalpojumu, kā arī tā saņemšanas nosacījumi, patērētājiem ir viegli pieejami un tie tiek sniegti skaidrā un saprotamā veidā, pieteicēja ir pieļāvusi noteikumu Nr.255 5.1., 5.5., 5.7., 5.17.apakšpunktu, kā arī 12.punkta pārkāpumu.

Vienlaicīgi no iepriekš minētā piemēra arī konstatējams, ka nevienā no pakalpojuma pieslēgšanas posmiem skaidrā, patērētājiem uzskatāmā un saredzamā veidā netiek sniegta informācija par pakalpojuma sniedzēja identitāti. Tāpat nevienā no maksas abonēšanas līguma piedāvāšanas un noslēgšanas stadijām patērētāji nekādā veidā netiek informēti par to, ka pakalpojuma maksas saņēmējs ir pieteicēja. Informācija par to, ka pakalpojuma maksas saņēmēja ir pieteicēja, konstatējams tikai saņemot mobilo sakaru operatora izrakstīto rēķinu. Turklāt ne visu mobilo sakaru operatoru izrakstītajos rēķinos tiek norādīta konkrēta persona kā pakalpojuma maksas saņēmējs (rēķinos norādīts tikai pieslēgtais pakalpojums, bet ne pakalpojuma maksas saņēmējs). Savukārt pakalpojuma sniedzēja identitātes un tā abonēšanas maksas saņēmēja informācijas noklusēšana vai tās savlaicīga nesniegšana ir ne vien noteikumu Nr.255 5.2.apakšpunkta pārkāpums, bet arī faktors, kas ietekmē patērētājiem radītos zaudējumus, jo šīs informācijas noskaidrošanai nepieciešamajā laikā var turpināties pakalpojuma abonēšanas maksas pieaugšana. Savukārt, nesniedzot informāciju par atteikuma tiesību izmantošanas nosacījumiem, termiņu un kārtību, kā arī skaidru un saprotamu informāciju par sūdzības izskatīšanas kārtību un atlīdzības iespējām, pieteicēja ir pieļāvusi noteikumu Nr.255 5.9., 5.10. un 5.22.apakšpunktu pārkāpumus.

Līdz ar to šādos apstākļos ir konstatējama maldinoša noklusēšana likuma 10.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē, kuras rezultātā patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par pakalpojuma pieslēgšanu, kādu tas nebūtu pieņēmis, ja tam pirms pakalpojuma pieslēgšanas viegli pieejamā, uzskatāmā, skaidrā un saprotamā veidā būtu bijusi sniegta informācija, ka, pieslēdzot pakalpojumu, tiek noslēgts maksas abonēšanas līgums, un informācija par pakalpojuma maksu.

[11.2] Saskaņā ar Likuma 12.panta pirmo daļu komercpraksi uzskata par agresīvu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un visus apstākļus – neatlaidīgas darbības, piespiešanu, tostarp fiziska spēka vai nesamērīgas ietekmes izmantošanu, tā būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz preci vai pakalpojumu un rezultātā patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Savukārt saskaņā ar Likuma 13.panta 6.punktu komercprakse jebkuros apstākļos uzskatāma par agresīvu, ja komercprakses īstenotājs pieprasa tūlītēju vai atliktu maksājumu par piegādātajām precēm vai sniegtajiem pakalpojumiem, digitālajiem pakalpojumiem vai digitālo saturu, ko patērētājs nav pasūtījis.

Ņemot vērā izskatāmajā lietā konstatēto, ka daudzi patērētāji pakalpojuma pieslēgšanas brīdī abonēšanas līguma noslēgšanas faktu nemaz nav apzinājušies, un par faktu, ka maksas abonēšanas pakalpojums ir pieslēgts, ir uzzinājuši, saņemot rēķinu no mobilo sakaru operatora, tiesa par pamatotu atzīst arī centra secinājumu, ka pieteicējas īstenotā komercprakse ir atzīstama par agresīvu komercpraksi Likuma 13.panta 6.punkta izpratnē.

[11.3] Saskaņā ar Likuma 6.pantu komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam. Savukārt saskaņā ar Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma 4.panta pirmās daļas 2.punktu, Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 26.[1] pantu un noteikumu Nr.255 5.3.apakšpunktu pieteicējai kā komercprakses īstenotājai ir jānodrošina iespēja ar to sazināties, lai strīdus situācijas gadījumā, vispirms vēršoties pie pakalpojuma sniedzēja, attiecīgi varētu nodrošināt patērētāju iebildumu un sūdzību izskatīšanu, tādējādi dodot iespēju patērētājiem realizēt savas likumiskās tiesības mēģināt atrisināt radušos situāciju ar pašu pakalpojumu sniedzēju.

Tādējādi, izskatot no patērētājiem saņemtās sūdzības, patērētāju izteiktie iebildumi ir jāizvērtē ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, kādu patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā atzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam. Tātad patērētāju sūdzības jāizskata pēc būtības, objektīvi, taisnīgi un vispusīgi izvērtējot attiecīgā patērētāja izteiktos iebildumus, nodrošinot arī individuālu pieeju katrā konkrētajā strīdus gadījumā. Līdz ar to arī pamatota ir centra norāde, ka, piemēram, situācijā, kad patērētājs vēršas pie pieteicējas ar iebildumiem, ka tas nav pieslēdzis pakalpojumu un tā pieslēgšanai nav vadījis ne tālruņu numuru, ne arī PIN kodu, nav pietiekami, ka pieteicēja, sniedzot atbildi, norāda, no kāda tālruņu numura, no kādas ierīces un no kādas IP adreses pakalpojums ir pasūtīts, kā arī tabulas veidā sniedz informāciju par nosūtītajām īsziņām (kurā tostarp norādīts nosūtīto īsziņu datums un laiks, kā arī īsziņas teksts). Šādās situācijās, kad patērētājs apgalvo, ka tas nav vadījis tālruņa numuru un PIN kodu (tai skaitā nav arī saņēmis īsziņas ar PIN kodu), kas nepieciešams pakalpojuma pieslēgšanai, pieteicējai ir jāspēj objektīvi izvērtēt pakalpojuma pasūtīšanas apstākļus un pierādīt, ka pirms līguma noslēgšanas patērētājs ir par pakalpojumu atbilstoši informēts, ka nepastāv situācija, kas rada šaubas par to, ka patērētāja darījuma gribas izteikums ir nepārprotams, apzināts un uz skaidru un pietiekošu informāciju balstīts. Turklāt pieteicējai ir arī pienākums izvērtēt, vai veids, kādā tās sadarbības partneri organizē pakalpojumu reklamēšanu un pārdošanu, atbilst patērētāju interesēm un tiesībām.

Tomēr no vairākām patērētāju sūdzībām secināms, ka konkrēto jautājumu risināšanā netiek ņemti vērā patērētāju iebildumi par nepasūtītu pakalpojumu sniegšanu. Piemēram, uz iebildumiem par to, ka pakalpojums nav bijis nepieciešams, vēlams un patērētāja nepārprotami izvēlēts, ka patērētājs nav devis piekrišanu pakalpojuma pasūtīšanai, ka tā maksa pamanīta tikai pēc kāda laika posma un ka pakalpojums pieslēgts nepilngadīgai personai (patērētāju 2022.gada 26.septembra, 20.oktobra un 8.decembra, kā arī 2023.gada 23.janvāra sūdzības), seko vienveidīgas un formālas atbildes, kas pamatotas ar tehniska rakstura informāciju par tiešsaistes komunikāciju starp pakalpojuma pasūtīšanas infrastruktūru un patērētāja mobilo ierīci, neņemot vērā un nevērtējot patērētāja iebildumus un ziņas par nevēlama pakalpojuma pieslēgšanu, abonēšanu un tās maksas pieprasīšanu. Turklāt astevišķos gadījumos (patērētāju 2022.gada 24.oktobra, 22.novembra un 2.decembra sūdzības) pieteicēja vispār nav nodrošinājusi iespēju patērētājiem ar to sazināties un saņemt atbildi uz viņu iebildumiem.

Tādējādi pamatots ir arī dienesta secinājums, ka pieteicēja, nesniedzot atbildi uz patērētāju sūdzībām vai pēc būtības neņemot vērā patērētāju izteiktos iebildumus attiecībā uz nepamatotu pakalpojuma pieslēgšanu, būtiski ierobežo patērētājiem iespēju risināt strīdus, kas saistīti ar noslēgtajiem abonēšanas līgumiem, tai skaitā iebildumus par naudas summas atmaksu par nepamatoti pieslēgtajiem pakalpojumiem. Līdz ar to pieteicēja ar šādu rīcību pārkāpj Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma 4.panta pirmās daļas 2.punktā un noteikumu Nr.255 5.3.apakšpunktā noteiktās prasības uz ātru un efektīvu saziņu, kā arī neievēro Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 26.[1] pantā noteikto par strīdu risināšanas kārtību. Turklāt šāda pieteicējas rīcība negatīvi ir ietekmējusi vai varēja ietekmēt daudzu patērētāju ekonomiskās intereses, tai skaitā radot viņiem zaudējumus (piemēram, situācijā, kad, neņemot vērā patērētāju izteiktos iebildumus, maksa par nepamatoti pieslēgto pakalpojumu netiek anulēta un tiek piemērota arī turpmāk). Līdz ar to šāda pieteicējas īstenotā komercprakse, kuras ietvaros tā pieļauj patērētāju nepasūtītu pakalpojumu pieslēgšanu un pieprasa to abonēšanas apmaksu, nenodrošina distances tirdzniecības prasības, kā arī atbilstošu patērētāju sūdzību izskatīšanu, saskaņā ar Likuma 6.pantu ir uzskatāma arī par profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

[11.4] Saskaņā ar 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.

Tiesa jau iepriekš norādīja uz patērētāju sūdzību lielo daudzumu *(sk. sprieduma 11.1.2.apakšpunktu)*, kas nešaubīgi liecina par to, ka pieteicējas īstenotā komercprakse būtiski negatīvi ietekmēja vai varēja būtiski negatīvi ietekmēt patērētāju iespēju pieņemt informētu un apzinātu lēmumu saistībā ar darījumu. Pieteicējas īstenotās komercprakses ietekmē patērētāji pieņēma vai varēja pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmuši. Tātad, neapzināti noslēdzot līgumu, patērētāji faktiski abonēja pakalpojumu un veica tā apmaksu, neapzinoties konkrēto līgumtiesisko attiecību pastāvēšanu un sekas, kā arī patērētāju likumīgo tiesību izmantošanas iespējas. Attiecīgi patērētāju interešu aizskārums kā konkrētās negodīgās komercprakses sekas atspoguļojās patērētājiem radītajos zaudējumos un citās neērtībās, kuras saistītas ar strīdu risināšanu, vēršoties pie operatoriem un pieteicējas, kā arī patērētāju apmaksātos, bet neizmantotos pakalpojumos. Turklāt šādas komercprakses sekas daudzi patērētāji atklāja tikai tad, kad saņēma mobilo sakaru operatoru rēķinus, un viņiem radītie zaudējumi, savlaicīgi nepamanot un neatslēdzot pakalpojumu, laika gaitā tikai palielinājās. Savukārt pieteicējas profesionālās rūpības ietvaros ietilpst arī pienākums vērtēt to, kādā veidā tiek izmantoti tās pakalpojumi un tehniskie risinājumi attiecīgo sadarbības partneru saimnieciskajā darbībā, it īpaši, ja saistībā ar tiem ir saņemts liels skaits patērētāju sūdzību. Līdz ar ta pieteicējas pienākums bija nepieļaut tās pakalpojumu un tehnisko risinājumu izmantošanu tādas negodīgas komercprakses īstenošanā, kāda ir konstatēta izskatāmajā lietā. Turklāt pieteicējas valdes loceklis tiesas sēdē norādīja, ka pieteicēja novērtē klientus un izvēlas, ar kuriem strādāt. Tādēļ tā vērtē sadarbības partnerus, ko viņi tirgo, ko piedāvā, kā reaģē uz tās un operatoru pieprasījumiem, kā viņi risina klientu sūdzības, vai viņi tehnoloģiski ir gatavi sniegt normāla tipa pakalpojumus un to apkalpot vai nē, tikai ar tādiem uzņēmumiem pieteicēja strādājot. Ja konstatēts, ka pakalpojuma reāli nav, ka potenciālais sadarbības partneris uzvedas kā reāls krāpnieks, pieteicēja ar tādiem nav strādājusi. Tomēr izskatāmajā lietā konstatētais liecina par pretējo, proti, konkrētajos apstākļos, kad pieteicējai bija aktīvi jārīkojas, jāizvērtē un jāpieņem lēmumi par to, ar kuriem sadarbības partneriem sadarboties, kādus nosacījumus attiecībā uz izstrādāto risinājumu izmantošanu piemērot, kurš no sadarbības partneru pakalpojumiem ir patērētāju interesēm atbilstošs, kādā veidā pakalpojumu reklāma un abonēšanas līgumu noslēgšana būtu uzskatāma par atbilstošu normatīvo aktu un godīgas tirgus prakses prasībām, pieteicēja ilgstoši pieļāva konkrētās negodīgās komercprakses īstenošanu, kā rezultātā radīts būtisks aizskārums daudzu patērētāju interesēm. Līdz ar to pieteicējas īstenotā komercprakse ir vērtējama ne tikai kā neatbilstoša profesionālajai rūpībai, bet arī kā tāda, kura būtiski negatīvi ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību un rada viņiem zaudējumus.

[11.5] Ievērojot visu šajā sprieduma punktā minēto, tiesa par pamatotu atzīst centra secinājumu, ka pieteicējas īstenotā profesionālajai rūpībai neatbilstošā, maldinošā un agresīvā komercprakse, kura būtiski negatīvi ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību un rada viņiem zaudējumus, ir atzīstama par negodīgu komercpraksi Likuma 4.panta otrās daļas 1., 2. un 3.punkta izpratnē. Šo secinājumu neietekmē arī pieteicējas norādītie pasākumi, kurus tā veikusi, lai novērstu patērētāju tiesību aizskārumus, jo tie acīmredzami nebija pietiekami, lai pilnībā izbeigtu konkrētās negodīgās komercprakses īstenošanu, ko pieteicējai vajadzēja un ko tā varēja izdarīt. Līdz ar to šādos apstākļos pieteicēja ir pārkāpusi Likuma 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanas aizliegumu.

[12] Saskaņā ar Likuma 15.panta astotās daļas 2., 3. un 5.punktu centram, atzīstot komercpraksi par negodīgu, ir tiesības pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi *(2.punkts)*; 2) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama *(3.punkts)*; 3) uzliek naudas sodu šā likuma 15.[2] pantā noteiktajā kārtībā *(5.punkts)*. Saskaņā ar Likuma 15.[2] panta pirmo daļu centrs ir tiesīgs par negodīgu komercpraksi uzlikt soda naudu līdz četriem procentiem no komercprakses īstenotāja gada apgrozījuma (ieņēmumiem) no saimnieciskajiem darījumiem: 1) iepriekšējā pārskata vai saimnieciskajā gadā pirms lēmuma pieņemšanas par soda naudas uzlikšanu; 2) pārskata vai saimnieciskajā gadā, kurā ir izdarīts pārkāpums; 3) kādā no pārskata vai saimnieciskajiem gadiem pārkāpuma

izdarīšanas laikā, ja pārkāpums ir ilgstošs; 4) laikposmā no dienas, kad uzsākta darbība, līdz pēdējam pilnajam mēnesim pirms lēmuma pieņemšanas par soda naudas uzlikšanu, ja no komercprakses īstenotāja darbības uzsākšanas pagājis mazāk nekā gads. Savukārt apstākļi, kas ņemami vērā, pieņemot lēmumu par soda naudas uzlikšanu un tās apmēru, ir noteikti Likuma 15.panta otrajā daļā.

Ņemot vērā konkrētās negodīgās komercprakses raksturu, būtību un apjomu, kā arī pieteicējas lomu tās veikšanā, un apstākli, ka tās īstenotā komercprakse skar un varēja skart daudzu patērētāju ekonomiskās intereses, tai skaitā, izdarot patērētāju tiesību pārkāpumus un radot viņiem zaudējumus gan Latvijā, gan citās Eiropas Savienības dalībvalstīs, konkrētajā administratīvajā lietā bija lietderīgi un nepieciešams pieņemt lēmumu, nosakot pieteicējai gan tiesisku pienākumu nekavējoties izbeigt konkrēto negodīgo komercpraksi, gan arī aizliegumu konkrētās negodīgās komercprakses īstenošanai nākotnē. Savukārt, ņemot vērā pieteicējas īstenotās komercprakses raksturu, būtību, ilgumu, apjomu un tās negatīvo ietekmi uz patērētāju tiesiskajām un ekonomiskajām interesēm, tai skaitā, radot patērētājiem zaudējumus un to risku, kā arī ievērojot soda naudas uzlikšanas mērķi (atjaunotu taisnīgumu, sodot par izdarīto pārkāpumu un atturot pieteicēju un citas personas no negodīgas komercprakses īstenošanas nākotnē), centrs pamatoti secinājis, ka pieteicējai ir lietderīgi un atbilstoši izdarītajam pārkāpumam samērīgi piemērot soda naudu Likuma 15.^{2} pantā noteiktajā kārtībā. Arī tiesas ieskatā soda naudas piemērošana konkrētajā situācijā ir iedarbīgākais, lietderīgākais un efektīvākais līdzeklis, ar kuru tiks sasniegts attiecīgās atbildības piemērošanas mērķis. Proti, ar soda naudas palīdzību pieteicēja tiks motivēta izbeigt konkrēto pārkāpumu un nepieļaut tā turpmāku izdarīšanu, apzinoties, ka šādi pārkāpumi būtiski negatīvi ietekmē daudzu patērētāju intereses un veido godīgai patērētāju tirgus praksei nevēlamu vidi. Vienlaikus ar attiecīgo finansiālo sankciju pieteicēja tiks sodīta par tās rīcību, kas gan Latvijā, gan arī ārpus tās ir skārusi un varēja skart daudzu patērētāju intereses.

[13] Nosakot soda naudas apmēru, centrs ir ņēmis vērā konkrētajā administratīvajā lietā konstatētos apstākļus, proti, gan tās īstenošanas laiku un ilgumu, gan izdarītā pārkāpuma būtību un raksturu, gan arī pieteicējas rīcību, lai izbeigtu negodīgo komercpraksi. Rezultātā centrs nonācis pie secinājuma, ka samērīgs soda naudas apmērs pieteicējas gadījumā ir 150 000 *euro*.

Pārbaudot pieteicējai piemērotās soda naudas apmēru, tiesa secina, ka konkrētās negodīgās komercprakses aktīvākais īstenošanas laika posms un tās negatīvā ietekme uz patērētāju interesēm visciešāk ir saistāma ar pieteicējas rīcību un ieņēmumiem 2022.gadā. Līdz ar to arī soda naudas apmērs nosakāms, nepārsniedzot 4% no 2022.gadā pieteicējas gūtā kopējā apgrozījuma, kas, ņemot vērā centra rīcībā esošo Uzņēmumu reģistra informāciju par laika posmu no 2022.gada 1.janvāra līdz 2022.gada 6.decembrim bija 6 782 703 *euro*. Tātad, nepārsniedzot 271 308,12 (4% no gada apgrozījuma) *euro*. Savukārt attiecībā par pieteicējas 2023.gada 7.aprīļa vēstulē norādīto, ka tās apgrozījums no strīdus pakalpojumiem bijis 137 251 *euro*, nav konstatējams no lietā esošās SIA /Nosaukums B/ bilanses. Turklāt jau iepriekš minētais apgrozījums – 6 782 703 *euro* bijis SIA /Nosaukums B/ apgrozījums periodā no 2022.gada 1.janvāra līdz 31.oktobrim, tādēļ tajā nav ņemts vērā pieteicējas apgrozījums par 2022.gada novembri un decembri. Savukārt saskaņā ar Uzņēmuma reģistra informāciju pieteicējas apgrozījums 2022.gadā bijis 10 530 815 *euro (lietas 88.lapa)*.

Nosakot soda naudas apmēru, vērā ņemams arī tas, ka pieteicējas negodīgā komercprakse ir īstenota ilgstošā laika periodā (vairāk kā gada garumā, jo pirmās sūdzības par pieteicējas negodīgo komercpraksi centrā saņemtas 2022.gada janvārī un centrs tās turpināja saņemt arī 2023.gada sākumā), kā arī tā skar plašu patērētāju loku un pārkāpumam ir būtiska ietekme uz patērētāju kolektīvajām interesēm. No lietas materiāliem konstatējams, ka pieteicējas īstenotā negodīgā komercprakse faktiski ir skārusi vai varēja skart ļoti daudzus patērētājus *(sk. sprieduma 11.1.2.apakšpunktu)*, tostarp nodarot tiem materiālos zaudējumus un radot citu nepamatotu apgrūtinājumu. Turklāt lietā konstatētais patērētāju sūdzību skaits, kas uzskatāms par ļoti lielu, neraksturo konkrētās negodīgās komercprakses apdraudējumu vai tā riska reālo apmēru. Patērētāju skaits, kuru ekonomiskās intereses ir aizskārusi pieteicējas negodīgi īstenotā komercprakse, ir lielāks, jo saskaņā ar dzīvē gūtajiem novērojumiem ir zināms, ka ne visi, konstatējot savu tiesību aizskārumu, par to ziņo. Līdz ar to ne visi patērētāji ir vērsušies ar sūdzībām centrā vai pie mobilo sakaru operatoriem. Tādēļ, ņemot vērā apstākli, ka strīdus pakalpojumi varēja apdraudēt praktiski ikvienu patērētāju, kas Latvijā vai Lietuvā viedierīcēs izmanto mobilo sakaru pakalpojumus, centrs arī pamatoti secinājis, ka ikvienam patērētājam, kurš izmanto viedtālruni, varēja tikt radīti zaudējumi vismaz 2,99 *euro* apmērā (pirmā pakalpojuma abonēšanas maksa par vienu nedēļu). Savukārt, ņemot vērā konkrēto pakalpojumu sniegšanas fakta apzināšanās un abonēšanas maksas novēlotas konstatēšanas problēmas, kuras sagādā pakalpojumu sniedzēja identificēšana un saziņa ar viņu un mobilajiem operatoriem, lielākajai daļai patērētāju šādus zaudējumus ir iespējams konstatēt un apturēt tikai nākamajā mēnesī, saņemot mobilo sakaru pakalpojumu rēķinu, proti, laika posmā, kurā abonēšanas maksa par nedēļu ir piemērota līdz pat četrām vai piecām reizēm. Turklāt saskaņā ar Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas apkopotajiem datiem Latvijā 2022.gadā bija 3 miljoni mobilo pakalpojumu pieslēgumu, no kuriem 2,2 miljoni bija mobilā interneta pieslēgumu, kurus lietotāji izmantoja interneta lietošanai telefonā, datorā vai planšetdatorā *(lietas 92.lapa)*. Tādēļ negodīgās komercprakses aizskāruma potenciāls patērētājiem ir uzskatāms par ievērojamu. Tā skāra vai varēja skart vismaz vienu miljonu patērētāju, tai skaitā vairākus simtus tūkstošus mazāk aizsargāto patērētāju intereses, tādējādi nodrošinot pieteicējai būtisku negodīgu ieņēmumu gūšanu vai tās potenciālu. Turklāt pieteicējas pārkāpumam ir pārrobežu raksturs, jo pieteicējas komercprakse ir īstenota gan Latvijas teritorijā, gan arī attiecībā uz Lietuvas patērētājiem, un šīs komercprakses rezultātā tiek būtiski ietekmētas ne tikai Latvijas, bet arī citas Eiropas Savienības dalībvalsts, tas ir, Lietuvas patērētāju ekonomiskās intereses.

Tāpat, nosakot soda naudas apmēru, vērā ņemama arī izdarītā pārkāpuma būtība un raksturs. Proti, pieteicēja, pieprasot samaksu par patērētājiem nepasūtītu maksas abonēšanas pakalpojumu pieslēgšanu, ir īstenojusi agresīvu, maldinošu un profesionālajai rūpībai neatbilstoši komercpraksi. Šādi īstenotās komercprakses rezultātā patērētājiem tiek radīti zaudējumi, kuru apmērs ir atkarīgs no tā, cik savlaicīgi viņiem ir izdevies konstatēt līguma noslēgšanas faktu, noskaidrot piemērotās pakalpojuma abonēšanas maksas saņēmēju – pieteicēju, un pēc tam ar to atrisināt konkrēto. Turklāt pieteicējas īstenotās komercprakses negodīgo raksturu apliecina arī tās rīcība, nesniedzot atbildi uz patērētāju sūdzībām vai pēc būtības neņemot vērā viņu izteiktos iebildumus attiecībā uz nepasūtītu pakalpojumu pieslēgšanu, tā vietā sniedzot vienveidīgas un formālas atbildes, kas pamatotas ar tehniska rakstura informāciju par tiešsaistes komunikāciju starp pakalpojuma pasūtīšanas infrastruktūru un patērētāja mobilo ierīci. Šādas rīcības rezultātā pieteicēja ir būtiski ierobežojusi patērētājiem iespēju risināt strīdus, tai skaitā, iebildumus par naudas summas atmaksu par nepamatoti pieslēgtajiem pakalpojumiem. Tātad izskatāmajā lietā ir konstatējams, ka pieteicēja ir īstenojusi vairākus Likumā noteiktos negodīgas komercprakses veidus, turklāt tās rezultātā tiešā veidā guvusi sev finansiālu labumu – ieņēmums. Vienlaicīgi ņemams vērā arī tas apstāklis, ka pieteicēja labprātīgi un pēc savas iniciatīvas neveica nepieciešamos pasākumus, lai izbeigtu negodīgo komercpraksi. Tā vietā prettiesiskā rīcība tika turpināta, neraugoties uz to, ka kopumā gan šīs komercprakses uzraudzības lietas ietvaros, gan arī izskatot individuālos strīdus, pieteicēja daudzkārt tika informēta par konstatētajiem pārkāpumiem. Līdz ar to arī pamatots ir centra secinājums, ka pieteicējas gadījumā nav konstatējama tās vēlme nepieļaut konkrētu pārkāpumu izdarīšanu, kā arī nodrošināt to novēršanu.

Tādējādi, ņemot vērā lietā konstatētos faktiskos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu un negatīvo ietekmi uz patērētāju interesēm, pieteicējas lomu un gūtos ieņēmumus, kā arī soda naudas efektivitātes, sodīšanas un prevencijas nozīmi, pieteicējai piemērotā soda nauda 150 000 *euro* apmērā ir atzīstama par atbilstošu un samērīgu tās izdarītajam negodīgas komercprakses īstenošanas aizlieguma pārkāpumam.

[14] Ievērojot visu iepriekš minēto, tiesa centra lēmumu atzīst par pamatotu un tiesību normām atbilstošu, bet pieteicējas pieteikumu pilnībā noraida.

[15] Atbilstoši administratīvo tiesu judikatūrai, kas veidojusies, ievērojot arī Eiropas Cilvēktiesību tiesas praksi, tiesai ir pienākums argumentēt spriedumus, bet tas nav saprotams kā prasība detalizēti atbildēt uz jebkuru argumentu. Tiesnešiem ir jāuzklausa argumenti, bet viņiem nav pienākums detalizēti atrunāt jebkuru iesniegumu vai skaidri atbildēt uz jebkuru paskaidrojumu. Tiesai ir atļauts izvērtēt argumentus, kurus tā uzskata par nozīmīgiem no tiesību viedokļa. Tikai tad, ja tiesa nav analizējusi kādu būtisku vai izšķirošu argumentu, ir konstatējams pārkāpums. Tas, cik daudz spriedums ir jāargumentē, atkarīgs no lietas apstākļiem *(sk. Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2006.gada 12.septembra sprieduma SKA-280/2006 8.punktu, 2011.gada 22.septembra sprieduma SKA-311/2011 20.punktu)*.

Tādējādi tiesa izskatāmajā lietā atsevišķi izvērtēja tikai tos argumentus, kuri tiesas ieskatā ir nozīmīgi no tiesību viedokļa un kas var ietekmēt tiesas spriedumu pēc būtības.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246. – 251.pantu, kā arī 289. – 291.pantu, Administratīvā rajona tiesa

nosprieda

noraidīt sabiedrības ar ierobežotu atbildību /Nosaukums A/ pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2023.gada 9.jūnija lēmuma Nr.11-pk atcelšanu.

Tiesas spriedumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā viena mēneša laikā no tā sastādīšanas dienas, iesniedzot apelācijas sūdzību Administratīvās rajona tiesas Rīgas tiesu namā.

Tiesnesis G.Ploriņš