



Briselē, 14.3.2013  
COM(2013) 139 final

**KOMISIJAS ZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI UN EIROPAS  
EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI**

**Pirmais ziņojums par to, kā tiek piemērota Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada  
11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi  
iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK  
un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un  
Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004  
(„Negodīgas komercprakses direktīva”)**

## KOMISIJAS ZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI UN EIROPAS EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI

### Pirmais ziņojums par to, kā tiek piemērota Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”)

#### 1. IEVADS

Šajā ziņojumā<sup>1</sup> sniegts pirmais novērtējums par to, kā dalībvalstīs tiek piemērota Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi<sup>2</sup> (turpmāk „direktīva” jeb „NKD”), un izvērtēta tās ietekme. Ziņojums ir viena no pamatiniciatīvām, kas sāktas, lai īstenotu Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmu<sup>3</sup>.

Lai sagatavotu šo ziņojumu, dalībvalstīm un plašam ieinteresēto personu lokam 2011. gadā tika nosūtītas īpaši izstrādātas anketas<sup>4</sup>. Attiecībā uz direktīvas piemērošanu finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā<sup>5</sup> šis ziņojums pamatojas uz datiem, kas savākti 2011/2012<sup>6</sup>. gadā Komisijas uzdevumā veiktā pētījumā.

NKD ir pieņemta 2005. gada 11. maijā. Tā tiecas nodrošināt, lai patērētāji netiktu maldināti vai ietekmēti ar agresīvu tirgvedību un jebkurš ES tirgotāju apgalvojums būtu skaidrs, precīzs un pamatots, dodot patērētājiem iespēju veikt apzinātu un jēgpilnu izvēli. Tās noteikumi pamatojas uz principiem, un to uzdevums ir nodrošināt, lai tiesiskais regulējums būtu pietiekami elastīgs un ļautu pielāgoties jaunām pārdošanas metodēm, produktiem un tirgvedības paņēmieniem.

<sup>1</sup> Šis ziņojums papildina Komisijas paziņojumu Eiropas Parlamentam, Padomei un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai par Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanu “*Augsta patērētāju tiesību aizsardzības līmeņa panākšana — uzticības veidošana iekšējā tirgū*”. Saskaņā ar NKD 18. pantu Komisijai jāiesniedz ziņojums par direktīvas piemērošanu attiecībā uz konkrētiem jautājumiem, piemēram, finanšu pakalpojumiem un nekustamo īpašumu, tādas komercprakses melno sarakstu, kas ir aizliegta jebkuros apstākļos, kā arī turpmākas saskaņošanas un vienkāršošanas iespējām. Saskaņā ar NKD 24. apsvērumu direktīvas piemērošanu novērtē, lai nodrošinātu, ka šķēršļi iekšējā tirgus darbībai ir likvidēti un ir sasniegta augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība.

<sup>2</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004.

<sup>3</sup> Sk. *Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmas* 3. darbību (Patērētāju tiesību aizsardzības *acquis* modernizēšana).

<sup>4</sup> Konsultēšanās gaitā tika saņemtas 25 atsauksmes no dalībvalstīm (atsauksmes neiesniedza Luksemburga un Malta), divas atsauksmes no Islandes un Norvēģijas un 76 atsauksmes no ieinteresētajām personām, tostarp 20 Eiropas patērētāju centriem (ECC), deviņām patērētāju asociācijām un 47 uzņēmējdarbības sektora ieinteresētajām personām (starp kurām bija tirdzniecības palātas, uzņēmēju jumta organizācijas / federācijas un pašregulējošas struktūras).

<sup>5</sup> Pamatojoties uz direktīvas 18. pantu, šajā ziņojumā sniegts novērtējums par 3. panta 9. punkta darbību attiecībā uz NKD piemērošanu finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā.

<sup>6</sup> Sk. *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property conducted by Civic Consulting on behalf of the European Commission*, Tiesiskuma G 2012, pieejams: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

Direktīva pēc būtības ir horizontāla un aptver uzņēmēju komercpraksi attiecībā pret patērētājiem (*business-to-consumer* jeb *B2C*) kopumā — to piemēro tiklab bezsaistes, kā tiešsaistes darījumiem, ietverot gan preces, gan pakalpojumus.

Direktīvas galvenie mērķi ir dot ieguldījumu iekšējā tirgus izveides pabeigšanā, likvidējot šķēršļus, ko rada atšķirības dalībvalstu tiesību aktos, kuri attiecas uz negodīgu komercpraksi, un nodrošināt augstu patērētāju tiesību aizsardzības līmeni.

## 2. DIREKTĪVAS TRANSPONĒŠANA

### 2.1. Grafiks

Dalībvalstīm līdz 2007. gada 12. jūnijam bija jāpublicē un jāpieņem direktīvas transponēšanai vajadzīgie pasākumi, lai tie dalībvalstīs stātos spēkā vēlākais līdz 2007. gada 12. decembrim.

Taču direktīva ir transponēta ar ievērojamu kavēšanos — galvenokārt tās ļoti plašās piemērošanas jomas dēļ. Direktīvas mērķis panākt pilnīgu saskaņošanu, kas ietverts tās „iekšējā tirgus klauzulā”<sup>7</sup>, nozīmē arī to, ka dalībvalstīm bija padziļināti jāpārskata valsts tiesību akti, lai nodrošinātu atbilstību direktīvas prasībām.

Tikai dažas dalībvalstis<sup>8</sup> ir transponējušas direktīvu laicīgi. Pēdējā dalībvalsts<sup>9</sup> pabeidza transponēšanu 2009. gada beigās, bet dalībvalstu pasākumu lielākā daļa ir īstenota 2008. un 2009. gadā<sup>10</sup>. Pēc Komisijas vēršanās Eiropas Tiesā (turpmāk „Tiesa”) pret divām dalībvalstīm Tiesa pieņēma spriedumus<sup>11</sup>, bet pārējās lietās tiesvedību izbeidza, jo dalībvalstis bija informējušas Komisiju par pieņemtajiem pasākumiem<sup>12</sup>.

### 2.2. Īstenošanā izmantotā dalībvalstu pieeja un transponēšanas procesa raksturojums

Tehniskos risinājumus, ko dalībvalstis bija izvēlējušās, lai īstenotu NKD, var iedalīt divās lielās grupās galvenokārt atkarībā no tā, vai dalībvalstīm jau bija tiesību akti, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, vai šādu tiesību aktu nebija. Dažas dalībvalstis ir inkorporējušas direktīvu pastāvošajos tiesību aktos: likumos pret negodīgu konkurenci (Vācija, Austrija, Dānija, Spānija), patērētāju kodeksos (Francija, Itālija, Bulgārija, Čehijas Republika, Malta), civilkodeksos (Nīderlande) vai īpašos spēkā esošos tiesību aktos (Beļģija, Somija un Zviedrija). Citas ir pieņēmušas jaunus *ad hoc* tiesību aktus, transponējot NKD gandrīz vārds vārdā (Apvienotā Karaliste, Portugāle, Rumānija, Ungārija, Kipra, Polija, Slovēnija, Slovākija, Igaunija, Īrija, Luksemburga, Latvija, Lietuva un Grieķija).

### 2.3. Direktīvas 4. pants — iekšējā tirgus klauzula

NKD 4. pantā, kas pazīstams kā iekšējā tirgus klauzula, ir ietverts direktīvas pilnīgas saskaņošanas mērķis, un šis pants neļauj dalībvalstīm atkāpties no direktīvas noteikumiem. Šo aspektu ir apstiprinājusi Tiesa *Total Belgium* lietā un saistībā ar citiem prejudiciāliem

<sup>7</sup> Sk. direktīvas 4. pantu.

<sup>8</sup> Beļģija, Īrija, Malta, Polija, Slovākija un Slovēnija bija pabeigušas transponēšanu līdz 2007. gada 12. jūnijam.

<sup>9</sup> Spānija.

<sup>10</sup> Direktīvas īstenošanas tiesību aktus ir pieņēmušas arī trīs EEZ valstis — Islande, Lihtenšteina un Norvēģija.

<sup>11</sup> Sk. 2009. gada 23. aprīļa spriedumu lietā C-321/08 Eiropas Kopienų Komisija pret Spānijas Karalisti un 2009. gada 5. februāra spriedumu lietā C-282/08 Eiropas Kopienų Komisija pret Luksemburgas Lielhercogisti.

<sup>12</sup> Dalībvalstu transponēšanas pasākumu saraksts ir pieejams Negodīgas komercprakses direktīvas datubāzē <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/> vai saitē [http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/unfair-trade/unfair-practices/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm).

nolēmumiem<sup>13</sup>, kuros Tiesa ir konsekventi uzsvērusi, ka „ar Direktīvu tiek pilnībā saskaņotas minētās normas Kopienā. Līdz ar to [...] dalībvalstis nevar pieņemt ierobežojošākus pasākumus par tiem, kas ir definēti Direktīvā, pat ja tās vēlas nodrošināt lielāku patērētāju aizsardzību”.

Direktīvas īstenošanā problemātiskākais ir izrādījies pilnīgas saskaņošanas aspekts. Iekšējā tirgus klauzula ir likusi dalībvalstīm būtiski pielāgot savas tiesību sistēmas direktīvas noteikumiem. Dalībvalstīm bija padziļināti jāizvērtē valsts tiesību aktu atbilstība un jāatceļ ar direktīvu nesaderīgi noteikumi. Šie noteikumi attiecās galvenokārt uz konkrētas, direktīvas I pielikumā (tādas komercprakses „melnajā sarakstā”, kas ir aizliegta jebkuros apstākļos) neiekļautas komercprakses aizliegumu, jo īpaši pārdošanas veicināšanas pasākumu jomā.

Iekšējā tirgus klauzulas īstenošanas rezultātā visā ES teritorijā ir lielā mērā vienkāršoti noteikumi par maldinošu reklāmu un uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem, aizstājot 27 dalībvalstu sistēmas ar vienu noteikumu kopumu un vienlaikus saglabājot augstu patērētāju tiesību aizsardzības līmeni. Bija būtiski panākt, lai tiktu pārvarēti konkrētie juridiskie šķēršļi, ko izraisīja negodīgas komercprakses sadrumstalotais regulējums, jo tie radīja izmaksas, sarežģījumus un nenoteiktību tiklab uzņēmējiem, kā patērētājiem.

#### 2.4. Izņēmumi

Direktīvas 3. panta 9. punktā ir paredzēts svarīgs NKD pilnīgas saskaņošanas mērķa ierobežojums, nosakot, ka „attiecībā uz „finanšu pakalpojumiem”[...] un nekustamo īpašumu dalībvalstis var piemērot noteikumus, ar ko paredz vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar šo direktīvu, jomā, uz ko tā paredz tuvināšanu”. Tādējādi uz šīm divām jomām attiecas minimāla saskaņošana. Kā paskaidrots 9. apsvērumā, „finanšu pakalpojumi un nekustamais īpašums, dēļ to sarežģītības un tiem piemītošiem nopietniem riskiem, rada vajadzību pēc sīki izstrādātām prasībām, tostarp pozitīvu pienākumu uzlikšanu tirgotājiem”. Tātad šajās jomās dalībvalstis var piemērot par direktīvas noteikumiem stingrākus noteikumus, ja tie atbilst citiem ES tiesību aktiem.

Kā skaidrots turpmāk, konsultēšanās ir apliecinājusi, ka nav pamata atcelt šo ierobežojumu ne attiecībā uz finanšu pakalpojumiem, ne attiecībā uz nekustamo īpašumu.

Otrs pagaidu izņēmums no pilnīgas saskaņošanas principa attiecas uz valsts noteikumiem, ar kuriem īsteno direktīvas, kurās ir minimālās saskaņošanas klauzulas. Saskaņā ar 3. panta 5. punktu sešus gadus līdz 2013. gada 12. jūnijam dalībvalstis var turpināt piemērot valsts noteikumus<sup>14</sup>, ar kuriem paredz vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar direktīvu, un ar kuriem īsteno minimālās saskaņošanas klauzulas, kas ietvertas citos ES tiesību aktos<sup>15</sup>.

Saskaņā ar 3. panta 6. punktu dalībvalstīm nekavējoties jāziņo Komisijai par jebkuriem valsts noteikumiem, ko piemēro, pamatojoties uz 3. panta 5. punktu.

<sup>13</sup> 2009. gada 23. aprīļa spriedums apvienotajās lietās C-261/07 un C-299/07 *VTB-VAB NV* pret *Total Belgium* un *Galatea BVBA* pret *Sanoma Magazines Belgium NV*, 2010. gada 14. janvāra spriedums lietā C-304/08 *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV* pret *Plus Warenhandels-gesellschaft mbH*, 2011. gada 30. jūnija rīkojums lietā C-288/10 *Wamo BVBA* pret *JBC NV* un *Modemakers Fashion NV*, 2011. gada 15. decembra rīkojums lietā C-126/11 *Inno NV* pret *Unizo* u. c.

<sup>14</sup> Jomā, uz ko direktīva paredz tuvināšanu.

<sup>15</sup> Starp direktīvām, kurās ietvertas minimālās saskaņošanas klauzulas jomā, uz ko Direktīva 2005/29/EK paredz tuvināšanu, ir Direktīva 98/6/EK par patērētājiem piedāvāto produktu cenu norādīšanu, Direktīva 97/7/EK par distances līgumiem, Direktīva 85/577/EEK par līgumiem, kas noslēgti ārpus uzņēmuma telpām, Direktīva 94/47/ EK par līgumiem, saskaņā ar kuriem pārņemties uz laiku izmantot nekustamo īpašumu, un Direktīva 90/314/EEK par kompleksiem ceļojumiem.

Tikai piecas dalībvalstis apgalvo, ka turpina piemērot noteikumus saskaņā ar 3. panta 5. punktu<sup>16</sup>. Viena dalībvalsts<sup>17</sup>, piemēram, ir informējusi par noteikumiem, ar ko īsteno Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīvu<sup>18</sup> un kas attiecas uz nepilngadīgo aizsardzībai paredzētiem televīzijas reklāmas ierobežojumiem. Kāda cita dalībvalsts nav paziņojusi par ierobežojošu pasākumu, kas attiecas uz tiešo tirdzniecību mājās<sup>19</sup>. Tas, ka līdz šim tikai dažas dalībvalstis ir izmantojušas 3. panta 5. punktu, varētu būt skaidrojams ar zināmu nevēlēšanos atcelt konkrētus valsts pasākumus (līdz 2013. gada 12. jūnijam).

Komisija uzskata, ka šā izņēmuma piemērošanas termiņu nevajadzētu pagarināt. Lai gan dažas dalībvalstis ir norādījušas, ka termiņš būtu jāpagarina, konkrētus noteikumus valsts līmenī vajadzības gadījumā var piemērot, izmantojot citus ES tiesību aktus.

## 2.5. Saistība starp NKD un ES nozaru tiesību aktiem

Direktīva ir vispārīgais tiesību akts, ar ko regulē uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem. Tā ietver visus B2C komercprakses veidus, ja direktīvā nav skaidri norādīts citādi, kā tas ir, piemēram, attiecībā uz uzņēmējdarbības veikšanas vai atļauju izsniegšanas sistēmu (sk. 3. panta 8. punktu). Ja nozaru tiesību akti ir pretrunā direktīvas vispārīgajiem noteikumiem, pārāki ir attiecīgie *lex specialis* noteikumi<sup>20</sup>. Šādas pretrunas bieži rodas tāpēc, ka *lex specialis* ietver sīkākas prasības par pirmslīguma informāciju vai stingrākus noteikumus par informācijas sniegšanas kārtību patērētājiem (sk. direktīvas 10. apsvērumu). Taču īpašu ES noteikumu pastāvēšana kādā nozarē neizslēdz direktīvas piemērošanu: šajos gadījumos, un attiecībā uz visiem aspektiem, ko neaptver *lex specialis*, NKD papildina nozaru noteikumus un novērš jebkādas atlikušās nepilnības patērētāju aizsardzībā pret negodīgu komercpraksi<sup>21</sup>.

## 2.6. Transponēšanas pēcpasākumi

Pašreizējās situācijas analīze norāda uz neprecizitātēm vairākās dalībvalstīs, turklāt dažos gadījumos neprecizitātes ir saistītas ar direktīvas pamatjēdzieniem. Šajā sakarā Komisijas

<sup>16</sup> Dānija, Somija, Īrija, Latvija un Zviedrija.

<sup>17</sup> Dānija 2008. gada 10. martā ir paziņojusi par noteikumiem attiecībā uz televīzijas reklāmu, kas paredzēti 2005. gada 15. decembra Rīkojuma Nr. 1368 par reklāmu un sponsorēšanu radio un televīzijā 21. punktā. Šie noteikumi, kas attiecas, *inter alia*, uz reklamētā produkta īpašībām, cenu un produkta lietošanai vajadzīgo iemaņu līmeni, ir stingri nostiprināti Dānijas tiesību aktos, īpaša uzmanība tajos ir veltīta nepilngadīgo aizsardzībai un ar tiem ir īstenota Direktīva par televīziju bez robežām (Padomes Direktīva 89/552/EEK, tagad Direktīva 2010/13/ES par audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu).

<sup>18</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2010. gada 10. marta Direktīva 2010/13/ES par to, lai koordinētu dažus dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos paredzētus noteikumus par audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu (Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva).

<sup>19</sup> Beļģija nav paziņojusi par valsts noteikumiem, kas aizliedz tiešajā tirdzniecībā mājās piedāvāt produktus, kuru vērtība pārsniedz 250 euro. Šo pasākumu saderību izvērtēs Eiropas Savienības Tiesa, pret Beļģiju ierosinātas prasības kontekstā, kas pašlaik tiek izskatīta.

<sup>20</sup> Direktīvas 3. panta 4 punktā ir paskaidrots, ka gadījumos, kad „šī direktīva un citi Kopienas noteikumi, kas reglamentē konkrētus negodīgas komercprakses aspektus, nonāk pretrunā, priekšroku dod minētajiem citiem Kopienas noteikumiem, un tos piemēro attiecībā uz šiem konkrētiem aspektiem”.

<sup>21</sup> Sk. vadlīniju 18. un 19. lpp. Piemēram, Gaisa pārvadājumu pakalpojumu regulā (Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 24. septembra Regula (EK) Nr. 1008/2008 par kopīgiem noteikumiem gaisa pārvadājumu pakalpojumu sniegšanai Kopienā) ir ietverti konkrēti noteikumi par sabiedrībai sniedzamo informāciju par cenām. Saskaņā ar regulas 23. pantu papildus galīgajai cenai, kurā jāierēķina visi uzliktie nodokļi, maksājumi, papildmaksājumi un maksas, gaisa pārvadātājiem jānorāda arī galīgās cenas sadalījums. Tāpēc attiecībā uz pirmslīguma informāciju, kas attiecas uz aviobiļešu cenām, piemēro šos konkrētākos noteikumus. Direktīvas noteikumi ir piemērojami, lai aizliegtu komercpraksi, kas var maldināt vidusmēra patērētāju (piemēram, ēsmas reklāmu un ar aviobiļešu cenām saistītus tirgvedības pasākumus), un agresīvu praksi (piemēram, apgrūtinošus un nesamērīgus nelīgumiskus šķēršļus patērētājiem, kas vēlas izmantot līgumiskās tiesības lauzt līgumu).

dienesti ir veikuši plašu transponēšanas pārbaudi un pašlaik ar attiecīgajām dalībvalstīm risina strukturētu dialogu.

### 3. DIREKTĪVAS PIEMĒROŠANA

#### 3.1. Vienāda piemērošana

##### 3.1.1. Eiropas Tiesas loma un judikatūra

Gādājot, lai ES tiesību akti visās dalībvalstīs tiktu interpretēti un piemēroti vienādi, Tiesai attiecībā pret NKD ir bijusi ļoti svarīga loma. Tiesas spriedumi ir izrādījušies īpaši noderīgi, lai precizētu vispārīgus jautājumus, kas attiecas uz direktīvas saistību ar dalībvalstu tiesību aktiem, kā arī konkrētākus jautājumus saistībā ar dažu direktīvas materiālo tiesību normu interpretāciju. Komisija Tiesas procesos piedalās *amicus curiae* statusā.

Kopš 2009. gada Tiesa ir izskatījusi lūgumus sniegt prejudiciālus nolēmumus vairākās lietās, apstiprinot direktīvas mērķi panākt pilnīgu saskaņošanu un to, ka dalībvalstis nevar paturēt spēkā valsts noteikumus, kas ir stingrāki par direktīvas noteikumiem.

Šajā sakarā Tiesa ir lēmusi, ka ar direktīvu nav saderīgi šādi dalībvalstu noteikumi.

- Saistīto piedāvājumu vispārējs aizliegums:

- apvienotās lietas C-261/07 un C-299/07 (*Total Belgium*, 2009. gada 23. aprīlis) attiecās uz degvielas tirdzniecības uzņēmumu, kas piedāvāja bezmaksas avārijas dienesta pakalpojumus par katru degvielas pirkumu, un uzņēmumu, kas bija publicējis žurnālu, kuram bija pievienoti veļas veikala atlaižu kuponi;
- lieta C-522/08 (*Telekomunikacja Polska*, 2010. gada 11. marts) attiecās uz telekomunikāciju uzņēmumu, kas līguma noslēgšanu par piekļuvi platjoslas interneta tīklam bija pakārtojis līguma par tālruņa pakalpojumu sniegšanu noslēgšanai.

- Tādas komercprakses vispārējs aizliegums, saskaņā ar kuru patērētāji var piedalīties konkursos ar balvām vai loterijās tikai tad, ja ir iegādājušies preces vai pakalpojumus:

- lieta C-304/08 (*Plus Warenhandelsgesellschaft*, 2010. gada 14. janvāris) attiecās uz kāda uzņēmuma rīkotu veicināšanas akciju, kurā patērētāji tika aicināti iegādāties preces, lai iegūtu zināmu skaitu bonusa punktu, kas viņiem ļautu piedalīties vietējās loterijas izlozēs.

- Pārdošanas ar iespēju iegūt balvu vispārējs aizliegums, ja tā ir paredzēta ne tikai patērētāju aizsardzībai, bet arī citiem mērķiem:

- lieta C-540/08 (*Mediaprint*, 2010. gada 9. novembris) attiecās uz dienas laikrakstu, kas bija organizējis laimes spēli, kurā patērētāji varēja piedalīties, izmantojot laikrakstā pieejamu kuponu. Šajā gadījumā Austrijas valdība apgalvoja, ka direktīvas piemērošanas joma neattiecas uz šo valsts tiesību normu, jo tās galvenais nolūks ir preses daudzveidības saglabāšana Austrijā.

- Vispārējs aizliegums laikposmā pirms izpārdošanas periodiem sniegt paziņojumus par cenu samazinājumiem, ciktāl attiecīgās tiesību normas mērķi ir saistīti ar patērētāju ekonomisko interešu aizsardzību:

- lieta C-288/10 (*Wamo*, 2011. gada 30. jūnijs) attiecās uz uzņēmumu, kas bija nosūtījis dažiem saviem klientiem ielūgumus uz privātu izpārdošanu, ko tas rīkoja divas nedēļas pirms izpārdošanas perioda;

- lieta C-126/11 (*Inno*, 2011. gada 15. decembris) attiecās uz uzņēmumu, kas bija piedāvājis lojalitātes karti, kura klientiem ļāva izmantot vairāku veicināšanas akciju priekšrocības, tostarp cenu samazinājumus gaidīšanas periodā. Jāatzīmē, ka šajā gadījumā Tiesa ir atzinusi, ka valsts tiesību norma neietilpst direktīvas piemērošanas jomā ja tās vienīgais mērķis, kā apgalvoja iesniedzējtiesa, ir konkurences aizsardzība<sup>22</sup>.

- Aizliegums pasludināt preču „galīgu izpārdošanu” bez kompetentās vietējās administratīvās iestādes iepriekšējas atļaujas:

- lieta C-206/11 (*Köck*, 2013. gada 17. janvāris) attiecās uz Austrijas tirgotāju, kas laikrakstā bija ievietojis sludinājumu par sava veikala preču „totālu izpārdošanu”, nelūdzot administratīvu atļauju, kā noteikts valsts tiesību aktos. Tiesa lēma, ka komercpraksi, kas nav minēta direktīvas I pielikumā, nevar aizliegt tikai tāpēc, ka attiecībā uz minēto praksi nav saņemta kompetentās administratīvās iestādes iepriekšēja atļauja, ja attiecīgās komercprakses negodīgais raksturs nav izvērtēts atbilstoši NKD 5.–9. pantā paredzētajiem kritērijiem.

Lietā C-122/10 (*Ving Sverige*, 2011. gada 12. maijs) Tiesa precizēja direktīvas 2. panta i) apakšpunktā definēto jēdzienu „uzaicinājums veikt pirkumu”. Tiesa, piemēram, atzina, ka uzaicinājums veikt pirkumu pastāv, tiklīdz ir vizuāla norāde uz produktu un tā cenu, un faktiskā pirkšanas mehānisma tūlītēja pieejamība nav nepieciešama. Tiesa turklāt norādīja, ka direktīva neizslēdz iespēju izmantot sākumcenu, ciktāl šādi sniegtā informācija atbilst direktīvas prasībām, ņemot vērā konkrētā gadījuma apstākļus. Lieta attiecās uz ceļojumu aģentūru, kas pārdod brīvdienu produktus un kas dienas laikrakstā bija ievietojusi komerciālu paziņojumu, kurā par reklamēto ceļojumu bija sniegta tikai ierobežota informācija. Šajā gadījumā Tiesa ievēroja Komisijas dienestu vadlīnijās izmantoto pieeju un atbalstīja jēdziena „uzaicinājums veikt pirkumu” plašu interpretāciju<sup>23</sup>.

Lietā C-559/11 (*Pelckmans Turnhout NV*, 2012. gada 4. oktobris) Tiesa precizēja, ka valsts tiesību norma, kuras mērķis nav patērētāju aizsardzība, neietilpst direktīvas piemērošanas jomā. Lieta attiecās uz tādas Beļģijas tiesību normas saderību ar direktīvu, kas aizliedza tirgotājam noteikt uzņēmuma darba laiku septiņas dienas nedēļā, pieprasot izraudzīties vienu brīvdienu nedēļā. Tiesa ir atzinusi, ka šīs tiesību normas vienīgais nolūks ir izplatīšanas nozarē nodarbināto personu, nevis patērētāju aizsardzība.

Lietā C-428/11 (*Purely Creative e.a.*, 2012. gada 18. oktobris) Tiesa pirmo reizi bija aicināta interpretēt direktīvas I pielikuma noteikumus un jo īpaši 31. punktu, kas liedz tirgotājiem radīt patērētājiem priekšstatu, ka viņi jau ir ieguvuši balvu, lai gan patiesībā iespēja pieprasīt balvu rodas, ja patērētājs samaksā naudu vai viņam rodas izmaksas. Anglijā vairāki uzņēmumi bija izplatījuši vēstules un ieliktņus, tostarp nokasāmās kartītes, kas bija ievietotas laikrakstos un žurnālos, informējot saņēmējus, ka viņi ir laimējuši balvu. Lai pieprasītu balvu, laimētājs varēja zvanīt uz paaugstināta tarifa tālruņa numuru, nosūtīt SMS īsziņu vai pieteikties pa pastu. Tiesa atzina, ka šāda prakse ir aizliegta arī tad, ja patērētājiem radītās izmaksas (piemēram, pastmarkas cena) ir niecīgas salīdzinājumā ar balvas vērtību un veiktie maksājumi nerada nekādas priekšrocības tirgotājam.

Pašlaik Tiesa nav izskatījusi vēl trīs lūgumus sniegt prejudiciālus nolēmumus:

<sup>22</sup> „[...] une disposition nationale telle que celle en cause au principal n'est pas susceptible de relever du champ d'application de la directive sur les pratiques commerciales déloyales si elle se limite seulement, comme le considère la juridiction de renvoi, à régler les relations concurrentielles entre commerçants et ne poursuit pas des finalités tenant à la protection des consommateurs.” (spriedums lietā C-126/11 *Inno*, 29. apsvērumš).

<sup>23</sup> Sk. arī 3.3.4. punktu par uzaicinājumu veikt pirkumu un prasībām attiecībā uz informāciju par cenām.

- lieta C-435/11 (*CHS Tour Services*) attiecas uz direktīvas 5. panta interpretāciju, jo īpaši uz to, vai saskaņā ar NKD izvērtējot konkrētu gadījumu, kas saistīts ar maldinošām darbībām un noklusējumiem, ir atsevišķi jāpārbauda profesionālās rūpības kritēriji (ietverti direktīvas 5. panta 2. punkta a) apakšpunktā);
- lieta C-265/12 (*Citroën Belux NV*) attiecas uz tādas Beļģijas tiesību normas saderību ar direktīvu (jo īpaši tās 3. panta 9. punktu), kas aizliedz tirgotājiem piedāvāt patērētājiem saistītus darījumus, ja vismaz viens no to elementiem ir finanšu pakalpojums;
- lieta C-281/12 (*Trento Sviluppo Centrale Adriatica*), kurā iesniedzējtiesa vēlas uzzināt, vai saskaņā ar NKD, lai konstatētu pārkāpumu, papildus maldinošajai rīcībai ir atsevišķi jāizvērtē, vai tiks būtiski kropļota patērētāja saimnieciskā rīcība.

### 3.1.2. Komisijas īstenotās iniciatīvas

Kopš paša transponēšanas procesa sākuma Komisija ir veikusi pasākumus, lai palīdzētu dalībvalstu iestādēm un tiesām panākt direktīvas vienādu īstenošanu un konsekventu izpildi. Tas ir īpaši grūti sasniedzams mērķis jomā, ko raksturo lielā mērā atšķirīga dalībvalstu politika, darbības stils un izpildes nodrošināšanas paņēmieni.

### 3.1.3. NKD piemērošanas vadlīnijas

Komisijas dienesti 2009. gada decembrī publicēja direktīvas piemērošanas vadlīnijas<sup>24</sup>, lai radītu vispārēju izpratni un prakses konvergenci. Šis dokuments, kas pieejams 22 oficiālajās ES valodās, ir palīdzējis precizēt dažus pamatjēdzienus un noteikumus, kas tiek uzskatīti par problemātiskiem. Tajā ietverti praktiski piemēri par direktīvas darbību. Lai gan šim dokumentam nav oficiāla juridiska statusa (tas nav juridiski saistošs), tas ir ticis plaši izmantots, tostarp saistībā ar Tiesas procesiem<sup>25</sup>, un to ir izmantojušas dalībvalstu tiesas un iestādes, izvērtējot atsevišķus gadījumus. Vadlīnijas ir iecerētas kā atvērts dokuments, kas, attīstoties zināšanām par negodīgu komercpraksi, tiks regulāri atjaunināts.

### 3.1.4. NDK juridiskā datubāze

Komisija 2011. gada jūlijā atklāja juridisku tiešsaistes datubāzi (NKD datubāzi)<sup>26</sup>. Šīs datubāzes izstrāde sākās 2008. gadā vienlaikus ar vadlīniju izstrādi, lai atbalstītu direktīvas vienādu īstenošanu un pienācīgu/efektīvu izpildi.

Juridiskā datubāze ir ļoti plaša un ļauj sabiedrībai ērti piekļūt ar direktīvu saistītajiem dalībvalstu tiesību aktiem un judikatūrai, kā arī citiem noderīgiem materiāliem, piemēram, attiecīgiem akadēmiskiem darbiem. Pašlaik tajā ir aptuveni 330 juridisku rakstu, 400 lietu<sup>27</sup> un 25 citi dokumenti (piemēram, pētījumi un valsts izpildiestāžu pieņemtas vadlīnijas).

<sup>24</sup> Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, īstenošanas un piemērošanas vadlīnijas (SEC(2009) 1666, Komisijas dienestu darba dokuments), 2009. gada 3. decembris: [http://wcmcom-ec-europa-eu-wip.wcm3vue.cec.eu.int:8080/justice/consumer-marketing/unfair-trade/unfair-practices/index\\_en.htm](http://wcmcom-ec-europa-eu-wip.wcm3vue.cec.eu.int:8080/justice/consumer-marketing/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm).

<sup>25</sup> Sk., piemēram, ģenerālvokāta secinājumus lietā C-122/10 *Konsumentombudsmannen KO contre Ving Sverige AB*, 30. un 40. punktu un 13. zemsvītras piezīmi.

<sup>26</sup> Sk. <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/> Šīs datubāzes pamatā ir Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 18. decembra Lēmums Nr. 1926/2006/EK, ar ko izveido Kopienas rīcības programmu patērētāju tiesību aizsardzības politikas jomā (no 2007. gada līdz 2013. gadam), 9. darbība — juridiska un tehniska ekspertīze, tostarp pētījumi, lai pārraudzītu un izvērtētu, kā dalībvalstis transponē, īsteno un piemēro tiesību aktus patērētāju tiesību aizsardzības jomā, jo īpaši Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2005/29/EK. Tā ietver arī viegli un publiski pieejamo datubāzu izstrādi un uzturēšanu, kuras attiecas uz Kopienas patērētāju tiesību aizsardzības tiesību aktu īstenošanu..

<sup>27</sup> Datubāzē pašlaik (2012. gada maijā) ietilpst 158 administratīvo lēmumu kopsavilkumi un 202 tiesu lēmumi (tostarp 63 dalībvalstu augstāko tiesu lēmumi).



Datubāzē iekļautā informācija ir sakārtota sadaļās, un to var filtrēt, atsaucoties uz konkrētiem direktīvas pantiem, atslēgvārdiem, judikatūru un juridisko literatūru. Visas sadaļas ir savstarpēji saistītas un ļauj veikt arī dažādu dalībvalstu salīdzinājumus. Valstīm veltītajās sadaļās ir iekļauti pārskati par valstu izpildes sistēmām.

Komisija turpina pilnveidot NKD datubāzi, ko paredzēts regulāri atjaunināt, papildinot ar jaunu judikatūru, juridiskiem rakstiem un citiem materiāliem. Gala rezultātā ir paredzēts izveidot jaunu patērētāju tiesību aktu datubāzi, apvienojot NKD datubāzi un ES patērētāju tiesību aktu apkopojuma datubāzi<sup>28</sup>. Komisijas dienesti pašlaik izvērtē pieejamās iespējas, lai nodrošinātu efektīvu saikni starp NKD datubāzi un e-tiesiskuma portālu<sup>29</sup>.

### 3.2. Direktīvas piemērošanas joma

Direktīvai ir ļoti plaša piemērošanas joma, kā noteikts tās 2. panta d) apakšpunktā sniegtajā definīcijā, saskaņā ar kuru komercprakse (uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem) ir „*jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem*”. Produkts ir aprakstīts kā „*jebkura prece vai pakalpojums, tostarp nekustams īpašums, tiesības un pienākumi*”<sup>30</sup>. Direktīva attiecas faktiski uz visiem uzņēmēja komercprakses attiecībā pret patērētājiem (B2C) veidiem un uz visām nozarēm. Turklāt tā attiecas ne vien uz darījuma reklāmas/tirgvedības posmu, bet arī uz negodīgu komercpraksi „*... pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā*”<sup>31</sup>. Taču direktīva skar vienīgi patērētāju ekonomisko interešu aizsardzību saistībā ar pasākumiem, kuru nolūks vai rezultāts ir komercprakses atzīšana par negodīgu, izslēdzot citas intereses, piemēram, patērētāju veselības un drošības vai vides aizsardzību. Tāpēc dalībvalstīm nav liegta iespēja paplašināt NKD darbības jomu vai saskaņā ar citiem ES tiesību aktiem regulēt citus attiecību veidus. Dalībvalstis var arī brīvi lemt par negodīgas prakses ietekmi uz līguma spēkā esamību, tā veidošanu vai sekām, ņemot vērā, ka NKD nesaskaņo līgumtiesības<sup>32</sup>.

#### 3.2.1. Vajadzība paplašināt piemērošanas jomu ārpus B2C darījumiem

Jautājums par direktīvas piemērošanas jomas paplašināšanu ārpus B2C darījumiem ir izvirzīts galvenokārt saistībā ar trīs veidu situācijām. Direktīvas piemērošanas jomā neietilpst uzņēmēju savstarpējie darījumi (B2B), patērētāju savstarpējie darījumi (C2C) un gadījumi, kad patērētāji pārdod vai piegādā produktus tirgotājiem (C2B). Lai gan dalībvalstīm ir dota iespēja brīvi regulēt šīs attiecības, lielākā daļa ir izvēlējušās īstenot NKD, saglabājot tās sākotnējo piemērošanas jomu.

#### Uzņēmēju savstarpējie darījumi

Pašlaik tikai četras dalībvalstis dažādā mērā attiecina NKD arī uz B2B attiecībām<sup>33</sup>. Jautājumu par NKD piemērošanas jomas paplašināšanu ES līmenī, attiecinot to arī uz B2B darījumiem, jau agrāk ir izvirzījušas dažas ieinteresētās personas — galvenokārt, lai atrisinātu problēmu, ka maldinoša uzziņu sabiedrību prakse ietekmē galvenokārt mazus uzņēmumus un pašnodarbinātas personas. Šī prakse pašlaik ir aizliegta saskaņā ar Direktīvu 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu. Nesenajā paziņojumā par Maldinošas un salīdzinošas

<sup>28</sup> <http://www.eu-consumer-law.org/index.html>.

<sup>29</sup> <https://e-justice.europa.eu/home.do>.

<sup>30</sup> Sk. direktīvas 2. panta c) apakšpunktu.

<sup>31</sup> Sk. direktīvas 3. panta 1. punktu.

<sup>32</sup> Sk. direktīvas 3. panta 2. punktu.

<sup>33</sup> Šīs valstis ir Vācija, Austrija, Francija un Zviedrija. Taču Vācija uz B2B komercpraksi ir attiecinājusi vienīgi direktīvas I pielikumu („melno sarakstu”), bet Francija — vienīgi 6. pantu un I pielikumu (tikai daļu par maldinošu komercpraksi).

reklāmas direktīvas vispārējo piemērošanu Komisija ir secinājusi, ka jānostiprina pieejamie pārrobežu izpildes nodrošināšanas līdzekļi un jāpārskata pašreizējais tiesiskais regulējums, lai veiksmīgāk apkarotu šādas shēmas<sup>34</sup>.

#### Patērētāju un uzņēmēju attiecības

Dalībvalstu izpildiestādes<sup>35</sup> ir norādījušas uz gadījumiem, kad patērētāji ir cietuši no negodīgas komercprakses, pārdodot produktus tirgotājiem. Ir saņemti ziņojumi par gadījumiem, kad, piemēram, tirgotāju apgalvojumi par priekšmetu īpašībām un/vai vērtību ir maldinājuši patērētājus, kas viņiem ir pārdevuši savas senlietas un juvelierizstrādājumus (jo īpaši zeltu). Par direktīvas piemērošanas jomas paplašināšanu iestājas tikai dažas dalībvalstis<sup>36</sup>, bet pārējās paplašināšanu neatbalsta. Viena dalībvalsts<sup>37</sup>, kas piemēro direktīvu, saglabājot tās sākotnējo darbības jomu, ir ierosinājusi direktīvas interpretēšanā izmantot plašu pieeju<sup>38</sup>, nevis sākt ES līmeņa regulatīvas pārmaiņas.

#### Patērētāju savstarpējās attiecības

Interneta platformu straujā attīstība ir likusi domāt par to, vai nebūtu jāpastiprina aizsardzība C2C darījumu jomā. Piemērošanas pieredze liecina, ka faktiski galveno problēmu rada tirgotāji, kas maskējas par patērētājiem un slēpj savu patieso kvalifikāciju / komerciālo nolūku. Šāda prakse saskaņā ar direktīvu jau ir aizliegta, proti, I pielikuma 22. punktā ir noteikts, ka ir aizliegta prakse, „ja sniedz nepatiesu apgalvojumu vai rada nepatiesu priekšstatu, ka tirgotājs nedarbojas nolūkā, kas saistīts ar tā tirdzniecības, uzņēmējdarbības interesēm, amatu vai darba pienākumiem, vai nepatiesi uzdodas par patērētāju”<sup>39</sup>. Tāpēc šādas prakses novēršana drīzāk ir izpildes nodrošināšanas jautājums, nevis NKD nepilnība.

Konsultēšanās rezultāti liecina, ka dalībvalstu un ieinteresēto personu vairākums<sup>40</sup> neatbalsta direktīvas piemērošanas jomas paplašināšanu ne attiecībā uz B2B, ne C2B un C2C darījumiem. Komisija uzskata, ka pašlaik piemērošanas jomas paplašināšanai nav pamata. Konkrētā B2B problēma, ko rada maldinoša uzziņu sabiedrību prakse, tiks risināta Maldinošas un salīdzinošas reklāmas direktīvas pašlaik notiekošās pārskatīšanas kontekstā, bet ar citiem attiecību veidiem saistītus jautājumus dalībvalstis var brīvi regulēt, ņemot vērā katras valsts īpatnības un vajadzības.

#### 3.2.2. Pārdošanas veicināšana

Diskusijas par pārdošanas veicināšanu<sup>41</sup> sākās pēc tam, kad 2006. gadā tika atsaukts Komisijas priekšlikums regulai par pārdošanas veicināšanu<sup>42</sup>, jo dalībvalstis nebija spējušas

<sup>34</sup> Sk. Komisijas paziņojumu Eiropas Parlamentam, Padomei, Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai „Uzņēmumu aizsardzība no maldinošas tirgvedības prakses un efektīvas izpildes nodrošināšana — Pārskats par Direktīvu 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu”, 2012. gada 27. novembris (COM (2012) 702 final).

<sup>35</sup> Apvienotās Karalistes Godīgas tirdzniecības birojs (*Office of Fair Trading*).

<sup>36</sup> Igaunija, Īrija, Latvija un Rumānija.

<sup>37</sup> Apvienotā Karaliste.

<sup>38</sup> Piemēram, precizējumus Komisijas dienestu vadlīnijās.

<sup>39</sup> Sk. arī direktīvas 6. panta 1. punkta c) un f) apakšpunktu.

<sup>40</sup> Dažas dalībvalstis (piemēram, Itālija un Francija) un ieinteresētās personas apgalvo, ka atbalstītu paplašināšanu vienīgi, lai risinātu ļoti konkrētas problēmas, piemēram, novērstu maldinošu uzziņu sabiedrību darbību. Rumānija uzskata, ka NKD piemērošanas jomas attiecināšana uz B2B nodrošinātu saskaņotāku pieeju attiecībā uz uzņēmēju praksi, kas adresēta tiklab uzņēmējiem, kā patērētājiem. Nīderlande vēlētos paplašināt NKD piemērošanas jomu tādā mērā, kāds nepieciešams, lai aizsargātu uzņēmējus pret viltotu rēķinu problēmu. Vācija, Austrija un Zviedrija, kas jau pilnā mērā attiecina direktīvas noteikumus arī uz B2B darījumiem, vēlētos, lai uzņēmēji visā ES baudītu tādu pašu aizsardzības līmeni kā patērētāji.

<sup>41</sup> Sk., piemēram, EP jautājumus E-5539/08, E-010017/2010, E-1704/2011.

vienoties. Priekšlikumā bija iekļautas vairākas informēšanas prasības, kas bija paredzētas, lai nodrošinātu, ka ar pārdošanas veicināšanu saistīti komerciāli paziņojumi ir pārredzami un ieinteresētie saņēmēji var iegūt visu šajos paziņojumos norādīto attiecīgo informāciju.

NKD nodrošina aizsardzību pret negodīgu praksi pārdošanas veicināšanas jomā. Direktīvas 6. panta 1. punkta d) apakšpunkts neļauj tirgotājiem maldināt patērētājus attiecībā uz tādiem elementiem kā „*cena vai cenas aprēķināšanas veids vai konkrēta cenas atvieglojuma esamība*”. Direktīvas I pielikumā minētie aizliegumi attiecas uz konkrētiem veicināšanas prakses veidiem, piemēram, ēsmas reklāmu (5. punkts), īpašiem piedāvājumiem (7. punkts), balvu piedāvājumiem (19. punkts), balvu konkursiem (31. punkts) un frāzes „par velti” izmantošanu (20. punkts).

Lietā *Total Belgium*<sup>43</sup> Tiesa ir apstiprinājusi, ka direktīvas pilnīgas saskaņošanas mērķis liedz dalībvalstīm paturēt spēkā valsts noteikumus par pārdošanas veicināšanu, kas būtu ierobežojošāki par direktīvas noteikumiem.

Dažas dalībvalstis un ieinteresētās personas apgalvo, ka dažu valsts noteikumu par pārdošanas veicināšanu pēkšņa atcelšana valsts līmenī var negatīvi ietekmēt patērētāju aizsardzību pret maldinošiem pārdošanas veicināšanas pasākumiem<sup>44</sup>. Tās uzskata, ka daži no pastāvošajiem, stingrākajiem valsts noteikumiem (piemēram, noteikumi, kas attiecas uz salīdzināmo cenu, ko izmanto, lai aprēķinātu, vai izziņotā atlaide ir vai nav patiesa) būtu liels ieguvums patērētājiem un izpildiestādēm, lai gan pašlaik tie ir juridiski nesaderīgi ar direktīvu<sup>45</sup>.

Konsultēšanās gaitā saņemtās atsauksmes liecina, ka dažas dalībvalstis un ieinteresētās personas atbalstītu leģislatīvas pārmaiņas šajā jomā kā papildu regulējumu<sup>46</sup> vai kā pārdošanas veicināšanas izslēgšanu no NKD piemērošanas jomas<sup>47</sup>. Pārējās dalībvalstis nepārprotami noraida jebkāda papildu regulējuma iespēju šajā jomā, bet dažas<sup>48</sup> vēlētos saņemt vairāk Komisijas vadlīniju par šo tematu. No pārējām ieinteresētajām personām tikai divi uzņēmēju pārstāvji<sup>49</sup>, *BEUC*, viena valsts patērētāju organizācija<sup>50</sup> un viens *ECC*<sup>51</sup> aicina pieņemt papildu regulējumu un uzsver, ka sīki izstrādātu noteikumu trūkums rada tiesisku nenoteiktību, bet Dānijas Tirdzniecības palāta atbalsta pārdošanas veicināšanas izslēgšanu no direktīvas piemērošanas jomas, lai dotu dalībvalstīm lielāku rīcības brīvību.

Komisija ir pārliecināta, ka lielāko daļu no dalībvalstu un ieinteresēto personu paustajām bažām var novērst, izmantojot pasākumus, kuru mērķis ir tiesiskās noteiktības palielināšana

<sup>42</sup> COM(2001) 546 galīgā redakcija, 2.10.2001., grozītais priekšlikums COM(2002) 585 galīgā redakcija, 25.10.2002.

<sup>43</sup> Sk. arī lietu C-304/08 *Plus Warenhandels-gesellschaft* (prejudiciāls nolēmums, Vācija), 2010. gada 14. janvāris, C-540/08 *Mediaprint Zeitungs* (prejudiciāls nolēmums, Austrija), 2010. gada 9. novembris, C-522/08 *Telekomunikacja Polska* (prejudiciāls nolēmums, Polija), 2010. gada 11. marts.

<sup>44</sup> Dažas dalībvalstu izpildiestādes uzskata, ka šādu sīki izstrādātu noteikumu trūkums radītu tiesisku nenoteiktību un padarītu izpildi pārāk apgrūtināšu/neefektīvu (saskaņā ar NKD katrā gadījumā atsevišķi jāpierāda, ka pārdošanas veicināšanas pasākums ir maldinošs).

<sup>45</sup> Sešas dalībvalstis (Beļģija, Dānija, Somija, Francija, Īrija, Latvija) jau ir (daļēji) grozījušas savus tiesību aktus attiecībā uz pārdošanas veicināšanu, lai nodrošinātu atbilstību direktīvai un Tiesas judikatūrai. Pašlaik 13 dalībvalstis joprojām patur spēkā par NKD noteikumiem ierobežojošākus noteikumus attiecībā uz cenu samazinājumiem (Beļģija, Bulgārija, Igaunija, Somija, Francija, Latvija, Polija, Portugāle un Spānija) vai attiecībā uz komerciālām loterijām (Austrija, Dānija, Somija, Francija, Vācija un Luksemburga). Līdzīgi noteikumi pastāv Islandē un Norvēģijā.

<sup>46</sup> Francija, Vācija, Īrija, Latvija un Spānija.

<sup>47</sup> Beļģija, Dānija, Spānija (un Norvēģija).

<sup>48</sup> Slovākija, Polija, Bulgārija, Nīderlande, Apvienotā Karaliste.

<sup>49</sup> Eiropas Zīmolu asociācija un Austrijas Federālā darba kamera.

<sup>50</sup> *CLCV: Consommation Logement Cadre de Vie*, Francija.

<sup>51</sup> Īrijas *ECC*.

un direktīvas vienāda piemērošana šajā jomā. Viens no veidiem, kā sasniegt šo mērķi, var būt vadlīniju papildināšana.

Komisija turpinās cieši uzraudzīt direktīvas piemērošanu šajā jomā un nākotnē, ja radīsies tāda vajadzība, apsvērs leģislatīvus pasākumus.

### 3.3. Direktīvas materiālās tiesību normas

Šajā ziņojuma daļā īsumā aplūkotas direktīvas materiālās tiesību normas (jo īpaši 5.–9. pants un I pielikums) un galvenās problēmas, kas radušās saistībā ar to piemērošanu dalībvalstīs.

#### 3.3.1. Profesionālās rūpības jēdziens

Direktīvas 5. panta 2. punkts ir NKD „vispārējā klauzula”, jo tas vispārēji aizliedz negodīgu komercpraksi. Tajā paredzēti divi kumulatīvi kritēriji, saskaņā ar kuriem komercprakse ir uzskatāma par negodīgu, proti:

- ja tā ir pretrunā profesionālās rūpības prasībām
- un ja tā būtiski kropļo vai var būtiski kropļot vidusmēra patērētāja saimniecisko rīcību.

Profesionālā rūpība ir definēta kā „īpašas prasmes un rūpības līmenis, kādu var pamatoti sagaidīt tirgotāju izrādām pret patērētājiem un kurš ir samērīgs ar godīgu tirgus praksi un/vai vispārēju labas ticības principu tirgotāja darbības jomā”. Šis jēdziens ietver principus, kas jau agrāk ir bijuši nostiprināti dalībvalstu tiesību aktos, piemēram, „godīga tirgus prakse” un „laba ticība”, piešķirot papildu nozīmi normatīvajām vērtībām, kuras īpaši attiecas uz konkrētu uzņēmējdarbības jomu.

Profesionālās rūpības jēdziens ir pareizi transponēts vairumā dalībvalstu. Izrādās, ka dažas dalībvalstis tā vietā ir saglabājušas jēdzienus „laba prakse” vai „laba tirgus prakse”<sup>52</sup>. Šajā sakarā Komisija pašlaik sazinās ar attiecīgajām dalībvalstīm, lai nodrošinātu, ka šie jēdzieni nenoved pie šaurākas interpretācijas, nekā to prasa NKD.

Dažas dalībvalstu izpildiestādes ir vēlējušās noskaidrot, vai, piespriežot tirgotājam sodu par NKD 6.–9. panta pārkāpumiem, ir jāpierāda, ka tirgotājs rīkojies, pārkāpjot profesionālās rūpības principu. Komisija uzskata, ka tādas vajadzības nav un ka maldinošas rīcības, noklusējuma vai agresīvas prakses gadījumā profesionālās rūpības princips tiek pārkāpts automātiski. Savukārt 5. pantu var piemērot kā atsevišķu tiesību normu, kā „drošības tīklu”, lai nodrošinātu sodīšanas iespēju par jebkādu negodīgu praksi, uz kuru neattiecas pārējie direktīvas noteikumi<sup>53</sup>.

Tiesa vēl nav izskatījusi nesen iesniegtu lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu<sup>54</sup> par to, vai izvērtējot negodīgu komercpraksi, ir atsevišķi jāpārbauda profesionālās rūpības kritēriji (NKD 6.–9. pants).

#### 3.3.2. Neaizsargātu patērētāju aizsardzība

Direktīvas 5. panta 3. punkts paredz, ka īpaši jāaizsargā patērētāji, kas garīgu vai fizisku traucējumu, vecuma vai lētticības dēļ ir īpaši neaizsargāti, ja attiecīgā komercprakse ietekmē

<sup>52</sup> Piemēram, Polija, Dānija un Zviedrija.

<sup>53</sup> Kā piemēru šeit var minēt gadījumu, kad dalībvalsts izpildiestāde uzskatīja, ka prakse bez iepriekšēja brīdinājuma pārtraukt ūdens padevi ir pretrunā prasībai ievērot profesionālu rūpību. Iestāde uzskatīja, ka, ņemot vērā ūdensapgādes pakalpojumu svarīgo nozīmi, varēja gaidīt, ka tirgotājs sasniegs augstāku profesionālās rūpības pakāpi, un ka pirms ūdens padeves pārtraukšanas viņam būtu vajadzējis veikt īpašus pasākumus. Itālijas konkurences iestādes (AGCM) 2009. gada 12. marta lēmums PS 166 – *Acea Distacco forniture d'acqua*.

<sup>54</sup> C 435/11 *CHS Tour Services*.

viņu saimniecisko rīcību tādējādi, ka varētu saprātīgi paredzēt, ka tirgotājam tas būtu bijis jāprognozē.

Īpaša neaizsargātu patērētāju kategorija ir bērni, kas bauda papildu aizsardzību saskaņā ar I pielikumu, kura 28. punkts konkrēti aizliedz praksi, „[j]a reklamā iekļauj tiešu pārliecināšanu bērniem pirkt vai pierunāt vecākus vai citus pieaugušos pirkt viņiem reklamēto produktu”.

Konsultēšanās gaitā saņemtās atsauksmes neliecina par būtiskām problēmām attiecībā uz neaizsargātiem patērētājiem. Apvienotā Karaliste neaicina pārskatīt direktīvu, bet norāda, ka gadījumā, ja direktīva tiktu pārskatīta, varētu būt lietderīgi papildus paredzēt noteikumus, lai pret dažiem agresīvas prakses veidiem īpaši aizsargātu arī gados vecākus cilvēkus. Dānija norāda, ka pret bērniem vērsta agresīva prakse bieži ir sastopama tiešsaistes spēļu jomā. Tikai divas dalībvalstis atbalsta papildu regulējumu, lai uzlabotu bērnu līgumisko aizsardzību, bet šo jautājumu nevar risināt ar NKD palīdzību<sup>55</sup>.

Pieredze un savāktie dati liecina, ka jāpieliek papildu pūles, lai pastiprinātu NKD piemērošanu attiecībā uz neaizsargātiem patērētājiem, piemēram, gados vecākiem cilvēkiem, bērniem/pusaudžiem un citām iedzīvotāju grupām, kas nonākušas neaizsargātā situācijā<sup>56</sup>.

Vērienīgajā pārbaudē<sup>57</sup>, ko saskaņā ar SPTAJ regulu 2008. gadā veica dalībvalstu izpildiestādes, atklājās, ka, piemēram, vairāk nekā pusei no pārbaudītajām tīmekļa vietnēm īpašā mērķauditorija ir bērni un pusaudži. Pēc 18 mēnešus ilgām pārbaudēm dalībvalstu līmenī 70% no šīm tīmekļa vietnēm trūkumi bija novērsti vai tās bija slēgtas. Digitālā satura 2012. gada vērienīgās pārbaudes pirmā posma rezultātā ir atklāts, ka joprojām pastāv nepilngadīgiem paredzētas tīmekļa vietnes, kas neatbilst patērētāju aizsardzības noteikumiem, un nepilngadīgie bieži tiek ievilināti izdarīt pirkumus saistībā ar it kā bezmaksas spēlēm<sup>58</sup>.

### 3.3.3. *Direktīvas 6. pants — maldinošas darbības*

Saskaņā ar direktīvas 6. pantu maldinoša darbība notiek, ja komercprakse maldina sniegtās informācijas satura vai maldinoša informācijas pasniegšanas veida dēļ un liek vai var likt vidusmēra patērētājam pieņemt lēmumu veikt darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. Šis pants kopā ar 7. pantu par maldinošu noklusēšanu ir dalībvalstu izpildiestāžu visbiežāk izmantotais direktīvas pants.

Konsultēšanās gaitā saņemtās atsauksmes liecina, ka līdz šim 6. panta piemērošana dalībvalstīm nav sagādājusi īpašas problēmas. No respondentu atbildēm izriet, ka visbiežāk sastopamā prakse ir nepatiesas informācijas sniegšana par pārdošanai piedāvātās preces vai pakalpojuma galvenajām īpašībām un/vai cenu tādās jomās kā interneta un telekomunikāciju

<sup>55</sup> Dānija un Nīderlande norāda, ka neaizsargātu patērētāju aizsardzība jāuzlabo ar regulējumu, taču neierosina konkrētus risinājumus/iespējas.

<sup>56</sup> Kā norādīts Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmā, jānodrošina, lai neaizsargāti patērētāji tiktu aizsargāti pret riskiem, kas izriet no ekonomikas krīzes sekām, iedzīvotāju novecošanas un digitālā tirgus pieaugošās sarežģītības kopā ar grūtībām, ar ko daži patērētāji var saskarties, apgūstot digitālo vidi.

<sup>57</sup> Sk. šā ziņojuma par piemērošanu 4. iedaļu.

<sup>58</sup> 2008. gadā veiktajā vērienīgajā pārbaudē uzmanība tika pievērsta tīmekļa vietnēm, kas pārdod zvanu melodijas, fona tapetes un citus mobilo tālrunu pakalpojumus. No vairāk nekā 500 pārbaudes laikā apsekotajām tīmekļa vietnēm 301 vietnē tika konstatēti nopietni ES patērētāju aizsardzības tiesību aktu pārkāpumi. Un vairāk nekā pusei no šīm vietnēm īpašā mērķauditorija bija bērni un pusaudži. Trīs galvenās konstatētās problēmas bija neskaidri norādīta cena, nepilnīga informācija un maldinoša reklāma (jo īpaši nepatiesi reklamējot zvanu melodijas kā iegūstamas „par velti”, lai gan faktiski patērētājs noslēdz līgumu par maksas abonēšanu). Digitālā satura 2012. gada vērienīgās pārbaudes pirmā posma rezultātus sk. [http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/digital\\_content/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/digital_content/index_en.htm)

pakalpojumi (piemēram, par platjoslas interneta ātrumu), finanšu pakalpojumi (piemēram, par patēriņa kredītiem, dzīvības apdrošināšanu), tūrisms (piemēram, par izmitināšanas pakalpojumiem, tostarp kredītkaršu papildmaksām attiecībā uz viesnīcām, daļlaika lietojuma tiesībām un saistītiem produktiem), gaisa transports un e-tirdzniecība.

Kā piemēru attiecībā uz 6. panta 1. punkta g) apakšpunkta (kas tirgotājiem aizliedz maldināt patērētājus par viņu tiesībām, kuras paredzētas citos tiesību aktos) piemērošanu var minēt kādu nesenu gadījumu, kas ir īpaši interesants, jo attiecas uz praksi ar ES mēroga ietekmi. Dalībvalsts izpildiestāde uzlika naudas sodu vienam no vadošajiem elektronisku ierīču tirgus dalībniekiem, jo tas patērētājiem par maksu piedāvāja komerciālu garantiju, kurā bija iekļauti pakalpojumi, ko saskaņā ar likumu patērētāji jau bija tiesīgi saņemt par velti<sup>59</sup>.

Direktīvas 6. pantā paredzētā aizsardzība ir plaša, un tā ir izmantota pat ar tirdzniecību saistītu politiski sensitīvu jautājumu risināšanā, piemēram, gadījumā ar produktiem, ko importē no teritorijām, kuru nacionālā suverenitāte ir apšaubāma, un pastāv risks, ka patērētāji varētu tikt maldināti par produktu faktisko ģeogrāfisko vai komerciālo izcelsmi, tādējādi, iespējams, pārkāpjot 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

Viens no jautājumiem, ko ļoti aktīvi cenšas risināt kāda nozares asociācija<sup>60</sup>, attiecas uz 6. panta 2. punkta un 6. panta 2. punkta a) apakšpunkta piemērotību sodīšanai par iepakojuma imitēšanu. Iepakojuma imitēšana ir prakse, kad produkta iepakojums (vai tā ārējais noformējums) ir izstrādāts tā, lai tam piešķirtu konkurējoša labi pazīstama zīmola vispārējo noformējuma stilu. Iepakojuma imitēšana nav viltošana, jo preču zīmes parasti netiek kopētas. Šīs problēma ir jūtama valstīs, kur tiesiskās aizsardzības līdzekļi pret negodīgu konkurenci šķiet nepietiekami un konkurenti uzskata NKD par iespējamu instrumentu tiesiskas darbības sākšanai. Komisijas dienesti 2009. gada vadlīnijās jau ir pievērsušies šim jautājumam. Komisija atbalstīs stingrākus izpildes nodrošināšanas pasākumus gadījumos, kad šāda prakse maldina patērētājus.

#### 3.3.4. *Direktīvas 7. panta 4. punkts — komerciāli piedāvājumi un prasības attiecībā uz informāciju par cenu*

Tirgotāji var izvēlēties, vai iekļaut reklāmā cenas norādi. Taču visi komerciālie paziņojumi, kuros norādīta cena, NKD izpratnē ir uzskatāmi par „uzaicinājumu veikt pirkumu”<sup>61</sup>, un šajā sakarā tirgotājiem saskaņā ar direktīvas 7. panta 4. punktu jāievēro vairākas konkrētas informācijas sniegšanas prasības.

Uzaicinājums veikt pirkumu ir kritiski svarīgs posms patērētāja lēmumu pieņemšanas procesā un tipisks veids, kādā patērētājiem tiek reklamētas un piedāvātas preces un pakalpojumi, tostarp tiešsaistē. Tas būtībā ir tiešs un tūlītējs produktu popularizēšanas veids, izraisot impulsīvāku patērētāju reakciju un tādējādi pakļaujot tos lielākam riskam. Tāpēc 7. panta 4. punktā minēto prasību mērķis ir nodrošināt, lai tirgotāji, izsakot komerciālus piedāvājumus patērētājiem, vienmēr vienlaicīgi skaidrā un nepārprotamā veidā sniegtu pietiekamu

<sup>59</sup> Itālijas Konkurences iestādes (AGCM) 2011. gada 27. decembra lēmums PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia Provvedimento n. 23193*. Pārbaudāmais uzņēmums piedāvāja patērētājiem komerciālu garantiju, kas ietvēra pakalpojumus, kurus patērētāji jau ir tiesīgi saņemt saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1999. gada 25. maija Direktīvu 1999/44/EK par dažiem patēriņa preču pārdošanas aspektiem un saistītajām garantijām (t. i., divu gadu juridisku garantiju, kuras laikā pārdevējs atbild par neatbilstību novēršanu). Komisija ir atbalstījusi patērētāju asociāciju centienus, izvirzot šo jautājumu SPTAJ tīkla (dalībvalstu izpildiestāžu tīkla) kontekstā un rakstot (priekšsēdētāja vietnieces V. Reding 2012. gada 21. septembra vēstule) visiem par patērētāju lietām atbildīgajiem ES ministriem, lai panāktu, ka gadījumos, kad dažādās dalībvalstīs rodas pastāvīgas problēmas, izpildes nodrošināšanā tiktu izmantota saskaņota pieeja.

<sup>60</sup> AIM (Eiropas Zīmolu asociācija).

<sup>61</sup> Sk. NKD 2. panta i) apakšpunktu.

informāciju un nemaldinātu patērētājus, noklusējot svarīgus aspektus. Šīs prasības ietver produkta galvenās īpašības, tirgotāja ģeogrāfisko adresi, pilnu cenu, maksāšanas un piegādes veidu, darbības un sūdzību izskatīšanas procedūras un attiecīgos gadījumos atcelšanas vai atsaukšanas tiesību pastāvēšanu. Tās jāskata saistībā ar Patērētāju tiesību direktīva<sup>62</sup> un Direktīvas par elektronisko tirdzniecību<sup>63</sup> 5. pantā minētajām informācijas sniegšanas prasībām.

Komisijas dienesti vadlīnijās atbalsta jēdziena „uzaicinājums veikt pirkumu” plašu interpretāciju un informācijas sniegšanas prasību elastīgu un samērīgu piemērošanu. Tomēr dienesti uzskata, ka pirkšanas mehānismam (piemēram, iespējai uzreiz veikt rezervēšanu tiešsaistē) nav jābūt informācijas sniegšanas prasību piemērošanas nosacījumam<sup>64</sup>.

Tiesa, pieņemot prejudiciālu nolēmumu<sup>65</sup>, ir ievērojusi šo pieeju un apstiprinājusi, ka „uzaicinājums veikt pirkumu pastāv [...], un nav nepieciešams, lai ar komerciālo paziņojumu būtu sniegts konkrēts līdzeklis, kā nopirkt produktu, ne arī lai komerciālais paziņojums parādītos šāda līdzekļa tuvumā vai tad, kad šāds līdzeklis pastāv”. Strīdā bija iesaistīts Zviedrijas Patērētāju tiesībsarga birojs un ceļojumu aģentūra (*Ving*), kas Zviedrijā, tostarp internetā, pārdod brīvdienu produktus. Atbildot uz jautājumu, vai *Ving* bija norādījis produkta galvenās īpašības, ciktāl tas ir piemēroti saistībā ar saziņas līdzekli un pašu produktu, Tiesa lēma, ka, lai gan vērtējums *in concreto* ir jādod valsts tiesai, „ar vārdisku vai vizuālu produkta attēlojumu var izpildīt nosacījumu par produkta īpašībām” un zināmos apstākļos norādi uz tirgotāja tīmekļa vietni var izmantot, lai sniegtu dažas ziņas par produkta galvenajām īpašībām.

NKD 7. panta 4. punkta c) apakšpunktā ir īpaši noteikts, ka tirgotājiem jānorāda (galīgā) cena, tostarp visi uzliktie nodokļi, vai, ja cenu nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, cenas aprēķināšanas veids. Lietā *Ving Sverige* Tiesa ir atzinusi, ka sākumcenas iekļaušana uzaicinājumā veikt pirkumu pati par sevi nav NKD pārkāpums ar noteikumu, ka, ņemot vērā visus konkrētā gadījuma faktus un apstākļus, tostarp produkta veidu un īpašības un izmantoto komerciālo saziņas līdzekli, sākumcena<sup>66</sup> ļauj patērētājam pieņemt apzinātu lēmumu.

2008. gadā pieņemtā Gaisa pārvadājumu pakalpojumu regula<sup>67</sup> papildina NKD, ietverot vairākus papildu noteikumus, lai nodrošinātu, ka aviobiļešu cena rezervēšanas procesā un reklāmā ir pārredzama. Tajā precizēts, ka „vienmēr norāda galīgo cenu, kas jāmaksā, un tajā ir

<sup>62</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2011. gada 25. oktobra Direktīva 2011/83/ES par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK.

<sup>63</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 8. jūnija Direktīva 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību).

<sup>64</sup> Direktīvas transponēšanas posmā ieinteresētās personas sākotnēji galvenokārt bažījās par to, ka stingra (kontROLSaraksta tipa) pieeja šo prasību piemērošanā radīs nesamērīgu slogu tirgotājiem un reklāmdevējiem. Tā kā uzaicinājums veikt pirkumu bija jauns jēdziens, nebija skaidrs, piemēram, kādā mērā produkta galveno īpašību atspoguļojums tiks atzīts par atbilstošu saistībā ar reklamēšanā izmantoto saziņas līdzekli un pašu attiecīgo produktu (sk. 7. panta 4. punkta a) apakšpunktu). Tāpēc Pasaules Reklāmdevēju federācija bija ieinteresēta panākt, lai informācijas sniegšanas prasības būtu jāpiemēro vienīgi gadījumos, kad kopā ar uzaicinājumu veikt pirkumu patērētājam ir pieejams arī pirkšanas mehānisms.

<sup>65</sup> Lieta C-122/10 *Konsumentombudsmannen pret Ving Sverige AB*, 2011. gada 12. maijs.

<sup>66</sup> Viszemākā cena, par kuru var nopirkt reklamēto produktu vai produktu veidu, lai gan reklamētais produkts / produktu veids ir pieejams arī par cenām, kas nav norādītas (piemēram, biļetes uz Parīzi pieejamas par cenu, sākot no 100 euro).

<sup>67</sup> Sk. 23. pantu Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 24. septembra Regulā (EK) Nr. 1008/2008 par kopīgiem noteikumiem gaisa pārvadājumu pakalpojumu sniegšanai Kopienā (pārstrādāta versija).

ierēķināta gaisa pārvadājuma maksa vai gaisa pārvadājuma tarifs, kā arī uzliktie nodokļi un maksājumi, papildmaksājumi un maksas, kuras ir obligātas un paredzamas publicēšanas brīdī". Nesen pieņemtajā Patērētāju tiesību direktīvā<sup>68</sup> ir iekļauti noteikumi par cenām un maksājumiem, kas attiecas arī uz gaisa transporta nozari.

Lai gan pastāv vispārēja vienprātība, ka reklamētajā cenā jau sākumā<sup>69</sup> jāiekļauj visas piemērojamās maksas un maksājumi, no vairākām ieinteresētajām personām saņemtās atsauksmes<sup>70</sup> liek secināt, ka uzaicinājumos veikt pirkumu ar cenām saistītās prasības bieži nav ievērotas.

Pirmajā vērienīgajā pārbaudē, kas saistībā ar SPTAJ regulu tika organizēta 2007. gadā, uzmanība bija pievērsta tīmekļa vietnēm, kur pārdod aviobiļetes. Iestādes no 15 dalībvalstīm un Norvēģijas pārbaudīja 386 tīmekļa vietnes un 145 no tām konstatēja pārkāpumus. Trīs galvenās konstatētās problēmas bija maldinoši norādīta cena, informācijas trūkums par piedāvājumu pieejamību un ar līgumu noteikumu atspoguļošanu saistīti pārkāpumi.

Nesen veiktā pētījumā par aviobiļešu cenu pārredzamību<sup>71</sup> konstatēts, ka daudzas aviokompānijas norāda cenas bez nodokļiem, maksām un maksājumiem, bet daudzas pieskaita papildmaksājumus, kas *de facto* ir neizbēgami (piemēram, maksāšanas līdzekļa izmantošana ir bez papildmaksas, vienīgi norēķinoties ar aviokompānijas kredītkarti), kvalificējot tos kā fakultatīvus. Šī problēma rada īpaši nelabvēlīgas sekas posmā, kad patērētāji salīdzina cenas, lai pieņemtu apzinātu lēmumu<sup>72</sup>.

Vismaz divās dalībvalstīs iestādes nesen ir veikušas pret daudzām aviokompānijām vērstus izpildes nodrošināšanas pasākumus, lai tās izbeigtu patērētājiem norādīt komponentos sadalītas cenas (cenu sadalīšana) un praksi atklāt pilnu cenu tikai rezervēšanas procesa beigās (cenas pakāpeniska atklāšana). Pārbaudēs galvenā uzmanība tika pievērsta kredītkaršu un debetkaršu darījumu papildmaksām, un rezultātā Apvienotajā Karalistē<sup>73</sup> 12 aviokompānijas piekrita iekļaut debetkaršu papildmaksas kopējā cenā un nodrošināt, lai, rezervējot biļetes tiešsaistē, informācija par kredītkaršu papildmaksām būtu viegli atrodamā, bet Itālijā sešas aviokompānijas tika sodītas un piekrita līdz 2012. gada beigām iekļaut šos maksājumus reklamētajā cenā<sup>74</sup>.

Pieejamie pierādījumi liecina, ka pastāvīgā nepietiekamas cenu informācijas izmantošana uzaicinājumos veikt pirkumu nav atkarīga no nepilnībām pašreizējā ES līmeņa tiesiskajā

<sup>68</sup> Sk. Patērētāju tiesību direktīvas 5. panta 1. punkta c) apakšpunktu, 19. un 22. pantu.

<sup>69</sup> No brīža, kad tirgotājs izsaka uzaicinājumu veikt pirkumu direktīvas 7. panta 4. punkta nozīmē.

<sup>70</sup> Uz problēmām saistībā ar cenu ir norādījušas 8 patērētāju asociācijas, 11 ECC un 10 uzņēmēju organizācijas.

<sup>71</sup> Mobilitātes un transporta ģenerāldirektorāta pasūtītajā *Steer Davies Gleave* pētījumā (2011. gads) par aviobiļešu cenu pārredzamību tika izvērtēta tīmekļa vietņu atbilstība piecos ES tiesību aktos, tostarp Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, paredzētajām informācijas sniegšanas prasībām. Pētījuma rezultāti liecina, ka ieteicamāk ir nevis grozīt spēkā esošos tiesību aktus, bet censties nodrošināt to izpildi.

<sup>72</sup> OFT pētījumā "*Par cenu reklamēšanu*" (*Advertising of Prices*) tika skaidrots, vai veids, kādā patērētājus iepazīstina ar cenām, ietekmē viņu lēmumus un labklājību. Pētījuma rezultāti atklāja, ka pilnas cenas pakāpeniska atklāšana (jeb sadalītā cena), kad patērētāji sākumā redz tikai daļu no pilnās cenas un pirkšanas procesā pakāpeniski atklājas cenas papildu komponenti, rada caurmērā lielāko labklājības zudumu — līdz 15% no iesaistītajiem līdzekļiem. OFT(2010), *Cenu reklamēšana*, <http://www.of.gov.uk/OFTwork/markets-work/advertising-prices/>.

<sup>73</sup> Lietas atsauce „Aviokompāniju maksājumu papildmaksas – CRE-E/27017” (2012. gada jūlijs), <http://www.of.gov.uk/OFTwork/consumer-enforcement/consumer-enforcement-completed/card-surcharges/>.

<sup>74</sup> Sk. *Provvedimenti Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato* (2011.–2012. gads) PS/4261, PS/5530, PS/3773, PS/892, PS/6147, PS/5667, PS/7430, PS/3771, PS/7505, PS/7493 un PS/7383, <http://www.agcm.it/consumatore.html>.



regulējumā<sup>75</sup>, kas drīzumā kļūs vēl stingrāks, turklāt ir skaidrs, ka tāpat kā citos negodīgas komercprakses gadījumos dalībvalstu iestādes, reaģējot uz šiem pārkāpumiem, saskaras ar grūtībām, ja tirgotājs atrodas citā jurisdikcijā. Uz uzlabojumiem šajā jomā varētu cerēt, ja Komisija uzņemtos lielāku lomu, atbalstot intensīvākus dalībvalstu izpildes nodrošināšanas pasākumus un veicinot ciešāku sadarbību pārrobežu izpildes nodrošināšanā<sup>76</sup>. Konsultēšanās rezultāti apstiprina, ka pašlaik nav vajadzības apsvērt regulatīvus pasākumus<sup>77</sup>.

### 3.3.5. Direktīvas 8. un 9. pants — agresīva prakse

Direktīvā paredzētā agresīvas komercprakses jēdziena saskaņošana ir jauninājums ES līmenī. Šī prakse ir aplūkota NKD 8. un 9. pantā, aizliedzot tirgotājiem izmantot pārdošanas paņēmienus, kas ietekmē patērētāju izvēles brīvību, tādējādi kropļojot viņu saimniecisko rīcību.

Agresīva prakse direktīvas izpratnē ir prakse, kurā tiek izmantota uzmākšanās, piespiešana, fizisks spēks un nesamērīga ietekme. Tā var ietvert tiklab rīcību tirgvedības posmā, kā praksi pirms un pēc darījuma veikšanas.

Ar agresīvu praksi apzīmē rīcību, uz kuru jau iepriekš ir attiekušies citi dalībvalstu tiesību akti, tostarp līgumtiesību un krimināltiesību normas. Šajā ziņā direktīva nodrošina papildu aizsardzības pakāpi, ko var aktivizēt, izmantojot publiskus izpildes līdzekļus, bet tas nenozīmē, ka vienmēr jāsāk kriminālprocess vai civilprocess.

Šajā kontekstā īpaši būtiska ir rīcība, ko reglamentē 9. panta c), d) un e) apakšpunkts. Saskaņā ar 9. panta c) apakšpunktu par nelikumīgu ir uzskatāma prakse, kad tirgotājs pret patērētājiem izmanto nesamērīgu ietekmi, piemēram, jebkuru konkrētu nelaimi vai apstākļus, par kuriem tirgotājs ir informēts, lai ietekmētu patērētāju lēmumu par produktu. Saskaņā ar 9. panta d) apakšpunktu tirgotājiem ir aizliegts radīt nesamērīgus nelīgumiskus šķēršļus, kas kaitē patērētājiem, kuri vēlas izmantot līgumiskas tiesības, tostarp tiesības līgumu lauzt vai izvēlēties citu produktu vai citu tirgotāju. Direktīvas 9. panta e) apakšpunkts attiecas uz jebkuriem draudiem veikt jebkuras darbības, ko likumīgi nedrīkst veikt.

Direktīvas 9. panta d) apakšpunkts ir izrādījies īpaši noderīgs telekomunikāciju un enerģētikas jomā saistībā ar nelīgumiskiem patērētāju pārorientēšanās šķēršļiem. Ir saņemtas ziņas par gadījumiem, kad, piemēram, telekomunikāciju operatori nepamatoti kavē patērētāju pāreju pie

<sup>75</sup> Komisijas 2006. gadā pieņemtajos secinājumos par Direktīvas par cenu norādēm īstenošanu ir teikts, ka direktīvas transponēšana nevienā dalībvalstī nav radījusi būtiskas problēmas un ka kopumā direktīva ir devusi ieguldījumu patērētāju aizsardzības pilnveidošanā. Nesenāka konsultēšanās ar dalībvalstīm tika rīkota 2012. gada pavasarī, lai palīdzētu Komisijai novērtēt šīs direktīvas kopējo efektivitāti pašlaik. Rezultāti liecina, ka dalībvalstis: i) nav konstatējušas, ka saistībā ar direktīvas (kurai nav ievērojamas pārrobežu dimensijas) īstenošanu būtu radušās pārrobežu problēmas; ii) plaši izmanto direktīvā paredzētos izņēmumus (t. i., attiecībā uz pakalpojumiem, izsolēm, mākslas darbu un senlietu pārdošanu un pagaidu izņēmumu attiecībā uz direktīvas piemērošanu maziem uzņēmumiem); iii) atbalsta minimālu saskaņošanu šajā jomā (vairāk nekā desmit dalībvalstis ir ieviesušas vai saglabājušas valsts noteikumus, kas attiecībā uz cenu norādēm nodrošina augstāku patērētāju aizsardzības līmeni). Vairākums dalībvalstu ir atbildējušas, ka veic regulāras un sistemātiskas tirgus pārbaudes un par šīs direktīvas pārkāpumiem spēj piemērot efektīvas valsts līmeņa sankcijas (naudas sodu veidā). Šajā ziņā, iespējams, būtu vajadzīga papildu izpēte.

<sup>76</sup> Piemēram, Francija un Itālija ar Komisiju risināmo darba dialogu kontekstā ir norādījušas, ka dalībvalstis vismaz vienā gadījumā (piemēram, Īrija gaisa transporta nozarē) ir noraidījušas lūgumus sadarboties cenu jautājumos, uzskatot, ka minētā prakse nevar kaitēt patērētāju kolektīvajām interesēm, kā nosaka SPTAJ regula.

<sup>77</sup> Tikai sešas dalībvalstis (Beļģija, Somija, Īrija, Lietuva, Rumānija, Nīderlande) līdzās Islandei un Norvēģijai atbalsta papildu regulējumu cenu prasību jomā, taču atšķirīgu iemeslu dēļ (piemēram, lai precizētu, kādos gadījumos informācija par cenu ir būtiska, un lai nodrošinātu, ka reklāmās tiek norādīta vienības cena).

citiem pakalpojumu sniedzējiem<sup>78</sup> un enerģētikas pakalpojumu sniedzēji apgrūtina patērētāju atteikuma tiesību īstenošanu<sup>79</sup>.

Agresīvā prakse, par kuru, atbildot uz aptaujas jautājumiem, ir ziņojušas dalībvalstis un ieinteresētās personas, galvenokārt sastopama tiešajā tirdzniecībā mājās un cita veida tirdzniecībā ārpus uzņēmuma telpām. Eiropas patērētāju centri (*ECC*), kas izskata daudzas individuālas sūdzības, bieži saskaras ar agresīvu praksi daļlaika lietojuma tiesību nozarē (brīvdienu klubi un saistīta prakse<sup>80</sup>) un mazākā mērā plaša patēriņa preču tirdzniecībā ārpus uzņēmuma telpām (piemēram, mēbeļu, elektronikas preču, veselības un pārtikas produktu tirdzniecības punktos).

Direktīvas 8. un 9. panta vispārīgos noteikumus par agresīvu praksi papildina „melnajā sarakstā” iekļauti astoņi konkrēti agresīvas prakses veidi, kas ir aizliegti jebkuros apstākļos<sup>81</sup>.

### 3.3.6. *Direktīvas I pielikums — aizliegtas prakses „melnais saraksts”*

NKD I pielikumā minēta komercprakse, kas uzskatāma par negodīgu jebkuros apstākļos un tāpēc ir aizliegta. Saraksts izveidots, lai novērstu praksi, kas pēc pieredzes tiek uzskatīta par negodīgu, un palīdzētu izpildiestādēm, tirgotājiem, tirgvedības speciālistiem un pircējiem konstatēt šo praksi, tā palielinot tiesisko noteiktību.

Kā minēts direktīvas 17. apsvērumā, šie ir vienīgie komercprakses veidi, ko var uzskatīt par negodīgiem, neizvērtējot katra atsevišķa gadījuma atbilstību 5.–9. panta noteikumiem. Citiem vārdiem sakot, ja var pierādīt, ka tirgotājs ir faktiski piekopus attiecīgo praksi, dalībvalstu izpildiestādēm nav jāveic saimnieciskās rīcības kropļošanas pārbaude (t. i., nav jāizskata prakses ietekme uz vidusmēra patērētāja saimniecisko rīcību), lai veiktu pasākumus un aizliegtu praksi vai sodītu tirgotāju.

Direktīvas īstenošana liecina, ka melnais saraksts ir izrādījies noderīgs instruments izpildiestāžu rokās.

Visbiežāk izmantotie melnā saraksta noteikumi ir šādi.

5. punkts par ēsmas reklāmu un 6. punkts par ēsmu un apmaiņu, kas aizliedz tirgotājiem izmantot īpaši pievilcīgus produktu un pakalpojumu piedāvājumus, lai pievilinātu patērētājus tirgotāja tīmekļa vietnei vai veikalam vai ar nolūku pārdot patērētājam citu produktu. Šis noteikums ir izmantots, piemēram, gaisa transporta nozarē, lai nepieļautu, ka aviokompānijas reklamē nosacījumus, ko tās, ņemot vērā reklāmas apjomu, var garantēt tikai attiecībā uz nesamērīgi mazu patērētāju skaitu.

10. punkts, saskaņā ar kuru patērētāja likumīgās tiesības ir aizliegts pasniegt kā īpašu tirgotāja piedāvājuma iezīmi. Šis aizliegums ir izrādījies īpaši noderīgs, lai novērstu gadījumus, kad tirgotāji pasniedz juridisko garantiju par neatbilstību novēršanu kā sava produkta pievienoto vērtību.

20. punkts, kas aizliedz tirgotājiem apgalvot, ka produkts ir iegūstams „par velti”, ja tas neatbilst patiesībai. Šis noteikums ir izmantots saistībā ar ziņojumos bieži aprakstītu praksi, kas sastopama tīmekļa vietnēs, kuru adresāti ir galvenokārt neaizsargāti patērētāji (pusaudži) un kurās mobilo tālruņu zvanu melodijas tiek piedāvātas kā iegūstamas „par velti”, lai gan

<sup>78</sup> Itālija, *AGCM*, 2009, PS1270 – *Vodafone – Ostacoli alla migrazione e retention ingannevole, Provvedimento n. 19756*.

<sup>79</sup> Itālija, *AGCM*, 2008, PS91 – *Enel Energia – Richiesta cambio fornitore, Provvedimento n. 18829*.

<sup>80</sup> Komisijas dienestu rīcībā esošā informācija liecina, ka patērētāji dažādos veidos tiek pakļauti spiedienam, lai parakstītu līgumu.

<sup>81</sup> NKD, I pielikums, 24.–31. punkts.

faktiski patērētājs noslēdz līgumu par maksas abonēšanu<sup>82</sup>. Komisijas dienesti vadlīnijās ir precizējuši šā noteikuma piemērošanu saistītiem piedāvājumiem (piemēram, „pērc vienu, saņem otru par velti”).

17. punkts — „*ja nepatiesi apgalvo, ka produkts spēj izārstēt slimības, disfunkcijas vai defektus*”, kas ir izmantots kopā ar NKD 6. pantu, lai izbeigtu negodīgu praksi, piemēram, kosmētikas nozarē.

31. punkts, kas aizliedz radīt „*nepatiesu priekšstatu, ka patērētājs jau ir ieguvis, iegūs [...] balvu vai citu priekšrocību, lai gan patiesībā [...] nekādas balvas nav [...], vai iespēja pieprasīt balvu [...] rodas, ja patērētājs samaksā naudu vai viņam rodas izmaksas*”. Šis punkts ir izmantots, lai aizliegtu praksi, tostarp tiešu krāpšanu, vilinot patērētājus maksāt ievērojamas summas, lai saņemtu balvu, kuras nav vai kuras vērtība ir mazāka nekā samaksātā summa. Izpildiestāžu vidū bija izraisījusies diskusija par to, kā interpretēt frāzi „*ja patērētājs samaksā naudu vai viņam rodas izmaksas*”, un jo īpaši par to, vai lūgums patērētājam veikt vienu vietējo standarta tarifa tālruņa zvanu vai nopirkt pastmarku, lai pieprasītu balvu, ir uzskatāms par direktīvas pārkāpumu. Tiesa ir precizējusi šo jautājumu, izslēdzot iespēju radīt patērētājiem pat niecīgas izmaksas (piemēram, pastmarkas cenas apmērā)<sup>83</sup>.

Kāda uzņēmēju federācija<sup>84</sup>, kas pārstāv dažādus daudzlīmeņu tirgvedības shēmas operatorus, uzskata, ka piramīdveida shēmām piemērojamo noteikumu saskaņošana, kas paredzēta I pielikuma 14. punktā, ir atbilstoša un lielākoties ir izrādījusies labvēlīga, dodot iespēju izveidot vienotu uzņēmējdarbības modeli, kas kā savdabīga vienas pieturas aģentūra varētu likumīgi darboties visā ES. Otrai nozīmīgai tiešo pārdevēju asociācijai<sup>85</sup> ir līdzīga nostāja un tā uzskata pastāvošo tiesisko regulējumu par pilnīgu. Sabiedrība, kas nodarbojas ar tiešo tirdzniecību, sazinoties ar Komisijas dienestiem, ierosināja, ka saistībā ar piramīdveida shēmām profesionāli un patērētāji nebūtu jānošķir un dalībvalstis būtu jārosina valsts tiesību aktus, ar kuriem transponē NKD I pielikumu (14. punktu), *mutatis mutandis* piemērot uzņēmēju savstarpējām piramīdveida veicināšanas shēmām. Komisija uzskata, ka pašlaik nav vajadzības papildus saskaņot piramīdveida shēmas<sup>86</sup>.

Ievērojot izpildiestāžu pieredzi un konsultēšanās gaitā saņemtās atsauksmes, pašlaik nav vajadzības grozīt melno sarakstu. Nav apzināti jauni komercprakses veidi, ko direktīva neaptvertu. Taču ir svarīgi nodrošināt, lai I pielikumā ietvertie kritēriji un jēdzieni tiktu interpretēti vienādi, un to var panākt, pilnveidojot vadlīnijas un NKD datubāzi.

### **3.4. DIREKTĪVAS PIEMĒROŠANA KONKRĒTĀM NOZARĒM UN KOMERCPRAKSES VEIDIEM**

#### **3.4.1. Apgalvojumi attiecībā uz vidi**

„Apgalvojumi attiecībā uz vidi” jeb „ekoloģiski apgalvojumi” attiecas uz praksi, kas norāda vai citādi rada iespaidu (komerciāla paziņojuma, tirgvedības vai reklāmas kontekstā), ka prece vai pakalpojums ir videi draudzīgi (t. i., tie pozitīvi ietekmē vidi) vai nodara videi mazāku kaitējumu nekā konkurentu preces vai pakalpojumi.

<sup>82</sup> 2008. gadā veiktajā vērienīgajā pārbaudē, kurā uzmanība tika pievērsta tīmekļa vietnēm, kas pārdod zvanu melodijas, fona tapetes un citus mobilo tālruņu pakalpojumus, no vairāk nekā 500 pārbaudītajām tīmekļa vietnēm 301 vietnē tika konstatēti nopietni ES patērētāju aizsardzības tiesību aktu, tostarp direktīvas I pielikuma 20. punkta, pārkāpumi. Sk. 3.3.2. punktu par neaizsargātu patērētāju aizsardzību. Lieta C-428/11 *Purely Creative e.a.* — sk. šā ziņojuma 3.1.1. punktu.

<sup>83</sup> Lieta C-428/11 *Purely Creative e.a.* — sk. šā ziņojuma 3.1.1. punktu.

<sup>84</sup> *SELDIA*, Eiropas Tiešās pārdošanas asociācija.

<sup>85</sup> *DSE, Direct Selling Europe.*

<sup>86</sup> Patērētāju asociācijas un citas ieinteresētās personas nav paudušas bažas saistībā ar I pielikuma 14. punktu.

Tirgotāji arvien plašāk izmanto apgalvojumus attiecībā uz vidi kā reklāmas un tirgvedības instrumentu, atspoguļojot iedzīvotāju pieaugošo interesi par vides jautājumiem. Šie apgalvojumi var attiekties uz veidu, kādā produkti tiek ražoti, iepakoti, izplatīti, izmantoti, patērēti un/vai iznīcināti.

Ārpus aspektiem, ko aptver konkrēti ES tiesību akti (piemēram, par biomaņķējumu un ekomaņķējumu)<sup>87</sup>, starp horizontālajiem tiesību aktiem NKD ir galvenais instruments, lai izvērtētu apgalvojumus attiecībā uz vidi un noteiktu, vai apgalvojuma saturs vai tā pasniegšanas veids patērētājiem ir maldinošs<sup>88</sup>.

Saskaņā ar direktīvas 6. panta 1. punkta a) un b) apakšpunktu valsts iestādes katrā gadījumā atsevišķi izvērtē attiecīgo praksi, apgalvojuma attiecībā uz vidi saturu un ietekmi uz vidusmēra patērētāja lēmumu veikt pirkumu. Kā paskaidrots Komisijas dienestu vadlīnijās<sup>89</sup>, direktīvas noteikumu piemērošanu apgalvojumiem attiecībā uz vidi var apkopot divos galvenajos princīpos:

- pirmkārt, pamatojoties uz direktīvas vispārīgajiem noteikumiem, tirgotājiem ekoloģiski apgalvojumi jānorāda konkrēti, precīzi un nepārprotami,
- tirgotājiem jābūt zinātniskiem pierādījumiem, lai pamatotu savus apgalvojumus, un jābūt gataviem tos sniegt saprotamā veidā, ja apgalvojums tiek apšaubīts.

Direktīvas I pielikumā turklāt ir norādīti vairāki komercprakses veidi, kas apgalvojumu attiecībā uz vidi kontekstā ir īpaši būtiski un ir aizliegti neatkarīgi no to ietekmes uz patērētāju rīcību. Tie attiecas uz logotipu neatļautu izmantošanu (2. punkts), nepatiesiem apgalvojumiem, ka komercpraksi sertificējusi vai ieteikusi publiska vai privāta struktūra (4. punkts), praksi, kad tirgotājs nepatiesi uzdodas par rīcības kodeksa parakstītāju (1. punkts) vai apgalvo, ka rīcības kodeksu ir apstiprinājusi publiska vai privāta struktūra (3. punkts).

Papildu regulējumu, kas attiektos uz apgalvojumiem attiecībā uz vidi, ir iespējams nodrošināt vienīgi, pārskatot NKD vai pieņemot citus (konkrētus) ES tiesību aktus. Lai gan dažas dalībvalstis<sup>90</sup> varētu būt ieinteresētas pieņemt konkrētākus noteikumus apgalvojumu attiecībā uz vidi reglamentēšanai valsts līmenī, ir vispārāzīts, ka veidu, kādā šis arvien svarīgākais reklāmas aspekts tiek regulēts ES līmenī, nedrīkstētu apgrūtināt sadrumstalotība. Konsultēšanās rezultāti liecina, ka dalībvalstis un ieinteresētās personas kopumā ir apmierinātas ar pašreizējo tiesisko regulējumu un uzskata, ka instrumenti, ko nodrošina direktīva un Komisijas dienestu vadlīnijas, ir pietiekami, lai izvērtētu apgalvojumus attiecībā uz vidi. Tikai dažas dalībvalstis<sup>91</sup> labprāt vēlētos, lai papildu regulējumu šajā jomā nodrošina NKD.

Taču vairākas ieinteresētās personas ir atzinušas, ka, neraugoties uz pašreizējo juridisko atbalstu, ekoloģiski apgalvojumi joprojām netiek lietoti atbildīgi un bieži ir ļoti vispārīgi,

<sup>87</sup> Padomes 2007. gada 28. jūnija Regula (EK) Nr. 834/2007 par bioloģisko ražošanu un bioloģisko produktu maņķēšanu un par Regulas (EEK) Nr. 2092/91 atcelšanu, OV L 189, 20.7.2007., 1.–23. lpp. Citi konkrētu tiesību aktu piemēri ir Eiropas Parlamenta un Padomes 2010. gada 19. maija Direktīva 2010/30/ES par enerģijas un citu resursu patēriņa norādīšanu ražojumiem, kas saistīti ar energopatēriņu, izmantojot etiķetes un standarta informāciju par precēm, un Eiropas Parlamenta un Padomes 2009. gada 25. novembra Regula (EK) Nr. 1222/2009 par rīepu maņķēšanu attiecībā uz degvielas patēriņa efektivitāti un citiem būtiskiem parametriem.

<sup>88</sup> Kā teikts direktīvas 10. apsvērumā, tā „paredz patērētāju tiesību aizsardzību, ja attiecīgā nozarē nav konkrētu Kopienas tiesību aktu, un aizliedz tirgotājiem radīt nepareizu priekšstatu par produktu iedabu”.

<sup>89</sup> Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, īstenošanas un piemērošanas vadlīnijas (SEC(2009) 1666, Komisijas dienestu darba dokuments), 2009. gada 3. decembris.

<sup>90</sup> Piemēram, Francija.

<sup>91</sup> Beļģija, Francija, Lietuva, Portugāle, Slovēnija.

neskaidri un neprecīzi definēti<sup>92</sup>. Patērētāju asociācijas<sup>93</sup> apgalvo, ka papildu grūtības rada pārliecināšanās par šo apgalvojumu patiesumu, jo īpaši enerģētikas, kosmētikas, vieglo automobiļu un mazgāšanas līdzekļu jomā.

Ticamai un atbildīgai ekoloģisku apgalvojumu izmantošanai reklāmā ir ļoti svarīga nozīme, jo ar to ir iespējams vadīt patērētāju izvēli un veicināt ilgtspējīgākas ekonomikas attīstību saskaņā ar stratēģiju „Eiropa 2020” un Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmu.

Komisija uzskata, ka ekoloģisku apgalvojumu izmantošanas kontekstā apzinātās problēmas drīzāk var risināt ar pasākumiem, kas ir saistīti ar izpildes nodrošināšanu un paraugprakses izstrādi, nevis ar leģislatīviem NKD grozījumiem. Tāpēc tā atbalstīs atbilstošu un konsekventu izpildi, piemēram, izstrādājot šim tematam veltītas vadlīnijas, kā norādīts Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmā<sup>94</sup>.

Taču saistībā ar notiekošo darbu pie SCP<sup>95</sup> rīcības plāna Komisija izvērtē, kā pašreizējo zinātnisko standartu turpmākā izstrāde var palīdzēt nodrošināt ekoloģisku apgalvojumu pārbaudāmību. Konkrēti tiek pētītas metodes, kas ļautu aprēķināt produktu „ekoloģisko pēdu” (t. i., izstrādāt kopīgus formātus/standartus, kas ļautu salīdzināt produktus, kuri pilda vienas un tās pašas funkcijas). Pēc šā uzdevuma izpildes tiks apsvērti atbilstoši pasākumi.

Eiropas Patērētāju samitā 2012. gada 29. maijā notika padziļinātas diskusijas par ekoloģiskiem apgalvojumiem un tika vākta informācija par situāciju dažādos ES tirgos un progresu šajā jomā<sup>96</sup>.

#### 3.4.2. Klientu atsauksmju instrumenti un cenu salīdzināšanas vietnes

Ietaupījumi uz cenu rēķina un izvēle ir dažas no priekšrocībām, ko tiešsaistes tirgus attīstība ES var sniegt patērētājiem. Meklētājprogrammas, cenu un produktu salīdzināšanas vietnes, klientu atsauksmes un sociālie mediji ir instrumenti, kas sāk iesakņoties patērētāju uzvedībā uz uzņēmējdarbības modeļos<sup>97</sup>. Četri no pieciem ES patērētājiem (81%), kas iepirkušies tiešsaistē, 2010. gadā ir izmantojuši cenu un produktu salīdzināšanas vietnes<sup>98</sup>. Taču šie

<sup>92</sup> Piemēram, bieži tiek lietotas tādas frāzes kā „videi draudzīgs, bioloģiski noārdāms, oglekļa ziņā neitrāls, zaļš, ilgtspējīgs, dabīgs, energoefektīvs, netoksisks, zemas oglekļa emisijas produkts, nesatur piesārņojošas vielas, tīrs, nerada emisijas, ētisks un godīgs”.

<sup>93</sup> Piemēram, BEUC.

<sup>94</sup> Apvienotās Karalistes Reklāmas standartu pārvalde (*Advertising Standard Authority — ASA*), piemēram, ir saņēmusi un rūpīgi izvērtējusi ļoti daudz sūdzību, tostarp par ekoloģiskiem apgalvojumiem. Sk. arī 4. iedaļu „Izpilde”.

<sup>95</sup> Eiropas Komisija 2008. gada 16. jūlijā nāca klajā ar Ilgtspējīga patēriņa un ražošanas un ilgtspējīgas rūpniecības politikas (SCP/SIP) rīcības plānu. Komisija 2012. gada 11. janvārī sāka sabiedrisko apspriešanu par ilgtspējīgāka patēriņa un ražošanas panākšanu. Plašāku informāciju sk. [http://ec.europa.eu/environment/eussd/escp\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/eussd/escp_en.htm).

<sup>96</sup> Eiropas Patērētāju samitā 2012. gada 29. maijā Eiropas Komisija organizēja darbsemināru par „zaļo tukšvārdību” un maldinošiem apgalvojumiem attiecībā uz vidi. Darbseminārs bija pirmais solis, kas sniegs ieguldījumu pārdomu procesā par apgalvojumiem attiecībā uz vidi ES līmenī. Plašāku informāciju sk. <http://www.european-consumer-summit.eu/>.

<sup>97</sup> Sk. Komisijas dienestu darba dokuments „*E-tirdzniecības priekšrocību nodrošināšana patērētājiem*” Brisele, 11.1.2012., (SEC(2011)1640 final), 19. lpp., kas ir pavaddokuments Komisijas paziņojumam Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai „*Vienota sistēma uzticēšanās pastiprināšanai vienotajam digitālajam e-tirdzniecības un tiešsaistes pakalpojumu tirgum*”. Pirms iepirkšanās tiešsaistē pircēji izmanto dažādas izpētes metodes, lai varētu pieņemt apzinātu lēmumu. Izpētes laikā veicot pirmos trīs soļus, 31% patērētāju apmeklēja pārdevēju tīmekļa vietnes, 30% izmanto meklētājprogrammu, 27% izmanto cenu salīdzināšanas tīmekļa vietni un 24% apmeklēja tiešsaistes tirgu, bet 24% lasa klientu atsauksmes.

<sup>98</sup> Sk. Komisijas dienestu darba dokuments „*E-tirdzniecības priekšrocību nodrošināšana patērētājiem*” Brisele, 11.1.2012., (SEC(2011)1640 final), 20. lpp. Pretēji Direktīvas par elektronisko tirdzniecību

instrumenti var palīdzēt vairot patērētāju uzticēšanos tikai tad, ja tie sniedz informāciju skaidrā, pārredzamā un precīzā veidā.

Direktīvā ir ietverti dažādi noteikumi, ko var attiecināt uz cenu salīdzināšanas vietnēm (CSV) un klientu atsauksmju instrumentiem.

- Direktīvas 6. un 7. pants aizliedz tirgotājiem izmantot CSV, lai sniegtu maldinošus apgalvojumus, noklusējot būtisku informāciju, *inter alia*, par preču un pakalpojumu cenu un/vai pieejamību.
- Direktīvas I pielikuma 18. punkts jebkuros apstākļos aizliedz praksi, „*ja sniedz būtiski nepatiesu informāciju par tirgus apstākļiem vai iespējām atrast produktu, lai pamudinātu patērētājus iegādāties produktu ar nosacījumiem, kas ir neizdevīgāki nekā normālos tirgus apstākļos*”.
- Direktīva turklāt liek skaidri norādīt, vai CSV ir neatkarīga, vai to pārvalda vai (tieši vai netieši) sponsorē tirgotājs (sk. 6. panta 1. punkta c) un f) apakšpunktu un 7. pantu). Šajā sakarā saskaņā ar Direktīvas I pielikuma 22. punktu jebkuros apstākļos ir aizliegta prakse, „*ja sniedz nepatiesu apgalvojumu vai rada nepatiesu priekšstatu, ka tirgotājs nedarbojas nolūkā, kas saistīts ar tā tirdzniecības, uzņēmējdarbības interesēm, amatu vai darba pienākumiem, vai nepatiesi uzdodas par patērētāju*”.

Komisijas rīcībā esošie pierādījumi liecina, ka, neraugoties uz šādu visaptverošu tiesisko regulējumu, dažādu piedāvāto preču cenas un kvalitātes salīdzināšana patērētājiem sagādā grūtības un sastaptās problēmas iedragā viņu uzticēšanos CSV.

Dažādas ieinteresētās personas<sup>99</sup> ir norādījušas uz CSV problēmām, jo īpaši pārredzamības trūkumu un sniegtās informācijas nepilnīgumu. *BEUC* norāda, ka jautājums ir īpaši nopietns gaisa transporta nozarē. Viena dalībvalsts<sup>100</sup> atzīst, ka CSV pieejamā informācija par cenām bieži ir nepilnīga, bet tas padara jebkādu salīdzināšanu negodīgu.

Komisijas dienestu darba dokumentā „*E-tirdzniecības priekšrocību nodrošināšana patērētājiem*” ir konstatēts, ka informācija, ko patērētāji saņem ar informācijas starpnieku, piemēram, CSV, starpniecību, jo īpaši attiecībā uz cenu bieži ir neobjektīva un reizēm maldinoša un nepareiza, nav norādīts, vai mazumtirgotāji ir maksājuši par savu produktu iekļaušanu sarakstā, nav minēti piedāvājumu klasificēšanas kritēriji un piegādes izmaksas.

Ar izpildi saistītā pieredze apstiprina, ka vienu no lielākajām problēmām rada tas, ka CSV precīzi neatklāj tā tirgotāja identitāti, kas pārvalda attiecīgo vietni, un/vai nenorāda, vai mazumtirgotāji ir maksājuši par savu produktu un pakalpojumu ievietošanu (t. i., vai vietne ir vai nav sponsorēta). Šķiet, ka slēptā reklāma ietekmē ne vien CSV, bet klientu atsauksmju instrumentus kopumā. Tīmekļa vietnes, kas ievieto lietotāju atsauksmes, vairākkārt ir kritizētas par šķietami objektīvām patērētāju atsauksmēm, kuras faktiski ir maskēta reklāma<sup>101</sup>.

---

5. panta noteikumiem daudzas cenu salīdzināšanas tīmekļa vietnes (53%) nesniedz pilnu uzņēmuma adresi, sk. 22. lpp.

<sup>99</sup> 5 patērētāju asociācijas, 7 uzņēmēju organizācijas un 4 *ECC*.

<sup>100</sup> Nīderlande.

<sup>101</sup> Sk. Komisijas dienestu darba dokumentu „*Zināšanu palielināšanas saistība ar patērētāju rīcībspējas palielināšanu 2012.–2014. gadā*”, 19.7. 2012., SWD (2012) 235 final.

Piemēram, kādā dalībvalstī, izpētot, kā patērētāji salīdzina cenas enerģijas mazumtirdzniecības tirgū, tika konstatēts, ka vairākas tīmekļa vietnes vedina patērētājus domāt, ka tās ir CSV, lai gan tas neatbilst patiesībai<sup>102</sup>. Kādas citas dalībvalsts tiesas ir piemērojušas naudas sodu par negodīgas komercprakses aizlieguma pārkāpumu uzņēmumam, kas pārvalda viesnīcu rezervēšanas tīmekļa vietnes, un septiņiem tā meitasuzņēmumiem. Tīmekļa vietnēs bija apgalvots, ka tajās var salīdzināt labākos piedāvājumus un pieejamību, bet patiesībā tās novirzīja rezervācijas uz partnerviesnīcām, nodarot kaitējumu viesnīcām, kas neietilpa partnerviesnīcu skaitā<sup>103</sup>.

Lai novērstu saistībā ar CSV un klientu atsauksmju instrumentiem apzinātās problēmas, jāveic efektīvi izpildes nodrošināšanas pasākumi. Komisija apsvērs, kā tā saskaņā ar Līgumiem varētu uzņemties aktīvāku lomu direktīvas saskaņotas piemērošanas veicināšanā, jo īpaši attiecībā uz negodīgu praksi ar pārrobežu elementu, piemēram, praksi, kas sastopama tiešsaistes vidē un izpildiestādēm rada kopējas problēmas. Kā teikts 2012. gada janvāra paziņojumā par e-tirdzniecību, Komisija pievērsīsies arī jautājumam par salīdzināšanas instrumentu pārredzamību un uzticamību un, risinot tiešu dialogu ar ieinteresētajām personām, gala rezultātā varētu izstrādāt labas uzvedības kodeksus un/vai ES līmeņa vadlīnijas<sup>104</sup>.

Kā atzīmēts Komisijas dienestu darba dokumentā „*E-tirdzniecības priekšrocību nodrošināšana patērētājiem*”, šķiet, ka dominējošais faktors preču iegādei tiešsaistē ir cena, kam seko šķietami ietaupīts laiks, iespēja viegli salīdzināt cenas, iespēja veikt pasūtījumus elastīgi jebkurā diennakts laikā / nedēļas dienā un plašākas izvēles iespējas tiešsaistē. Informācija par cenām un cita svarīga informācija būtu jānorāda tieši, skaidrā un vienkāršā veidā, lai nemaldinātu patērētājus. Tas, ka patērētāji tik plaši izmanto šīs tīmekļa vietnes, lai pirms lēmumu pieņemšanas iegūtu informāciju, palielina viņiem nodarīto kaitējumu.

Piemērojot direktīvu visā ES, turpmāk īpaša uzmanība būtu jāpievērš pieaugošajai sociālo tīklu iesaistei produktu reklamēšanā tiešsaistē. Pamatojoties uz trešās paaudzes interneta reklāmas modeļiem (t. i., „E-tirdzniecība 3.0”), sociālie tīkli arvien vairāk kļūst par platformām, kurās uzņēmumi iegulda līdzekļus, lai piesaistītu klientus. Papildus tam, ko var gaidīt no tradicionālākiem tiešsaistes reklāmas veidiem (piemēram, uzņēmumu tīmekļa vietnēm), sociālie mediji, kuros patērētāji savā patikā dalās ar draugiem un ģimeni, var nodrošināt tirgotāju tiešsaistes reklāmām „tīkla efektu” un sniegt noderīgu informāciju par patērētāju uzvedību/izvēli. Tāpēc ar izpildes pasākumiem būtu jācenšas panākt, lai jaunajos reklāmas modeļos tiktu saglabāta atbilstība direktīvai, jo īpaši attiecībā uz slēpto reklāmu un informāciju par produktiem.

#### 3.4.3. *Direktīvas 3. panta 9. punkts — direktīvas piemērošana finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā*

Kā minēts šā ziņojuma 2.4. punktā, saskaņā ar NKD 3. panta 9. punktu<sup>105</sup> uz finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomu attiecas minimāla saskaņošana<sup>106</sup>. Saskaņā ar NKD 18. pantu Komisija sniedz ziņojumu par direktīvas piemērošanu šajās nozarēs un jo īpaši

<sup>102</sup> Apvienotās Karalistes Godīgas tirdzniecības birojs, lietas atsauce: CRE-E-26547, 26555, 26759, 26760, 26761, 2011. gada janvāris, <http://www.oft.gov.uk/OFTwork/consumer-enforcement/consumer-enforcement-completed/heating-oil/>.

<sup>103</sup> Tribunal de Commerce, 2011. gada 4. oktobris, *Synhorcat et autres / Expedia et autres*.

<sup>104</sup> Sk. paziņojumu par e-tirdzniecību (10. lpp.).

<sup>105</sup> NKD 3. panta 9. punkts: „Attiecībā uz „finanšu pakalpojumiem”, kā definēts Direktīvā 2002/65/EK, un nekustamo īpašumu dalībvalstīs var piemērot noteikumus, ar ko paredz vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar šo direktīvu, jomā, uz ko tā paredz tuvināšanu”.

<sup>106</sup> Piemēram, ar Direktīvu 2007/64/EK maksājumu pakalpojumu jomā un Direktīvu 2008/48/EK patēriņa kredītu jomā ir izveidoti pilnīgi saskaņoti noteikumi.

izvērtē, vai būtu jā saglabā 3. panta 9. punktā ietvertais atbrīvojums no pilnīgas saskaņošanas. Šajā nolūkā Komisija ir veikusi pētījumu par NKD piemērošanu finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā<sup>107</sup>. Pētījums tika veikts 2011. gadā līdz 2012. gada sākumam, pamatojoties uz plašām konsultācijām ar dalībvalstīm un ieinteresētajām personām<sup>108</sup>.

Pētījuma laikā savākie pierādījumi liecina, ka 3. panta 9. punktā ietvertais atbrīvojums tiek plaši izmantots. Tas nozīmē, ka finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā lielākā daļa dalībvalstu ir saglabājušas vai pieņēmušas tiesību aktus, kas ir ierobežojošāki par NKG paredzētajiem standartiem.

Lielāko daļu no šiem papildu noteikumiem veido konkrētām nozarēm piemērojamas pirmslīguma un līgumiskas informācijas sniegšanas prasības<sup>109</sup>. Turklāt ievērojams skaits aizliegumu attiecas galvenokārt uz tiešo pārdošanu un veicināšanas praksi<sup>110</sup>, praksi, kad tiek izmantotas konkrētas vājās vietas<sup>111</sup>, vai uz interešu konfliktiem<sup>112</sup>. Piemēram, Austrijā ir aizliegta hipotekāro kredītu tiešā tirdzniecība mājās, bet Itālijā ir aizliegts sasaistīt vieglo automobiļu īpašnieku civiltiesiskās atbildības obligātās apdrošināšanas līgumus ar citiem apdrošināšanas pakalpojumiem. Dānijā aizliegts sasaistīt vairākus nekustamā īpašuma jomas pakalpojumus.

Šajā sakarā jāatzīmē, ka izskatīšanu gaida lieta *C-265/12 (Citroën Belux NV)*, kurā Tiesa ir lūgta paskaidrot, vai dalībvalstis var aizliegt saistītos piedāvājumus, ja vismaz viens no to elementiem ir finanšu produkts/pakalpojums. Šajā lietā Tiesai būs jāprecizē 3. panta 9. punktā paredzētā atbrīvojuma piemērošanas joma.

Attiecībā uz finanšu pakalpojumiem un nekustamo īpašumu visbiežāk tiek ziņots par negodīgu praksi (NKD izpratnē), kas izpaužas kā pamatinformācijas trūkums reklamēšanas posmā un maldinošs produktu apraksts.

Starp negodīgas prakses veidiem, par ko tiek ziņots finanšu pakalpojumu jomā, ir informācijas par gada procentu likmi un kredīta izmaksu nenorādīšana reklāmā, maldinoši izdevīgu darījumu piedāvājumi, solot kredītlīgumus ar zemām procentu likmēm, un

<sup>107</sup> Sk. *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property conducted by Civic Consulting on behalf of the European Commission*, Tieslietu ĢD, 2012. gads, pieejams: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

<sup>108</sup> Tādām organizācijām kā dalībvalstu izpildiestādes, dalībvalstu patērētāju organizācijas un tiesībsargu biroji, kā arī ar izraudzītiem akadēmiķiem un ES mēroga ieinteresētajām personām, piemēram, Eiropas Banku federāciju (EBF), Eiropas Apdrošināšanas un pārāpdrošināšanas federāciju (CEA) un Eiropas Patērētāju organizāciju (BEUC).

<sup>109</sup> Piemēram, finanšu pakalpojumu jomā konkrētas informācijas sniegšanas prasības banku nozarē (piemēram, attiecībā uz nodrošināta kredīta piešķiršanu trešai personai Vācijā vai sludinājumu par valūtas maiņas pakalpojumiem Spānijā), investīciju, apdrošināšanas, finanšu starpniecības pakalpojumu jomā. Nekustamā īpašuma jomā prasības, kas attiecas uz īpašuma iegādi, pašu darījumu, nekustamā īpašuma aģentu un būvlīgumiem.

<sup>110</sup> Piemēram, Austrijā ir aizliegta pārdošana pa tālruni, nevēlami e-pasta ziņojumi, hipotekāro kredītu tiešā tirdzniecība mājās, un nekustamā īpašuma aģentiem bez juridiska pamatojuma ir aizliegts paturēt naudu, Nīderlandē nav atļauta naudas kredītu tiešā tirdzniecība mājās, bet Beļģijā un Francijā ir aizliegti saistītie piedāvājumi.

<sup>111</sup> Piemēram, kredītu ar augļošanas likmēm aizliegums lielākajā daļā dalībvalstu, tādas reklāmas aizliegums Francijā, kurā tiek solīts aizdevums bez dokumentāriem pierādījumiem par patērētāja finanšu stāvokli, vai aizliegums bez juridiskā pārstāvja iepriekšējas piekrišanas izsniegt ATM kartes nepilngadīgajiem Austrijā.

<sup>112</sup> Piemēram, Dānijā bankām ir aizliegts finansēt savu klientu akciju iegādi, ja akcijas ir izlaidusi pati banka; Francijā gadījumos, kad piedāvātais garantijas apmērs ir līdzīgs, bankām ir aizliegts neļaut saviem klientiem izmantot citu kredīta apdrošinātāju (nevis to, kuru piedāvā banka).



pienācīgas informācijas trūkums par juridiskajām saistībām, kas rodas, parakstot līgumu<sup>113</sup>. Nekustamo īpašumu jomā sastopamas prakses piemēri ir maldinošs īpašuma raksturojums, pārredzamības trūkums attiecībā uz īpašuma cenu un attiecīgajiem nodokļiem, ēsmas reklāma un nekustamā īpašuma aģentu agresīva prakse, piemēram, patērētāju iebiedēšana, lai panāktu, ka, vēloties pārdot savus īpašumus, patērētāji ar aģentu noslēdz ekskluzīvu līgumu.

Komisija ir saņēmusi daudzas sūdzības, iedzīvotāju vēstules, Parlamenta jautājumus un lūgumrakstus par problēmām saistībā ar īpašuma iegādi Kiprā, Bulgārijā un Spānijā. Kiprā un Bulgārijā īpašuma attīstītāji nodarbojas ar maldinošu reklāmu, sniedzot patērētājiem dažādas maldinošas ziņas par īpašuma raksturlielumiem un jo īpaši noklusējot, ka pēc īpašuma pārdošanas uz to joprojām attieksies ar attīstītāju pašreizējiem un turpmākajiem banku aizdevumiem saistītais iepriekšējais hipotekārais apgrūtinājums. Komisija par šiem jautājumiem pašlaik apspriežas ar Kipras un Bulgārijas iestādēm, lai rastu konstatēto problēmu risinājumu. Spānijā problēmas tikai nelielā mērā ir saistītas ar maldinošu reklāmu / negodīgu praksi direktīvas nozīmē un galvenokārt attiecas uz patērētāju un vietējo iestāžu attiecībām, piemēram, ar būvatļauju piešķiršanu saistītiem pārkāpumiem vai urbanizācijas maksājumu piemērošanu ārvalstu rezidentiem, kas vēlas attīstīt jaunus projektus.

Interesanti, ka, neraugoties uz sīki izstrādātajiem dalībvalstu noteikumiem, vismaz pusē no dalībvalstīs izvērtētajiem gadījumiem, kas attiecas uz negodīgu praksi finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā, kā juridiskais pamats ir izmantoti direktīvas noteikumi (par maldinošām darbībām, noklusējumu un agresīvu praksi — reizēm kombinācijā ar melnajā sarakstā iekļautu praksi). Pārējos gadījumos ir piemēroti stingrāki valsts noteikumi<sup>114</sup>.

Piemēram, apdrošināšanas nozarē gadījumos, kad apdrošinātāji ir atteikušies izmaksāt apdrošināšanas atlīdzību, liekot patērētājiem, kas vēlējas pieteikt kompensāciju saskaņā ar apdrošināšanas polisi, iesniegt dokumentus, ko saprātīgi nevar uzskatīt par tādiem, kas attiecas uz prasības pamatotību, ir piemērots I pielikuma 27. punkts. Šajos gadījumos pakalpojumu sniedzēji sistemātiski izvairījās no atbildes uz attiecīgu saraksti, lai atturētu patērētājus no viņu līgumisko tiesību izmantošanas<sup>115</sup>.

Finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā veiktās izpētes rezultāti liecina, ka nebūtu lietderīgi atcelt direktīvas 3. panta 9. punktā paredzēto atbrīvojumu<sup>116</sup>.

Galvenie iemesli ir augstāka finanšu riska pakāpe finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā (salīdzinājumā ar citām precēm un pakalpojumiem), patērētājiem raksturīgais pieredzes trūkums šajās jomās (kopā ar pārredzamības trūkumu — jo īpaši attiecībā uz finanšu operācijām), abās nozarēs konstatētās konkrētās vājās vietas, kas dara patērētājus ietekmējamus ar veicināšanas praksi un spiedienu, kompetento finanšu jomas izpildiestāžu pieredze darbā ar valstī izveidotu sistēmu un, visbeidzot, finanšu tirgu funkcionēšana un stabilitāte.

<sup>113</sup> Jāievēro, ka Direktīva 2008/48/EK par patēriņa kredītiem neaptver ar nekustamo īpašumu saistītus kredītus un ka Komisija 2011. gada 31. martā ir pieņēmusi priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvai par kredītlīgumiem saistībā ar mājokļa īpašumu.

<sup>114</sup> Sk. *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property conducted by Civic Consulting on behalf of the European Commission*, Tieslietu ĢD, 2012. gads, pieejams: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

<sup>115</sup> Par šādiem gadījumiem ir ziņots Portugālē, sk. pētījumu par NKD piemērošanu finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā ES, 2012. g.

<sup>116</sup> Pētījumā teikts, ka „dalībvalstu iespēja pieņemt vai paturēt spēkā stingrākus noteikumus, salīdzinot ar direktīvu, dod tām elastīgumu, kas vajadzīgs, lai regulētu jaunus (negodīgas) komercprakses veidus, kas rodas, reaģējot uz valsts tiesību aktu specifiku finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā, tāpēc 3. panta 9. punktā paredzētā atbrīvojuma atcelšana kaitētu labi funkcionējošām izpildes sistēmām, līdz ar to pazeminot patērētāju aizsardzības līmeni ...”.

Izpildiestādes un citas ieinteresētās personas, kas ir atbildējušas uz aptaujas jautājumiem<sup>117</sup>, ir nonākušas pie tāda paša secinājuma. Vairums no aptaujātajām organizācijām finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā uzskata, ka ir ļoti svarīgi vai diezgan svarīgi saglabāt NKD 3. panta 9. punktā paredzēto atbrīvojumu.

## 4. IZPILDE

### 4.1. Izpilde dalībvalstīs

Direktīva nesaskaņo izpildes sistēmas. Saskaņā ar NKD 11. pantu dalībvalstis var brīvi izvēlēties savām juridiskajām tradīcijām piemērotākos izpildes mehānismus, ja tie nodrošina piemērotus un efektīvus līdzekļus, lai novērstu negodīgu komercpraksi. Saskaņā ar NKD 13. pantu dalībvalstis var arī noteikt piemērojamo sankciju veidu, ievērojot, ka sankcijām jābūt „efektīvām, samērīgām un preventīvām”.

Direktīvas kopējā izpildē Komisijai ir izšķiroša loma, jo tai jānodrošina, lai direktīva tiktu pareizi un efektīvi piemērota visās dalībvalstīs.

Dalībvalstis ir izveidojušas ļoti dažādas izpildes sistēmas. Dažās valstīs izpildi nodrošina galvenokārt publiskā sektora iestādes, piemēram, patērētāju tiesībsargu biroji (piemēram, Dānijā, Zviedrijā un Somijā), patērētāju tiesību aizsardzības / konkurences iestādes (piemēram, Itālijā, Īrijā, Nīderlandē, Rumānijā un Apvienotajā Karalistē) un īpaši ministriju departamenti (piemēram, Portugālē un Beļģijā). Citās dalībvalstīs izpildi nodrošina privātā sektora sistēmas, ko vada konkurenti (piemēram, Austrijā un Vācijā). Taču lielākajā daļā izpildes sistēmu ir apvienoti publiskā un privātā sektora elementi. Sankcijas ietver tiesu izpildrakstus, zaudējumu atlīdzību, administratīvus sodus un kriminālsankcijas un vairumā dalībvalstu arī visu šo sankciju kombināciju<sup>118</sup>.

Dalībvalstis un ieinteresētās personas uzskata, ka valsts līmenī direktīvas izpilde dalībvalstīs galvenajos vilcienos notiek atbilstoši un efektīvi. Taču ir izskanējis arī viedoklis, ka atbilstošu izpildi dalībvalstu līmenī var kavēt dalībvalstu izpildiestāžu nepietiekamie resursi, izpildes procedūru sarežģītība/ilgums un sankciju nepietiekamais atturošais efekts. Viena dalībvalsts<sup>119</sup> un daudzas patērētāju asociācijas<sup>120</sup> vēlas bargākus sodus<sup>121</sup> un dažos gadījumos kolektīvu tiesisko aizsardzību.

Vairākas dalībvalstis un ieinteresētās personas apstiprina, ka šī situācija ietekmē arī tiesību akta efektīvu izpildi pārrobežu līmenī. Konsultēšanās gaitā ir atklājies, ka negodīgas pārrobežu komercprakses gadījumos izpildiestādēm lielas grūtības sagādā ātras un efektīvas reakcijas nodrošināšana, ņemot vērā ierobežojumus, ko rada jurisdikciju robežas. Turklāt ir ierobežoti pieejamie resursi.

<sup>117</sup> Respondentu vidū ir Eiropas patērētāju organizācija *BEUC*, kā arī dažas valstu patērētāju asociācijas. Viens no pētījuma secinājumiem ir, ka konkrētas valsts informācijas sniegšanas prasības parasti tiek piemērotas neatkarīgi no iespējas tās izmantot patērētāju maldināšanai, tāpēc tiklab iestādēm un tiesām, kā uzņēmējiem un patērētājiem ir vieglāk tās pārvaldīt. Turklāt uz tām bieži attiecas citas izpildes sistēmas. Tātad aptaujas rezultāti liecina, ka dalībvalstīs, kurās informācijas sniegšanas prasības jau ir bijušas spēkā, priekšroka tiek dota iepriekš spēkā bijušajiem noteikumiem. Tas attiecas gan uz finanšu pakalpojumu, gan uz nekustamā īpašuma jomu.

<sup>118</sup> Plašāka informācija un piemēri par dalībvalstu izpildes sistēmām un sankcijām ir pieejama NKD datubāzes valstu sadaļā, katras valsts izpildes sistēmas aprakstā (*enforcement fiche*): <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/>.

<sup>119</sup> Beļģija.

<sup>120</sup> *BEUC*, *Citizens Advice* (Apvienotā Karaliste), *CLCV* (*Consommation, Logement, Cadre de Vie*, Francija), *Which* (Apvienotā Karaliste).

<sup>121</sup> Lai uzlabotu šo aspektu, Itālija, piemēram, nesēn ir desmitkārt — no 500 000 līdz 5 miljoniem euro — palielinājusi par direktīvas pārkāpumiem piemērojamo sankciju maksimālo apmēru.

2012. gada ziņojumā par SPTAJ regulas piemērošanu iekļautie statistikas dati<sup>122</sup> liecina, ka vislielākais savstarpējas palīdzības lūgumu skaits attiecas uz NKD kā atsevišķu tiesību aktu. Laikposmā no 2007. līdz 2010. gadam no 1343 SPTAJ pasākumiem 654 (48,7%) bija saistīti ar NKD pārkāpumiem. Pārējie lūgumi attiecās uz 14 citu direktīvu (piemēram, Direktīvas 1999/44/EK par dažiem patēriņa preču pārdošanas aspektiem un saistītajām garantijām) un vienas regulas pārkāpumiem.

Papildus divpusējai sadarbībai tiesību aktu īstenošanā tīkls kopš tā izveidošanas ir veicis Komisijas koordinētus ikgadējus izpildes nodrošināšanas pasākumus jeb t. s. vērienīgās pārbaudes (*sweeps*). Vērienīgajā pārbaudē izpildiestādes vienlaikus izlases veidā pārbauda konkrētas nozares tīmekļa vietnes, lai pārliecinātos par to atbilstību ES patērētāju tiesību aizsardzības normām, bet pārbaudes otrajā posmā vajadzības gadījumā veic atbilstošus izpildes nodrošināšanas pasākumus. Līdz šim veiktās piecas vērienīgās pārbaudes ir palīdzējušas uzlabot atbilstību izraudzītajās nozarēs (pārbaudes aptvēra tīmekļa vietnes, kas pārdod aviobiļetes, mobilo tālruņu zvanu melodijas, elektronikas preces, biļetes uz sporta un kultūras pasākumiem un patēriņa kredītus). Iestādes ir pārbaudījušas aptuveni 2200 dažādu nozaru tīmekļa vietņu. Vidēji 80% no tīmekļa vietnēm, kurās tika konstatēti patērētāju tiesību aizsardzības normu pārkāpumi, pēc dalībvalstu iestāžu izpildes nodrošināšanas pasākumiem pārkāpumi ir novērsti. Saskaņā ar 2012. gadā veiktās digitālā satura vērienīgās pārbaudes pirmā posma rezultātiem neatbilstību skaits šajā nozarē daudz neatšķiras no iepriekšējās pārbaudēs konstatētā neatbilstību skaita. Pašlaik valstu iestādes veic papildus izpildes darbības, lai ļautu attiecīgajiem uzņēmumiem precizēt savu nostāju vai izlabot tīmekļa vietnes<sup>123</sup>.

Lai gan konsolidēti dati par dalībvalstu izpildiestāžu pieņemto lēmumu skaitu un piemērotajām sankcijām nav pieejami, var minēt šādus reprezentatīvus piemērus: laikposmā no direktīvas stāšanās spēkā līdz 2011. gada vidum Itālijas konkurences iestāde ir pieņēmusi vairāk nekā 700 lēmumu un piemērojusi administratīvos sodus 91 miljona euro apmērā; Francijas Konkurences, patērētāju aizsardzības un krāpšanas apkarošanas ģenerāldirektorāts (*DGCCRF*) ir izdevis 1251 ziņojumu<sup>124</sup> un piemērojis atbilstošus naudas sodus aptuveni 1,7 miljonu euro apmērā<sup>125</sup>; Latvijas Patērētāju tiesību aizsardzības centrs ir pieņēmis 154 saistošus lēmumus un piemērojis naudas sodus 159 400 euro apmērā; Somijas Patērētāju tiesībsarga birojs ir ierosinājis 8 tiesas procesus; Īrijas Patērētāju aizsardzības valsts aģentūra ir izdevusi 14 saistību rakstus, 116 paziņojumus par atbilstības nodrošināšanu, 2 aizlieguma rīkojumus un ierosinājusi 2 kriminālprocesus; Slovērijas Tirdzniecības inspekcija ir

<sup>122</sup> Ar SPTAJ regulu izveido sadarbības tīklu, kas dalībvalstu izpildiestādes sasaista ES mēroga tīklā (SPTAJ tīkls). Šī sistēma izpildiestādēm ļauj cieši sadarboties, lai gadījumos, kad tirgotāji un patērētāji ir reģistrēti dažādās valstīs, ātri un efektīvi izbeigtu komercpraksi, ar ko tiek pārkāpti patērētāju tiesību aizsardzībai paredzētie tiesību akti. Tīkls tuvina visu dalībvalstu (arī Norvēģijas un Islandes) iestādes, kas atbild patērētāju tiesību aizsardzībai paredzēto tiesību aktu īstenošanu. Sk. Komisijas ziņojumu Eiropas Parlamentam un Padomei par to, kā piemērotā Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 27. oktobra Regula (EK) Nr. 2006/2004 par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā („Regula par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā”), COM(2012) 100 final, 12.03.2012., pieejams <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0336:FIN:EN:PDF>.

<sup>123</sup> 2012. gadā veiktās digitālā satura vērienīgās pārbaudes pirmā posma rezultātus sk. [http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/digital\\_content/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/digital_content/index_en.htm).

<sup>124</sup> *Procès verbaux*.

<sup>125</sup> Francijā *DGCCRF* ir izdevis 1195 ziņojumus par maldinošu praksi, kas atbilst finansiālām sankcijām 73 828 euro apmērā, ko piemērojušas tiesas, un 1 649 451 euro apmērā, ko piemērojis tieši *DGCCRF*, kā arī 56 ziņojumus par agresīvu praksi, par kuriem tiesas ir piemērojušas finansiālas sankcijas 15 000 euro apmērā.

pieņēmusi 46 administratīvus lēmumus un piemērojusi naudas sodus 151 800 euro apmērā, bet Zviedrijā ir pieņemti 18 tiesas nolēmumi un izdoti 52 izpildraksti.

Jāveic turpmāki izpildes pasākumi, lai jo īpaši pārrobežu līmenī un arī dalībvalstu kontekstā garantētu augstu patērētāju tiesību aizsardzības līmeni. Šā secinājuma pamatā ir pieredze, ko Komisija guvusi sadarbībā ar dalībvalstu iestādēm, no *ECC*<sup>126</sup> un citām ieinteresētajām personām saņemtās atsauksmes un citos avotos (jo īpaši ziņojumos par SPTAJ regulas piemērošanu) pieejamā informācija<sup>127</sup>.

#### 4.2. Pašregulācija

NKD ir ievērots princips, ka papildus tiesas un administratīviem izpildes līdzekļiem izpildi var nodrošināt ar pašregulāciju, un precizēta loma, kāda par rīcības kodeksu atbildīgajām personām var būt izpildē<sup>128</sup>.

Kā liecina dažu tiesisko sistēmu pieredze<sup>129</sup>, pašregulācijas iestādes var palīdzēt uzlabot atbilstību juridiskiem standartiem un samazināt slogu publiskā sektora izpildiestādēm. Dalībvalstīm ir atļauts uzticēt strīdu izskatīšanu pašregulācijas iestādēm, lai paaugstinātu patērētāju aizsardzības līmeni un nodrošinātu maksimālu atbilstību tiesību aktiem un tirgus paraugpraksi.

Taču direktīva apstiprina, ka pašregulācija nevar aizstāt tiesas un administratīvus izpildes līdzekļus. Direktīva turklāt pastiprina rīcības kodeksu efektivitāti, liekot dalībvalstīm piemērot pašregulācijas noteikumus pret tirgotājiem, kas apņēmušies ievērot rīcības kodeksus, bet tos neievēro<sup>130</sup>.

### 5. PĀRSKATS PAR DIREKTĪVAS SNIEGTAJIEM IEGUVUMIEM

Direktīvas īstenošanas pirmajos gados gūtā pieredze liecina, ka direktīva ir palīdzējusi uzlabot patērētāju tiesību aizsardzību dalībvalstīs, vienlaikus sargājot likumīgus uzņēmumus no konkurentiem, kas neievēro spēles noteikumus.

Dalībvalstu patērētāju tiesību aizsardzības iestādes ir izmantojušas direktīvu, lai iegrožotu dažādus negodīgas komercprakses veidus un sodītu pārkāpējus<sup>131</sup>. NKD ir vienīgais spēkā esošais vispārīgais ES leģislatīvais instruments, kas ļauj izvērtēt apgalvojumus attiecībā uz vidi un agresīvu praksi.

<sup>126</sup> Beļģijas, Čehijas Republikas, Portugāles un Apvienotās Karalistes *ECC* ir norādījuši uz izpildes nodrošināšanas problēmām pārrobežu gadījumos (iesakot uzlabot dalībvalstu iestāžu sadarbību vai norādot, ka dalībvalstu tiesas pienācīgi neizskata pārrobežu lietas). Igaunijas, Somijas, Īrijas, Latvijas, Polijas un Zviedrijas *ECC* uzskata, ka pašreizējās dalībvalstu izpildiestāžu pilnvaras, sankcijas un tiesiskās aizsardzības līdzekļi nav pietiekami.

<sup>127</sup> Sk., piemēram, Komisijas otro divgadu ziņojumu Eiropas Parlamentam un Padomei par to, kā piemērota Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 27. oktobra Regula (EK) Nr. 2006/2004 par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā („Regula par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā”). Sk. ziņojuma 9. lpp.: „Joprojām ievērojams ir to iestāžu skaits, kuras aktīvi neizmanto SPTAJ regulā noteiktos sadarbības mehānismus”. Nevar izslēgt, ka, lai gan NKD ir visbiežāk izmantotais juridiskais pamats SPTAJ pasākumiem, NKD savstarpējās palīdzības lūgumu skaits šāda veida horizontālam un aptverošam tiesību aktam tomēr ir neliels.

<sup>128</sup> Sk. NKD 10. pantu.

<sup>129</sup> Piemēram, Apvienotās Karalistes Reklāmas standartu pārvalde (*ASA*) 2010. gada pirmajos sešos mēnešos ir saņēmusi un rūpīgi izvērtējusi 14 596 sūdzības, par kurām ir ierosinātas 6542 lietas. Sūdzību skaits salīdzinājumā ar iepriekšējiem gadiem ir samazinājies (par aptuveni 10%), ko var skaidrot ar atbilstības uzlabošanu, pateicoties *ASA* pūlēm. Skaitļus, lēmumus un lietas sk. *ASA* gada darbības pārskatos: <http://www.asa.org.uk/About-ASA/Annual-Report.aspx>.

<sup>130</sup> Sk. NKD 6. panta 2. punkta b) apakšpunktu.

<sup>131</sup> Sk. šā ziņojuma 4. iedaļu „Izpilde”.

Direktīvas noteikumi, kas pamatojas uz principiem, ir izrādījušies īpaši efektīvi, ļaujot dalībvalstu iestādēm pielāgot novērtējumus preču, pakalpojumu un pārdošanas metožu straujajai attīstībai. Melnais saraksts ir nodrošinājis dalībvalstu iestādēm efektīvu instrumentu, lai apkarotu tādus bieži sastopamus negodīgas prakses veidus kā ēsmas reklāma<sup>132</sup>, maldinoši piedāvājumi, kuros preces sola par velti, slēptā reklāma un tieša bērnu pārliecināšana. Melnā saraksta noteikumi ir izmantoti arī, lai apkarotu negodīgu praksi finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā.

Šis tiesiskais regulējums turklāt ir ļoti piemērots, lai izvērtētu, cik godīgi ir jauni tiešsaistes prakses veidi, kas attīstās vienlaikus ar reklāmas paņēmieniem. Tas ļauj nodrošināt izpildiestāžu ātru reakciju uz ļaunprātīgu rīcību, kas veikta, izmantojot jaunus, plaši izplatītus instrumentus, piemēram, cenu salīdzināšanas vai kolektīvās iepirkšanās vietnes, vai reklāmas pieaugošo iespēšanos sociālajos tīklos.

Pārrobežu līmenī aptuveni puse no SPTAJ tīklā veiktajiem pasākumiem (lūgumi sniegt informāciju, brīdinājumi un izpildes pieprasījumi) ir bijuši saistīti ar NKD pārkāpumiem<sup>133</sup>. Turklāt SPTAJ tīkls, pamatojoties uz NKD noteikumiem, ir veicis vairākus kopīgus uzraudzības pasākumus (vērienīgas pārbaudes) (pārbaudot tīmekļa vietnes, kas pārdod aviobiļetes, mobilo tālrunu zvanu melodijas, plaša patēriņa elektronikas preces)<sup>134</sup>.

Sadarbība ar dalībvalstu izpildiestādēm un NKD datubāzē savāktā informācija par īstenošanu liecina, ka noteikumi pārsvarā tiek interpretēti vienādi. Šo procesu lielā mērā ir veicinājuši Tiesas un Komisijas sniegtie skaidrojumi.

Aizstājot dalībvalstu sadrumstaloto negodīgas komercprakses regulējumu ar vienu noteikumu kopumu, direktīva ir palīdzējusi likvidēt šķēršļus pārrobežu tirdzniecībai un vienkāršojusi regulatīvo vidi.

Stratēģija „Eiropa 2020” nosaka, ka „pilsoņiem jābūt pilntiesīgai lomai vienotajā tirgū”, tāpēc „jānostiprina to spēja un uzticēšanās iegādāties preces un pakalpojumus pāri robežām”. Šķiet, ka direktīvā paredzētais augstais patērētāju tiesību aizsardzības līmenis palīdz vairot patērētāju uzticību. Nesēn iegūti pierādījumi liecina, ka, salīdzinot ar 2006. gadu, kad direktīva vēl nebija transponēta dalībvalstīs<sup>135</sup>, tagad vairāk patērētāju ir ieinteresēti veikt pārrobežu pirkumus (52%, +19) un vēlas tērēt vairāk naudas pāri robežām (18%, +5). Tomēr jāatzīst, ka pārrobežu tiešsaistes iepirkšanās pieaugums krietni atpaliek no iekšzemes pieauguma, tāpēc ir skaidrs, ka šajā ziņā jāpieliek vairāk pūļu<sup>136</sup>. Pašlaik lielākā uzmanība

<sup>132</sup> Sk. direktīvas I pielikuma 5. punktu. Šī aizliegtā prakse ietver pievilcīgu piedāvājumu izteikšanu patērētājiem, lai gan tirgotājs nespēj produktu piegādāt paredzētajā daudzumā, ņemot vērā (*inter alia*) reklāmas apjomu.

<sup>133</sup> Laikposmā no 2007. līdz 2010. gadam no 1343 SPTAJ pasākumiem 654 (48,7%) bija saistīti ar NKD pārkāpumiem. Sk. Komisijas ziņojumu Eiropas Parlamentam un Padomei par to, kā piemērota Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 27. oktobra Regula (EK) Nr. 2006/2004 par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā („Regula par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā”), 12.3.2012., COM(2012) 100 final, pieejams [http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/docs/comm\\_biennial\\_report\\_2011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/docs/comm_biennial_report_2011_en.pdf).

<sup>134</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm).

<sup>135</sup> Sk. *Flash Eurobarometer 332* „Patērētāju attieksme pret pārrobežu tirdzniecību un patērētāju tiesību aizsardzība”, 2012. gada maijs, 8. lpp. Salīdzinot ar 2006. gadu, vairāk patērētāju ir ieinteresēti veikt pārrobežu pirkumus (52%, +19) un ir gatavi tērēt vairāk naudas pāri robežām (18%, +5). Līdz 50% ir pieaudzis tādu patērētāju skaits, kuri, iegādājoties preces un pakalpojumus, ir gatavi lietot citu ES valodu (+17 punktu salīdzinājumā ar 2006. gadu). Tādu patērētāju skaits, kuri iepērkoties pilnīgi nav gatavi lietot citu valodu, ir samazinājies no 42% 2008. gadā līdz 30% 2011. gadā. Ievērojami — no 24% 2006. gadā līdz 39% 2011. gadā — ir pieaudzis arī tādu eiropiešu skaits, kuri apgalvo, ka zina, kur iegūt informāciju un konsultācijas par pārrobežu iepirkšanos.

<sup>136</sup> Laikposmā no 2008. līdz 2010. gadam uzņēmēju iekšzemes komercprakse attiecībā pret patērētājiem ir ievērojami pieaugusi — tādu iedzīvotāju skaits, kuri veic iekšzemes pirkumus tiešsaistē, ir palielinājies

jāpievērš direktīvas pareizai un konsekventai piemērošanai, jo tas ir priekšnosacījums, lai ES iedzīvotāji un uzņēmēji varētu pilnvērtīgi izmantot vienotā tirgus piedāvātās iespējas.

Par svarīgākajām jomām ar lielāko vienotā tirgus izaugsmes potenciālu Komisija ir atzinusi mazumtirdzniecību (tostarp e-tirdzniecību), transporta nozari, digitālo ekonomiku un enerģētiku/ilgtspēju<sup>137</sup>. Direktīvai šajā kontekstā jāspēlē viena no galvenajām lomām.

Tāpēc būtu jāvelta vairāk pūļu NKD izpildes pastiprināšanai. Dalībvalstu resursi ir ierobežoti, tāpēc būtu jāpalielina sankciju atturošā iedarbība. Būtu jāpastiprina arī sadarbība pārrobežu gadījumos SPTAJ regulas piemērošanas jomā.

Centieni pastiprināt izpildes pasākumus tiklab pārrobežu, kā dalībvalstu līmenī nozīmē, ka Komisijai jāuzņemas **lielāka loma**, apvienojot spēkus ar dalībvalstīm un atbalstot tās direktīvas piemērošanā visā ES. Šajā sakarā Komisija apsvērs, kā tā saskaņā ar Līgumiem varētu uzņemties aktīvāku lomu direktīvas saskaņotas piemērošanas veicināšanā, jo īpaši attiecībā uz negodīgu praksi ar pārrobežu elementu, piemēram, praksi, kas sastopama tiešsaistes vidē un izpildiestādēm rada kopējas problēmas.

## 6. SECINĀJUMI

Kā norādīts šim ziņojumam pievienotajā paziņojumā par Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanu, pašlaik nešķiet lietderīgi direktīvu grozīt. Šis atzinums atspoguļo konsultēšanās rezultātus un iepriekšējos secinājumus, kas gūti, izvērtējot dalībvalstu uzkrāto piemērošanas pieredzi, kas ir ievērojama, tomēr šādam visaptverošam tiesību aktam vēl pārāk īslaicīga.

Bažas, ko dažas ieinteresētās personas ir paudušas saistībā ar NKD piemērošanu dažiem konkrētiem negodīgas komercprakses veidiem, var novērst ar iniciatīvām, kuru mērķis ir izpildes uzlabošana dalībvalstīs. Šajā sakarā, kā minēts paziņojumā, nākotnes pūliņi būs jākoncentrē uz svarīgākajām tematiskajām jomām, kur kaitējums un zudušas iespējas patērētājiem šķiet atkārtojamies visbiežāk un kur ir vislielākais vienotā tirgus izaugsmes potenciāls.

---

no 28% līdz 36%, kamēr pārrobežu e-pircēju skaits ir palielinājies tikai no 6% līdz 9%. Saskaņā ar Eurostat 2010. gada statistiku par informācijas sabiedrību tikai 9% Eiropas patērētāju 2010. gadā ir veikuši pārrobežu pirkumus tiešsaistē.

<sup>137</sup>

Sk. *Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmu* un Eiropas Komisijas paziņojumu „*Jauns pārvaldības pakts labāk funkcionējošam vienotajam tirgum*”.