

# Negodīgas komercprakses izplatītākās pazīmes reklāmās 3/14/21

Nepatiesi apgalvojumi vai nepietiekami sniepta informācija var tikt atzīta par negodīgu komercpraksi. Piedāvājam ieskatīties tirgotāju un pakalpojumu sniedzēju ("tirgotāji") biežāk pielautajās klūdās, ko uzraugs – Patērētāju tiesību aizsardzības centrs ("PTAC") – atzinis par negodīgu komercpraksi.

Negodīgu komercpraksi iedala trīs pamatveidos:

- profesionālās rūpības prasībām neatbilstoša prakse, kas būtiski negatīvi ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību;
- maldinoša prakse – var izpausties kā nepareizas informācijas sniegšana vai svarīgas informācijas izlaišana jeb nepaziņošana;
- agresīva prakse – ar mērķi piespiest patērētāju kaut ko nopirkst.

Par profesionālās rūpības prasību neievērošanu PTAC vāc papildu pierādījumus un vērtē patērētāju ekonomisko uzvedību. Turpretī maldinošas vai agresīvas komercprakses gadījumā tiek automātiski prezumēta vidusmēra patērētāja ekonomiskās rīcības negatīva ietekmēšana, tādēļ PTAC šo komercpraksi var atzīt par negodīgu un piemērot naudas sodu līdz 100 000 eiro.

## Reklāmas prasību pārkāpumi

Tirgotājiem būtu jāvērtē patērētājiem sniegtā informācija, īpaši rūpīgi vērtējot vismaz šādus elementus:

- reklāmas pasniegšanas veids (informācijas patiesums);
- reklāmas saturs;
- sniegtās informācijas atbilstība izmantotajam komunikāciju kanālam (prasības e-vidē, radio, TV un vides reklāmā var atšķirties).

Turpmāk aplūkoti izplatītākie pārkāpumi.

- "Ēsmas" reklāma

Tirgotājiem nav atļauts reklamēt preces un pakalpojumus par ļoti zemu cenu, ja to krājumi nav pietiekami. Tirgotāja pienākums ir informēt klientus par pieejamo vienību skaitu un piedāvājuma spēkā esības laiku.

- Viltus piedāvājumi "par velti"

Tirgotājiem jānorāda savu preču un pakalpojumu reālās cenas. Nav pieļaujams maksas pakalpojumu piedāvāt kā bezmaksas vai piedāvāt papildu bezmaksas pakalpojumu, ja patiesībā šo "bezmaksas" pakalpojumu reālās izmaksas jau ir iekļautas cenā.

- Apzīmējumu *atlaides, izpārdošana, neticama cena, vidējā tirgus cena, sezonas cena u.c.* izmantošana

Tirgotāja pienākums ir izpildīt normatīvo aktu prasības apzīmējumu lietošanai, ievērojot konkrētajam apzīmējumam atbilstošu terminu lietošanas nosacījumus. Piemēram, samazinātu cenu nedrīkst piemērot ilgāk par pusi no laikposma, kurā bijusi spēkā pamatcena (tātad nav atļauts atlaides piemērot pastāvīgi). Atlaižu un izpārdošanas gadījumā reklāmā jābūt norādītam sākuma un beigu datumam.

- Cenas norādīšanas prasību neievērošana

Neatkarīgi no zīmola un iepakojuma lieluma cenām jābūt salīdzināmām. Lai vieglāk būtu salīdzināt, visām precēm jānorāda ne tikai pārdošanas cena, bet arī vienības cena, piemēram, par kilogramu vai litru. Šai informācijai jābūt redzamai, viegli salasāmai un saprotamai. Tas īpaši attiecas uz reklāmu, kurā minēta pārdošanas cena.

- Nepatiesi apgalvojumi

Jebkurš tirgotāja izteikts apgalvojums ir pierādāms ar zinātniskiem vai statistiskiem pētījumiem vai datiem. Nepatiesa apgalvojuma izteikšanu publiskā telpā PTAC vērtē kā smagu patērētāju kolektīvo interešu pārkāpumu, kas rada būtisku aizskārumu patērētāju tiesiskajām interesēm. Turklat par pierādījumu iesniegšanu uzraudzības iestādei, ja tādi tiek pieprasīti, atbild tirgotājs, nevis ražotājs.

- Slēptas reklāmas plašsaziņas līdzekļos (reklāmraksti)

Tirgotāja pienākums ir informēt patērētājus, ja kādu avīzrakstu, televīzijas vai radioprogrammu ir "sponsorējis" uzņēmums, lai reklamētu savas preces. Tam jābūt skaidri norādītam ar attēliem, runātu vai rakstītu tekstu.

Tāpat tirgotājam jāievēro prasības reklāmai, ko tirgotāja uzdevumā īsteno influenceri. Jāņem vērā, ka par influenceru publicēto informāciju vienlīdz atbild pats tirgotājs, tāpēc iesakām slēgt atbilstošus līgumus ar influenceriem.

- Melīgi balvu un dāvanu piedāvājumi

Tirgotāji nedrīkst reklamēt "bezmaksas" balvas un dāvanas un pēc tam likt patērētājam par tām samaksāt, lai tās saņemtu.

Tā kā likumvides prasības reklāmai atšķiras (piemēram, alkohola, tabakas, medicīnas un patērētāju kreditēšanas nozarē ir dažādi ierobežojumi) un PTAC šobrīd aktīvi veic pārbaudes tieši distances tirdzniecības uzņēmumiem, aicinām šaubu gadījumā pirms reklāmas publicēšanas konsultēties ar nozares juristiem, lai pārliecinātos par sniegtās informācijas atbilstību likumvides prasībām.