

## TARBIJAVAIKLUSTE KOMISJONI OTSUS

Asja number	19-1/21-15137-016
Otsuse kuupäev	18. jaan 2022
Komisjoni koosseis	Esimees Mare Merimaa, liikmed Anna Pauliina Aavik, Elnara Nadžafova
Tarbija	
Kaupleja	Klick Eesti AS, 11199045
Tarbija nõue	Parandustöö tasu hüvitamine
Asja läbivaatamise aeg	10. jaan 2022

### Resolutsioon:

1. Tarbija avaldus rahuldada.
2. Klick Eesti AS peab parandama Tarbijale mobiiltelefoni Armor X5, Dual-SIM oma kulul.
3. Juhul, kui Tarbija on parandustöö eest 40 eurot ära maksnud, tuleb see summa Kauplejal tagastada.

### Selgitus:

Kaupleja peab Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ametit kirjalikult teavitama otsuse täitmisest 30 päeva jooksul arvates otsuse veebilehele avaldamise päevale järgnevast päevast või samas asjas maakohtusse pöördumisest, lisades ära kirja maakohtule esitatud hagiavaldusest.

### Asjaolud:

26.09.2021 ostis Tarbija Klick Eesti AS-i (edaspidi: Kaupleja) veebipoest musta värvi mobiiltelefoni Armor X5, Dual-SIM hinnaga 139,99 eurot, mis on tõendatud Kaupleja 29.09.2021 arvega nr S21027374 ja Tarbija 29.01.2021 maksekorraldusega nr 44.

Tarbija avalduse kohaselt kukkus lapsel telefon taskust trepile 60-70 cm kõrguselt, mille tagajärjel ekraan purunes. Tarbija pöördus pretensiooniga Kaupleja poole.

23.11.2021 teavitas Kaupleja Tarbijat, et hooldus on tuvastanud seadme ekraanil füüsilise vigastuse, mis ei lähe garanti alla. Seadme ekraanil on kahjustus, mis on tekkinud kasutamise käigus ning tegemist ei ole tootjapoolse veaga. Parandustöö tasuks oli 40 eurot.

21.12.2021 tellis Tarbija ekspertiisi OÜ-lt Comberra, kus tuvastati, et mobiiltelefonil esineb mehaaniline kahjustus (põrutus).

Tarbija väidetel lähtus ta mobiiltelefoni ostmisel selle põrutuskindlusest. Reklaamis lubati, et seadme kukkumisel kuni kõrguselt 1,2 m jääb see terveks. Müüja kinnitas, et kuna telefon on piisavalt vastupidav ei ole sellele vaja eraldi ekraanikaitset juurde osta.

Tarbija leiab, et mobiiltelefoni remondikulu 40 eurot peaks tasuma Kaupleja ning taotleb remondikulu hüvitamist.

### Kaupleja seisukoht:

Tarbija ajab sassi kukkumis- või purunemiskindluse ja põrutuskindluse. Tarbija eelnev kirjavahetus Lõunakeskuse kaupluse töötajaga näitab, et ta on pidanud põrutuskindlust kukkumiskindluseks. Veebipoe reklaamis on mõlemal juhul pinnas pehme, kuid ei ole teada, millisele pinnale telefon kukkus Tarbija lapse käest. Näiteks trepp või kiviplaat ja muda ei ole

kindlasti samade omadustega. Tootja sõnul ületas kukkumine telefoni põrutuskindluse, oli ülemäärase jõuga. Tarbija ei ole teinud sõltumatut ekspertiisi, mis tõestaks, et viga on tootjapoolne. Kuna Kauplejal ei ole tootjapoolse hoolduskeskuse diagnostikas põhjust kahelda, siis jääb ta selle juurde, et toote põrutuskindlust on ületatud. Tegemist ei ole tootjapoolse veaga. Vastutulekuna pakub Kaupleja lahenduseks, et jagab telefoni tasuta remondikulu Tarbijaga pooleks.

Tarbija vastuväide Kaupleja vastusele:

Seadme reklaami juures ei ole sellist infot, et kukkumiskindlus 1,2 m on vaid pehme pinnase puhul. Selline kukkumiskindluse/põrutuskindluse reklaam on Kaupleja kodulehelt maha võetud, kuid varasemas reklaamis, on näha, et telefon peab vastu, kui kukub sellise hooga, et põrkab maapinnalt tagasi. Samuti on foto sellest, kuidas telefonist on autoga vm mootorsõidukiga üle sõidetud. „See jätab mulje kui väga vastupidavast telefonist. Samuti on tootja kodulehel põhjalikumalt telefoni vastupidavust kirjeldatud 2- it can handle...big drops up to 1,2 m (talub suuri kukkumisi kuni 1,2 m). Vastav info on tootja veebileheküljel: <https://www.ulefone.com/armor-x5.html>. Kerides tootja kodulehel olevat reklaami allapoole on üks foto sellest, kuidas telefon kukub ebatasaste kivide peale ( tumehall kalju või kivimurd) ning ingliskeelne kirjeldus telefoni materjalist, mis peab vastu ka vägivaldsele kukkumisele, veeremisele ja väändumisele (which work together to protect from violent crash, rolling and torsion). Telefoni kukkumiskindlust tutvustab ka tootja video Youtubes, kus telefonil lastakse korduvalt trepist alla kukkuda ja astmetel põrkuda ilma, et ekraan puruneks. <https://www.youtube.com/watch?v=Sus06qW-amY>“

Tarbija on nõus, et kukkumine ja põrutus on eri mõisted, kuid kuidas saab telefonil olla 1,2 m kõrgune põrutuskindlus ilma kukkumiseta? Inglisekeelsel kodulehel toodud reklaam räägib tugevast kukkumisest kõvale maapinnale.

Tarbija leidis Kaupleja Facebooki lehelt viite telefoni Ulefone Armor X5 kohta ja Klicki poolt koostatud ülevaate selle kohta, et telefon peab vastu ka kukkumisel betoonile. Tarbija lisas lingi ja mõned ekraanipildid s.o. Blogipostitus <https://digi.geenius.ee/blogi/klicki-100-soovitu-st/kuus-pohjust-miks-toeliselt-vastupidav-armor-x-on-rublikute-lemmik/>.

### **Komisjoni põhjendus:**

Komisjon, olles tutvunud esitatud materjalide ja tõenditega, leiab, et avaldus tuleb rahuldada alljärgnevatel põhjendustel.

Esitatud tõendite kohaselt pooled sõlmisid müügilepingu võlaõigusseaduse (VÕS ) § 208 lg 1 tähenduses ning tegemist on tarbijalemüügiga VÕS § 208 lg 4 mõttes.

Käesolevas asjas Tarbija väidab, et seade ei vastanud lepingutingimustele. Kaupleja ja tootja reklaamis seadet kui põrutuskindlat, mis kukkudes 1,2 m kõrguselt jääb terveks. Tarbija lapsel kukkus telefon trepile 60-70 cm kõrguselt ja ekraan purunes.

VÕS § 217 lg 1 kohaselt ostjale üleantav asi peab vastama lepingutingimustele, eelkõige koguse, kvaliteedi, liigi, kirjelduse ja pakendi osas. VÕS § 217 lg 2 p 6 kohaselt asi ei vasta muu hulgas lepingutingimustele, kui tarbijalemüügi puhul ei ole asi seda liiki asjadele tavaliselt omase kvaliteediga, mida ostja võis mõistlikult eeldada, lähtudes asja olemusest ja arvestades asja müüja, tootja, varasema müüja või muu vahendaja poolt asja teatud omaduste suhtes avalikult tehtud avaldusi, eelkõige asja reklaamimisel või etikettidel.

Tarbija on tuginenud asjaolule, et Kaupleja ja tootja reklaamisid antud seadet kui põrutuskindlat, mis kukkudes 1,2 kõrguselt ka betoonist pinnale jääb terveks. Seetõttu tegi ta ostuotsuse nimelt usaldades reklaamis avaldatut.

Komisjon tuvastas, et ka avalduse menetlemise ajal on sotsiaalmeedias Kaupleja reklaam pealkirjaga, „ Kuus põhjust, miks tõeliselt vastupidav Armor X on rublikute lemmik“, kus on märgitud, et telefon on „ disainitud vastu pidama kukkumisel 1,2 meetri kõrguselt betoonile. Seega kui hoiad mobiili käes, mitte pea kohal, siis on testitud kukkumiskõrgusel ja jääb

terveks.“

Reklaamiseaduse (RekS) § 2 p 3 kohaselt reklaami mõisteks on teave, mis on avalikustatud mis tahes üldtajuval kujul, tasu eest või tasuta, teenuse osutamise või kauba müügi suurendamise, ürituse edendamise või isiku käitumise avalikes huvides suunamise eesmärgil.

Komisjon on seisukohal, et Kaupleja poolt avaldatud teave seadme omaduse, s.o vastupidavuse kohta kukkumisel 1,2 kõrguselt betoonpinnale, on suunatud ostja käitumise suunamisele ostuotsuse tegemiseks ning seeläbi ka kauba müügi suurendamisele. Seega on reklaamiks RekS § 2 p 3 mõttes.

Tarbija on väitnud, et seade kukkus lapsel taskust 60-70 cm kõrguselt trepile. Usaldusväärset tõendit asjaolu kohta, et sellisel viisil kukkumisel ei saanud ekraan puruneda, Kaupleja esitanud ei ole. Kaupleja viidatud tõendis on märgitud ekraani purunemine, mis ei ole vaidlusküsimuseks. Tarbija väide mobiili ekraani purunemise asjaolu kohta, ei ole Kaupleja poolt usaldusväärse tõendiga ümber lükatud.

Komisjon on seisukohal, et Kaupleja reklaam kuulub kauplemisvõtete hulka tarbijakaitseseaduse (TKS) § 13 lg 1 kohaselt. Keelatud on eksitava kauplemisvõtte kasutamine. TKS § 16 lg 2 kohaselt peetakse kaubandusvõtet eksitavaks, kui sellega esitatud teave on ebaõige või kui faktiliselt õige teabe esitamise viis petab või tõenäoliselt petab keskmist tarbijat ja kummalgi juhul teeb või tõenäoliselt teeb keskmine tarbija selle mõjul tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud. Seejuures TKS § 16 lg 2 p 2 kohaselt on selle teabeks ka kauba või teenuse peamised omadused.

Tarbija on väitnud ja tõendanud, et vaidlusaluse seadme pakkumisel on Kaupleja kasutanud eksitavat kaubandusvõtet reklaami näol TKS § 16 lg 1 tähenduses seadme vastupidavuse osas, mis mõjutab Tarbijat tegema vastava ostuotsuse.

Kuivõrd seadmel ei olnud reklaamis avaldatud omadusi ja ekraan purunes, siis oli Tarbija õigustatud nõudma VÕS § 222 lg 1 kohaselt asja parandamist, mis peab toimuma müüja kulul.

Juhul, kui Tarbija on Kauplejale remonditasu maksnud, siis tuleb see Tarbijale tagastada.

Asja lepingutingimustele mittevastavusest teavitab Tarbija Kauplejat VÕS § 220 lg-s 1 sätestatud tähtaja jooksul, s.o kahe kuu jooksul pärast seda, kui ta mittevastavusest sai teada. Arvestades eeltoodut kuulub Tarbija nõue rahuldamisele.

TKS § 60 lg 2 järgi kui pooled komisjoni otsusega ei nõustu ja seda ei järgi võivad nad pöörduda sama vaidluse läbivaatamiseks maakohtusse.

Mare Merimaa

/allkirjastatud digitaalselt/

Elnara Nadžafova

/allkirjastatud digitaalselt/

Anna Pauliina Aavik

/allkirjastatud digitaalselt/