



LATVIJAS REPUBLIKAS EKONOMIKAS MINISTRIJA  
**PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS**

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 ♦ tālr. (+371) 67388624 ♦ fakss (+371) 67388634 ♦ e-pasts: ptac@ptac.gov.lv

**LĒMUMS**

Rīgā

2012.gada 1.novembrī

Nr. E03-PTU-K194-48

**Par administratīvā soda uzlikšanu**

**Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Kristīne Riekstiņa piedaloties AS „Aldaris”

juridiskā adrese: Tvaika iela 44, Rīga, LV-1005

reģistrācijas numurs: 40003073627

pilnvarotajai pārstāvei

vārds, uzvārds: [..]

personas kods: [..]

**izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:**

[1] Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pēc Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) sniegtās informācijas, ir izvērtējis AS „Aldaris” (turpmāk – Sabiedrība) sniegto alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmu (turpmāk – Reklāma1 un Reklāma2) (Reklāma1, Reklāma2 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Sniegto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Reklāmu2 skatīt zemāk:



[2] 2012.gada 4.aprīlī citas administratīvās pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā PTAC 2012.gada 1.oktobrī saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurai pievienota līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un Sabiedrību (turpmāk – Līgums), kopija. Ņemot vērā lietas materiālus, t.sk., Līgumā ietvertu informāciju, PTAC tika konstatējis, ka Sabiedrība uz telts, kas izvietota pasākuma „Līdzjutēju vasara 2012” laikā Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama (turpmāk – Telts), ārējā noformējuma ir sniegusi Reklāmu1, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelnīti” un „EURO 2012”, bet Telts iekštelpā uz futbola spēļu galdiem ir sniegta Reklāma2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme.

[3] 2012.gada 19.oktobrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/7089-K-194 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem, iespējamo pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā. Samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai, PTAC lūdza līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai iesniegt bilanci un peļņas vai zaudējumu aprēķinu par pēdējo (vēlams 6 mēnešu) periodu un citu informāciju, kas raksturo Sabiedrības mantisko stāvokli, ja tāda ir Sabiedrības rīcībā. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja iesniegt starp Sabiedrību un Nodibinājumu noslēgtā Līguma pielikuma/u kopiju/as.

[4] 2012.gada 31.oktobrī PTAC saņēma Sabiedrības 2012.gada 30.oktobra vēstuli Nr. IK – 30/10/IK – 448 (turpmāk – Vēstule), kurā Sabiedrība paskaidro, ka Reklāmās tika norādīts Dānijā reģistrēta uzņēmuma A/S „Carlsberg”, kurš bija EURO 2012 futbola čempionāta sponsors, oficiālais logo, kura norāde, atbalstot sporta pasākumus, netiek uzskatīta par reklāmu Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – ADzAL) izpratnē. Sabiedrība vērš uzmanību uz ADzAL 11.panta otro daļu, kura nosaka, ka „*aizliegts sponsorēt bērnu izklaides un sporta pasākumus, ja informācijā par sponsorēšanu ir norāde uz kādu alkoholisko dzērienu (izņemot sponsora nosaukumu), kā arī alkoholisko dzērienu lietošanu*”. Ņemot vērā to, ka Reklāmās tiek ietverts sponsora nosaukums (logo), Sabiedrība uzskata, ka Reklāmās nav alkoholiskā dzēriena reklāmas un tajās nav jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi. Attiecībā uz Reklāmu2 Sabiedrība Vēstulē papildus norāda, ka saskaņā ar ADzAL 10.panta otro daļu ADzAL 10.panta pirmās daļas prasība neattiecas uz alkoholisko dzērienu preču zīmju izvietošanu alkoholisko dzērienu tirdzniecības vietās un uz sadzīves priekšmetiem, ja tie izmantoti par reklāmas nesējiem. Līdz ar to Sabiedrība pauž viedokli, ka nav sniegtas normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas un nav izdarīts administratīvais pārkāpums.

[5] 2012.gada 1.novembrī Sabiedrības pārstāve ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā savus paskaidrojumus balstīja pamatā uz Vēstulē sniegto informāciju, papildus norādot, ka Sabiedrības mērķis bija sniegt informāciju par EURO 2012 futbola čempionāta sponsoru, nevis alkoholiskā dzēriena – Carlsberg – Reklāmu. Sabiedrība neatzina izdarīto pārkāpumu, jo, sniedzot Reklāmas, Sabiedrība ir vadījusies no tās ADzAL attiecīgo tiesību normu interpretācijas. Vienlaicīgi Sabiedrība

paskaidro, ka turpmāk, sniedzot reklāmas, ņems vērā PTAC norādīto par ADzAL tiesību normu piemērošanu attiecībā uz alkoholisko dzērienu reklāmām.

Sabiedrības pārstāve iesniedza Sabiedrības gada pārskatu par 2011.gadu un Līguma pielikuma kopiju, kurai lūdza noteikt konfidencialitātes statusu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[6] Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka *reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem*. Sabiedrības sniegtās Reklāmas atbilst reklāmas jēdzienam minētā likuma izpratnē, jo nepārprotami veicina tajās attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tās.

Attiecībā uz Vēstulē minēto par to, ka Reklāmas nav uzskatāmas par alkoholiskā dzēriena reklāmu ADzAL izpratnē, PTAC paskaidro, ka, tā kā emblēmas, preču zīmes, logo, sponsora nosaukuma u.tml., izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un, ņemot vērā to, ka ADzAL nenosaka pazīmes, pēc kurām var konstatēt reklāmas esamību vai neesamību, arī preču zīme un sponsora nosaukums var pildīt reklāmas funkciju Reklāmas likuma 1.panta izpratnē. Vienlaikus PTAC paskaidro, ka, vērtējot Reklāmas, PTAC ir ņēmis vērā tajās patērētājiem sniegto informāciju, tās iespējami radīto iespaidu uz patērētājiem, kā arī asociācijas, proti, ka „Carlsberg” ir analogs alkoholiskā dzēriena (alus) ar tāda paša nosaukuma logo uz dzēriena etiķetes, līdz ar to PTAC ieskatā patērētājs konkrēto preču zīmi asociē ar alkoholisko dzērienu - „Carlsberg”, tādējādi Reklāmu sniegšana veicina popularitāti un pieprasījumu pēc konkrētā alkoholiskā dzēriena.

[7] Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo vai izplata reklāmu*.

Ņemot vērā lietas materiālus, Sabiedrība atbilst reklāmas devēja statusam Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo, sniedzot Reklāmas, tiek veicināts Sabiedrības komerciālais labums.

Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem*.

[8] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem*.

Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos*. Jebkuras darbības ar alkoholiskajiem dzērieniem, kā arī alkoholisko dzērienu reklāmu regulē ADzAL. ADzAL 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *alkoholisko dzērienu reklāmā ietverama informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi. Šādai informācijai atvēlami vismaz 10 procenti no konkrētās reklāmas apjoma*. Vienlaikus PTAC paskaidro, ka ADzAL 10.panta pirmajā daļā norādītā informācija saskaņā ar minētā likuma 10.panta trešo daļu ir jāsniedz reklāmas apakšējā daļā ar melniem burtiem uz balta fona, turklāt burtu izmēram jābūt tādām, lai uzraksts aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.

Sabiedrība ir tiesīga izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar Reklāmas likumu un citiem normatīvajiem aktiem (Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa). Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmas neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā

daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāmas ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām.

Oficiālo publikāciju un tiesiskās informācijas likuma (turpmāk – Likums) 2.panta otrā daļa nosaka, ka *oficiālā publikācija ir publiski ticama un saistoša. Nevienam nevar aizbildināties ar oficiālajā izdevumā publicēto tiesību aktu vai oficiālo paziņojumu nezināšanu.* Līdz ar to PTAC norāda, ka Sabiedrība nevarēja nezināt, ka alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

Attiecībā uz Sabiedrības norādi, ka saskaņā ar ADzAL 10.panta otro daļu ADzAL 10.panta pirmās daļas prasība neattiecas uz alkoholisko dzērienu preču zīmju izvietojumu alkoholisko dzērienu tirdzniecības vietās un uz sadzīves priekšmetiem, ja tie izmantoti par reklāmas nesējiem, PTAC paskaidro, ka konkrētajā gadījumā nekonstatē ADzAL 10.panta otrajā daļā norādītos izņēmumus, jo, PTAC ieskatā, konkrētā pasākuma („Līdzjutēju vasara 2012”) ietvaros izvietotais futbola spēļu galds nav uzskatāms par sadzīves priekšmetu, proti, nav priekšmets, kas būtu paredzēts fiziskās personas sadzīves vajadzību nodrošināšanai, kā arī Telts kā publiskā pasākuma organizēšanas vieta kopumā nav uzskatāma par alkoholisko dzērienu tirdzniecības vietu.

Saistībā ar Sabiedrības atsauci uz ADzAL 11.panta otro daļu PTAC norāda, ka konkrētās lietas ietvaros netiek vērtētas Sabiedrības darbības/bezdarbības attiecībā uz normatīvo aktu prasībām par pasākumu sponsorēšanu, bet gan Sabiedrības sniegtās Reklāmas. Līdz ar to minētā tiesību norma konkrētajā gadījumā lietas ietvaros nav piemērojama.

[9] Ņemot vērā augstāk minēto, to, ka Sabiedrība ir sniegusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas, proti, Reklāmās nav ietverta informācija par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, Sabiedrība nav ievērojusi ADzAL 10.panta pirmās daļas un Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas prasības. Līdz ar to konstatējams, ka Sabiedrība ir izdarījusi Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

[10] Reklāmas likuma 14.panta trešā daļa nosaka: *ja uzraudzības iestāde, izvērtējot reklāmu, konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, tā pieņem vismaz vienu no šā likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem.*

Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā ir noteikts, ka, *ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai saimnieciskās darbības veicēju, vai profesionālās darbības veicēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz izplatīt reklāmu; 4) pieprasa atsaukt reklāmu; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā; 6) uzdod reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam izbeigt pārkāpumu un nosaka termiņu pārkāpuma izbeigšanai.*

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus, kā arī lietderības apsvērumus, PTAC ņem vērā to, ka Reklāmu sniegšana jau ir notikusi, patērētāji jau ir saņēmuši normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas un Sabiedrība saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtnās daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtnās daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzliekot administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī

LAPK 1.panta pirmā daļa nosaka, ka *administratīvo pārkāpumu likumdošanas uzdevums ir aizsargāt sabiedrisko iekārtu, īpašumu, pilsoņu sociāli ekonomiskās, politiskās un personiskās tiesības un brīvības, kā arī komersantu, iestāžu un organizāciju tiesības un likumīgās intereses, noteikto pārvaldes kārtību, valsts un sabiedrisko kārtību, nostiprināt likumību, novērst tiesību pārkāpumus, audzināt pilsoņus likumu precīzas un stingras ievērošanas garā, ieaudzināt viņos cieņas pilnu attieksmi pret citu pilsoņu tiesībām, godu un pašcieņu, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā*, un juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, ka soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos neizdarītu citas personas. (Māris Baltais. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. *Jurista Vārds*, Nr.18(373), 17.05.2005.). Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.

Ņemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums, lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), lietā nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, kā arī konstatētais pārkāpums nav uzskatāms par maznozīmīgu un tādēļ Sabiedrība konkrētajā gadījumā nav atbrīvojama no administratīvās atbildības (LAPK 21.pants), un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā – *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu*.

LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem. Saskaņā ar LAPK 166.<sup>13</sup> panta otro daļu *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu — uzliek naudas sodu juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem*.

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likumā (turpmāk – APL) noteiktos principus un APL 66.pantā noteiktos lietderības apsvērumus, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu piemērotību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu, un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem sniegtas normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo un mīkstinošo apstākļu neesamību un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu sniegšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas

sods Ls 150,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 270.panta otro daļu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu, 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 10.panta pirmo un trešo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

#### **n o l e m t s:**

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību AS „Aldaris”  
juridiskā adrese: Tvaika iela 44, Rīga, LV-1005  
reģistrācijas numurs: 40003073627

**uzlikt naudas sodu** Ls 150,00 (viens simts piecdesmit latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu AS „Aldaris”, saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu, LAPK 238.pantu, 288.panta pirmo un otro daļu un 289.panta pirmo daļu, var pārsūdzēt rajona (pilsētas) tiesā pēc juridiskās personas juridiskās adreses Latvijā 10 darba dienu laikā no lēmuma paziņošanas dienas, iesniedzot Rīgas pilsētas Ziemeļu rajona tiesai, Rīgā, Pumpura ielā 1 adresētu sūdzību PTAC, Krišjāņa Valdemāra ielā 157, Rīgā.

Saskaņā ar Paziņošanas likuma 8.panta trešo daļu uzskatāms, ka šis lēmums ir paziņots adresātam septītajā dienā pēc tā nodošanas pastā.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs:	Valsts kase Reģistrācijas numurs 90000050138
Saņēmēja iestāde:	Valsts kase BIC kods TREL LV22
Konts (IBAN)	LV12TREL1060121019400
Maksājuma mērķis:	Lēmums Nr. E03-PTU-K194-48
Pieņemšanas datums:	2012.gada 1.novembris

Naudas sods jāsamaksā ne vēlāk kā trīsdesmit dienu laikā no dienas, kad izsniegts lēmums par naudas soda uzlikšanu.

Direktore vietniece

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

**IZRAKSTS PAREIZS**