



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklim
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelni” un „EURO 2012”, bet Telts iekšējā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 uzliedzamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliedzams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelni” un „EURO 2012”, bet Telts iekšējā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 uzliedzamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliedzams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelni” un „EURO 2012”, bet Telts iekšstelpā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 atbilstošas 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 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece (personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelni” un „EURO 2012”, bet Telts iekšējā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelnīti” un „EURO 2012”, bet Telts iekšējā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelni” un „EURO 2012”, bet Telts iekšējā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelnīti” un „EURO 2012”, bet Telts iekšstelpā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 uzliedzamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliedzams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelni” un „EURO 2012”, bet Telts iekšējā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS



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 11.oktobrī

Nr. E03-PTU-K134-45

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451
valdes loceklis
vārds, uzvārds: [..]
personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas, ir izvērtējis Nodibinājuma „Latvijas Fanu organizācija” (turpmāk – Nodibinājums) izplatītās azartspēļu reklāmas „Betsafe” (turpmāk – Reklāma1) un alkoholiskā dzēriena „Carlsberg” reklāmas (turpmāk – Reklāma2 un Reklāma3) (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu prasībām.

Izplatīto Reklāmu1 skatīt zemāk:



Izplatīto Reklāmu2 skatīt zemāk:



Reklāmu3 skatīt zemāk:



Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 10.jūlijā PTAC saņēma Inspekcijas 2012.gada 20.jūnijā plkst.12.40 sastādīto pārbaudes aktu Nr.73/09 (ar pievienotiem lietas materiāliem) (turpmāk – Pārbaudes akts), kurā norādīts, ka Inspekcija ir konstatējusi, ka Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama ir izvietota telts (turpmāk – Telts), uz kuras ārējā noformējuma un iekšējā vairākās vietās ir izvietota Reklāma1.

[2] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un izplatīšanu PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, 2012.gada 24.jūlija vēstulē Nr.21-06/4842-K-134 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 13.augustam sniegt rakstveidā pilnīgu un patiesu informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu un to devējiem (nosaukumu; reģistrācijas numuru; adresi), pievienojot starp Nodibinājumu un Reklāmu devējiem noslēgto līgumu par Reklāmu izvietojumu kopijas. Tā kā Nodibinājums PTAC pieprasīto informāciju noteiktajā termiņā nesniedza, PTAC 2012.gada 23.augusta vēstulē Nr.21-06/5518-K-134 atkārtoti pieprasīja Nodibinājumam līdz 2012.gada 4.septembrim sniegt iepriekš minēto informāciju.

[3] 2012.gada 4.septembrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā minēts, ka Nodibinājums Reklāmu1 Teltī izvietoja, nesaskaņojot to ar azartspēļu organizētāja portālu „Betsafe.com” (turpmāk – Organizētājs), jo Reklāma1 nav uzskatāma par azartspēļu reklāmu normatīvo aktu izpratnē, ko Nodibinājums pamato ar to, ka Reklāmā1 ir atainota daļēja Organizētāja preču zīme.

Attiecībā uz Reklāmu2 un Reklāmu3 Vēstulē2 Nodibinājums vērš uzmanību uz Carlsberg grupā ietilpstošas komercsabiedrības viedokli par Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – AdzAL) piemērošanu, norādot, ka Teltī tika translēts EURO 2012 futbola čempionāts, kura sponsors bija Carlsberg grupa/ Carlsberg A/S, un ka A/S Carlsberg ir uzņēmuma nosaukums, savukārt Carlsberg logo norāda uz konkrēto uzņēmumu, proti, sponsoru, tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 nav uzskatāmas par reklāmām AdzAL izpratnē. Vienlaicīgi paskaidrojot, ka Carlsberg A/S un Carlsberg grupa papildus alum ražo un izplata dažādus bezalkoholiskos dzērienus.

Vēstulē2 Nodibinājums atzīst savu kļūdu un apņemas turpmāk būt uzmanīgākiem, izvietojot reklāmas savos pasākumos, un norāda, ka līdz šim Nodibinājumam nav bijušas domstarpības ne saistībā ar reklāmas izvietojumu, ne arī ar jebkādam kontrolējošajām institūcijām.

[4] 2012.gada 12.septembrī PTAC nosūtīja Nodibinājumam vēstuli Nr.21-06/6024-K-134 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Nodibinājums 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 Nodibinājuma mantisko stāvokli, ja tāda ir Nodibinājuma rīcībā.

[5] 2012.gada 27.septembrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā iesniedza PTAC iesniegumu, kurā izteica lūgumu pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, lai iesniegtu PTAC nepieciešamo informāciju samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai. Ņemot vērā Nodibinājuma izteikto lūgumu, PTAC tika nolēmis pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada 11.oktobri, nosūtot Nodibinājumam 2012.gada 28.septembrī vēstuli Nr.21-06/6483-K-134 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Nodibinājums tika informēts par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 1.oktobrī PTAC saņēma Nodibinājuma vēstuli, kurā norādīts, ka konkrētajai vēstulei pievienotā līguma, kurš noslēgts starp Nodibinājumu un [..] (turpmāk – Līgums), kopija satur konfidenciālu informāciju.

[7] 2012.gada 11.oktobrī Nodibinājuma pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī paskaidroja, ka Nodibinājums, izplatot Reklāmu2 un Reklāmu3, paļāvās uz [..] pārstāvju kompetenci, proti, ka Reklāma2 un Reklāma3 ir atbilstoša attiecīgo normatīvo aktu prasībām. Vienlaicīgi Nodibinājums informēja, ka Reklāmu izplatīšana tika pārtraukta tūdaļ pēc tam, kad saņēma no Inspekcijas informācijas par izdarīto pārkāpumu, proti, atsevišķi Reklāmu materiāli tika noņemti no Telts un atsevišķi aizklāti. Papildus Nodibinājuma pārstāvis norādīja uz to, ka Nodibinājuma darbības mērķis un veids nav saistīts ar peļņas gūšanu un tā iegūtie naudas līdzekļi tiek novirzīti dažādu pasākumu, kas saistīti ar sporta spēļu atbalstīšanu, organizēšanai.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[8] 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.*

PTAC norāda, ka, neskatoties uz to, ka Reklāmā1 ir daļēji atainota Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme (skat. zemāk) un teksts „UZVARI IT VISĀ”, Reklāmā1, tajā atainotais viennozīmīgi norāda uz Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem, proti, interaktīvajām azartspēlēm (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts), kas ietver totalizatoru (AIL 1.panta 18.punkts), kāršu spēles/pokeru (AIL 1.panta 10.punkts), ruleti (AIL 1.panta 13.punkts) un spēļu automāta spēles (AIL 1.panta 16.punkts) (turpmāk kopā – Interaktīvās azartspēles), kā arī uz to organizēšanas vietu, proti, interneta vietni www.betsafe.com (turpmāk – Vietne).

Organizētāja reģistrētā grafiskā preču zīme:



PTAC norāda, ka Reklāmā1 ietvertais nosaukums „Betsafe” un attēls ir attēloti konkrētās krāsās un ar konkrēta veida burtiem, kādus Organizētājs izmanto savā grafiskā preču zīmē, savukārt ietvertais teksts „UZVARI IT VISĀ” ir līdzīgs informācijai, kas Vietnē tiek norādīta kopā Organizētāja reģistrēto preču zīmi, proti, „WIN ON ALMOST ANYTHING”, līdz ar to PTAC ieskatā arī Reklāmā1 izvietotā Organizētāja preču zīme tieši asociējas ar Organizētāja sniegtajiem pakalpojumiem.

Tā kā Reklāmā1 ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Vietnē ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību, līdz ar to Vietnē rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu1, tiek veicināta Vietnē izplatītās interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām. Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā1 atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā ir uzskatāma par azartspēles reklāmu.

[9] Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Ņemot vērā Pārbaudes aktā ietverto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Nodibinājums 2012.gada 18.aprīlī ir saņēmis Rīgas pilsētas izpilddirekcijas atļauju publiska pasākuma rīkošanai Nr.RD-12-43-app. (turpmāk – Atļauja), kurā norādīts, ka Nodibinājumam ir tiesības rīkot pasākumu “Līdzjutēju vasara 2012” Rīgā, laukumā pie Rīgas Kongresu nama, tādējādi, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, par ko liecina arī Vēstulē2 Nodibinājuma sniegtais apstiprinājums.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

[10] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.* Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību.* AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.* Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī*

interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Telts nav kvalificējama kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma1 neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā1 nepārprotami tiek popularizētas Interaktīvās azartspēles, veicināts pieprasījums pēc tām un Vietnes, kurā tiek organizētas Interaktīvās azartspēles. Tādējādi, izplatot Reklāmu1 Teltī, Nodibinājums nav ievērojis Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

[11] 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.* Līdz ar to no AdzAL 10.panta izriet, ka ir aizliegts izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmu, kurā nav ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

PTAC norāda, ka Nodibinājums ir izplatījis uz Telts ārējā noformējuma Reklāmu2, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, teksts „Pelnīti” un „EURO 2012”, bet Telts iekšējā uz galda futbola spēļu galdiem ir izplatīta Reklāma3, kurā atainota „Carlsberg” preču zīme, savukārt nevienā no Reklāmām2 un Reklāmām3 nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, tādējādi ir izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. PTAC norāda, ka Reklāma2 un Reklāma3 atbilst reklāmas jēdzienam Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Carlsberg – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Ņemot vērā, ka sponsora nosaukuma, emblēmas, preču zīmes u.tml. izmantošanas nolūks ir veicināt preču popularitāti vai pieprasījumu pēc tām un 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 Reklāmā2 un Reklāmā3, PTAC ir ņēmis vērā Reklāmā2 un Reklāmā3 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”.

Izvērtējot Līgumā sniegto informāciju, PTAC secina, ka Nodibinājums atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā augstāk minēto, Reklāma2 un Reklāma3 neatbilst ADzAL 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, un tādējādi Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par normatīvajiem aktiem neatbilstošām reklāmām. Savukārt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšana ir aizliegta (Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa).

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 Nodibinājums nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, kā arī to, ka

alkoholisko dzērienu reklāmā ir jāietver informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi.

[12] Ņemot vērā iepriekš minēto, Nodibinājums kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Nodibinājums ir izdarījis Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 Nodibinājums saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Nodibinājums tiks motivēts 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 Nodibinājums konkrētajā gadījumā nav atbrīvojams 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 Nodibinājumam piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Nodibinājums ir sniedzis normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Nodibinājums tiek saukts pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ 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 atbilstošas 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 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Nodibinājums ir atzinis izdarīto administratīvo pārkāpumu, kā arī pārtraucis Reklāmu izplatīšanu tūdaļ pēc informācijas par izdarīto pārkāpumu saņemšanas no Inspekcijas.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, Reklāmu izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts, pamatojoties uz Līgumā minēto un Nodibinājuma pārstāvja sniegto mutisko informāciju, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Nodibinājumam ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Nodibinājumu turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas

5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu, AIL 1.panta 1., 6., 10., 13., 16. un 18.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu, AdzAL 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

Nodibinājumam „Latvijas Fanu organizācija”
juridiskā adrese: 1.maija iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
reģistrācijas numurs: 50008087451

uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu Nodibinājums „Latvijas Fanu organizācija”, 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 Bauskas rajona tiesai, Bauskā, Zaļā ielā 12 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-K134-45
Pieņemšanas datums:	2012.gada 11.oktobrī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS