



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 5.jūlijā

Nr.E03-PTU-K42-32

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

Par administratīvā soda uzlikšanu

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Kristīne Riekstiņa,
piedaloties Sabiedrības ar ierobežotu atbildību „TAULA RĪGA”,
vienotās reģistrācijas Nr. 40003668320,
juridiskā adrese: Brīvības gatve 224 k-4, Rīga, LV-1039
Valdes loceklim
Vārds, uzvārds: [..]
izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu par tālāk minēto:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) saskaņā ar Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu ir izvērtējis uztura bagātinātāja *CARDIOACE* reklāmas atbilstību reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] Saskaņā ar lietā esošo informāciju no 2012.gada 5.martam līdz 18.martam (100 reizes) un no 10.maija līdz 23.maijam (104 reizes) uztura bagātinātāja *CARDIOACE* reklāma (turpmāk – Reklāma), kurā cita starpā ir iekļauts apgalvojums „ar vienu kapsulu dienā pasargāsi sevi no smagām sirds un asinsvadu slimībām, (turpmāk – Apgalvojums), tika izplatīta Latvijas radio 1.programmā.

[2] PTAC ir konstatējis, ka Reklāmā iekļautais Apgalvojums neatbilst Pārtikas un veterinārā dienesta (turpmāk – PVD) veselīguma norāžu datu bāzē esošajai veselīguma norādei „Palīdz uzturēt veselu sirds un asinsrites sistēmu”, kura saskaņā ar

Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (EK) Nr. 1924/2006 (2006. gada 20. decembris) par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem (turpmāk – Regula) noteikumu 3.pantā noteiktajiem veselīguma norāžu vispārējiem principiem ir izmantojama uztura bagātinātāja reklāmā.

[3] PTAC ir konstatējis, ka Apgalvojums būtiski maina reģistrētajā veselīguma norādē sniegto paziņojumu, t.i. – informācijas par palīdzību sirds un asinsrites sistēmas uzturēšanā vietā tiek sniegts apgalvojums par to, ka viena kapsula produkta pasargās no attiecīgām slimībām, turklāt smagām.

[4] Saskaņā ar lietā esošo informāciju, kas iegūta no Reklāmas izplatītāja, Reklāmas devējs ir SIA „TAULA RĪGA” (turpmāk – Sabiedrība).

[5] 2012.gada 1.jūnijā, saņemot informāciju par Reklāmas devēju un pirmšķietami konstatējot normatīvajam aktam neatbilstošas reklāmas sniegšanu, PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta 3.¹ daļu, pieņēma lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma, par kuru atbildība paredzēta Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā, lietā uzsākšanu.

[6] 2012.gada 8.jūnijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/3831-K-42, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem, tika paziņots par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un sniegta informācija par lietas izskatīšanas laiku un vietu. Vēstulē Sabiedrība tika informēta par tās tiesībām izteikt viedokli administratīvajā lietā saskaņā ar Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 61.pantu un, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīta informācija par Reklāmas izplatīšanu.

[7] 2012.gada 2.jūlijā PTAC tika saņemta Sabiedrības 2012.gada 26.jūnija vēstule, kurā sniegta PTAC pieprasītā informācija, kā arī skaidrojums par uztura bagātinātāja *CARDIOACE* sastāvā esošo sastāvdaļu īpašībām. Vēstulei pievienotas atsauces angļu valodā par produkta sastāvdaļu īpašībām. Ņemot vērā, ka Sabiedrības iesniegtie dokumenti attiecas uz uztura bagātinātāja *CARDIOACE* īpašībām, uz kurām pamatojoties tiek noteiktas publiski izmantojamās veselīguma norādes, un šī procedūra kompetentajā iestādē – PVD – jau ir veikta, PTAC minētās atsauces administratīvās lietas ietvaros nevērtē.

[8] 2012.gada 5.jūlijā Sabiedrības pārstāvis lietas izskatīšanas laikā informēja, ka Reklāma ir bijusi jau izgatavota un izplatīta laikā, kad pārstāvis vēl nestrādāja Sabiedrībā. Pārstāvis norādīja, ka nožēlo pārkāpuma izdarīšanu.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC konstatē:

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.* Reklāmas saturs atbilst reklāmas jēdzienam minētā likuma izpratnē, jo nepārprotami tā nolūks ir veicināt tajā minētā produkta popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

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

Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

Ministru kabineta 2005.gada 20.septembra noteikumu Nr.725 „Noteikumi par obligātajām nekaitīguma un marķējuma prasībām uztura bagātinātājiem un uztura bagātinātāju reģistrācijas kārtību” (turpmāk – Noteikumi) 4.punkts nosaka, ka *uztura bagātinātāji ir pārtikas produkti parastā uztura papildināšanai. Tie ir koncentrētas uzturvielas (vitamīni un minerālvielas) vai citas vielas, kurām ir uzturvērtība vai fizioloģiska ietekme, atsevišķi vai kombinācijās, un tos izplata un realizē devās — kapsulās, pastilās, tabletēs, dražejās un citos veidos, pulvera maisiņos, ampulās un citā iesaiņojumā, kas paredzēts lietošanai mazos un nomērītos daudzumos.* Noteikumu 21.punkts nosaka, ka *uztura bagātinātāju normatīvi tehniskajos dokumentos, marķējumā, lietošanas instrukcijā, noformējumā un cita veida informācijā, kā arī uztura bagātinātāju reklāmā nedrīkst izvietot vai lietot norādes vai atsauces par to, ka **uztura bagātinātājs novērš saslimšanu, ārstē vai izārstē slimības, vai atsauces uz šādu iespēju un nedrīkst ietvert jebkādas tiešas vai netiešas atsauces par to, ka līdzsvarots un daudzveidīgs uzturs nespēj nodrošināt pietiekamu uzturvielu daudzumu.***

Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.*

PTAC ieskatā, izmantojot Reklāmā Apgalvojumu, Sabiedrība nav ievērojusi Noteikumu 21.punkta prasību, kā arī Regulas noteikumus, jo Reklāmā iekļautais apgalvojums nepārprotami norāda, ka uztura bagātinātājs novērš saslimšanas. Tādējādi ir secināms, ka Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto reklāmas likumīguma prasību, par ko noteikts administratīvais sods LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.*

Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem. Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība nebija tiesīga sniegt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu.*

Administratīvā procesa likuma 65.panta trešā daļa nosaka – *ja piemērojamā tiesību normā noteikts, ka administratīvais akts izdodams, bet nav noteikts tā konkrētais saturs (satura izvēles administratīvais akts), iestāde izdod šo aktu, ievērojot piemērojamā tiesību normā noteiktos ietvarus, un šajos ietvaros, pamatojamās uz lietderības apsvērumiem, nosaka administratīvā akta saturu.*

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.*

Konkrētajā gadījumā, izvērtējot pārkāpuma raksturu un izplatīšanas apjomu, kā arī to, ka tā iespējamās negatīvās sekas nav novēršamas, ņemot vērā administratīvā akta satura lietderības apsvērumus, nav lietderīgi pieņemt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. – 4.punktā un 6.punktā noteiktos lēmumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams naudas sods. Tādējādi Sabiedrība tiks motivēta nepieļaut atkārtotu pārkāpumu. Arī 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.).

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta otrajai daļai viens no Reklāmas likuma mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā. Tādējādi, izplatot reklāmu, reklāmas devējam jānodrošina, lai personas intereses netiktu aizskartas, t.i. – persona nesaņemtu reklāmu veidā, kas aizliegts ar normatīvo aktu.

Saskaņā ar LAPK 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā Sabiedrība ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

Ņemot vērā minētos apstākļus un to, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās, Sabiedrībai ir uzliekams administratīvais sods.

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*. Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu*, un nosaka, ka *uzliek naudas sodu juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem*. Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 13.pantu un 66.panta pirmajā daļā minētos tiesību principus un 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 un visas sabiedrības tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus un lietas izskatīšanā saņemto informāciju, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu, un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, atbildību pastiprinošo un mīkstinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas izplatīšanu ir uzliekams naudas sods Ls 300.00, apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu SIA „TAULA RĪGA” turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu,

33.panta pirmās daļas 1.punktu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 274.panta pirmo, otro un sesto daļu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 14.panta pirmo un trešo daļu, 15.panta ceturtās daļas 5.punktu un Noteikumu 21.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „TAULA RĪGA”,
juridiskā adrese: Brīvības gatve 224 k-4, Rīga, LV-1039,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003668320,
naudas sodu Ls 300,00 (trīs simti) apmērā.

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu, LAPK 238.pantu, 288.panta pirmo un otro daļu un 289.panta pirmo daļu, uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā Rīgā, Abrenes ielā 3 desmit darba dienu laikā no pilna lēmuma paziņošanas dienas, sūdzību iesniedzot PTAC.

[..]

Direktores vietniece (personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

IZRAKSTS PAREIZS