



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 15.novembrī

Nr. E03-PTU-K182-51

**Par administratīvā soda uzlikšanu**

**Par negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Kristīne Riekstiņa, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 271.panta ceturto daļu,

nepiedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „LINSTOW”  
juridiskā adrese: Audēju iela 16, Rīga, LV-1050  
reģistrācijas numurs: 50003315411

**izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:**

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir izvērtējis SIA „LINSTOW” (turpmāk – Sabiedrība) komercprakses, kas īstenota, sniedzot reklāmu – „PAZĪMĒJIES SKOLĀ IENĀC ORIGO UN PAPILDINI SAVU GARDEROBI, LAI VISI REDZ TAVU LIELISKO GAUMES IZJŪTU” (turpmāk – Reklāma) atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo, NKAL un citu normatīvo aktu prasībām.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] PTAC, veicot pārbaudi, konstatēja, ka Sabiedrība, izvietojot uz T/C „Origo” fasādes, Rīgā, tika sniegusi šādu Reklāmu:



[2] 2012.gada 28.septembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/6489-K-182, kurā norādīja, ka PTAC ieskatā Sabiedrības īstenotā komercprakse pirmšķietami saskaņā ar NKAL 13.panta 5.punktu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 3.punktu ir atzīstama par agresīvu jebkuros apstākļos, līdz ar to – par negodīgu. Vienlaikus PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, pieprasīja Sabiedrībai sniegt PTAC rakstisku informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām, apjomu un laiku. Tāpat minētajā vēstulē PTAC aicināja Sabiedrību nekavējoši veikt pasākumus, lai pārtrauktu turpmāku Reklāmas sniegšanu un izbeigtu negodīgas komercprakses īstenošanu.

[3] 2012.gada 22.oktobrī PTAC saņēma Sabiedrības 2012.gada 12.oktobra vēstuli Nr.OUT-LINSTOW-280, kurā Sabiedrība paskaidroja, ka Reklāma tika izvietota uz T/C „Origo” fasādes, kā arī uz ēkas Lāčplēša ielā 110, Rīgā, laika posmā no 2012.gada 1.septembra līdz 2012.gada 30.septembrim. Turklāt Sabiedrība norādīja, ka pēc PTAC 2012.gada 28.septembra vēstulē Nr.21-06/6489-K-182 izteiktā ierosinājuma Reklāma tika nekavējoties, tas ir, 2012.gada 30.septembrī, noņemta.

[4] 2012.gada 23.oktobrī, saņemot komercprakses izvērtēšanai nepieciešamo informāciju un konstatējot, ka Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, varētu būt īstenojusi negodīgu komercpraksi, PTAC pieņēma lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu.

[5] 2012.gada 25.oktobrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/7249-K-182 *Par komercpraksi un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem, iespējamo pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā.

[6] 2012.gada 15.novembrī Sabiedrības pārstāvis uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu neieradās.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

(1) NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka „komercprakse ir darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājiem”. Saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu „komercprakses īstenootājs ir ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros

*īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā”.*

Saskaņā ar NKAL 1.panta pirmajā daļā noteiktajām definīcijām Reklāmas sniegšana ir komercprakse, jo konkrētā darbība ir tieši saistīta ar T/C „Origo” piedāvāto preču tirdzniecības veicināšanu, savukārt Sabiedrība ir uzskatāma par komercprakses īstenoātāju, kas konkrēto komercpraksi īsteno savas saimnieciskās darbības ietvaros.

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka „*negodīga komercprakse ir aizliegta*”. Saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 3.punktu „*komercprakse ir negodīga, ja tā ir agresīva*” un NKAL 4.panta otrās daļas 1.punkts nosaka, ka „*komercprakse ir negodīga, ja tā neatbilst profesionālajai rūpībai un negatīvi ietekmē vai var ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas vidusmēra patērētāju grupas ekonomisko rīcību, kam šī prakse adresēta vai ko tā skar*”.

[1.1] NKAL 13.panta 5.punkts nosaka, ka „*komercprakse jebkuros apstākļos uzskatāma par agresīvu, ja komercprakses īstenoātājs reklamā iekļauj tiešu bērniem adresētu aicinājumu iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai arī pierunāt vecākus vai citus pieaugušos iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu*”.

PTAC informē, ka Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”), preambulas 17.punkts paredz, ka „*vēlams precizēt, kāda komercprakse ir negodīga visos apstākļos, lai nodrošinātu lielāku juridisku noteiktību. Tādēļ I pielikumā ietverts pilns visu šādas prakses paveidu saraksts. Šie ir vienīgie komercprakses piemēri, ko var uzskatīt par negodīgiem, neizvērtējot katra atsevišķa gadījuma atbilstību 5. līdz 9. pantam. Sarakstu var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu*”. Līdz ar to PTAC paskaidro, ka nacionālajā likumdošanā, konstatējot agresīvu komercpraksi jebkuros apstākļos, PTAC nav atsevišķi jāizvērtē tās atbilstība pārējām NKAL noteiktajām normām par agresīvu komercpraksi, tajā skaitā, attiecībā uz to, vai patērētājs konkrētās komercprakses ietekmē pieņēma vai varēja pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu par konkrētā produkta pirkšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

PTAC ieskatā Sabiedrības īstenoātā komercprakse saskaņā ar NKAL 13.panta 5.punktu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 3.punktu ir atzīstama par agresīvu jebkuros apstākļos, līdz ar to – par negodīgu, jo Sabiedrības sniegtajā Reklāmā, iekļaujot informāciju „Pazīmējies skolā. Ienāc Origo un papildini savu garderobi [...]”, skolēni, tas ir, bērni tiek tieši aicināti nākt uz T/C „Origo” un iegādāties tajā esošajos veikalos piedāvātās preces. Tādējādi Reklāma ir uzskatāma par tādu, kurā iekļauts tiešs bērniem adresēts aicinājums iegādāties preces.

[1.2] NKAL 6.pants nosaka, ka „*komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispārātzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam*”.

Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka „*reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem*”. Sabiedrības izplatītā

Reklāma atbilst reklāmas jēdzienam minētā likuma izpratnē, jo nepārprotami veicina T/C „Origo” popularitāti un pieprasījumu pēc tajā piedāvātajām precēm.

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

Reklāmas likuma 5.panta ceturtās daļas 3.punkts nosaka, ka *„bērniem paredzētajā reklāmā aizliegts vērst uzmanību uz to, ka konkrētu preču vai pakalpojumu iegāde rada fizisku, sociālu vai psiholoģisku pārākumu pār vienaudžiem vai ka attiecīgās preces trūkums izraisa pretēju rezultātu”*. Konkrētajā Reklāmā ir norāde uz to, ka, papildinot savu garderobi T/C „Origo” un valkājot attiecīgās iegādātās preces, patērētājs/bērns skolā būs pārāks par citiem, tas ir, iegādātās preces radīs sociālu pārākumu pār vienaudžiem. Līdz ar to PTAC secina, ka Sabiedrība ir sniegusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu, kuras sniegšana/izplatīšana ir aizliegta.

Ievērojot minēto, secināms, ka Sabiedrība, sniedzot normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu un pārkāpjot Reklāmas likumā noteiktās prasības, saskaņā ar NKAL 6.pantu ir īstenojusi profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas atbilstoši NKAL 4.panta pirmajai daļai un otrās daļas 1.punktam ir atzīstama par negodīgu un ir aizliegta. Sabiedrībai kā Reklāmas sniedzējai ir/bija jāzina, ka tiesību akti aizliedz normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu, kā arī bija jāzina, ka saskaņā ar Reklāmas likumu Reklāmā, kas bija adresēta bērniem, nebija atļauts vērst uzmanību uz to, ka T/C „Origo” piedāvāto preču iegāde rada sociālu pārākumu pār vienaudžiem, tādējādi būtiski ietekmējot patērētāju/bērnu ekonomiskās intereses, kā rezultātā patērētāji/bērni pieņēma/varēja pieņemt tādu lēmumu par preču iegādi T/C „Origo”, kādu nebūtu pieņēmuši, ja netiktu izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstoša bērniem adresēta Reklāma.

(2) Ņemot vērā norādīto, konstatējams, ka Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1.punktu un 3.punktu, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto aizliegumu, un ir izdarījusi Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.<sup>13</sup> trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi* – noteikto pārkāpumu.

NKAL 15.panta astotajā daļā ir noteikts, ka, *„ja Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu publicēt attiecīgajai komercprakti atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā”*.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, PTAC secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no NKAL 15.panta astotās daļas 1. – 4.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, ņemot vērā to, ka Reklāma jau ir izplatīta un iespējamā negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi, un Sabiedrība saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo

pārkāpumu, PTAC secina, ka saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu Sabiedrībai būtu piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, uzliekot administratīvo sodu.

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

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

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi*.

LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka „*sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem*”. Saskaņā ar LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu „*par negodīgu komercpraksi – 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 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 atbilstošu piedāvājumu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām.

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

konstatējis apstākli, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāms par atbildību mīkstinošu apstākli, proti, Sabiedrība pēc PTAC 2012.gada 28.septembra vēstules Nr.21-06/6489-K-182 saņemšanas ir nekavējoties 2012.gada 30.septembrī noņēmusi Reklāmu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, īstenošanas veidu, atbildību pastipriņoša apstākļa neesamību un atbildību mīkstinoša apstākļa esamību un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 500,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses īstenošana – raksturu un tās īstenošanas veidu, kā arī Reklāmas izplatīšanas laiku, vietu un apjomu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo daļu, 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 271.panta ceturto daļu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu un 4.panta otrās daļas 1. un 3.punktu, 6.pantu, 13.panta 5.punktu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu un devīto daļu, Reklāmas likuma 5.panta ceturtais daļas 3.punktu,

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

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „LINSTOW”

juridiskā adrese: Audēju iela 16, Rīga, LV-1050

reģistrācijas numurs: 50003315411

**uzlikt** naudas sodu Ls 500,00 (pieci simti latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „LINSTOW” saskaņā ar NKAL 16.pantu, 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 desmit darba dienu laikā no lēmuma paziņošanas dienas, iesniedzot Rīgas pilsētas Centra rajona tiesai adresētu sūdzību Patērētāju tiesību aizsardzības centrā, Krišjāņa Valdemāra ielā 157, Rīgā.

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-K182-51

Pieņemšanas datums: 2012.gada 15.novembris

Naudas sods jāsamaksā ne vēlāk kā 30 dienu laikā pēc dienas, kad saņemts lēmums.

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

(zīmogs)

**IZRAKSTS PAREIZS**