



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

Rīgā

LĒMUMS

Rīgā

2013.gada 18.jūlijs

Nr. E03-PTU-K91-8

**Par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas pārkāpumu
un administratīvā soda un tiesiskā pienākuma uzlikšanu**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktora vietniece Kristīne Riekstiņa,
 piedaloties Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “SPI Distribution (Latvia)”
juridiskā adrese: Sporta iela 18A, Rīgā, LV-1013
reģistrācijas numurs: 40003396995
pilnvarotajai personai
[..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), kurš saskaņā ar Reklāmas likuma 13.panta pirmo daļu savas kompetences ietvaros uzrauga šā likuma ievērošanu, ir izvērtējis žurnāla „Privātā Dzīve” 2013.gada 14.maija izdevumā un žurnāla „Ieva” 2013.gada 15.maija izdevumā publicēto alkoholiskā dzēriena *BONAPARTE* reklāmu (turpmāk kopā – Reklāmas) atbilstību normatīvo aktu prasībām un konstatējis Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas, kas nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi*, pārkāpumu, sniedzot Reklāmas. Minētais izriet no Reklāmās neievērotā Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – ADzAL) 11.panta pirmās daļas 1.punktā minētā aizlieguma reklāmās *attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus*.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta pirmo daļu *reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo vai izplata reklāmu*. Saskaņā ar lietā esošo informāciju Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “SPI Distribution (Latvia)” (turpmāk – Sabiedrība) ir Reklāmu devējs.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu*.

2013.gada 18.jūnija vēstulē Nr.3.2.-1/4391-K-91 PTAC pieprasīja SIA „Trendmark” sniegt PTAC informāciju par Reklāmu devēju, kā arī iesniegt

dokumentāri pamatotu SIA „Trendmark” rīcībā esošu informāciju par Reklāmu izplatīšanas vietām, laiku un apjomiem. 2013.gada 26.jūnijā PTAC tika saņemta SIA „Trendmark” 2013.gada 25.jūnija vēstule Nr.TRV-13-3, kurā sniegta informācija par Reklāmu devēju un informācija par Reklāmu izplatīšanas vietām un laiku – kopumā Reklāmas izplatītas laika posmā no 2013.gada 30.aprīļa līdz 2013.gada 23.maijam 24 reizes 21 preses izdevumā („Ilustrētā Zinātne”, „Dari Pats”, „Privātā Dzīve”, „TopGear”, „FHM”, „Copes Lietas”, „Patron”, „Medības”, „Playboy”, „MK Latvija”, „Lubļu”, „Rīgas Viļņi”, „Sporta Avīze”, „SestDiena”, „Ieva”, „GEO”, „OK!”, „Kas jauns”, „Klubs”, „Otkrito”, „Latvijas Avīze”). Tālāk tekstā redzamas Reklāmu fotokopijas:



ALKOHOLA LIETOŠANAI IR NEGATĪVA IETEKME



ALKOHOLA LIETOŠANAI IR NEGATĪVA IETEKME

2013.gada 1.jūlija vēstulē Nr.3.2.-1/4673-K-91 (turpmāk – Vēstule) PTAC informēja Sabiedrību par konstatēto pārkāpumu un uzsāko lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā, par Sabiedrības tiesībām izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā, kā arī pieprasīja līdz 2013.gada 12.jūlijam iesniegt PTAC dokumentāru informāciju par Reklāmu izplatīšanas laiku, vietām un apjomu, ja tās izplatītas, neizmantojot SIA „Trendmark” pakalpojumu.

2013.gada 10.jūlijā PTAC saņemta Sabiedrības 2013.gada 5.jūlija vēstule Nr.1.6/23, kurā Sabiedrība norāda, ka tās redzējumā PTAC nav piemērojis pareizo metodi ADzAL 11.panta pirmās daļas 1.punkta interpretācijai, izmantojot tieši un vienīgi teleoloģisko metodi, paužot subjektīvu viedokli par patērētāja uztveri, kas nav pietiekams pamats minētās ADzAL prasības neievērošanas konstatēšanai. Sabiedrība norāda, ka būtu jāsaprot, kas tieši tiek saprasts ar alkoholiskā dzēriena lietošanu, proti, noteikt minētās darbības iespējamo sākumu un beigas. Sabiedrība norāda, ka no PTAC Vēstulē sniegtā viedokļa izriet, ka PTAC nesaskata normatīvo aktu prasību pārkāpumu

glāžu ar dzērienu turēšanā. Sabiedrība norāda, ka Vēstulē minētā atsauce uz Administratīvās rajona tiesas Spriedumu Lietā Nr. A 42586207 nav pamatota, jo balstīta uz pilnīgi citiem lietās apstākļiem.

Sabiedrība lūdz PTAC izvērtēt administratīvo lietu, ņemot vērā tās sniegto viedokli, lietderības apsvērumus, kā arī Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 5. un 8.panta noteikumus, lai sasniegtu taisnīgāko un lietderīgāko rezultātu.

Lietas izskatīšanas laikā PTAC pārstāvis uzsvēra, ka Reklāmas tiek vērtētas no vidusmēra patērētāja uztveres, skatot tās kopumā un novērtējot to iespējamo ietekmi. PTAC atkārtoti norādīja, ka uzskata par pamatotu teleoloģisko normatīvā akta interpretācijas metodi. Savukārt Sabiedrības pārstāve vērsa uzmanību uz ADzAL 11.panta pirmās daļas 1. un 7.punkta formulējumiem, uzsverot, ka 7.punktā minēts „radīt iespaidu”, bet 1.punktā „attēlot”, tādējādi norādot uz likumdevēja atšķirīgo mērķi, nosakot konkrētos aizliegumus. PTAC pārstāvis uzsvēra, ka jēdzienu „attēlot” kontekstā ar tālāko tekstu – „ka alkoholisko dzērienu lietošana nodrošina panākumus sociālajā vai seksuālajā jomā” jēdzieniski praktiski izmantot gandrīz nav iespējams, ņemot vērā iespējamo izteiksmes veidu daudzveidību.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina:

Reklāmās ir attēlotas 3 un 4 personas pie klāta galda/piknika galda, turot rokās konjaka glāzes ar tajās iepildītu dzērienu. Pacelto roku stāvoklis/pozīcija rada iespaidu, ka nākošā darbība būs/varētu būt glāžu saskandināšana. Saskandināšana tradicionāli notiek pirms dzēriena lietošanas. Reklāmās attēloto personu smaids, tajās izmantotais sauklis „Laiks draugiem” un no tiem izrietošā draudzīgā gaisotne veicina labvēlīgu attieksmi pret reklāmā attēloto – t.i., draugu kopā būšanu, lietojot alkoholisko dzērienu *Bonaparte*. Minētais PTAC ieskatā ir pretrunā ar ADzAL 11.panta pirmās daļas 1.punktā minēto aizliegumu reklāmās *attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus*, kā arī ar minētā likuma reklāmu ierobežojumu mērķi.

PTAC paskaidro, ka, ņemot vērā APL 8.pantā noteikto un 17.pantā skaidroto tiesību normu saprātīgas piemērošanas principu, t.sk., izmantojot teleoloģisko tiesību normu interpretācijas metodi, PTAC konstatē, ka likumdevēja mērķis, iekļaujot ADzAL aizliegumu *attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus*, nav bijis izvairīties tikai no tieša un nepārprotama alkoholisko dzērienu lietošanas atainojuma. Reklāmas izvērtēšanā ļoti būtiska ir reklāmas iespējamā ietekme uz mērķauditoriju, kas konkrētajā gadījumā nozīmē, ka svarīgi ir tas, vai reklāmā iekļautais paziņojums rada iespaidu par alkoholiskā dzēriena lietošanu. Reklāmās atainotā situācija, kad tiks saskandinātas glāzes, nepārprotami, ņemot vērā pastāvošās alkoholisko dzērienu lietošanas tradīcijas, rada iespaidu, ka nākošā darbība būs (ir) alkoholiskā dzēriena lietošana. Arī apstākļi, ka aizliegums reklāmā attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus attiecas uz visu veidu/formu reklāmām, t.sk., arī drukātajām, apliecina, ka likumdevēja mērķis ir aizliegt reklāmā iekļaut jebkādas tādus elementus, kas rada iespaidu par alkoholisko dzērienu lietošanu, jo drukātā reklāmā attēlot tiešu alkoholiskā dzēriena lietošanu nemaz nav iespējams. Tādējādi faktiski konkrētajā gadījumā nav iespējams saprātīgi piemērot gramatisko normatīvā akta interpretācijas metodi.

Arī Sabiedrības vēstulē minētais par nepieciešamību noteikt alkoholisko dzērienu lietošanas darbības attēlojuma iespējamo sākumu un beigas kontekstā ar likumdevēja aizliegumu attēlot reklāmā personas lietojam alkoholiskos dzērienus, nedodot nekādas norādes un nenodalot reklāmas pēc to izplatīšanas vietām un

izgatavošanas veidiem, PTAC redzējumā liecina, ka likumdevēja mērķis ir aizliegt reklāmā jebkurus elementus, kas rada/var radīt priekšstatu par alkoholiska dzēriena lietošanu, tādējādi nodrošinot likuma mērķa sasniegšanu – augstāku patērētāju aizsardzības līmeni attiecībā uz alkoholisko dzērienu lietošanas ierobežošanu.

Teleoloģiskās interpretācijas metode nodrošina, ka „[...] tiek sasniegts lietderīgākais un taisnīgākais rezultāts, kas izpaužas kā likuma jēgas un mērķa sasniegšana. Pretējā gadījumā Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktais ierobežojums varētu tikt ignorēts formālu apsvērumu dēļ” (2009.gada 20.oktobra Administratīvās rajona tiesas Spriedums Lietā Nr. A 42 5862 07, [12.2] p.).

PTAC nepiekrīt Sabiedrības viedoklim, ka minētā atsauce uz Administratīvās rajona tiesas Spriedumu nav pamatota, jo balstīta uz pilnīgi citiem lietas apstākļiem. Konkrētajā gadījumā Tiesa nav saistījusi savu viedokli par tiesību normas interpretāciju vienīgi ar konkrētās reklāmas saturu.

Vienlaicīgi PTAC, komentējot Sabiedrības viedokli par reklāmu uztveres subjektīvo raksturu, kas nevar būt par pietiekamu pamatu, lai konstatētu normatīvā akta pārkāpumu, uzsver, ka jebkura reklāma tiek uztverta subjektīvi – pat tad, ja tajā ir iekļauta tikai informācija. PTAC jebkuru reklāmu savas kompetences ietvaros vērtē no vidusmēra patērētāja viedokļa, izvērtējot reklāmas iespējamo ietekmi uz tās konkrēto mērķauditoriju, konkrētajā gadījumā to, vai personas ir saņēmušas normatīvā akta prasībām atbilstošu reklāmu.

Ņemot vērā minēto un to, ka Sabiedrības sniegto Reklāmu iespējamās negatīvās sekas ir neatgriezeniski iestājušās un to turpmāka sniegšana nav pieļaujama, PTAC, izvērtējot lietas apstākļus, ir konstatējis, ka ir lietderīgi pieņemt Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 3. un 5. punktā minētos lēmumus. Tādējādi PTAC ir pamatoti uzsācis lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā minēto pārkāpumu – Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.

Saskaņā ar LAPK 272.pantu institūcijai (amatpersonai), izskatot administratīvā pārkāpuma lietu, jānoskaidro, vai ir izdarīts administratīvais pārkāpums, vai attiecīgā persona ir vainīga tā izdarīšanā, vai šo personu var saukt pie administratīvās atbildības, vai ir atbildību mīkstinoši un pastiprinoši apstākļi, vai ir nodarīts mantisks zaudējums, kā arī jānoskaidro citi apstākļi, kam ir nozīme lietas pareizā izlemšanā. Pamatojoties uz LAPK 21.pantu, ja ziņas par administratīvo pārkāpumu ir pietiekamas, lai konstatētu, ka izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs, institūcija (amatpersona), kurai piekritīga lietas izskatīšana, ir tiesīga neuzsākt administratīvā pārkāpuma lietvedību vai izbeigt uzsākto lietvedību un atbrīvot personu no administratīvās atbildības, aprobežojoties ar mutvārdu aizrādījumu.

Saskaņā ar LAPK 9.panta pirmo daļu par administratīvo pārkāpumu atzīstama prettiesiska, vainojama (ar nodomu vai aiz neuzmanības izdarīta) darbība vai bezdarbība, kura apdraud valsts vai sabiedrisko kārtību, īpašumu, pilsoņu tiesības un brīvības vai noteikto pārvaldes kārtību un par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība. Tādējādi vispārējā gadījumā administratīvā pārkāpuma lietā jākonstatē pie atbildības saucamās personas vaina. Ar vainu saprotama fiziskās personas subjektīvā psihiskā attieksme pret nodarījumu. Kā norādīts tiesību literatūrā, juridisko personu atbildības noteikšanā vainas jautājums nevar būt risināms veidā, kādā tiek noteikta fizisko personu vaina. Tāpēc juridiskās personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus, proti, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt normatīvo aktu, par

kuru pārkāpšanu paredzēta administratīvā atbildība, ievērošanu, un, vai juridiskā persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo normatīvo aktu ievērošanu (*skat. Senāta 2009.gada 5.marta sprieduma lietā Nr.SKA-19/2009 19.punktu*).

No lietas apstākļiem secināms, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), lietā nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, kā arī konstatētais pārkāpums nav uzskatāms par maznozīmīgu, un tādēļ Sabiedrība konkrētajā gadījumā nav atbrīvojama no administratīvās atbildības (LAPK 21.pants), un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās, PTAC uzskata, ka nepieciešams Sabiedrībai piemērot 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. 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. 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 fiziskajām personām no divdesmit pieciem līdz piecsimt latiem, bet juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem*.

LAPK 32.panta otrajā daļā ir paredzēts, ka, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstināšos un pastiprinošos apstākļus. Izskatot lietu, nav konstatēti administratīvo atbildību mīkstinājoši un nav konstatēti administratīvo atbildību pastiprinoši apstākļi.

Vērtējot Sabiedrības mantisko stāvokli, PTAC ņem vērā pārkāpēja mantisko stāvokli tikai no tāda aspekta, lai piemērotais sods neradītu pārkāpējam pārmērīgu apgrūtinājumu un neradītu tam maksātnespējas stāvokli.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu un Reklāmu izplatīšanas apjomu, Sabiedrības mantisko stāvokli, to, ka Sabiedrība iepriekš nav saukta pie administratīvās atbildības par LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā minēto pārkāpumu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 1200,00 apmērā, kurš, ņemot vērā lietā esošos materiālus, PTAC ieskatā ir uzskatāms par samērīgu un pamatotu.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas 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, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 272.pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu un 15.panta septīto daļu,

n o l e m t s:

1. **uzlikt** Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību "SPI Distribution (Latvia)"
juridiskā adrese: Sporta iela 18A, Rīgā, LV-1013
reģistrācijas numurs: 40003396995
naudas sodu Ls 1200,00 (viens tūkstotis divi simti) apmērā.
2. **aizliegt Reklāmu sniegšanu.**

Pieņemto lēmumu daļā par tiesiskā pienākuma uzlikšanu Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „SPI Distribution (Latvia)” saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā viena mēneša laikā no tā spēkā stāšanās dienas.

Pieņemto lēmumu daļā par naudas soda uzlikšanu saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu, LAPK 238.pantu, 288.panta pirmo un otro daļu un 289.panta pirmo daļu Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „SPI Distribution (Latvia)” var pārsūdzēt Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā Rīgā, Abrenes ielā 3 normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā desmit darba dienu laikā no pilna lēmuma paziņošanas dienas, tiesai adresēto sūdzību iesniedzot Patērētāju tiesību aizsardzības centrā, Krišjāņa Valdemāra ielā 157, Rīgā (no 2013.gada 5.augusta PTAC juridiskā un faktiskā adrese būs Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010).

Saskaņā ar Paziņošanas likuma 6.panta pirmo daļu, saņemot dokumentu vai informāciju uz vietas iestādē, adresāts par to parakstās, izņemot gadījumu, kad saskaņā ar normatīvajiem aktiem parakstīšanās par saņemšanu nav nepieciešama. Iestādes izsniegto dokumentu vai sniegto informāciju uzskata par paziņotu ar brīdi, kad adresāts ir parakstījis par saņemšanu. Paziņošanas likuma 8.panta trešajā daļā ir paredzēts, ka dokuments, kas paziņots kā ierakstīts pasta sūtījums, uzskatāms par paziņotu 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 TRELLV22
Konts (IBAN)	LV12TREL1060121019400
Maksājuma mērķis:	Lēmums Nr. E03-PTU-K91-8
Pieņemšanas datums:	2013.gada 18.jūlijs

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

Direktora vietniece (personiskais paraksts)

Kristīne Riekstiņa

IZRAKSTS PAREIZS