

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 29.martā

Nr. E03-PTU-K37-9

Par administratīvā soda uzlikšanu

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

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Kristīne Riekstiņa,

piedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību Izdevniecība „DIENAS ŽURNĀLI”

juridiskā adrese: Mūkusalas iela 15, Rīga, LV-1004

reģistrācijas numurs: 40003356776

kuru pārstāv: [..]

personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas veica SIA Izdevniecība „DIENAS ŽURNĀLI” (turpmāk – Sabiedrība) izplatītās reklāmas atbilstības reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 2.martā PTAC konstatēja, ka Sabiedrība žurnāla „Sestdiena” 24.02.-01.03.2012. un 02.03.-08.03.2012. numuros ir izplatījusi Lielās mūzikas balvas 2011 reklāmu (turpmāk – Reklāma), kurā kā viens no atbalstītājiem ir norādīts „Hennessy”, kas ir alkoholiskā dzēriena preču zīme. Izplatīto Reklāmu skatīt zemāk:



[2] 2012.gada 2.martā, konstatējot, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, kurā nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, ir izplatījusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu, PTAC nolēma uzsākt lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā.

[3] 2012.gada 14.martā PTAC Sabiedrībai nosūtīja vēstuli Nr.21-06/1775-K-37 „Par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā, informācijas sniegšanas pieprasījumu un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu”, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem apstākļiem, pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja Sabiedrībai līdz 2012.gada 26.martam sniegt PTAC rakstisku informāciju par to, kādā apjomā un laika periodā Sabiedrība ir izplatījusi Reklāmu, kā arī, pamatojoties uz Reklāmas likuma 12.panta sesto daļu, pieprasīja Sabiedrībai sniegt pilnīgu un patiesu informāciju par personu (nosaukums, reģistrācijas numurs, juridiskā adrese), kas ir Reklāmas devējs.

[4] 2012.gada 29.martā Sabiedrības pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un iesniedza Sabiedrības 2012.gada 22.marta vēstuli, kurā sniegti Sabiedrības rakstveida paskaidrojumi administratīvajā lietā. Minētajā vēstulē Sabiedrība informēja, ka Reklāma tika izplatīta žurnāla „Sestdiena” 4 numuros, kas datēti ar 2012.gada 10.februāri, 17.februāri, 24.februāri un 2.martu, kā arī sniedza informāciju, ka Reklāmas devējs ir [..]. Papildus Sabiedrība paskaidroja, ka Reklāmas mērķis bija tikai un vienīgi pasākuma – Lielā mūzikas balva 2011 – popularizēšana un apmeklētāju piesaiste, nevis alkoholisko dzērienu reklāma. Piekrītot izplatīt Reklāmu par atlīdzību, Sabiedrība nebija informēta, ka šāda logo izvietošana uz Reklāmas ir nelikumīga un pārkāpj normatīvo aktu prasības. Tāpat Sabiedrība apņēmas turpmāk pievērst lielāku uzmanību savos masu informācijas līdzekļos izplatītajai reklāmai un tās atbilstībai normatīvo aktu prasībām, jo līdz šim Sabiedrība savas tiesības ir izlietojusi un pienākumus pildījusi pēc labas ticības.

Administratīvās lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvis atsaucās uz rakstveida paskaidrojumā norādīto un atzina izdarīto pārkāpumu, kā arī par to pauda nožēlu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

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 tajā attēlotās alkoholiskā dzēriena markas – Hennessy konjaka – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

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

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

Jebkuras darbības ar alkoholiskajiem dzērieniem, kā arī alkoholisko dzērienu reklāmu regulē Alkoholisko dzērienu aprites likums. Minētā likuma 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.

Ņemot vērā, ka Reklāmā nav ietverta informācija par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, Reklāma neatbilst Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai.

Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam*. Līdz ar to PTAC secina, ka Sabiedrība atbilst Reklāmas izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu. Līdz ar to konstatējams, ka Sabiedrība ir izdarījusi 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 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 Reklāmas izplatīšana jau ir notikusi, patērētāji jau ir saņēmuši normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu un Sabiedrība 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.punktā un/vai 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan Sabiedrībai, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais

daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzliekot administratīvo sodu.**

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

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

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir izplatījusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta 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 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 Reklāmu, 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 ir atzinusi un nožēlojusi izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatītu normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu, īstenošanas veidu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 150,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), Reklāmas izplatīšanas apjomu un vietu, kā arī, lai motivētu Sabiedrību 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 un 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 12.panta pirmo daļu, 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību Izdevniecība „DIENAS ŽURNĀLI”

juridiskā adrese: Mūkusalas iela 15, Rīga, LV-1004

reģistrācijas numurs: 40003356776

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

Pieņemto lēmumu SIA Izdevniecība „DIENAS ŽURNĀLI” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā.

[..]

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

Direktors vietniece

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

IZRAKSTS PAREIZS