

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 7.jūnijā

Nr. E03-PTU-L25-25

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 2.punktā ietvertu negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta trešajā daļā, un par Reklāmas likuma 12.panta trešajā daļā noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta pirmajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Kristīne Riekstiņa,
pedaloties SIA „MEDIJU NAMS”,

juridiskā adrese: Cēsu ielā 31/2, Rīgā, LV-1012,

vienotais reģistrācijas numurs: 40003610627,

kuru pārstāv pilnvarotā persona, kuras pārstāvības tiesības apliecina 2012.gada 4.jūnijā SIA „MEDIJU NAMS” izsniegtā pilnvara Nr.3-2/18,

[..]

izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu un Reklāmas likuma (turpmāk – RL) 14.panta pirmo daļu, ir izvērtējis komercprakses, kura tika īstenota, SIA „MEDIJU NAMS” publicējot žurnālā „Māja” (30.marts – 12.aprīlis, 2012., Nr.13 (557) 32. – 33.lpp. rakstu: „Vēdiskā naudas formula” (turpmāk – Raksts Nr.1) un žurnālā „Praktiskā Astroloģija” (aprīlis/ maijs, 2012., Nr.1) 28. – 29.lpp. rakstu: „Viens solis līdz ideālam svaram tikai mēneša laikā – Angabāra joga” (turpmāk – Raksts Nr.2).

Raksts Nr.1 sastāv no divām sastāvdaļām: 1) „psiholoģijas zinātņu maģistres, Durgas tempļa hinduisma vecākās skolotājas Noras DeGold” (turpmāk – Nora DeGold) stāstījuma par to, kādā veidā viņa ir ieguvusi zināšanas: „kas patiesībā ir nauda”, un kā šīs zināšanas izmainījušas viņas dzīvi; 2) trīs cilvēku viedokļiem par Noras DeGold vadīto semināru „Vēdiskā naudas formula” un šī semināra ietekmi uz viņu dzīvi. Rakstam Nr.1 pievienots, bet no tā grafiski atdalīts paziņojums par semināra „Vēdiskā naudas formula” rīkošanu tuvākajā laikā, t.i., informācija par to, ka: a) seminārs „Vēdiskā naudas formula” „notiks 14., 15.aprīlī 12:00 – 17:00 A. Kalniņa ielā 4 (3 min attālumā no Centrālās stacijas laukuma); b) šo semināru vadīs Nora DeGold; c) „Atbalsta maksājums Durgas tempļa attīstībai Ls 40”; d) „Pieteikšanās: tālr. 25888358”; e) „Pilna informācija: www.durga.lv”. Minētajam paziņojumam ir pievienots Durgas tempļa logotips. Raksta Nr.1 sastāvdaļas un tam pievienotais paziņojums par semināra „Vēdiskā naudas formula” rīkošanu ir savstarpēji saistīti un veido vienotu paziņojumu, kura mērķis ir veicināt pieprasījumu pēc Durgas tempļa rīkotā semināra „Vēdiskā naudas formula”.

Raksts Nr.2 veidots kā stāstījums/ intervija par to, kādā veidā Nora DeGold, kas stāstījumā tiek saukta par „Angabāra jogas meistari – skolotāju”, ir ieguvusi zināšanas par „Angabāra jogu” un kādā veidā šīs zināšanas izmainījušas viņas dzīvi. Rakstam Nr.2 pievienoti, bet no tā grafiski

atdalīti: 1) Durgas tempļa logotips; 2) paziņojums par jaunas „Angabāra jogas” grupas komplektēšanu tuvākajā laikā, t.i., informācija par to, ka: a) „17.aprīlī un 24.maijā tiek komplektētas jaunas Angabāra jogas grupas”; b) nodarbības notiks reizi nedēļā, kopā sešas reizes no 18.00 līdz 21.00, A. Kalniņa ielā 4 (3 min attālumā no Centrālās stacijas laukuma); c) nodarbības „Vadīs: Mag. psych. NORA DeGold”; d) „Ziedojumus 100 latu”; e) „Pieteikšanās: tālr. 25888358”; f) „Pilna informācija: www.durga.lv”. Raksts Nr.2 un tam pievienotais Durgas tempļa logotips un paziņojums par jaunas „Angabāra jogas” grupas komplektēšanu ir savstarpēji saistīti un veido vienotu paziņojumu, kura mērķis ir veicināt pieprasījumu pēc Durgas tempļa rīkotajām „Angabāras jogas” nodarbībām.

2012.gada 3.aprīlī PTAC saskaņā ar NKAL 15.panta pirmo daļu ierosināja administratīvo lietu Nr. L-24 par presē un mājas lapā www.durga.lv (pašlaik www.templis.lv) (turpmāk – www.durga.lv) publicēto reliģiskās organizācijas „OM TAT SAT” (līdz 2012.gada 3.maijam – „Durgas templis”), Reģ. Nr.40801051306 (turpmāk – Durgas templis), reklāmu atbilstības izvērtēšanu NKAL un RL prasībām.

Šis lietas ietvaros PTAC 2012.gada 5.aprīlī nosūtīja SIA „MEDIJU NAMS” vēstuli Nr.21-04/2359-L-24 „Par informācijas sniegšanu” ar pieprasījumu sniegt tam informāciju par Raksta Nr.1 un Raksta Nr.2 reklāmas devēju.

SIA „MEDIJU NAMS” savā 2012.gada 12.aprīļa atbildes vēstulē Nr.3-1/69 „Par informācijas sniegšanu”, kas PTAC tika saņemta 2012.gada 20.aprīlī, norādīja, ka „(...) *publicēto reklāmu pasūtītājs un devējs ir Hinduisma draudze Durgas Templis, juridiskā adrese Rīga, Lielvārdes iela 129-27, LV-1084, reģistrācijas Nr.40801051306*”.

Veicot Durgas tempļa reklāmu atbilstības izvērtēšanu NKAL un RL prasībām, PTAC 2012.gada 23.aprīlī ar aktu Nr. PTUL-25/1 „Par patērētāju tiesību uzraudzības pasākumu izvērtējumu” konstatēja pirmšķietamus NKAL 11.panta 11.punkta un RL 12.panta trešās daļas pārkāpumus SIA „MEDIJU NAMS” darbībās, publicējot Rakstu Nr.1 un Rakstu Nr.2.

Pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 238.¹ panta 1.punktu, 2012.gada 23.aprīlī PTAC Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta direktore pieņēma lēmumu uzsākt lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par SIA „MEDIJU NAMS” izdarītajiem pārkāpumiem, kas minēti LAPK 166.¹³ panta pirmajā un trešajā daļā – par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā un par negodīgu komercpraksi.

2012.gada 17.maijā PTAC nosūtīja SIA „MEDIJU NAMS” vēstuli Nr.21-04/3277-L-25 „Par uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un informācijas sniegšanu”, kurā SIA „MEDIJU NAMS” tika informēta par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku, kā arī PTAC konstatētajiem faktiskajiem apstākļiem. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja SIA „MEDIJU NAMS” iesniegt informāciju par žurnāla „Māja” (30.marts – 12.aprīlis, 2012., Nr.13 (557)) un žurnāla „Praktiskā Astroloģija” (aprīlis/ maijs, 2012., Nr.1) tirāžu, kā arī informāciju par to, vai Rakstam Nr.1 un Rakstam Nr.2 līdzīgas reklāmas tiek izvietotas arī citos SIA „MEDIJU NAMS” izdevumos.

2012.gada 5.jūnijā PTAC saņēma SIA „MEDIJU NAMS” 2012.gada 4.jūnija vēstuli Nr.3-/88 „Par viedokļa un argumentu sniegšanu”, kurā SIA „MEDIJU NAMS” norādīja, ka nožēlo pārkāpuma izdarīšanu, vienlaicīgi izsakot cerību, ka vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērtīgs un piesardzīgs, nav ticis maldināts par to, ka Raksts Nr.1 un Raksts Nr.2 būtu kaut kas cits, kā reklāmas, jo, kā minēts arī PTAC saņemtajā uzaicinājumā, šādas reklāmas presē ir bijušas daudzkārt un līdz ar to vidusmēra patērētājs, kurš regulāri lasa presi, domājams un cerams ir jau iepriekš ticis informēts par to, ka Raksts Nr.1 un Raksts Nr.2 ir reklāmas un ir spējis nošķirt tos no žurnālu autoru rakstiem. SIA „MEDIJU NAMS” informēja, ka žurnāla „Māja” (2012.gada 30.martā, Nr.13) tirāža bija 26000, bet realizācija – 13000, un žurnāla „Praktiskā Astroloģija” (2012.gada aprīļa/maija Nr.1) tirāža bija 20000, bet realizācija – 12000. Vienlaikus SIA „MEDIJU NAMS” izteica lūgumu PTAC ņemt vērā LAPK 33.panta pirmajā daļā noteikto administratīvo pārkāpumu mīkstinājošo apstākli, kā arī samērīgas administratīvas atbildības noteikšanai iesniedza PTAC bilanci un zaudējumu aprēķinu par 2012.gada pirmajiem četriem mēnešiem.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā SIA „MEDIJU NAMS” pilnvarotā pārstāve atsaucās uz SIA „MEDIJU NAMS” 2012.gada 4.jūnijā vēstulē Nr.3-/88 „Par viedokļa un argumentu sniegšanu” sniegtajiem paskaidrojumiem, kā arī norādīja to, ka:

1. SIA „MEDIJU NAMS” darbinieki atzīst pārkāpumu un izsaka dziļu nožēlu par tā pieļaušanu;
2. Raksts Nr.1 un Raksts Nr.2 ir tieši saistīti ar tiem pievienotajiem, bet grafiski atdalītajiem, paziņojumiem, kas nepārprotami ir uzskatāmi par reklāmām;
3. SIA „MEDIJU NAMS” darbiniekiem pēc šī pārkāpuma konstatēšanas tika rīkotas atkārtotas apmācības par jautājumiem, kas saistīti ar reklāmas un komercprakses normatīvo aktu regulējumu, lai preventīvi novērstu šādu pārkāpumu atkārtošanos;
4. žurnālā „Vakara ziņas” (30.marts, 2012., Nr.13 [346]) 38. – 39. lpp. publicētās reklāmas tekstam „Vēdiskā naudas formula”, kas ir identisks Rakstam Nr.1, tika pievienota norāde uz to, ka tā ir reklāma;
5. SIA „MEDIJU NAMS” pēc attiecīgā pārkāpuma konstatēšanas vairs neizplatīja Rakstu Nr.1 un Rakstu Nr.2.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktā noteikts, 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 patērētājam. Savukārt NKAL 1.panta otrā daļa paredz, ka citi NKAL termini un jēdzieni lietoti Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) izpratnē. Atbilstoši PTAL 1.panta 2.punktam pakalpojums ir personas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros par atlīdzību vai bez tās izpildīts patērētāja pasūtījums vai tāda ar patērētāju noslēgta līguma pildīšana, saskaņā ar kuru tiek iznomāta kāda lieta, izgatavota jauna lieta, uzlabota vai pārveidota esoša lieta vai tās īpašības vai veikts darbs, vai gūts nematerializēts darba rezultāts. Komerclikuma 1.panta trešajā daļā noteikts, ka saimnieciska darbība ir jebkura sistemātiska, patstāvīga darbība par atlīdzību.

Uz to, ka Durgas templis, rīkojot semināru „Vēdiskā naudas formula” un „Angabāras jogas” nodarbības, veic sistemātisku, patstāvīgu darbību par atlīdzību, t.i., saimniecisko darbību, norāda zemāk minētie apstākļi un informācija:

1. no žurnālā „Ieva” (2012.gada 15.februāris, Nr.07 (746)) 28. – 29.lpp. publicētās reklāmas „Vēdiskā naudas formula” izriet, ka Durgas templis 2012.gada 25., 26.februārī jau rīkojis semināru „Vēdiskā naudas formula”;
2. no žurnālā „Sestdiena” (6. – 12.janvāris, 2012.) publicētās reklāmas „Viens solis līdz ideālam svaram tikai vienā mēnesī – Angabāra joga” izriet, ka Durgas templis 2012.gada 19.janvārī un 21.februārī jau komplektējis jaunas „Angabāra jogas” grupas;
3. Durgas tempļa par maksu piedāvātie semināri un nodarbības reklamēti arī šādos žurnālos: „Ieva” (2012.gada 14.marts, Nr.11 (750)) 24. – 25.lpp., reklāmas virsraksts: „Melnā maģija – mānītība jeb šokējoša realitāte”; „Vakara ziņas” (30.marts, 2012., Nr.13 [346]) 38. – 39. lpp., reklāmas virsraksts: „Vēdiskā naudas formula”; „Privātā Dzīve” (27.marts – 2.aprīlis, 2012., Nr.13 (674)) 18. – 19.lpp., reklāmas virsraksts: „Viens solis līdz ideālam svaram tikai vienā mēnesī – Angabāra joga”; „Privātā Dzīve” (3. – 16.aprīlis, 2012., Nr.14/15 (675/676)) 32. – 33.lpp., reklāmas virsraksts: „26.aprīlis – maģiskā diena, kad piepildās visas vēlēšanās” un „Naudas maka noslēpumi naudas piesaistīšanai”; „Ieva” (2012.gada 4.aprīlī Nr. 14/15 (753/754)) 44. – 45. lpp., reklāmas virsraksts: „Naudas dievietes Lakshmī pudža, kas padara finansiāli bagātu” un „Ideāla figūra mēneša laikā, neskaitot kalorijas”; „Ievas Veselība” (2012.gada 13.aprīlis Nr.8 (92)) 38. – 39.lpp., reklāmas virsraksts: „26.aprīlis – maģiskā diena, kad piepildās visas vēlēšanās” un „Naudas maka noslēpumi naudas piesaistīšanai”;

4. mājaslapas www.durga.lv (pašlaik www.templis.lv) informācijā sadaļā „Aktualitātes” 2012.gada 3.aprīlī bija norādīti vismaz astoņi aktuālie piedāvājumi par maksu apmeklēt Durgas tempļa rīkotos seminārus un nodarbības.

Seminārs „Vēdiskā naudas formula” un/ vai „Angabāra jogas” nodarbības PTAL 1.panta 1.punkta izpratnē ir uzskatāmi par pakalpojumiem, jo Durgas templis savas saimnieciskas darbības ietvaros pret atlīdzību sniedz patērētājam nematerializētu darba rezultātu – zināšanas par „Vēdisko naudas formulu” un rīko „Angabāras jogas” nodarbības.

RL 1.pantā noteikts, ka reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.

Raksts Nr.1 ir identisks žurnālā „Ieva” (2012.gada 15.februāris, Nr.07 (746)) 28. – 29.lpp. publicētās reklāmas „Vēdiskā naudas formula” tekstam, kas tika publicēts laika ziņā pirms Raksta Nr.1, kā arī identisks žurnālā „Vakara ziņas” (30.marts, 2012., Nr.13 [346]) 38. – 39. lpp. publicētās reklāmas tekstam „Vēdiskā naudas formula”, kas tika publicēts laika ziņā pēc Raksta Nr.1. Abās salīdzinājumam minētajās reklāmās pirms to tekstuālās sastāvdaļas atšķirībā no Raksta Nr.1 ir ietvertas norādes, ka tās ir reklāmas. Savukārt Raksts Nr.2 ir identisks žurnālā „Sestdiena” (6. – 12.janvāris, 2012.) publicētās reklāmas „Viens solis līdz ideālam svaram tikai vienā mēnesī – Angabāra joga” tekstam, kas tika publicēts laika ziņā pirms Raksta Nr.2, kā arī ļoti līdzīgs (ir nedaudzas redakcionālās atšķirības) žurnālā „Privātā Dzīve” (27.marts – 2.aprīlis, 2012., Nr.13 (674)) 18. – 19.lpp. publicētās reklāmas „Viens solis līdz ideālam svaram tikai vienā mēnesī – Angabāra joga” tekstam, kas tika publicēts laika ziņā pēc Raksta Nr.2. Abās salīdzinājumam minētajās reklāmās pirms to tekstuālās sastāvdaļas atšķirībā no Raksta Nr.2 ir ietvertas norādes, ka tās ir reklāmas. Ņemot vērā visus iepriekš minētos apsvērumus un pamatojoties uz RL 1.pantu, secināms, ka Raksts Nr.1 un Raksts Nr.2 pēc to satura un mērķa ir reklāmas.

Reklāmas izplatīšana par semināra „Vēdiskā naudas formula” un/ vai „Angabāra jogas” nodarbībām kā pakalpojumiem uzskatāma par tādu darbību, kas tieši saistīta ar minēto pakalpojumu tirdzniecības veicināšanu. Līdz ar to Durgas tempļa veiktā reklāmas izplatīšana par semināru „Vēdiskā naudas formula” un/ vai „Angabāra jogas” nodarbībām ir komercprakse NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē.

NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktā noteikts, ka komercprakses īstenotājs 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. No minētās definīcijas izriet, ka par komercprakses īstenotāju ir atzīstams ne tikai pats pārdevējs/pakalpojumu sniedzējs, kurš īsteno komercpraksi, proti, ir atzīstams par reklāmas devēju, bet arī jebkura cita persona, kas rīkojas konkrētās personas vārdā vai uzdevumā, neatkarīgi no tā, vai konkrētais uzdevums ir dots tieši vai pastarpināti. Sakarā ar to, ka žurnāla „Māja” (30.marts – 12.aprīlis, 2012., Nr.13 (557)) 32. – 33.lpp. un žurnāla „Praktiskā Astroloģija” (aprīlis/ maijs, 2012., Nr.1) 28. – 29.lpp. izdevēja un līdz ar to Raksta Nr.1 un Raksta Nr.2 izplatītāja SIA „MEDIJU NAMS”, publicējot minētās reklāmas, ir rīkojusies komercprakses īstenotāja – Durgas tempļa uzdevumā, SIA „MEDIJU NAMS” atbilstoši NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktam šīs lietas ietvaros arī ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju un reklāmas izplatītāju saskaņā ar RL 12.panta pirmo daļu.

Arī Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EKK 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”), kurā ir maksimālās harmonizācijas direktīva un kuras tiesību normas ir iekļautas NKAL, 2.panta „d” punkts nosaka, ka uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem ir jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi. Tādējādi secināms, ka, lai reklāmas izplatīšana tiktu atzīta par komercpraksi, pat nav obligāts nosacījums, ka tā būtu saistīta ar pirkšanas vai pārdošanas darījumiem. No iepriekš minētā izriet, ka

komercprakse var būt saistīta arī tikai ar preču un/vai pakalpojumu popularizēšanu vai bez atlīdzības pakalpojumu sniegšanu.

Vienlaikus PTAC norāda, ka SIA „MEDIJU NAMS” komercprakses negatīvā ietekme uz „vidusmēra patērētāju”, kas ir patērētājs, kurš ir pietiekoši ziņošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērtīgs un piesardzīgs (skat. Direktīvas Nr.2005/29/EK preambulas 18.punkts; Eiropas Kopienų tiesas lietas Nr. C-112/99, 52.paragrāfu; C-44/01, 55.paragrāfu; C-356/04, 78.paragrāfu; C-381/05, 23.paragrāfu) netiek vērtēta gadījumos, kad saskaņā ar NKAL 11.pantu tiek konstatēta jebkuros apstākļos maldinoša komercprakse.

Saskaņā ar NKAL 4.panta pirmo daļu negodīga komercprakse ir aizliegta, savukārt NKAL 4.panta otrās daļas 2.punkts paredz, ka komercprakse ir negodīga, ja tā ir maldinoša. Atbilstoši NKAL 11.panta 11.punktam par maldinošu komercpraksi jebkuros apstākļos atzīstama informācijas sniegšana ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību nolūkā veicināt preces pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu, nenorādot ar patērētājiem skaidri saprotamu attēlu vai skaņu palīdzību, ka par šīs informācijas sniegšanu tiek maksāts. Savukārt RL 12.panta trešajā daļā noteikts, ka reklāmas izplatītājam ir pienākums nodalīt reklāmu no cita veida informācijas.

Ņemot vērā to, ka Raksts Nr.1 ir veidots kā psihologa stāstījums un ietverts rubrikā „Psihologa padoms”, Raksts Nr.2 ir veidots kā psihologa intervija, kas padara žurnālā „Māja” (30.marts – 12.aprīlis, 2012., Nr.13 (557) 32. – 33.lpp. un žurnālā „Praktiskā Astroloģija” (aprīlis/maijs, 2012., Nr.1) 28. – 29.lpp. publicētās reklāmas formas un stila ziņā par līdzīgām attiecīgo žurnālu autoru rakstiem, šādām reklāmām ir nepieciešama skaidra un nepārprotama norāde uz to, ka tās ir reklāmas, piemēram, skaidri salasāms uzraksts „reklāma”, lai patērētājam būtu saprotams, ka par šīs informācijas sniegšanu tiek maksāts. SIA „MEDIJU NAMS” minētajās reklāmās nav ietvērusi skaidru norādi uz to, ka Raksts Nr.1 un Raksts Nr.2 ir reklāmas vai to, ka par šīs informācijas sniegšanu tiek maksāts. Tādējādi šāda komercprakse patērētājiem radīja iespaidu, ka Raksts Nr.1 un Raksts Nr.2 ir parasti raksti („psihologa padoms” un intervija). **Līdz ar to SIA „MEDIJU NAMS” ir īstenojusi jebkuros apstākļos maldinošu un līdz ar to saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu negodīgu komercpraksi, kā arī pieļāvusi RL 12.panta trešās daļas pārkāpumu.**

Atbilstoši NKAL 15.panta astotajai daļai, ja uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību NKAL prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu publicēt attiecīgajai komercprakti atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā. Savukārt atbilstoši RL 15.panta ceturtajai daļai, 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 lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, kā arī ņemot vērā to, ka SIA „MEDIJU NAMS” pieļauto pārkāpumu novērst nav iespējams, jo reklāma jau ir izplatīta un sasniegusi patērētāju, bet tās atsaukšana veicinātu Durgas tempļa pakalpojumu reklāmas aktualizēšanu un pakalpojumu popularizēšanu, kas saistībā ar PTAC uzsāktās administratīvas lietas Nr. L-24 ietvaros konstatētajiem pirmšķietamiem pārkāpumiem Durgas tempļa darbībā nav patērētāju interesēs, PTAC ieskatā SIA „MEDIJU NAMS” nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotās daļas 1., 2., 3., un 4.punktā un RL ceturtajās daļas 1., 2., 3., 4. un

6.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā to, ka pārkāpumu negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi un ņemot vērā LAPK 9.panta pirmo daļu, proti, ka SIA „MEDIJU NAMS” ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru paredzēta administratīvā atbildība, PTAC uzskata, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu un RL 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, SIA „MEDIJU NAMS” par administratīvo pārkāpumu piemērojams ietekmēšanas līdzeklis – administratīvais sods.

Līdz ar administratīvā soda palīdzību SIA „MEDIJU NAMS” tiks motivēta nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. 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.). PTAC ņem vērā to, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus. Ņemot vērā, 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 atkārtošanas, nepieciešams SIA „MEDIJU NAMS” piemērot administratīvo sodu.

SIA „MEDIJU NAMS” tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvajiem pārkāpumiem, par kuriem administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta pirmajā daļā – par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā, un LAPK 166.¹³ 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 LAPK un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem. Atbilstoši LAPK 35.panta otrajai daļai, ja persona ir izdarījusi vairākus administratīvos pārkāpumus, kas konstatēti vienlaicīgi, un tos izskata viena un tā pati institūcija (amatpersona), administratīvais sods tiek uzlikts tās sankcijas ietvaros, kura ir paredzēta par smagāko pārkāpumu. Saskaņā ar LAPK 166.¹³ panta pirmo daļu par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā juridiskajām personām uzliek naudas sodu no piecdesmit līdz piectūkstoš latiem. Atbilstoši LAPK 166.¹³ panta trešajai daļai par negodīgu komercpraksi juridiskajām personām uzliek naudas sodu no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem. Līdz ar to SIA „MEDIJU NAMS” piemērojams administratīvais sods tiek uzlikts LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā noteiktās sankcijas ietvaros.

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 5., 6., 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 uzliedzamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu komercpraksi, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērotajām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanas atturošām.

Vienlaikus atzīmējams, ka SIA „MEDIJU NAMS” ar PTAC 2009.gada 3.novembra vēstuli Nr.21 – 10/8599 „Par komercpraksi” jau tika informēta par to, ka PTAC vairākkārt preses izdevumos ir konstatējis pirmšķietamus NKAL 11.panta 11.punkta pārkāpumus, jo publicētajos materiālos (bez norādes par informācijas apmaksātāju) iekļautā informācija bija sniegta tikai par viena konkrēta komersanta darbību, nereti pat norādot cenas un sniedzot aprakstus par precēm vai pakalpojumiem, tādējādi radot pamatotas aizdomas par apmaksātu publikāciju. Šajā vēstulē PTAC ir aicinājis SIA „MEDIJU NAMS” izvērtēt savas darbības atbilstību NKAL un neīstenot savā darbībā NKAL 11.panta 11.punktā noteikto negodīgu komercpraksi.

PTAC saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu ņem vērā kā administratīvo atbildību mīkstinošu apstākli to, ka SIA „MEDIJU NAMS” nozēlo izdarīto pārkāpumu. To, ka SIA „MEDIJU NAMS” darbiniekiem pēc šī pārkāpuma konstatēšanas tika rīkotas ārkārtas apmācības par jautājumiem, kas saistīti ar reklāmas un komercprakses normatīvo aktu regulējumu, lai preventīvi novērstu šādu pārkāpumu atkārtošanos un to, ka SIA „MEDIJU NAMS” pēc attiecīgā

pārkāpuma konstatēšanas vairs neizplatīja Rakstu Nr.1 un Rakstu Nr.2, PTAC saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu atzīst par atbildību mīkstinošiem apstākļiem. Savukārt atbildību pastiprinošos apstākļus, kas nosakāmi saskaņā ar LAPK 34.panta pirmo daļu, PTAC šajā lietā nekonstatē.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu un noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas izplatīšanā SIA „MEDIJU NAMS” ir uzliekams naudas sods LVL 1000 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā komercprakses īstenošanas un reklāmas izplatīšanas vietu un apjomu, izdarītā pārkāpuma raksturu, SIA „MEDIJU NAMS” mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošo apstākļu esamību, kā arī lai motivētu SIA „MEDIJU NAMS” šādu pārkāpumu nepieļaut.

Ņemot vērā visu iepriekš minēto un pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu, 35.panta otro daļu, 166.¹³ panta pirmo un trešo daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, PTAL 1.panta 2.punktu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 1.panta otro daļu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 2.punktu, 11.panta 11.punktu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu, RL 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 12.panta pirmo un trešo daļu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta trešās daļas 5.punktu

nolemts:

SIA „MEDIJU NAMS”,
juridiskā adrese: Cēsu ielā 31/2, Rīgā, LV-1012,
vienotais reģistrācijas numurs: 40003610627,
uzlikt naudas sodu LVL 1000.00 (tūkstoš latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „MEDIJU NAMS” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu un RL 17.panta pirmo daļu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā.

[..]

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

IZRAKSTS PAREIZS