



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 31.maijā

Nr. E03-PTU-K66-21

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības 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 „New Europe Cinemas Daugavpils” juridiskā adrese: K.Valdemāra iela 57/59, Rīga, LV-1010 reģistrācijas numurs: 40103170219 valdes priekšsēdētājam vārds, uzvārds: [..] personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc SIA „PIRMĀ LĪNIJA” (turpmāk – Pirmā līnija) sniegtās informācijas, 2012.gada 5.aprīlī uzsāka SIA „New Europe Cinemas Daugavpils” (turpmāk – Sabiedrība) kinoteātrī „Silver Screen” (turpmāk – Kinoteātris) izplatītās azartspēļu reklāmas „PokerStars.com” (turpmāk – Reklāma) atbilstības patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo, Reklāmas likuma un citu normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2012.gada 4.aprīlī citas administratīvās pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā PTAC saņēma Pirmās līnijas 2012.gada 4.aprīļa vēstuli Nr.1 par www.pokerstars.com reklāmas demonstrēšanu kinoteātros (turpmāk – Vēstule1), kurā ir sniegta informācija par to, kādās vietās (kinoteātros), kādā laika posmā Reklāma ir tikusi izplatīta un par konkrētajos kinoteātros pārdoto biļešu skaitu uz seansiem, pirms kuriem tika

demonstrēta Reklāma. No Vēstules1 izriet, ka Kinoteātrī Reklāma tika izplatīta no 06.01.2012. – 01.02.2012.

[2] Sabiedrība Reklāmā reklamē interaktīvo azartspēli (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts kontekstā ar 1.panta 1.punktu) – kāršu spēle/pokers ir *azartspēle, kurā laimests ir atkarīgs no izliktajām kārtīm (to kombinācijas) un spēles noteikumos noteiktā laimesta koeficienta un kura nav aprīkota ar īpašu elektronisku programmu spēles vadīšanai un laimesta lieluma noteikšanai* (AIL 1.panta 10.punkts).

[3] 2012.gada 27.aprīlī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/2823-K-65, 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. Samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai, PTAC lūdza līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai iesniegt bilanci un peļņas vai zaudējumu aprēķinu par pēdējo (vēlams 6 mēnešu) periodu un citu informāciju, kas raksturo Sabiedrības mantisko stāvokli, ja tāda ir Sabiedrības rīcībā. Vienlaicīgi PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja Sabiedrībai līdz 2012.gada 24.maijam iesniegt starp Sabiedrību un Pirmo līniju noslēgtā līguma par Reklāmas izvietojumu kopiju.

[4] Sabiedrība 2012.gada 24.maija vēstulē (turpmāk – Vēstule2) PTAC paskaidro, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, ir uzticējusies Pirmās līnijas kompetencei Reklāmas satura atbilstības tiesību aktiem izvērtēšanā, jo [..]. Sabiedrība arī norāda, ka kopš Sabiedrības dibināšanas brīža, proti, 2008.gada 15.maija Sabiedrības darbības nav konstatēts neviens patērētāju tiesību neievērošanas gadījums. Sabiedrība izsaka dziļu nožēlu par izdarīto pārkāpumu un aņņemas turpmāk nodrošināt to, ka Kinoteātrī tiek demonstrētas tikai tādas reklāmas, kuras atbilst attiecīgajiem normatīvajiem aktiem. Nosakot administratīvo atbildību, Sabiedrība lūdz PTAC ņemt vērā tās mantisko stāvokli un gūtā materiālā labuma apmēru no Reklāmas izplatīšanas.

Sabiedrība 2012.gada 28.maijā iesniedza PTAC 2009.gada 10.septembra līguma Nr.C-2 (turpmāk – Līgums), kas noslēgts starp Sabiedrību un Pirmo līniju, kopiju, 2010.gada 1.decembra vienošanās kopiju, Sabiedrības bilanci uz 31.12.2011., Sabiedrības peļņas vai zaudējumu aprēķinu par periodu no 01.01.11. līdz 31.12.11. un Sabiedrības peļņas vai zaudējumu aprēķinu par 2012.gada pirmo ceturksni. Sabiedrība lūdz noteikt konfidencialitātes statusu Līgumam, ar to saistītiem dokumentiem un Sabiedrības peļņas vai zaudējumu aprēķinam par 2012.gada pirmo ceturksni.

[5] 2012.gada 31.maijā Sabiedrības pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, kuras laikā savus paskaidrojumus balstīja pamatā uz Vēstulē2 sniegto informāciju, papildus norādot, ka atzīst izdarīto pārkāpumu, to nožēlu un turpmāk aņņemas pārbaudīt reklāmas, to saturu pirms demonstrēšanas Kinoteātrī.

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*. PTAC norāda, ka Reklāma ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo interneta mājas lapā www.pokerstars.com ir konstatējams, ka attiecīgā interaktīvā azartspēle tiek organizēta sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību. Līdz ar to interneta mājas lapā www.pokerstars.com rīkotā interaktīvā azartspēle ir kvalificējama kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu, tiek veicināta interneta

mājas lapā www.pokerstars.com izplatītās interaktīvās azartspēles popularitāte un/vai pieprasījums pēc tās.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Kinoteātrī izvietotā Reklāma atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā uzskatāma par azartspēles reklāmu.

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi*. Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos*.

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību*. AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi*. Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka *„tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino”*, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, *„ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus”*.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Kinoteātris nav kvalificējams kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā nepārprotami tiek popularizēta kāršu spēle/pokers un/vai veicināts pieprasījums pēc tās un interneta vietnes, kurā tiek organizēta interaktīvā azartspēle, un tā ir izplatīta ārpus azartspēļu organizēšanas vietas. Tādējādi, izplatot Reklāmu Kinoteātrī, Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam*. Ņemot vērā Līguma 1.1.1.apakšpunktu, kurš nosaka, [..], kā arī lietas materiālus, PTAC secina, ka Sabiedrība atbilst reklāmas izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt*.

Likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanu, publicēšanu, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” (turpmāk – Likums) 7.pants nosaka, ka *spēkā esošie likumi un Ministru kabineta noteikumi ir saistoši visā Latvijas teritorijā, un neviens nevar aizbildināties ar to nezināšanu. Likumu un Ministru kabineta noteikumu nezināšana neatbrīvo no atbildības*. Līdz ar to PTAC norāda, ka Sabiedrība nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījis 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 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.*

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 un ievērojot rakstveidā un lietas izskatīšanā saņemto Sabiedrības apņemšanos turpmāk nodrošināt to, ka Kinoteātrī tiek demonstrētas tikai tādas reklāmas, kuras atbilst attiecīgajiem tiesību aktiem, 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. un 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 likumīguma prasību, 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 (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 uzliekamo 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 apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu uzskatāms par atbildību mīkstinošu apstākli, proti, Sabiedrība ir atzinusi izdarīto administratīvo pārkāpumu un izteikusi nožēlu par to.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstoša Reklāma, īstenošanas veidu, Reklāmas izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, un ievērojot vienlīdzības principu, kā arī apstākli, ka sankcijām par izdarīto pārkāpumu jābūt iedarbīgām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 200,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), 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, 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu, 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, Likuma 7.pantu, AIL 1.panta 1., 6. un 10.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu,

n o l e m t s:

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „New Europe Cinemas Daugavpils”
juridiskā adrese: K.Valdemāra iela 57/59, Rīga, LV-1010
reģistrācijas numurs: 40103170219
uzlikt naudas sodu Ls 200,00 (divi simti) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „New Europe Cinemas Daugavpils” 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 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-K66-21	
Pieņemšanas datums:	2012.gada 31.maijs	

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

IZRAKSTS PAREIZS