



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

2010.gada 29.jūlijā

Nr. E03-KREUD-39

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu, par ko Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā paredzēts administratīvais sods

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties SIA Izdevniecības nams „Petits”,
juridiskā adrese: Rīga, Peldu iela 15
vienotās reģistrācijas numurs: 40003226234,
pilnvarotajām personām:
(...)

izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas veica laikraksta „Čas” 2010.gada 8.jūnija izdevumā izplatīto reklāmu izvērtēšanu un konstatēja, ka laikrakstā tiek izplatīta reklāma, kuras izplatīšanas aizliegumu nosaka normatīvais akts.

PTAC konstatēja, ka SIA Izdevniecības nams „Petits” (turpmāk – Sabiedrība) izplatīja šādu azartspēļu reklāmu (turpmāk – Reklāma):



kur interneta adrese „www.bwin.com” norāda uz azartspēļu organizēšanas vietu, bet Reklāmā norādītā adrese ar nākošo sadaļu saskaņā ar PTAC veikto izpēti neeksistē.

2010.gada 11.jūnijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/4686-P-68, kurā informēja par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā, pieprasīja informāciju par Reklāmas devēju un līguma par Reklāmas izplatīšanu kopiju, informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām, laikiem un apjomu, kā arī informēja Sabiedrību par tās tiesībām sniegt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

2010.gada 5.jūlijā PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 30.jūnija vēstule Nr.123, kurā Sabiedrība sniedz informāciju, ka Reklāmas izplatīšana ir pārtraukta ar 2010. gada 15.jūniju. Saskaņā ar iesniegto dokumentu Reklāma tika izplatīta laika posmā no 2010.gada 8.jūnija līdz 14.jūnijam, kopā 7 reizes dažādos preses izdevumos. Sabiedrība informē, ka rakstisks līgums ar Reklāmas devēju *BWIN International Ltd* par tās izvietojumu laikrakstā nav noslēgts. Reklāmas izplatīšanas nosacījumi tika saskaņoti elektroniski. Sabiedrība kļūdaini norāda uz PTAC jau pieņemtu lēmumu par Reklāmas izplatīšanas aizliegumu. Sabiedrība arī norāda, ka *BWIN International Ltd* reklāmas tika izplatītas arī citos masu informēšanas līdzekļos. Vienlaicīgi Sabiedrība informē, ka Reklāmā norādītajā interneta adresē iedzīvotājiem bija pieeja pasaules futbola čempionāta tiešraidēm. Ņemot vērā, ka PTAC rīcībā šādas informācijas nebija, 2010.gada 12.jūlija vēstulē Nr. 21-06/5469-P-68 PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt skaidrojumu un pierādījumus par minēto faktu. 2010.gada 26.jūlijā PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 21.jūlija vēstule Nr.130, kurā Sabiedrība paskaidro, ka tā ir maldināta par futbola čempionāta spēļu skatīšanās iespēju Reklāmā norādītajā interneta adresē un atzīst savu vainu administratīvā pārkāpuma izdarīšanā. Sabiedrība sīkāk paskaidro par tās nesekmīgo mēģinājumu iegūt PTAC pieprasītos pierādījumus. Vienlaicīgi Sabiedrība lūdz, pieņemot lēmumu administratīvā pārkāpuma lietā, ņemt vērā tās finansiālo stāvokli.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji atkārtoti norādīja Sabiedrības vēstulēs jau minēto par pārkāpuma rašanās apstākļiem un izteica nožēlu par izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos lietas materiālus, PTAC secina:

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 konstatē, ka Reklāma ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu, jo interneta mājas lapā www.bwin.com (turpmāk – mājas lapa), kura norādīta Reklāmā, ir konstatējams, ka piedāvātās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību. Līdz ar to mājas lapā rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējas kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu, tiek veicināta mājas lapā organizēto interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāma atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē. Savukārt interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietas adreses iekļaušana Reklāmā liecina, ka Reklāmas objekts ir azartspēles.

Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.* Tādējādi, izplatot Reklāmu laikrakstā, 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 izplatīšanas aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

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.*

Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību,* savukārt AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām.*

Likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanu, publicēšanu, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” 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, t.i. – laikrakstā.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība, izplatot Reklāmu, nav ievērojusi Reklāmas likuma 12.panta ceturto daļu, tā izdarot Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā „Par normatīvo

aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu” paredzēto 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.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus un ņemot vērā to, ka Reklāmas izplatīšana ir pārtraukta un tās negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi, PTAC secina, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1., 2., 3., 4. un 6.punktā minētos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu un ņemot vērā LAPK 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, Sabiedrībai piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, kas paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā, uzliekot naudas sodu.

PTAC uzskata, ka 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 un 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.*¹ 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 iepriekš minēto, 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 atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

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

¹ Māris Baltais. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.

normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu juridiskajām personām —līdz desmittūkstoš latiem.

Saskaņā ar LAPK 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas, proti, aizliegtas azartspēļu reklāmas izplatīšanu 7 reizes dažādos preses izdevumos laika posmā no 2010.gada 8. jūnija līdz 14.jūnijam, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 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 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 atkārtosšanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu, proti, Sabiedrība ir atzinusi savu vainu administratīvā pārkāpuma izdarīšanā, izteikusi nožēlu par pieļauto pārkāpumu un nekavējoties to pārtraukusi, un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā Reklāmas apjomu, izdarītā pārkāpuma raksturu un tā iespējamo negatīvo ietekmi, lietā esošo informāciju par Sabiedrības mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošo apstākļu esamību, kā arī tiesiskās vienlīdzības principu, ņemot vērā citām personām piemēroto sodu par analogu administratīvo pārkāpumu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 350,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā lietas apstākļus.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 14.¹ pantu, 22. pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 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, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 12.panta ceturto daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piekto daļu,

n o l e m t s:

uzlikt SIA Izdevniecības nams „Petits”

juridiskā adrese: Rīga, Peldu iela 15

vienotās reģistrācijas numurs: 40003226234

naudas sodu Ls 350,00 (trīs simti piecdesmit) apmērā

Pieņemto lēmumu SIA Izdevniecības nams „Petits” 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.

(...)

IZRAKSTS PAREZS