



LATVIJAS REPUBLIKAS EKONOMIKAS MINISTRIJA
PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 • tālr. (+371) 67388624 • fākss (+371) 67388634 • e-pasts: ptac@ptac.gov.lv

LĒMUMS

Rīgā

2008.gada 24.oktobrī

Nr. E03-RIG-445

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktā likumīguma pārkāpumu un Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta pirmajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu

Patērētāju tiesību aizsardzības centra Reklāmas un e-komercijas uzraudzības daļas vadītāja Ināra Kanela,
piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Modena Motors”,
personas ieņemamais amats: pilnvarotajai pārstāvei
vārds, uzvārds: (...)
personas kods: (...)
juridiskā adrese: Ulmaņa gatve 114/3, Rīga,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003074815,
izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas 2008.gada 17.septembrī uzsāka izvērtēt SIA „Modena Motors” (turpmāk – Sabiedrība) laikrakstā „Час” (11.09.2008.) izplatīto automašīnas Alfa Romeo KLUBS 159 reklāmu (turpmāk – Reklāma).

2008.gada 18.septembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/7611, kurā informēja par Ministru kabineta 2004.gada 20.jūlija noteikumu Nr.608 “Noteikumi par marķējumā un reklāmas publikācijās patērētājiem sniedzamo informāciju par jaunu vieglo automobiļu degvielas patēriņu un CO₂ izplūdi” (turpmāk – Noteikumi) 15.punkta neievērošanu Reklāmā un aicināja Sabiedrību izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

2008.gada 13.oktobrī PTAC saņēma Sabiedrības 2008.gada 9.oktobra vēstuli Nr.9.10/1 *Par viedokļa izteikšanu saistībā ar Alfa Romeo KLUBS 159 reklāmu*. Vēstulē Sabiedrība atvainojas par radušos situāciju saistībā ar Reklāmu. Sabiedrība paskaidro, ka pirms reklāmu izplatīšanas Sabiedrība veic to saskaņošanu ar automašīnu ražotāju Itālijā un to oficiālo importētāju Igaunijā, un saskaņošanas apgrūtinātā procesa dēļ radies pārpratums ar sūtītajiem maketiem, kā rezultātā reklāmas makets drukāšanai latviešu valodā saturēja minēto informāciju, ko apliecina 2008.gada 11.septembra laikrakstā „Diena” publicētā reklāma, bet tā iztrūka krievu valodas maketā.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC norāda tālāk 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 popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem*. Laikrakstā izplatītais materiāls nepārprotami veicina tajā attēlotās automašīnas popularitāti un pieprasījumu pēc tās.

Reklāmas likuma 7.panta otrā daļa nosaka, ka *papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu vai izplatīšanas kārtību (arī reklāmas izplatīšanas kārtību atsevišķos masu informācijas līdzekļos) nosaka Ministru kabinets*.

Reklāmā nav ievēroti Noteikumu 15.punkta nosacījumi, kas nosaka, ka *visos drukātajos reklāmas materiālos, kas paredzēti patērētājam, norāda oficiāli noteikto degvielas patēriņu un CO₂ izplūdes skaitlisko lielumu, izņemot gadījumus, ja reklāmas publikācijā ir iekļauta atsauce tikai uz tirdzniecības marku kopumā, nenorādot konkrētus automobiļu modeļus*.

PTAC konstatē, ka Reklāmā vieglajam automobilim nav norādīts oficiāli noteiktais degvielas patēriņš un CO₂ skaitliskais lielums, tādā veidā neievērojot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC konstatē Reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām.

Saskaņā ar Reklāmā norādīto informāciju un Reklāmas likuma 10.panta pirmo daļu, kas nosaka, ka *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*, Sabiedrība ir uzskatāma par Reklāmas devēju.

Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem*.

Administratīvā procesa likuma 65.panta trešā daļa nosaka: *Ja piemērojamā tiesību normā noteikts, ka administratīvais akts izdodams, bet nav noteikts tā konkrētais saturs (satura izvēles administratīvais akts), iestāde izdod šo aktu, ievērojot piemērojamā tiesību normā noteiktos ietvarus, un šajos ietvaros, pamatodamās uz lietderības apsvērumiem, nosaka administratīvā akta saturu”*.

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, ņemot vērā Reklāmas formātu un to, ka Reklāma jau ir izplatīta un nav iespējams veikt tajā izmaiņas un nav lietderīgi to atsaukt, PTAC secina, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.-4. un 6.punktā noteiktos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu. Tādējādi Sabiedrība tiks motivēta nepieļaut atkārtotu pārkāpumu, izplatot reklāmas. 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.).

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta 2.punktam viens no Reklāmas likuma mērķiem ir *aizsargāt personu, kā arī kopumā visas sabiedrības intereses reklāmas jomā.* Tādējādi, sniedzot reklāmu, reklāmas devējam jānodrošina, lai personas intereses netiktu aizskartas, t.i. – persona saņemtu normatīvajos aktos noteikto informācijas apjomu.

Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 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 Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā pārkāpumu nevar uzskatīt par maznozīmīgu, jo, ņemot vērā Reklāmas formātu, tā ir pieejama pēc tās izplatīšanas laika beigām un ar tās izplatīšanu patērētāja tiesības ir aizskartas neatgriezeniski.

Ņemot vērā minētos apstākļus un to, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 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 atkārtotā, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 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.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta pirmajā daļā, kurā noteikts, ka *par noteiktās kārtības pārkāpšanu*

reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā juridiskajām personām uzliek naudas sodu līdz tūkstoš latiem.

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 aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtosānās atturošām.

Izvērtējot visus lietā esošos apstākļus, administratīvo atbildību pastipriņoši apstākļi nav konstatēti. Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.panta pirmo daļu PTAC par administratīvo atbildību mīkstinošu apstākli atzīst to, ka Sabiedrība nožēlo izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā Reklāmas apjomu, izplatīšanas formātu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, pārkāpēja mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošo apstākli un atbildību pastipriņošo apstākļu neesamību, PTAC uzskata, ka par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā, Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 100.00, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmo daļu, 166.¹³ panta pirmo 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 1.pantu, 7.panta otro daļu, 10.panta pirmo daļu, 10.panta trešo daļu un Noteikumu 15.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt SIA „Modena Motors”,
juridiskā adrese: Ulmaņa gatve 114/3, Rīga,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003074815,
naudas sodu 100,00 Ls (viens simts).

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs: Patērētāju tiesību aizsardzības centrs
Reģistrācijas Nr. 90000068854
Konts Nr. LV30TREL2120030260100
Saņēmēja iestāde: Valsts kase, kods TREL22.

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-RIG-445. Ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.

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

Reklāmas un e-komercijas
uzraudzības daļas vadītāja (paraksts) I.Kanela

IZRAKSTS PAREIZS