

## PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

(LV - 1013, Rīga, K.Valdemāra 157, tālr. 67388624)

## L Ē M U M S Nr. E03-RIG-327

Rīgā

2007.gada 31.jūlijā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra Reklāmas un e-komercijas uzraudzības daļas vadītāja Ināra Kanela,

piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „FORUM CINEMAS”

(...)

juridiskā adrese: Rīgā, 13.janvāra ielā 8

reģistrācijas numurs: 000313648,

izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

2007.gada 29.jūnijā Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk tekstā – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas uzsāka kinoteātra „Coca-Cola Plaza” telpās izplatītās alkoholiskā dzēriena *MARTINI* reklāmas atbilstības normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

Minētajā datumā PTAC darbinieks konstatēja, ka kinoteātra „Coca-Cola Plaza” telpās 13.janvāra ielā 8, Rīgā, 1.stāvā uz grīdas vairākās vietās ir atveidoti apļveida grafiski zīmējumi, uz kuriem atveidots alkoholiskā dzēriena *MARTINI* logo, kā arī uzraksts „*OCEAN'S 13*”. Kinoteātra „Coca-Cola Plaza” otrajā stāvā vairākās vietās bija novietoti balti taisnstūra reklāmas stendi, uz kuriem bija atveidoti apļveida grafiski zīmējumi, un uz tiem bija atveidots alkoholiskā dzēriena *MARTINI* logo, kā arī uzraksts „*OCEAN'S 13*”, kā arī ir sniegta šāda informācija: „*MARTINI the official drink of OCEAN's 13*”. Iepriekš minētais bija atveidots arī uz balta auduma, kas bija novietots kinoteātra „Coca-Cola Plaza” otrajā stāvā tieši virs restorāna un bāra „caSa blanca” nosaukuma un kinoteātra „Coca-Cola Plaza” 8.,9. un 10. zāles informatīvās norādes.

2007.gada 29.jūnijā PTAC nosūtīja SIA „FORUM CINEMAS” vēstuli Nr. 21-06/5092, kurā, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu, izteica SIA „FORUM CINEMAS” aicinājumu rakstveidā līdz 2007.gada 13.jūlijam izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā, kā arī, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja SIA „FORUM CINEMAS” līdz 2007.gada 13.jūlijam sniegt PTAC informāciju par reklāmas devēju, kā arī līguma vai cita darījumu apliecinājošu dokumenta, pamatojoties uz kuru reklāma kinoteātra „Coca-Cola Plaza” telpās tika izplatīta, kopiju.

2007.gada 16.jūlijā PTAC saņēma SIA „FORUM CINEMAS” 2007.gada 12.jūlija vēstule, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

Visi reklāmas materiāli, kas tika izstādīti k/t „Coca-Cola Plaza” telpās no 13.06. – 12.07. un satur alkoholiskā dzēriena *MARTINI* logo, ir izstādīti, pamatojoties uz līgumu Nr. FO 02/06-07 starp SIA „PPD MP” un SIA „FORUM CINEMAS”. Pēc savstarpējā līguma par izvietoto reklāmas materiālu saturu pilnībā atbild reklāmas devējs SIA „PPD MP”.

Izvērtējot kopumā visus 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 (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem”.*

Iepriekš minētie kinoteātra „Coca-Cola Plaza” telpās vairākās vietās izvietotie dažāda veida reklāmas materiāli, uz kuriem atveidots arī alkoholiskā dzēriena *MARTINI* logo, (turpmāk tekstā – Reklāma) atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo tie ietver sevī paziņojumu sabiedrībai par saimniecisko darbību – alkoholiskā dzēriena - vermuta *MARTINI*- apriti, kas veicina tā popularitāti un/vai pieprasījumu pēc tā.

No administratīvās lietas materiālos esošās informācijas PTAC konstatē, ka uzraksts „*MARTINI*” ir analogs alkoholiskā dzēriena (vermuta) ar tādu pašu nosaukumu logo uz dzēriena etiķetes. Šāds dzēriens tiek pārdots tirdzniecības vietās Latvijā un Reklāmas auditorija uzrakstu „*MARTINI*” identificē ar tāda paša nosaukuma alkoholisko dzērienu. PTAC norāda, ka Alkoholisko dzērienu aprites likums nenosaka pazīmes, pēc kurām var konstatēt reklāmas esamību vai neesamību. Arī preces zīmols var pildīt reklāmas funkciju Reklāmas likuma 1.panta izpratnē

Reklāmas likuma 3.pants 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.pants nosaka, ka „*Papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos”.*

Alkoholisko dzērienu aprites 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, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, Reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām.

Reklāmas likuma 12.pants nosaka, ka „*Reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam”.*

Ņemot vērā iepriekš minēto, SIA „*FORUM CINEMAS*” atbilst Reklāmas izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Reklāmas likuma 12.panta otrā daļa nosaka, ka „*Reklāmas izplatītājs ir tiesīgs izplatīt reklāmu jebkādā veidā, ja tā atbilst šā likuma un citu normatīvo aktu prasībām, kā arī līgumam, kas noslēgts starp reklāmas izplatītāju un reklāmas devēju vai tā pilnvarotu personu”.*

Ņemot vērā iepriekš minēto, SIA „*FORUM CINEMAS*” nebija tiesīga izplatīt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu.

Administratīvā procesa likuma 1.panta trešā daļa nosaka, ka „*Administratīvais akts ir uz āru vērsts tiesību akts, ko iestāde izdod publisko tiesību jomā attiecībā uz individuāli noteiktu personu vai personām, nodibinot, grozot, konstatējot vai izbeidzot konkrētas tiesiskās attiecības vai konstatējot faktisko situāciju”.*

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”.*

Reklāmas likuma 15.panta ceturtā daļa nosaka: *„Ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču markējuma vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai uzņēmēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz reklāmas izplatīšanu; 4) pieprasa reklāmas atsaukumu; 5) lemj par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un par administratīvā soda piemērošanu likumā noteiktajā kārtībā”.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC secina, ka SIA „FORUM CINEMAS” nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1-4.punktā noteiktos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, uzsākot lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā.

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta otrajai daļai viens no Reklāmas likuma mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā. Tādējādi, sniedzot reklāmu, reklāmas devējam jānodrošina, ka nevienas sabiedrības daļas intereses netiktu aizskartas.

Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzlikt 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 no lietas materiāliem izriet, ka SIA „FORUM CINEMAS” ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu.

Nosakot SIA „FORUM CINEMAS” uzliktamo naudas soda apmēru, tiek ņemts vērā tas, ka nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu reklāmas izplatīšanā iesaistītās personas no administratīvā pārkāpuma izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās, kā arī tiek ņemts vērā tālāk minētais:

SIA „FORUM CINEMAS” tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166<sup>13</sup>.panta pirmajā daļā, kurā noteikts, ka *„Par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā –uzliek naudas sodu fiziskajām personām līdz simt piecdesmit latiem, bet juridiskajām personām – līdz piecsimt latiem”.*

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”.*

Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrā daļa nosaka, ka *„Uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus”.* Administratīvās lietas izskatīšanas gaitā nav konstatēti ne administratīvo atbildību mīkstinoši, ne pastiprinoši apstākļi.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta otro daļu, 34.panta pirmās daļas 2.punkts, 166.<sup>13</sup> panta pirmo daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 75.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu,

**n o l e m t s:**

uzlikt SIA „FORUM CINEMAS”,  
juridiskā adrese:  
reģistrācijas numurs:

naudas sodu Ls 50.00 (piecdesmit) apmērā

Z.v.

Patērētāju tiesību aizsardzības centra  
Reklāmas un e-komercijas uzraudzības  
daļas vadītāja Ināra Kanela

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta otro daļu 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.

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

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-RIG-327. Ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.