

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

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

L Ē M U M S Nr. E03-RIG-40

Rīgā

2008.gada 31.janvārī

Patērētāju tiesību aizsardzības centra Reklāmas un e-komercijas uzraudzības daļas vadītāja Ināra Kanela,
 piedaloties akciju sabiedrības „Cēsu alus”,
 vienotās reģistrācijas numurs: 40003030721,
 juridiskā adrese: Cēsu rajons, Cēsis, Aldaru laukums 1,
 pilnvarotajiem pārstāvjiem-
 (...),
 (...),
 izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

2007.gada 29.novembrī Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk tekstā – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas uzsāka 2007.gada 24.novembra laikraksta „Diena” pielikumā *Sestdiena* izvietotās reklāmas *CĒSU PREMIUM TOSTU KONKURSS* atbilstības normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

2007.gada 10.decembrī PTAC nosūtīja a/s „Cēsu alus” vēstuli Nr. 21-06/10245, kurā norādīja uz iepriekš minētās reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu, izteica aicinājumu līdz 2007.gada 27.decembrim izteikt viedokli administratīvajā lietā.

2008.gada 2.janvārī PTAC saņemta a/s „Cēsu alus” 2007.gada 27.decembra vēstule Nr.3116 ar pielikumu, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

PTAC vēstulē neprecīzi norādīts minētā tostu konkursa nosaukums, jo saskaņā ar konkursa noteikumiem un balvā – uzvarētāja un viņa iesūtītā tosta publikācijā, kas vienlaicīgi kalpo kā informācijas nesējs par šādu konkursu un kas ievietots 2007.gada 24.novembra laikraksta „Diena” pielikumā „Sestdiena”, nevienā vietā nav norādes, ka konkurss ir „CĒSU PREMIUM TOSTU KONKURSS”, ir skaidri un nepārprotami norādīts konkursa nosaukums: Tostu konkurss „Pagarini jauno gadu!”

A/s „Cēsu alus” rīkotais tostu konkurss nav vērst uz alkoholisko dzērienu lietošanas reklamēšanu, vēl jo mazāk ir paredzēts kā kāda konkrēta a/s „Cēsu alus” produkta pirkšanas veicināšana, jo saskaņā ar konkursa noteikumiem piedalīšanās konkursā ir iespējama ikvienai personai, kura sasniegusi 18 gadu vecumu. Piedalīšanās konkursā ar SMS starpniecību ir saistīta ar naudas izdošanu, tostu tomēr parasti mēdz teikt pirms alkohola lietošanas, bet alkohola lietošana nav nepieciešama tosta teikšanas sastāvdaļa. Vienīgā prasība, lai piedalītos konkursā – tosta teksta nosūtīšana ar SMS vai ievietošana interneta vietnē www.cesusaluts.lv.

A/s „Cēsu alus” norāda, ka viena no balvām saskaņā ar konkursa noteikumiem ir katras nedēļas uzvarētāja vārda, uzvārda un viņa iesūtītā tosta publicēšana laikraksta „Diena” pielikumā „Sestdiena”, tosta tekstu papildinot ar atbilstošu mākslinieka karikatūru. Konkursa izsludinātās iknedēļas balvas maketā laikrakstā neparādās a/s „Cēsu alus” produkts.

No iepriekš minētā izriet, ka konkursa mērķis gan pēc tā nosaukuma, gan pēc piedalīšanās veida nav vērsts uz a/s „Cēsu alus” ražoto alkoholisko dzērienu popularitātes vai pieprasījuma pēc tiem veicināšanu, bet šī pazīme saskaņā ar Reklāmas likumu (likuma 1.pants) ir nepieciešama reklāmas sastāvdaļa. Tāpat a/s „Cēsu alus” norāda, ka sākotnēji, gatavojot konkrētās iknedēļas balvas maketu un zinot konkursa un maketa mērķi – informācijas nesējs par a/s „Cēsu alus” izsludinātā konkursa „Pagarini Jauno gadu” uzvarētājiem, tika uzskatīts un konkrētā tiesību norma tika saprasta tā, ka šī nav pielīdzināma alkoholisko dzērienu reklāmai, uz kuru atteiktos Alkoholisko dzērienu aprites likuma normas.

Sakarā ar to a/s „Cēsu alus” izsaka lūgumu PTAC, pieņemot galīgo lēmumu, ņemt vērā iepriekš minētos argumentus, kā arī samērīguma un lietderības principus.

2008.gada 7.janvārī PTAC nosūtīja a/s „Cēsu alus” vēstuli, kurā paziņoja par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu 2008.gada 24.janvārī.

2008.gada 11.janvārī faksimila veidā (oriģinālā vēstule PTAC tika saņemta 2008.gada 17.janvārī) saņemta a/s „Cēsu alus” vēstule, kurā izteikts lūgums administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu pārcelt uz citu laiku.

2008.gada 18.janvārī PTAC nosūtīja a/s „Cēsu alus” vēstuli Nr. 21-06/542, kurā paziņoja, ka administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšana notiks 2008.gada 31.janvārī.

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”*.

2007.gada 24.novembra laikraksta „Diena” pielikumā *Sestdiena* izvietotā a/s „Cēsu alus” tālāk minētā informācija: a/s „Cēsu alus” zīmols „CĒSU”, zem kura novietots vārds „PREMIUM”. Zem iepriekš minētā uzraksta ir izvietots teksts (*„Vīrietis ar potenciālu, tas ir vīrietis ar potenci un alu – tad iedzēsim šo alu, lai vīriešiem Jaunajā gadā labs potenciāls!”*). Tālāk seko tekstuāla informācija: TOSTU KONKURSS „PAGARINI JAUNO GADU!” 1.posma uzvarētājs (Vārds Uzvārds). Pēc tam seko informācija, kurā izteikts aicinājums piedalīties konkursā (*„Piedalies arī tu un izmanto iespēju svinēt jauno gadu februārī – Malaizijā un Singapūrā!*

Iepriekš minētā informācija atbilst reklāmas (turpmāk tekstā – Reklāma) definīcijai Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo ietver sevī paziņojumu, adresētu sabiedrībai, par a/s „Cēsu alus” saimniecisko darbību – alus „*Cēsu Premium*” ražošanu, kas veicina tā popularitāti un/vai pieprasījumu pēc tā.

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

Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.pants reglamentē alkoholisko dzērienu reklāmā ietveramo informāciju, kur tā 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 par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, Reklāma neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai.

Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa 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”.

A/s Cēsu alus” atbilst reklāmas devēja statusam Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo, izplatot Reklāmu, tiek veicināts a/s „Cēsu alus” komerciālais labums.

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”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, a/s „Cēsu alus” nebija tiesīga sniegt 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, pamatojamās 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, t.i. – faktu, ka Reklāmas izplatīšana ir beigusies un nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma (pārkāpuma izdarīšanas brīdī spēkā esošajā redakcijā) 15.panta ceturtās daļas 1.-4.punktā noteiktos tiesiskos pienākumu, PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, nolēma piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, uzsākot lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā.

PTAC nepiekrīt a/s „Cēsu alus” vēstulē norādītajam argumentam, ka Reklāma neatbilst Reklāmas likuma 1.pantā ietvertajai definīcijai. Vērtējot informācijas vai pasākuma atbilstību reklāmai izvirzāmajām prasībām, tiek ņemts vērā iespaids un asociācijas, kādu informācija var atstāt cilvēku apziņā. Konkrētajā gadījumā a/s „Cēsu alus” izvietotajā informācijā tika ietverts ne tikai uzņēmuma zīmols „Cēsu”, bet arī vārds „PREMIUM”. A/s „Cēsu alus” mājas lapā www.cesualus.lv sadaļā „Produkti” ir norāde, ka viens no a/s „Cēsu alus” ražotajiem produktiem ir alus „Cēsu Premium”. Vērtējot iepriekš minēto informāciju kopumā, PTAC secina, ka tā pilda a/s „Cēsu alus” ražotā produkta „Cēsu Premium” reklamēšanas funkciju Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

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 mīkstinājošos 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 a/s „Cēsu alus” ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu.

Administratīvās lietas izskatīšanas gaitā nav konstatēti administratīvo atbildību pastiprinoši apstākļi, bet ir konstatēti administratīvo atbildību mīkstinoši apstākļi, jo a/s „Cēsu alus” pārstāvji administratīvās lietas izskatīšanas laikā izteica nožēlu par izdarīto pārkāpumu.

Nosakot a/s „Cēsu alus” uzliedamo naudas soda apmēru, tiek ņemts vērā tas, ka nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu (Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.pants), un tā iemesla dēļ, lai atturētu reklāmas izplatīšanā iesaistītās personas no administratīvā pārkāpuma izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošānās, kā arī tiek ņemts vērā tālāk minētais:

Izvērtējot Reklāmu, ņem vērā Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, pasniegšanas veidu un noformējumu, kā arī Reklāmas izplatīšanas ilgumu, kas nebija vienreizēja Reklāmas izplatīšana, jo Reklāmā izteiktā aicinājuma darbības laiks bija no 15.11.2007.-15.01.2008.

A/s „Cēsu alus” tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa (pārkāpuma izdarīšanas brīdī spēkā esošajā redakcijā) 166.¹³ 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*”.

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 uzliedamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām, kā arī a/s „Cēsu alus” finansiālo stāvokli, kas ar šo lēmumu tiek ietekmēts nebūtiski. Izvērtējusi iepriekš minētos apstākļus un apsvērumus, PTAC uzskata, ka ir uzliedams naudas sods Ls 200.00 apmērā par Reklāmas likuma noteikumiem neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu, 166.¹³ panta pirmo daļu, 215.⁴ 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 a/s „Cēsu alus”,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003030721,
juridiskā adrese: Cēsu rajons, Cēsis, Aldaru laukums 1,
naudas sodu Ls 200.00 (divi simti) apmērā.

(zīmogs)

(paraksts)

Patērētāju tiesību aizsardzības centra
Reklāmas un e-komercijas uzraudzības

daļas vadītāja

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 stāties 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-40 ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.