



LATVIJAS REPUBLIKAS EKONOMIKAS MINISTRIJA
PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

Brīvības ielā 55, Rīgā, LV – 1010 • tālr. (+371) 67388624 • fakss (+371) 67388634 • e-pasts: ptac@ptac.gov.lv

LĒMUMS

Rīgā

2014.gada 3.jūlijā

Nr. E03-PTU-K48-20

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu un negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā un trešajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta direktore/ iestādes direktora vietniece Ieva Baldiņa - Brūklīte,

piedaloties SIA „TV 3 LATVIA”

juridiskā adrese: Dzelzavas ielā 120G, Rīgā, LV-1021

reģistrācijas numurs: 40103065880

pārstāvjiem: (...)

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 13.panta pirmo daļu, 14.panta pirmās daļas 1.punktu, Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 14.panta pirmo daļu, 15.panta pirmās daļas 1.punktu, ir izvērtējis SIA „TV 3 LATVIA” (turpmāk – Sabiedrība) televīzijas kanālā LNT sniegtās reklāmas, kas iesākas ar vārdiem “*Skatītāj, vēlamies Tevi informēt! Vai Lattelecom interaktīvās televīzijas klientam ir tiesības lauzt līgumu bez līgumsoda, ja netiek pārraidīts TV3*” (turpmāk – Reklāma), un īstenotās komercprakses, sniedzot un nododot izplatīšanai Reklāmu, atbilstību normatīvo aktu prasībām.

[1] Saskaņā ar lietā esošo informāciju PTAC 2014.gada 7.aprīlī konstatēja, ka televīzijas kanālā LNT sniegta Reklāma, kuras sākumā ietverta šāda audiovizuāla informācija: “*Skatītāj, vēlamies Tevi informēt! Vai Lattelecom*

interaktīvās televīzijas klientam ir tiesības lauzt līgumu bez līgumsoda, ja netiek pārraidīts TV3?” Turpinājumā seko PTAC direktores Baibas Vītoliņas mutvārdos sniegta informācija: „Patērētājam ir tiesības atkāpties bez līgumsoda šajā gadījumā, tā kā ir izmaiņas būtiskajās līguma sastāvdaļās, tātad ir mainījies līguma priekšmets, par kuru patērētājs līgumu ir slēdzis, līdz ar to tādas tiesības patērētājam ir”, kā arī tekstā sniegta norāde uz personu, kas sniedz minēto informāciju, un viņas amatu. Tam seko audiovizuāla informācija: „Mums ir svarīgi, lai skatītājs zina savas tiesības!”.

[2] Sakarā ar televīzijas kanāla/programmas „TV 3” (turpmāk – TV3) retranslācijas pārtraukšanu SIA "Lattelecom” (turpmāk – Lattelecom) interaktīvās televīzijas pakalpojumu izmantotājiem kopš 2014.gada 1.aprīļa PTAC 2014.gada 2.aprīlī un 8.aprīlī izplatīja informāciju patērētājiem, iestādes mājaslapā www.ptac.gov.lv publicējot PTAC viedokli situācijā ar Sabiedrības un Lattelecom nespēju vienoties par TV3 raidīšanas nosacījumiem interaktīvajā televīzijā, kā arī informējot par PTAC pieprasījumu Sabiedrībai nekavējoties izbeigt izplatīt Reklāmu¹.

PTAC direktore arī sniedza viedokli TV3 radījuma „Bez Tabu” sižetam, kas izplatīts 2014.gada 4.aprīlī.

PTAC, konstatējot Reklāmas izplatīšanu un uzskatot, ka sniegtā Reklāma ir prettiesiska, 2014.gada 8.aprīlī vēstulē Nr.6.-1/2842 pieprasīja mediju grupai „Modern Times Group”, kurā ietilpst Sabiedrība, nekavējoties izbeigt izplatīt Reklāmu.

[3] 2014.gada 28.maijā vēstulē Nr.3.2.-1-K48/4261 PTAC informēja Sabiedrību par to, ka, pamatojoties uz Reklāmas likuma ceturtās daļas 5.punktu, NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu un Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 238.¹ panta pirmo daļu, ir pieņēmis lēmumu uzsākt lietvedību par Sabiedrības izdarīto administratīvo pārkāpumu, kas minēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu* un trešajā daļā *par negodīgu komercpraksi*, un uzaicināja Sabiedrību ierasties uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu 2014.gada 12.jūnijā, kā arī pieprasīja iesniegt lietas izskatīšanai nepieciešamo informāciju.

[4] 2014.gada 5.jūnijā un atkārtoti 2014.gada 16.jūnijā PTAC saņēma Sabiedrības lūgumu atlikt lietas izskatīšanu, lai Sabiedrība varētu pilnvērtīgi izmantot savas ar likumu garantētās tiesības. Ņemot vērā izteiktos lūgumus, PTAC attiecīgi 2014.gada 9.jūnija vēstulē Nr.3.2.-1-K48/4603 un 2014.gada 18.jūnijā vēstulē Nr.3.2.-1-K-48/4959 informēja Sabiedrību par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu attiecīgi 2014.gada 19.jūnijā un 2014.gada 3.jūlijā.

[5] 2014.gada 10.jūnijā PTAC saņēma Sabiedrības iesniegto lietas izskatīšanai nepieciešamo informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietu, laiku un apjomu.

[6] 2014.gada 23.maijā PTAC saņēma Latvijas Reklāmas asociācijas Ētikas padomes 2014.gada 15.maija lēmumu lietā Nr.01/2014² (turpmāk – Ētikas padomes lēmums), kurā nolemts atzīt Reklāmu par „neobjektīvu, maldinošu un

¹ Skat. 02.04.2014. publicēto informāciju: http://www.ptac.gov.lv/page/212&news_id=487; 08.04.2014. publicēto informāciju: http://www.ptac.gov.lv/page/212&news_id=490

² Pieejams Latvijas Reklāmas asociācijas mājaslapā: <http://www.lra.lv/index.php?module=page&item=224>

pārprotamu, kas turklāt sava maldinošā rakstura dēļ varēja ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību un kaitēt SIA „Lattelecom””, neatbilstošu Latvijas Reklāmas profesionāļu ētikas kodeksam un cita starpā Sabiedrībai izteikt brīdinājumu par pieļauto pārkāpumu. Saskaņā ar Latvijas Reklāmas profesionāļu ētikas kodeksa 3.1.apakšpunktu šis Ētikas kodekss ir saistošs visām personām, kas atzīstamas par reklāmas profesionāļiem un ir pievienojušās kodeksam (tostarp Sabiedrībai).

[7] Sabiedrības rakstveida viedokli lietā PTAC netika saņēmis. Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā 2014.gada 3.jūlijā Sabiedrības pārstāves administratīvos pārkāpumus neatzina, norādot, ka nav saprotams pamats tam, kādēļ Reklāma ir atzīta par reklāmu, jo Sabiedrības ieskatā iztrūkst būtisks elements – nolūks veicināt preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu. Sabiedrība uzskata, ka konkrētajā gadījumā tika izplatīts sižets, kas nav reklāma vai pašreklāma, un tā nolūks bija informēt patērētājus par viņu tiesībām, tādēļ nav piemērojami Reklāmas likuma noteikumi. Sabiedrības pārstāves puda viedokli, ka konkrētajā gadījumā nav konstatējams patērētāju tiesību aizskārums, jo pastāv civiltiesisks strīds starp Sabiedrību un Baibu Vītoliņu, kā arī neatzina maldinošas komercprakses īstenošanu, jo nebija ietekmēta patērētāja ekonomiskā rīcība. Lietas izskatīšanas laikā arī tika precizēts Reklāmas izplatīšanas pārtraukšanas brīdis (2014.gada 9.aprīlis).

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

1) Reklāmas likuma 13.panta pirmajā daļā noteikts, ka šā likuma ievērošanas uzraudzību veic PTAC savas kompetences ietvaros. Saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu *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*. Savukārt saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta pirmo daļu *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*. Reklāma atbilst Reklāmas likuma 1.pantā noteiktajai reklāmas definīcijai, jo tā ir vērsta uz Sabiedrības³ kā saimnieciskās darbības veicējas patērētājiem piedāvāto televīzijas pakalpojumu (televīzijas kanāla TV3) popularitātes un pieprasījuma veicināšanu, kā arī Sabiedrības tēla popularizēšanu, uz ko cita starpā norāda Reklāmā ietvertā norāde „*Mums ir svarīgi, lai skatītājs zina savas tiesības*”. Savukārt, ņemot vērā minēto un AS „Latvijas Neatkarīgā Televīzija” sniegto informāciju, Sabiedrība ir uzskatāma par Reklāmas devēju. Minēto apstiprina arī veiktā analīze Ētikas padomes lēmumā, kurā atzīts, ka Reklāma ir atzīstama par reklāmu/ komerciālu paziņojumu gan Reklāmas likuma, gan Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma izpratnē, norādot, ka „Ētikas padome nevar piekrist LNT un TV3 norādītajam, ka Reklāma nevar tikt uzskatīta par reklāmu vai pašreklāmu. (..) Reklāma nevar tikt uzskatīta kā raidījums vai sižets, kas ir raidījuma sastāvdaļa, jo neveido atsevišķu

³ SIA “TV 3 LATVIA” darbības veidi saskaņā ar Komercreģistrā iekļauto informāciju ir televīzijas programmu izstrāde un apraide

vienību programmā vai raidījumu katalogā, turklāt tā nav atdalīta no kopējās programmas ar izlaiduma datiem (...)”.

Reklāmas likuma 10.panta otrajā un trešajā daļā noteikts, ka reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu, un reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem. Līdz ar to Sabiedrība ir atbildīga par Reklāmas atbilstību normatīvajos aktos noteiktajām prasībām.

2) Izvērtējot Reklāmu, PTAC konstatē, ka Reklāmā ir ietverts PTAC direktore Baibas Vītoliņas intervijas TV3 raidījumam „Bez Tabu” audiovizuāls fragments. Ņemot vērā minēto faktu un to, ka PTAC direktore Baiba Vītoliņa kā amatpersona nav piekritusi līdzdalībai Reklāmā, secināms, ka tādējādi Sabiedrība ir pārkāpusi Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 4.punktu, kas nosaka, ka reklāmā ir aizliegts attēlot, izmantot vai citādi pieminēt fizisko personu (kā privātpersonu vai kā amatpersonu) vai tās īpašumu bez šīs personas piekrišanas, un Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, kurā noteikts, ka reklāmai ir jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi, kā arī tā nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai ir jāatbilst godīgas konkurences principiem. Reklāmā ir pārkāpts aizliegums attēlot, izmantot un citādi pieminēt Baibu Vītoliņu kā amatpersonu – PTAC direktori – bez viņas piekrišanas. Papildus, sniedzot konkrētā satura Reklāmu, kurā nav atspoguļota pilnīga un patiesa informācija, kā arī ņemot vērā tās vispārējo pasniegšanas veidu, Sabiedrība nav ievērojusi reklāmas likumīguma, patiesuma, objektivitātes, godprātīgas reklāmas prakses prasību, kā rezultātā ir mazināta sabiedrības (patērētāju) uzticēšanās reklāmai. Minēto apliecina apstākļi, ka Reklāmā izmantotā amatpersona ir PTAC kā valsts pārvaldes iestādes, kuras darbības mērķis ir efektīvas patērētāju tiesību un interešu aizsardzības nodrošināšana, direktore, kuras sniegtajam viedoklim par patērētāju tiesību jautājumiem patērētāji jo īpaši uzticas vai varētu uzticēties, kā arī turpmāk šā lēmuma 5) punktā veiktā analīze.

Līdz ar to PTAC secina, ka Sabiedrība ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu un tādējādi izdarījusi LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā noteikto administratīvo pārkāpumu *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu*.

Attiecībā uz Sabiedrības pausto viedokli par to, ka konkrētajā gadījumā pastāv civiltiesiska rakstura strīds starp Sabiedrību un Baibu Vītoliņu un tas neskar patērētāju tiesības, PTAC norāda, ka, kā minēts, Reklāmas likuma ievērošanas uzraudzību atbilstoši kompetencei veic arī PTAC, līdz ar to Reklāmas likuma noteikumu, tai skaitā tā 3. un 4.panta noteikumu, pārkāpums ir arī publiski tiesisko attiecību jautājums, ciktāl konkrētajā gadījumā tas skar patērētāju tiesību un interešu aizsardzību. Ņemot vērā iepriekš konstatēto, konkrētajā situācijā tika skartas patērētāju tiesības un intereses, pieļaujot Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas un 4.panta otrās daļas 4.punkta pārkāpumus.

3) Saskaņā ar Reklāmas likuma 2.¹panta pirmo daļu šo likumu piemēro, ja uz attiecīgo gadījumu nav attiecināms NKAL. NKAL 14.panta pirmajā daļā noteikts, ka šā likuma ievērošanas uzraudzību veic PTAC savas kompetences ietvaros. Atbilstoši NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktam, kas nosaka, ka *komercprakse ir darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība)*

vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam, Sabiedrības darbība, sniedzot un nododot izplatīšanai patērētājiem Reklāmu, ir uzskatāma par komercpraksi, jo tā ir tieši saistīta ar Sabiedrības piedāvāto televīzijas pakalpojumu (televīzijas kanāla TV3) sniegšanu patērētājam un Sabiedrība to ir veikusi savas saimnieciskās darbības ietvaros, cita starpā popularizējot Sabiedrības tēlu, uz ko arī norāda Reklāmā ietvertā norāde „Mums ir svarīgi, lai skatītājs zina savas tiesības”. Līdz ar to Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu, kas paredz, ka komercprakses īstenotājs ir *jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita fiziskā vai juridiskā persona, kas rīkojas komercprakses īstenotāja vārdā vai uzdevumā.*

Atbilstoši NKAL 4.panta pirmās daļas noteikumiem *negodīga komercprakse ir aizliegta*, un NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktā ir noteikts, ka *komercprakse ir negodīga, ja iestāties vismaz viens no šādiem nosacījumiem: [..] 2) tā ir maldinoša.*

Saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. Komercpraksi uzskata par maldinošu šādos gadījumos: (..) tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza.*

4) Sabiedrības īstenoto komercpraksi PTAC vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”), un Eiropas Kopienų tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērīgs un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.paragrāfs; C-44/01, 55.paragrāfs; C-356/04, 78.paragrāfs; C-381/05, 23.paragrāfs).

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvas (2005/29/EK, 2005.gada 11.maijs) preambulas 11.punktu ar šo direktīvu ir sasniedzama augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība, nosakot vienotu vispārēju aizliegumu tādai negodīgai komercpraktei, kas kropļo patērētāju saimniecisko rīcību. Minētās direktīvas 2.panta e) punkts nosaka, ka *būtiski kropļot patērētāja saimniecisko rīcību” nozīmē izmantot komercpraksi, lai būtiski mazinātu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tādējādi liekot patērētājam pieņemt tādas lēmumus par darījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis. Savukārt 2.panta k) punkts nosaka, ka „lēmums veikt darījumu” ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai*

attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties.

5) Izvērtējot Sabiedrības īstenoto konkrēto komercpraksi, PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu – maldinošu – komercpraksi saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu un 9.panta pirmās daļas 1.punktu, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu.

PTAC ieskatā, Sabiedrība īstenotajā komercpraksē ir sniegusi informāciju, kas faktiski mudināja patērētājus atteikties no Lattelecom interaktīvās televīzijas pakalpojumiem, pasniedzot PTAC direktores viedokli kā apgalvojumu vai pierādījumu tam, ka Lattelecom interaktīvās televīzijas pakalpojumu lietotāji var lauzt līgumu bez līgumsoda, un radot priekšstatu, ka PTAC direktore mudina lauzt noslēgtos līgumus, un kas tādējādi vispārējā pasniegšanas ziņā maldināja vai varēja maldināt vidusmēra patērētāju, kas izmanto attiecīgos pakalpojumus, liekot viņam pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi viņš nebūtu pieņēmis. To apstiprina Reklāmā prettiesiski izmantotais PTAC direktores no konteksta „izrautais” teksts *„Patērētājam ir tiesības atkāpties bez līgumsoda šajā gadījumā, tā kā ir izmaiņas būtiskajās līguma sastāvdaļās, tātad ir mainījies līguma priekšmets, par kuru patērētājs līgumu ir slēdzis, līdz ar to tādas tiesības patērētājam ir”*, kā arī pastiprina Reklāmā sniegtā audiovizuālā informācija: *„Mums ir svarīgi, lai skatītājs zina savas tiesības!”*. Reklāmā sniegtā informācija, kas ir nepilnīga, neobjektīva un pārprotama un ir tikai PTAC direktores intervijas audiovizuāls fragments raidījumam „Bez Tabu”, nedod iespēju patērētājam pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un attiecīgi izdarīt savu izvēli. Patērētāja rīcībā nav pieejama un nevar būt pieejama visa nepieciešamā informācija, lai viņš varētu saprātīgi izvērtēt Reklāmā sniegtos paziņojumus. To apstiprina gan fakts, ka Reklāmā netiek pilnībā atspoguļota visa informācija, kas tika sniegta attiecīgajam televīzijas raidījumam – piemēram, PTAC direktores viedokļa, kas sniegts raidījumam „Bez Tabu”, „turpinājums”, piemēram, par katra patērētāja izvēles brīvību, par alternatīvajiem piedāvājumiem, kurus izteikusi Lattelecom, gan arī PTAC vairākkārtīgi izplatītās preses relīzes mājaslapā – minētajos informācijas avotos patērētāji tieši pretēji tika aicināti būt apdomīgiem un nepieņemt pārsteidzīgus lēmumus par līgumu laušanu, jo var nākties rēķināties ar citām no līguma izrietošām izmaksām, piemēram, par atlikušo iekārtas vērtību, vai var būt apgrūtināši atkal izmantot Lattelecom pakalpojumus, ja tiks atjaunota TV3 apraide interaktīvajā televīzijā, piemēram, noslēgta cita terminēta līguma dēļ. Vienlaikus konstatējams, ka atšķirībā no Reklāmas raidījumā „Bez Tabu” televīzijas skatītājiem tika nodrošināts Lattelecom viedoklis attiecībā uz konkrēto situāciju, atspoguļoti patērētāju jautājumi, sniegta informācija par TV3 pieejamību internetā u.c., kas deva plašākas iespējas skatītājiem izvērtēt piedāvātos viedokļus. Tādējādi PTAC norāda, ka Sabiedrība konkrētajā gadījumā, sniedzot Reklāmu, tika negodīgi izmantojusi patērētāju uzticēšanos reklāmai.

PTAC konstatē, ka minētās komercprakses ietekmē tika vai varēja tikt būtiski negatīvi ietekmēta vidusmēra patērētāja ekonomiskā uzvedība, proti, patērētājs, ņemot vērā visus apstākļus, tās ietekmē pieņēma vai varēja pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis,

piemēram, Sabiedrības sniegtās Reklāmas ietekmē patērētājs pieņēma vai varēja pieņemt lēmumu vērsties pie pakalpojumu sniedzēja, ar kuru noslēgts līgums par Lattelecom interaktīvās televīzijas pakalpojumu sniegšanu (piemēram, veikt zvanus, vērsties elektroniskā vai citādā veidā, lai interesētos par pakalpojumu), lēmumu lauzt noslēgto līgumu par interaktīvās televīzijas pakalpojuma izmantošanu, lēmumu mainīt pakalpojumu sniedzēju u.tml., ko citādi, ja Reklāma netiktu sniegta, patērētājs nebūtu pieņēmis. Kā norādīts arī Ētikas padomes lēmumā, pie šādiem apstākļiem Reklāma ir uzskatāma „par neobjektīvu, maldinošu un pārprotamu, kas turklāt sava maldinošā rakstura dēļ varēja ieteikmēt patērētāju ekonomisko rīcību (..)”.

6) Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, secināms, ka, pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīga komercprakses aizliegumu, Sabiedrība ir izdarījusi LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā noteikto administratīvo pārkāpumu *par negodīgu komercpraksi*.

Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā noteikts: *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.* NKAL 15.panta astotā daļa nosaka: *ja Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraktei atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā.*

PTAC uzskata, ka konkrētajā gadījumā, ņemot vērā Sabiedrības sniegtās Reklāmas un īstenotās komercprakses raksturu un būtību, kā arī secinot, ka Reklāmas izplatīšana un komercprakses īstenošana pēc PTAC aicinājuma (PTAC 2014.gada 8.aprīļa vēstule Nr.6.-1/2842) ir pārtraukta kopš 2014.gada 9.aprīļa (plkst.14:00), nebūtu lietderīgi pieņemt Reklāmas likuma 15.panta ceturtnās daļas 1.-4., 6.punktā minētos lēmumus un NKAL 15.panta astotās daļas 1.,2.,3. un 4.punktā noteiktos lēmumus. Konkrētajā gadījumā, ņemot vērā LAPK 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, to, ka iespējamās kaitīgās sekas ir neatgriezeniski iestājušās, un apstākli, ka Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, kuras ietekmē vidusmēra patērētājs pieņēma vai varēja pieņemt tādu

lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai par izdarīto administratīvo pārkāpumu saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu un NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu būtu piemērojams administratīvais sods, kas paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā un trešajā daļā.

LAPK 32.panta otrajā daļā ir paredzēts, ka, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstināšos un pastiprinošos apstākļus.

Saistībā ar Sabiedrības izdarīto pārkāpumu raksturu norādāms, ka pārkāpumi nav uzskatāmi par maznozīmīgiem, jo Sabiedrība ir pieļāvusi vairākus administratīvos pārkāpumus, kuri varēja skart plašu patērētāju loku (patērētāju kolektīvās intereses) un negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību.

Atbilstoši LAPK 9.panta pirmajā daļā noteiktajam par administratīvo pārkāpumu atzīstama vainojama (ar nodomu vai aiz neuzmanības izdarīta) darbība vai bezdarbība. Tādējādi vispārējā gadījumā administratīvā pārkāpuma lietā jākonstatē pie atbildības saucamās personas vaina. Ar vainu saprotama fiziskās personas subjektīvā psihiskā attieksme pret nodarījumu. Kā norādīts tiesību literatūrā, juridisko personu atbildības noteikšanā vainas jautājums nevar būt risināms veidā, kādā tiek noteikta fizisko personu vaina. Tāpēc juridiskās personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus, proti, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt normatīvo aktu, par kuru pārkāpšanu paredzēta administratīvā atbildība, ievērošanu, un, vai juridiskā persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo normatīvo aktu ievērošanu (skat. Senāta 2009.gada 5.marta sprieduma lietā Nr.SKA-19/2009 19.punktu). Konkrētajā gadījumā ir secināms, ka Sabiedrība varēja atturēties no Reklāmas nodošanas izplatīšanai un nodrošināt normatīvo aktu ievērošanu, sniedzot Reklāmu un īstenojot komercpraksi.

Vērtējot Sabiedrību no tās personības (reputācijas) viedokļa, PTAC atzīmē, ka 2014.gada 29.maijā PTAC pieņēma lēmumu Nr.E03-PTU-K34-16, ar kuru Sabiedrība saukta pie administratīvās atbildības, uzliekot administratīvo sodu 5000.00 EUR apmērā, par LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā minētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu, proti, par negodīgas komercprakses īstenošanu.

Izskatot lietu, nav konstatēti atbildību mīkstināšie un atbildību pastiprinošie apstākļi (LAPK 33. un 34.pants).

Vērtējot Sabiedrības mantisko stāvokli un tā kā Sabiedrība pēc PTAC lūguma lietā nav iesniegusi jebkādu informāciju, kas raksturo Sabiedrības mantisko stāvokli, PTAC ņem vērā aktuālo publiski pieejamo informāciju (*Lursoft* datu bāze) par tās finanšu rādītājiem par 2012.gadu.

Ņemot vērā to, 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 atkārtošanās, PTAC uzskata, ka nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu. PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā

komercdarbībā nepieļaut līdzīga rakstura 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. 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.

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 ar normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu fiziskajām personām no trīsdesmit pieciem līdz septiņsimt *euro*, bet juridiskajām personām — no septiņdesmit līdz četrpadsmit tūkstoš *euro*. Saskaņā ar LAPK 166.¹³ panta trešo daļu par negodīgu komercpraksi uzliek naudas sodu fiziskajām personām no trīsdesmit pieciem līdz septiņsimt *euro*, bet juridiskajām personām — no septiņdesmit līdz četrpadsmit tūkstoš *euro*.

Ņemot vērā iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, būtību, pārkāpuma izdarīšanas laiku un apstākļus, Reklāmu izplatīšanas laiku, vietu un apjomu, proti, vairākos televīzijas kanālos (LNT, TV6 lv, Kanāls 2) ar attiecīgu Reklāmas izplatīšanas biežumu laika posmā no 2014.gada 4.aprīļa līdz 14.aprīlim, Sabiedrības personību (reputāciju), atbildību pastiprinošo un mīkstinošo apstākļu neesamību, kā arī iepriekšējo PTAC praksi, piemērojot administratīvos naudas sodus par normatīviem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu un negodīgas komercprakses īstenošanu, PTAC uzskata, ka par Reklāmas sniegšanu un konkrētās negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods 6000.00 EUR apmērā, kas konkrētajā gadījumā ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, īpaši ņemot vērā patērētāju kolektīvajām ekonomiskajām interesēm radīto apdraudējumu un nepieciešamību Sabiedrību un citus tirgus dalībniekus atturēt no turpmākas šādas Reklāmas sniegšanas un komercprakses īstenošanas.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 2.punktu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 15.panta pirmo daļu un astoto daļu, Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 4.punktu, 10.panta otro daļu, trešo daļu, 15.panta ceturto daļu, LAPK 9.panta pirmo daļu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.¹³ panta otro daļu un trešo daļu, 215.⁴ pantu, 240.pantu, 271.panta ceturto daļu, 272.pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt SIA „TV 3 LATVIA”

juridiskā adrese: Dzelzavas iela 120G, Rīga, LV-1021

reģistrācijas numurs: 40103065880

naudas sodu 6000.00 EUR (seši tūkstoši euro, 00 centi) apmērā.

Pieņemto lēmumu saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu, NKAL 16.pantu, LAPK 238.pantu, 288.panta pirmo un otro daļu un 289.panta pirmo daļu SIA „TV 3 LATVIA” var pārsūdzēt Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā Rīgā, Abrenes ielā 3 normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā desmit darba dienu laikā no pilna lēmuma paziņošanas dienas, tiesai adresēto sūdzību iesniedzot Patērētāju tiesību aizsardzības centrā, Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1010.

Saskaņā ar Paziņošanas likuma 6.panta pirmo daļu, saņemot dokumentu vai informāciju uz vietas iestādē, adresāts par to parakstās, izņemot gadījumu, kad saskaņā ar normatīvajiem aktiem parakstīšanās par saņemšanu nav nepieciešama. Iestādes izsniegto dokumentu vai sniegto informāciju uzskata par paziņotu ar brīdi, kad adresāts ir parakstījis par saņemšanu. Paziņošanas likuma 8.panta trešajā daļā ir paredzēts, ka dokuments, kas paziņots kā ierakstīts pasta sūtījums, uzskatāms par paziņotu septītajā dienā pēc tā nodošanas pastā.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs:	Valsts kase Reģistrācijas numurs 90000050138
Saņēmēja iestāde:	Valsts kase BIC kods TREL LV22
Konts (IBAN)	LV12TREL1060121019400
Maksājuma mērķis:	Lēmums Nr. E03-PTU-K48-20
Pieņemšanas datums:	2014.gada 3.jūlijs

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

Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta
direktore/iestādes direktora vietniece (personiskais paraksts) Ieva Baldiņa-Brūklīte

IZRAKSTS PAREIZS