

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

2009.gada 26. martā

Nr. E03- REUD-14

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību SIA „Mobile Credit Latvia”,
juridiskā adrese: Kalpaka bulvāris 7, Rīga, LV-1010,
vienotās reģistrācijas numurs: 50003913651,
personas ieņemamais amats: prokūrists
vārds, uzvārds: Ģirts Freibergs
personas kods: (..)
un
personas ieņemamais amats: pilnvarotā pērstāve
vārds, uzvārds: (..)
personas kods: (..)

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) ir izvērtējis SIA „Mobile Credit Latvia” (turpmāk – Sabiedrība) sniegtās reklāmas Esi bez naudas? Ienāc šeit un saņem līdz 500 latiem 15 minūtēs! (turpmāk – Reklāma1), kuras izplatīšana konstatēta interneta mājas lapā www.percunpardod.lv (26.02.2009., 02.03.2009.), reklāmas Esi bez naudas? Ienāc šeit un saņem līdz 700 Ls 15 minūtēs! (turpmāk – Reklāma2), kuras izplatīšana konstatēta interneta mājas lapā www.boms.lv (23.02.2009., 26.02.2009.), kā arī Sabiedrības mājas lapā www.credit24.lv izplatītās reklāmas No pirmā klikšķa līdz naudai kontā – tikai 15 minūtes! (turpmāk – Reklāma3) atbilstību normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 8.janvārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/109, kurā PTAC informēja, ka Sabiedrības komerciālais paziņojums, kurš 2008.gada 16.decembrī e-pasta sūtījuma formā tika izplatīts interneta portālā www.inbox.lv un kurā cita starpā bija minēts: *Līdz 500 latiem 15 minūtēs. Šeit grūti vēl kaut ko piebilst. Jo Credit 24 izsniedz ātrākos un ērtākos aizdevumus Latvijā*, neatbilst normatīvo aktu

prasībām. Tādējādi PTAC aicināja Sabiedrību nodrošināt tās sniegto reklāmu materiālu atbilstību normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 14.janvārī PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 12.janvāra vēstuli, kurā Sabiedrība informēja, ka konkrētais komerciālais paziņojums ir saite uz Credit 24 mājas lapu, kurā ieejot klients spēj gūt pilnīgu informāciju par sniegto pakalpojumu. 2009.gada 20.janvārī PTAC konstatēja, ka Sabiedrības izplatītais komerciālais paziņojums, kur cita starpā minēts: *Līdz 1000 latiem 15 minūtēs*, atbilst normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 5.martā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 21-06/1703, kurā PTAC informēja Sabiedrību par Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 neatbilstību normatīvo aktu prasībām. Vienlaikus PTAC informēja Sabiedrību par PTAC lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu, par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku, kā arī informēja Sabiedrību par tās Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmajā daļā noteiktajām tiesībām izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā. PTAC aicināja Sabiedrību rakstveida viedokli un argumentus iesniegt līdz 2009.gada 23.martam. Papildus PTAC pieprasīja Sabiedrībai iesniegt informāciju par Reklāmas1 un Reklāmas2 izplatīšanas vietām un laikiem.

2009.gada 23.martā PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli, kurā Sabiedrība sniedza informāciju, ka Reklāma1 tika izvietota tikai mājas lapā www.percunpardod.lv no 2008.gada 24.novembra līdz 2009.gada 9.martam. Savukārt Reklāma2 tika izplatīta ar „AdClick.lv” starpniecību „AdClick.lv” sadarbības partneru mājas lapās pēc rotācijas principa, mijoties ar citu „AdClick.lv” klientu reklāmām, laika periodā no 2009.gada 3.februāra līdz 2009.gada 9.martam. Vēstulei pievienotajā sarakstā ir norādīti visi „AdClick.lv” partneri, kuros bija iespējama Reklāmas2 izvietošana, kopā 97 mājas lapas.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji iesniedza paskaidrojumu, kurā Sabiedrība uzskata, ka administratīvā pārkāpuma lieta ir jāizbeidz šādu iemeslu dēļ:

1. Reklāmā1 un Reklāmā2 Sabiedrība nereklamē iespēju kreditēt patērētāju vai sniegt tam aizdevumu, bet ieinteresē patērētāju ieiet Sabiedrības mājaslapā un tur iepazīties ar Sabiedrības piedāvātajiem pakalpojumiem. Savukārt Sabiedrības mājaslapā ir ietverti visi normatīvajos aktos noteiktās prasības;
2. Saskaņā ar Informācijas sabiedrības pakalpojuma likuma 1.panta trešo daļu par komerciālo paziņojumu neuzskata informāciju, kas dod iespēju tieši piekļūt vispārējai informācijai par pakalpojuma sniedzēju un tā darbību, kā tas ir šajā gadījumā;
3. Sabiedrības ieskatā nevar uzskatīt, ka Sabiedrības reklāma ir nelikumīga, nepatiesa vai nav objektīva saskaņā ar Reklāmas likuma 3.pantu, jo konkrētās reklāmas reklamē Sabiedrības tēlu un zīmolu;
4. Saskaņā ar Reklāmas likuma 14.pantu uzraudzības iestādei ir jāizvērtē reklāmas atbilstība normatīvo aktu prasībām 20 dienu laikā, kad tā pēc savas iniciatīvas ir uzsākusi izvērtēt reklāmas atbilstību normatīvajiem aktiem. Tā kā paziņojumu par lietvedības uzsākšanu Sabiedrībai tika nosūtīts 2009.gada 5.martā, termiņš reklāmas izvērtēšanai ir beidzies.

Vienlaicīgi Sabiedrības pārstāvji informēja, ka Sabiedrība savās reklāmās ir novērsusi normatīvo aktu pārkāpumus un apņemas turpmāk ievērot normatīvo aktu prasības.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC norāda:

Reklāmas likuma 1.pantā ir noteikts, 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.*

Izvērtējot Reklāmā1, Reklāmā2 un Reklāmā3 sniegto informāciju, no kuras izriet piedāvājums „Ienākt un saņemt” konkrētu naudas summu, vienlaicīgi norādot Sabiedrības logo „Credit24 Aizdevums tieši laikā”, secināms, ka minētās reklāmas ir uzskatāmās par reklāmām Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, kurās tiek piedāvāta iespēja saņemt kredītu.

Saskaņā ar Reklāmā1 un Reklāmā2 redzamo Credit24 logo, kas vienlaicīgi darbojas kā saite uz mājas lapu www.credit24.lv, kā arī mājas lapā www.credit.24.lv 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 Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 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.*

Reklāmas likuma 2.panta 1.punkts paredz, ka *šā likuma mērķis ir reglamentēt reklāmas izgatavošanu un izplatīšanu, kā arī noteikt reklāmas izgatavošanā un izplatīšanā iesaistīto personu tiesības, pienākumus un atbildību.* Saskaņā ar Reklāmas likuma 7.panta otrā daļu *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.*

Ņemot vērā, ka Reklāma1, Reklāma2 un Reklāma3 ir atzīstamas par reklāmām, kurās tiek piedāvāta iespēja patērētājiem saņemt kredītu, PTAC norāda, ka patērētāju kreditēšanas reklāmās ietveramo informāciju reglamentē Ministru kabineta 2008.gada 25.augusta noteikumi Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” (turpmāk – Noteikumi) un saskaņā ar Noteikumu 14.2.punktu, reklamējot iespēju kreditēt patērētāju, *reklāmā ietver informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu.*

No lietas materiāliem secināms, ka PTAC 2009.gada 8.janvārī tika informējis Sabiedrību, ka Sabiedrības sniegtie reklāmas materiāli, konkrēti, interneta vietnē www.inbox.lv 2008.gada 16.decembrī izplatītais komerciālais paziņojums neatbilst Noteikumos noteiktajām prasībām, un tādējādi PTAC aicināja Sabiedrību nodrošināt Sabiedrības sniegto reklāmu materiālu atbilstību normatīvo aktu prasībām. 2009.gada 20.janvārī PTAC konstatēja, ka Sabiedrības izplatītie komerciālie paziņojumi atbilst Noteikumos noteiktajām prasībām.

2009.gada 23.februārī, 26.februārī un 2.martā PTAC konstatēja, ka Sabiedrība sniedz Reklāmu1, Reklāmu2, kā arī Reklāmu3, kurās nav ietverta Noteikumu 14.2. apakšpunktā norādītā informācija ar brīdinājumu par *nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu.* Tādējādi PTAC secina, ka Sabiedrība, reklamējot iespēju kreditēt patērētāju, sniedz normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas.

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. Par pieņemto lēmumu Uzraudzības iestāde rakstveidā informē procesa dalībniekus.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus un faktu, ka Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 izplatīšana jau ir notikusi un tādējādi negatīvās sekas ir neatgriezeniski iestājušās, 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 un citas personas tiks motivētas nepieļaut atkārtotu pārkāpumu, reklamējot iespēju kreditēt patērētāju. 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.). Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.

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, lai personas un kopumā visas sabiedrības intereses netiktu aizskartas un personas saņemtu normatīvajiem aktiem atbilstošas reklāmas.

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 no lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu patērētāju kreditēšanas reklāmu izplatīšanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

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 atkārtotāšanās, 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.*

Ņemot vērā, ka Sabiedrība Reklāmā1, Reklāmā2 un Reklāmā3 nav ietvērusi Noteikumu 14.2.apakšpunktā noteikto informāciju, Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.punktā noteikto reklāmu likumīguma prasību, respektīvi, Sabiedrība sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu. Tādējādi Sabiedrība

tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā, kurā noteikts, ka *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu juridiskajām personām uzliek naudas sodu līdz desmittūkstoš 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 uzliedzamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, tajā skaitā, tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām.

Ņemot vērā, ka Sabiedrība šobrīd ir novērsusi Sabiedrības reklāmās konstatētos normatīvo aktu pārkāpumus, kā arī apņēmusies arī turpmāk ievērot Noteikumos noteiktās prasības, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.panta trešo daļu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un mīkstinošo apstākļu esamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu Sabiedrībai ir uzliedzams naudas sods Ls 200,00, apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību un citas personas turpmāk nepieļaut normatīvo aktu pārkāpumus reklāmas sniegšanā.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta 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 65.panta trešo daļu, 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 2.panta pirmo un otro daļu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta otro daļu, 10.panta pirmo un trešo daļu, 14.panta pirmo un trešo daļu, 15.panta ceturtās daļas 5.punktu un Ministru Kabineta 25.08.2008. Noteikumu Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” 14.2. apakšpunktu,

n o l e m t s:

uzlikt SIA „Mobile Credit Latvia”,
juridiskā adrese: Kalpaka bulvāris 7, Rīga, LV-1010,
vienotās reģistrācijas numurs: 50003913651,
naudas sodu Ls 200,00 (divi simti) apmērā.

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu SIA „Mobile Credit Latvia” ir tiesības pārsūdzēt 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 stāties spēkā.

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-REUD-14	
Pieņemšanas datums:	2009.gada 26.marts	

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS