



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

2012.gada 12.aprīlī

Nr. E03-PTU-K34-11

**Par administratīvā soda uzlikšanu**

**Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Kristīne Riekstiņa  
 piedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „PIRMĀ LĪNIJA”  
juridiskā adrese: Kr.Barona iela 45/47, liters 1, Rīga, LV-1011  
reģistrācijas numurs: 50003593901  
valdes loceklei  
vārds, uzvārds: [..]  
personas kods: [..]

**izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:**

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) sniegtās informācijas 2012.gada 23.februārī uzsāka kinoteātrī "Kino Citadele" (turpmāk – Kinoteātris) SIA „PIRMĀ LĪNIJA” (turpmāk – Sabiedrība) izplatītās azartspēļu reklāmas „*PokerStars.com*” (turpmāk – Reklāma) atbilstības reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] Saskaņā ar 2012.gada 23.februārī PTAC saņemto Inspekcijas 2012.gada 31.janvārī plkst.11.20 Kinoteātrī sastādīto pārbaudes aktu Nr.25/07 (turpmāk – Pārbaudes akts) (ar pievienotiem lietas materiāliem, t.sk., CD disku ar Reklāmas video ierakstu), Inspekcija ir konstatējusi, ka Kinoteātrī pirms filmu demonstrēšanas tiek pārraidīta 60 sekundes gara Reklāma.

[2] Reklāmā tiek reklamēta interaktīvā azartspēle (Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 1.panta 6.punkts kontekstā ar 1.panta 1.punktu) – kāršu spēle/pokers ir *azartspēle, kurā laimests ir atkarīgs no izliktajām kārtīm (to kombinācijas) un spēles*

*noteikumos noteiktā laimesta koeficienta un kura nav aprīkota ar īpašu elektronisku programmu spēles vadīšanai un laimesta lieluma noteikšanai (AIL 1.panta 10.punkts).*

[3] 2012.gada 19.martā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/1910-K-34, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem apstākļiem, pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā. Samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai, PTAC lūdza līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai iesniegt bilanci un peļņas vai zaudējumu aprēķinu par pēdējo (vēlams 6 mēnešu) periodu un citu informāciju, kas raksturo Sabiedrības mantisko stāvokli, ja tāda ir Sabiedrības rīcībā. Vienlaicīgi PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja Sabiedrībai līdz 2012.gada 5.aprīlim sniegt pilnīgu un patiesu informāciju par to, kādās vietās (kinoteātros), kādā laika posmā un apjomā Reklāma ir tikusi izplatīta un cik patērētāji konkrētajos kinoteātros ir noskatījušies Reklāmu.

[4] Sabiedrība 2012.gada 4.aprīļa vēstulē Nr.1 (turpmāk – Vēstule) paskaidroja, ka 2011.gada nogalē sabiedriskajos plašsaziņas medijos (televīzijā un internetā), notika masīvas azartspēļu interneta vietņu reklāmas kampaņas, kas ļāva domāt, ka likumdošana attiecībā uz interneta vietņu reklamēšanu nav viennozīmīga. Vienlaicīgi Sabiedrība vērs uzmanību uz to, ka Reklāmas demonstrēšana tika pārtraukta visos kinoteātros 2012.gada 1.februārī, tūdaļ pēc tam, kad Inspekcija sastādīja protokolu Kinoteātrī, un to, ka Reklāmas izplatīšana ir pirmais administratīvais pārkāpums, Sabiedrībai demonstrējot reklāmas, par kuru PTAC ir uzsācis administratīvā pārkāpuma lietu.

Vēstulē sniegta informācija par to, kādās vietās (kinoteātros), kādā laika posmā Reklāma ir tikusi izplatīta un par konkrētajos kinoteātros pārdoto biļešu skaitu uz seansiem, pirms kuriem tika demonstrēta Reklāma.

[5] 2012.gada 12.aprīlī Sabiedrības pārstāve ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un, sniedzot mutvārdu paskaidrojumus, galvenokārt pamatojās uz Sabiedrības rakstveida paskaidrojumā minēto, kā arī iesniedza Sabiedrības bilanci par 01.01.-29.02.2012. Papildus Sabiedrības pārstāve paskaidroja, ka administratīvais pārkāpums tika izdarīts attiecīgo normatīvo aktu prasību neizpratnes dēļ. Sabiedrības pārstāve atzina izdarīto pārkāpumu, pauda nožēlu par to, kā arī apņēmas turpmāk neizplatīt Reklāmu un citas azartspēļu reklāmas.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

1) 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.* PTAC norāda, ka Reklāma ir saistīta ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo interneta mājas lapā [www.pokerstars.com](http://www.pokerstars.com) ir konstatējams, ka attiecīgā interaktīvā azartspēle tiek organizēta sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību. Līdz ar to interneta mājas lapā [www.pokerstars.com](http://www.pokerstars.com) rīkotā interaktīvā azartspēle ir kvalificējama kā saimnieciskā darbība. Izplatot Reklāmu, tiek veicināta interneta mājas lapā [www.pokerstars.com](http://www.pokerstars.com) izplatītās interaktīvās azartspēles popularitāte un/vai pieprasījums pēc tās.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Kinoteātrī izvietotā Reklāma atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un tā uzskatāma par azartspēles reklāmu.

2) Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi*. Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos*.

PTAC norāda, ka AIL 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību*. AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi*. Saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. PTAC informē, ka arī Administratīvā rajona tiesa 2010.gada 6.augusta lēmuma (lietā Nr.A420685510 (A6855-10/25)) 6.punktā ir norādījusi, ka „*tiesas ieskatā par „vietu” Azartspēļu un izložu likuma izpratnē ir uzskatāma jebkura vieta, kurā persona piekļūst azartspēlēm, tostarp, gan fiziskajā, gan virtuālajā kazino*”, kā arī Administratīvā rajona tiesa 2012.gada 30.janvāra sprieduma (lietā Nr.A420685510 (1-125-12/6)) motīvu daļas 7.punktā ir atzinusi, ka ir pareizs secinājums, „*ka azartspēļu un izložu vieta var būt arī interneta vietne, konkrēta adrese (mājas lapa), kuras resursiem persona pieslēdzas, ja vēlas saņemt azartspēļu pakalpojumus*”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Kinoteātris nav kvalificējams kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo Reklāmā nepārprotami tiek popularizēta kāršu spēle/pokers un/vai veicināts pieprasījums pēc tās un interneta vietnes, kurā tiek organizēta interaktīvā azartspēle. Tādējādi, izplatot Reklāmu Kinoteātrī, Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir pretlikumīga, un normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas ir aizliegtas.

3) Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam*. Ņemot vērā, ka starp Sabiedrību un SIA „Vizeum” 2011.gada 1.novembrī noslēgtā līguma Nr.01/2012-A 1.punkts nosaka, ka [...], un starp Sabiedrību un SIA „FORUM CINEMAS” „2012.gada 27.decembrī” noslēgtā līguma Nr.C-1/2012 1.1.1.apakšpunkts nosaka, ka [...], kā arī ņemot vērā lietas materiālus, PTAC secina, ka Sabiedrība atbilst Reklāmas izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

4) Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanas aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt*.

Likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanu, publicēšanu, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” (turpmāk – Likums) 7.pants nosaka, ka *spēkā esošie likumi un Ministru kabineta noteikumi ir saistoši visā Latvijas teritorijā, un neviens nevar aizbildināties ar to nezināšanu. Likumu un Ministru kabineta noteikumu nezināšana neatbrīvo no atbildības*. Līdz ar to PTAC norāda, ka Sabiedrība nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu. Līdz ar to konstatējams, ka Sabiedrība ir izdarījusi Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

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 ceturtajā daļā ir noteikts, ka, *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.*

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus, kā arī lietderības apsvērumus un ievērojot lietas izskatīšanā saņemto Sabiedrības apņemšanos turpmāk neizplatīt Reklāmu un citas azartspēļu reklāmas, PTAC ņem vērā to, ka Reklāmas izplatīšana jau ir notikusi, patērētāji jau ir saņēmuši normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu un Sabiedrība saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. - 4. un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan Sabiedrībai, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu.**

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā 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 pašcienību, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā, un 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 Baltis. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.).* 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.*

Ņemot vērā, 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 atkarotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir izplatījusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā

noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā – *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.*

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.<sup>13</sup> panta otro daļu *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu — uzliek naudas sodu juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem.*

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likumā (turpmāk – APL) noteiktos principus un 66.pantā noteiktos 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 aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, un ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu uzskatāmi par atbildību mīkstinošiem apstākļiem, proti, Sabiedrība ir atzinusi izdarīto administratīvo pārkāpumu un izteikusi nožēlu par to, kā arī Sabiedrība pārtrauca Reklāmas izplatīšanu visos kinoteātros, kuros Reklāma tika izplatīta, tūdaļ pēc tam, kad Inspekcija sastādīja Pārbaudes aktu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstoša Reklāma, īstenošanas veidu, lietā esošo dokumentu par Sabiedrības ienākumiem no Reklāmas izplatīšanas, Reklāmas izplatīšanas apjomu un laika posmu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un atbildību mīkstinošu apstākļu esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, un ievērojot vienlīdzības principu, kā arī apstākli, ka sankcijām par izdarīto pārkāpumu jābūt iedarbīgām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 1500,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmas izplatīšanas apjomu, Reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu, 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu, 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, Likuma 7.pantu, AIL 1.panta 1., 6. un 10.punktu, 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu,

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

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „PIRMĀ LĪNIJA”

juridiskā adrese: Kr.Barona iela 45/47, līters 1, Rīga, LV-1011

reģistrācijas numurs: 50003593901

**uzlikt** naudas sodu Ls 1500,00 (viens tūkstotis pieci simti) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „PIRMĀ LĪNIJA” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā 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-PTU-K34-11

Pieņemšanas datums: 2012.gada 12.aprīlī

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

**IZRAKSTS PAREIZS**