

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 23.jūlijā

Nr. E03-REUD-28

Par administratīvā soda un tiesiskā pienākuma atsaukt negodīgu komercpraksi uzlikšanu

Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 2.punktā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta trešajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība RĪGAS VIĻŅI”, juridiskā adrese: Zaķusalas krastmalā 3, Rīga, LV-1509, vienotās reģistrācijas numurs: 40003363975, personas ieņemamais amats: pilnvarotā pārstāve
vārds, uzvārds: (...)
personas kods: (...)
izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir izvērtējis komercprakses, kura tiek īstenota, SIA „Izdevniecība RĪGAS VIĻŅI” (turpmāk – Sabiedrība) žurnālā „Kas Jauns” sniedzot reklāmrakstu par Leo Lī Gabora trīs Ķīnas monētām, atbilstību normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 1.jūlijā PTAC konstatēja, ka 2009.gada 30.jūnija žurnālā „Kas Jauns” Nr.27 ir sniegts reklāmraksts (turpmāk – Reklāma) par Leo Lī Gabora trīs Ķīnas monētām, kas, kā minēts Reklāmā, *palīdz piepildīt trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās [...] var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast labi apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.*

Vizuāli Reklāma izskatās šādi:

PAR BRĪVU • PAR BRĪVU • PAR BRĪVU • PAR BRĪVU • PAR BRĪVU

Leo Lī Gabors ir viens no pasaulē slavenākajiem medijiem un jau vairāk nekā 30 gadu kalpo cilvēkiem

Šīs trīs Ķīnas monētas palīdzēs jums piepildīt trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās.

Uzziniet, kāpēc Leo Lī Gabors jums to apsola un kāpēc viņš šādas trīs brīnumdarītājas monētas var uzdāvināt tikai 734 cilvēkiem!



Vai gan šīs monētas nav brīnīgākas?

Jau vairākus gadu tūkstošus tās piesaista naudu, gluži tāpat, kā magnēts pievelk dzelzi.

Iepazīstieties ar Leo Lī Gabora pārsteidzošo piedāvājumu!

"Vai jums ir trīs vēlēšanas, kas saistītas ar naudas saņemšanu, un jūs vēlaties, lai tās ātri piepildītos? Ja jūsu atbilde ir "Jā", iesaku uzmanīgi izlasīt manu vēstuli.

Ja jums ir gadījies būt Āzijā, droši vien ievērojāt, ka tur daudzi bagāti ļaudis vienmēr nēsā sev līdzī trīs savādas monētas. Ja ir bijusi iespēja ciemoties kādā no visbagātāko cilvēku mājām, jūs noteikti pamanījāt šīs trīs monētas, kas ir novietotas īpaši vietā katrā istabā. Šim ezoteriskajām monētām piemīt spēja piesaistīt bagātību, bet, lai tas notiktu, telpa ir jā sagatavo ar īpašiem rituāliem. Šo "alkīmiju" (ja tā to var saukt) pārvalda tikai izcili Fen Šui meistari. Viņi zina, no kura materiāla, ar kādiem uzrakstiem, kādā formā un kurā pilnmēnes laikā izgatavot šīs neticami spēcīgās monētas. Tikai, ievērojot šos nosacījumus, ir iespējams piepildīt vēlēšanās par materiālā stāvokļa uzlabošanu.

MANI PIENĒMA AR ATPLESTĀM ROKĀM

Iespējams, jums būs interesanti uzzināt, kāpēc es to visu stāstu. Iemesls ir pavisam vienkāršs: es varu uzdāvināt šīs trīs ar neparastu spēku apveltītās monētas 734 cilvēkiem. Jūs vaicāsit: kāpēc tieši 734? Atbilde ir vienkārša: raugoties manā fotogrāfijā, jūs droši vien jau nojaušāt, ka manās dzīslās rit gan aziātu, gan eiropiešu asinis. Iespējams, tas ir viens no iemesliem, kāpēc man piemīt visā pasaulē atzītas medija spējas. Pirms dažiem mēnešiem es nolēmu aizbraukt uz savu dzimto Dienvidvijetnamas ciemu, lai tur satiktos ar izcilīem daoisma meistariem, kāds savulaik bija arī mans vectēvs. Tur mani pieņēma ar atplestām rokām, jo esmu augsti godājamā Huinha Vana Kona mazdēls. Meistari vēlējas man uzdāvināt kaut ko vērtīgu un nolema, ka tās būs trīs brīnumainās monētas. Es, protams, zināju par šo monētu eksistenci, bet vēlējos izdibināt vairāk un sāku iztaujāt dižos meistaros par monētu izdaudzinātājam spējām.

MĒS RUNĀJĀM ARI PAR EIROPAS KRĪZI

Dižie meistari nešaubbās par šo monētu spēju piesaistīt bagātību – tas notiek tāpat kā magnēts piesaista dzelzi. Saskaņā ar Fen Šui filozofiju šīs monētas nodrošina bagātību tam, kurš prot tās izmantot: par trīs monētu neparastajām īpašībām ļaudis zina jau kopš neatminamiem laikiem. Meistari man paskaidroja, kāpēc un kā

šīs slavenās monētas iedarbojas uz vēlmēm, kas saistītas ar naudas iegūšanu, un arī to, kāpēc šīs vēlēšanās var piepildīties tikai pēc īpaša rituāla veikšanas. Es uzsāku arī sarunu par Eiropu, par kopējo ekonomisko situāciju un savu darbu. Izstāstīju, ka pie manis, kopš iestājusies krīze, ierodas aizvien vairāk cilvēku, kas vēlas atrisināt savas finansu problēmas. Pēc ilgās apspriešanās man ienāca prātā doma uzdāvināt šīs monētas visiem, kas vēlas steidzami atrisināt savas finansu problēmas. Tad es uzdrošinājos pavaicāt dižajiem meistariem to, ko it kā nemaz nedrīkstētu lūgt: vai viņi var priekš manis sagatavot un uzticēt man šīs trīs monētas, lai es varētu tās piedāvāt visiem, kuri lūgs manu palīdzību un kuriem šīs monētas patiešām būs vajadzīgas?

Man par lielu pārsteigumu, dižie meistari tikai palūdza, lai pagaidu līdz nākamajam pilnmēnesim (es vēlējos apciemot ļoti daudzus radniekus, tāpēc gaidīšana neradīja nekādus sarežģījumus).

TĀS NEDRĪKST PĀRDOT!

Atklāti sakot, vienīgās rūpes man sagādāja bagāžas lielais svars. Tā ierobežojumu deļ es varēju paņemt tikai 750 šo trīs monētu komplektus. 16 no tiem es jau izdalīju paziņām (protams, vienīgi tiem, kuriem bija ļoti vajadzīga nauda), tāpēc man ir palikuši tikai 734 monētu komplekti, ko vēlos uzdāvināt šīs avīzes lasītājiem (to izdarīt mani lūdz draugs, kurš dzīvo Latvijā). JĀ, uzdāvināt!



Dižais gaišregis Leo Lī Gabors jums apsola

Uzmanīgi apskatiet šīs trīs monētas, kuras Leo Lī Gabors jums ir atvedis no Āzijas! Tur cilvēki tās pazīst jau vairākus gadu tūkstošus un labi zina par to spēju piesaistīt bagātību un veiksmi. Tūda! Izlasiet Leo Lī Gabora vēstuli, kas adresēta visiem, kuri vēlas nekavējoties piepildīt savu vēlēšanos par naudas saņemšanu!

Dižo meistaros attieksme bija stingra: šīs trīs monētas var tikai dāvināt, citādi tās zaudē savas spējas. Tās nedrīkst pārdot pat par vismazāko cenu! Vienīgi tad, ja cilvēks zina šo trīs monētu lielo spēku, ir apjaušama to neizsakāmā vērtība: tās var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast ļoti apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.

Labā vēsts nekad nenāk viena: lai palīdzētu vēl atrāk piepildīt jebkuru ar naudas saņemšanu saistītu vēlēšanos, es par brīvu nosūtīšu jums arī Fen Šui rituālu aprakstu (šos rituālus man atklāja dižie meistari, un tie lieliski palīdz ātri piepildīt vēlēšanās, kas saistītas ar naudas iegūšanu).

JUMS PAR TO NEBŪS JĀMAKSA NETAGAD, NE ARI PĒČĀKI

Tā kā man ir tikai 734 monētu komplekti, es gribu būt pilnīgi pārliecināts, ka tās nokļūs tikai to cilvēku rokās, kuriem šī palīdzība ir ļoti vajadzīga un kuri pēc savu finansu problēmu atrisināšanas būs ar mieru uzdāvināt šīs monētas tuvam cilvēkam, kam arī ir problēmas ar naudu. Lai kļūtu par vienu no 734 laimīgajiem, kuri saņems trīs monētas, jums ir tikai jānosūta man šeit pievienotais kupons ar anketu, pie tājā uzdotajiem četriem jautājumiem pirms tam atzīmējot atbildi "Jā". Aizpildiet kuponu jau šodien, jo man ir tikai 734 šo monētu komplekti!"



KUPONS TRĪS MONĒTU SAŅEMŠANAI PAR BRĪVU

Aizpildiet to un nosūtiet Leo Lī Gaboram uz adresi:
FAST MAIL SERVICE Leo Lī Gaboram Rīga, LV-1050, ab.k. 509

- Jā, es četras reizes apstiprināšu atbildēju uz jūsu anketas jautājumiem. Man ir nekavējoties jāatrisina finansu problēmas, un es vēlos būt viens/-a no tiem, kuriem jūs uzdāvināsit trīs monētas, ko tieši tāpēc esat atvedis no Āzijas.
- Man par tān ne tagad, ne arī pēcāk nekas nebūs jāmaksā. Kopā ar monētām es saņemšu arī Fen Šui īpašo rituālu aprakstu.

Mani dati (lūdz, rakstiet ar drukātajiem burtiem):



ANKETA	JĀ	NĒ
1) Vai jums ir steidzami jāatrisina ar naudu saistīta problēma?		
2) Vai taisnība, ka jums dzīvē neveicas?		
3) Vai apsolāt veikt īpašu rituālu, kas saistīts ar trim bagātību nesošajām monētām?		
4) Vai, tiklīdz atrisināsiet savas finansu problēmas, jūs atdosiet šīs trīs monētas tuvam cilvēkam, kuram tās ir ļoti vajadzīgas?		
KOPĀ ATBILDES «JĀ»		

Vārds _____
Uzvārds _____
Iela _____ Mājas nr. _____ Dzīvoklis _____
Pilsēta _____ Pasta kods LV: _____
Dzimisšanas gads / _____ / _____ / _____ / _____ / _____
Dzimisšanas vieta _____
Paraksts _____
Kafjans 30/06/09

2009.gada 2.jūlijā PTAC pieņēma lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/4908 *Par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu*, kurā PTAC informēja Sabiedrību par konkrēto lēmumu un par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku.

Vienlaicīgi PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt informāciju par Reklāmas devēju, iesniedzot starp Sabiedrību un Reklāmas devēju noslēgtā līguma par Reklāmas izplatīšanu kopiju, un aicināja Sabiedrību saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.pantu izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

2009.gada 14.jūlijā PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 13.jūlija vēstuli Nr.03/192 *Paskaidrojumi sakarā ar uzsākto administratīvo lietvedību*, kurā Sabiedrība paskaidro, ka, „[...] tā kā SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” nodarbojas ar izdevējdarbību, izdodot dažāda rakstura žurnālus, un viens no SIA „Izdevniecības Rīgas Viļņi” komercdarbības veidiem un žurnālu izdošanas finansēšanas avotiem ir arī reklāmas laukumu pārdošana tās publicētajos žurnālos, tad SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” komercdarbība nekādā veidā nav saistīta ar monētu vai citu priekšmetu dāvināšanu.

[4] *Atbilstoši 20.12.1999. Reklāmas likuma 12.panta pirmajai daļai SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” atzīstama par reklāmas izplatītāju attiecībā uz Reklāmu.*

[5] *Saskaņā ar Reklāmas likuma 12.panta piekto daļu, reklāmas izplatītājam, izvietojot reklāmu, ir jāpieprasa par juridiskām personām sekojoša informācija: nosaukums, reģistrācijas numurs un juridiskā adrese. Dotajā gadījumā reklāmas devējs, atbilstoši Reklāmas likuma 10.panta pirmo daļu, ir DESTINA OU (Igaunija), reģistrācijas numurs 1146781, juridiskā adrese: Pikk 15-2, Tallin 10123, Estonia.*

[6] *Saskaņā ar Reklāmas likuma 12.panta sesto daļu, reklāmas izplatītājs ir atbildīgs par reklāmas saturu tikai tādā gadījumā, ja tas nesniedz informāciju par reklāmas devēju tām iestādēm, kuras saskaņā ar likumu ir tiesības šādu informāciju pieprasīt. SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” ar šo vēstuli, atbildot uz PTAC pieprasījumu, sniedz iepriekš minēto informāciju par reklāmdevēju un attiecīgi nav atbildīga par Reklāmas saturu.*

[6] *Jāņem vērā, ka SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” nesadarbojas tieši ar minēto sabiedrību, bet gan ar reklāmas aģentūru SIA „Mediapool”, pēc kuras pieprasījuma SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” ievietoja strīdus reklāmu. SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” un SIA „Mediapool” savstarpējās attiecības regulē 2009.gada 5.janvāra Reklāmas sadarbības līgums Nr. RN9-11. Saskaņā ar šī līguma 2.2.8.punktu SIA „Mediapool” ir atbildīga par reklāmas materiāla atbilstību Latvijas Republikā spēkā esošo tiesību normām.*

[7] *Saskaņā ar Reklāmas likuma 12.panta ceturto daļu, reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanas aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt. Tā kā Reklāmas saturs nav pretrunā ne ar vienu no Reklāmas likuma 4.panta noteikumiem, tad dotajā gadījumā nepastāv un nepastāvēja kādi apstākļi, kuru dēļ reklāmas izplatītājam būtu bijis pamats šaubīties par to, vai pastāv vai nepastāv aizliegums šīs Reklāmas publicēšanai.*

[8] *Atbilstoši Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 1.pantam, komercprakse ir darbība, kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam. Reklāmas saturs vispār neļauj uz to attiecināt noteikumus par komercpraksi, tā kā komercprakse ir saistīta ar preču pārdošanu patērētājiem, bet dotajā gadījumā Reklāmas saturs nekādi nav saistīts ar pirkšanas vai pārdošanas darījumiem. Šī Reklāma aptver bezatlīdzības darījumu – dāvinājumu, un kā tāda izriet ārpus komercprakses definīcijas.*

[9] *Bez tam, saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 1.pantu komercprakses īstenotājs ir persona, kas komercpraksi īsteno savas saimnieciskās darbības ietvaros. Reklāma neattiecas uz SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” izdoto*

žurnālu tirdzniecības veicināšanu vai reklāmas pakalpojumu noieta veicināšanu, vai citādi attiecas uz saimniecisko darbību. Līdz ar to SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” nav uzskatāma par komercprakses veicēju attiecībā uz Reklāmā reklamēto produktu.

[10] SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” arī nevar tikt uzskatīta par tādu, kas darbojas potenciālā komercprakses īstenotāja, proti, DESTINA OU vārdā vai uzdevumā. Kāda vārdā vai uzdevumā rīkojas aģenti, pilnvarotas personas, valdes locekļi u.tml. SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” pārdod reklāmas laukumu un publicē tajā atbilstošu reklāmas materiālu. SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” veiktā komercdarbība nav uzskatāma par tādu, kas veikta citas personas vārdā vai uzdevumā.

[11] Par to, ka reklāmas par citas personas precī vai pakalpojumu izplatītājs nav atzīstams par komercprakses īstenotāju, netieši norāda arī, piemēram, 11.panta pirmās daļas 11.punkts, norādot, ka komercprakses īstenotājs īsteno maldinošu komercpraksi, ja ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību sniedz informāciju nolūkā veicināt preces pārdošanu, nenorādot, ka par šīs informācijas sniegšanu tiek maksāts. Attiecīgi komercprakses īstenotājs tiek nošķirts no plašsaziņas līdzekļa, ar kura starpniecību tiek īstenota komercprakse.

[12] Nav pamatots secinājums, ka strīdus reklāma uzskatāma par maldinošu komercpraksi, atbilstoši Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 11.panta pirmās daļas 6.apakšpunktam. Minētā norma atzīst par maldinošu komercpraksi jebkuros apstākļos, ja komercprakses īstenotājs apgalvo, ka prece var palīdzēt laimēt azartspēlēs, loterijās vai izlozēs. Strīdus reklāmā nekur nav minēts, ka tās priekšmets, proti, monētas palīdzēs laimēt azartspēlēs, loterijās vai izlozēs. Iepriekš minētās tiesību normas saturs ir izsmeļošs un nav tulkojams paplašināti.

[13] Ievērojot iepriekš minēto, arī gadījumā, ja attiecībā uz Reklāmu būtu piemērojami noteikumi, kas attiecas uz komercpraksi, tā nav atzīstama par negodīgu komercpraksi un saistībā ar to nav pamata piemērot soda sankcijas, kas paredzētas Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta astotajā daļā.” Vēstulē Sabiedrība lūdz PTAC izbeigt pret Sabiedrību uzsāktu administratīvo lietvedību, jo nav konstatējams administratīvā pārkāpuma, par kuru paredzēta atbildība Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ pantā, sastāva.

Vēstulei Sabiedrība pievienojusi starp Sabiedrību un SIA „Mediapool” 2009.gada 5.janvārī noslēgtā Reklāmas sadarbības līguma Nr. RN9-11 un tam pievienoto pielikumu (turpmāk – Līgums) kopijas, kā arī SIA „Mediapool” 2009.gada 19.jūnija pieteikuma par Reklāmas izvietojumam paredzētā laukuma rezervāciju kopiju. No Līguma satura izriet, ka Reklāmas, kura tika publicēta žurnālā „Kas Jauns” Nr.27, maketu Sabiedrībai bija jāsaņem ne vēlāk kā 7 dienas pirms žurnāla iznākšanas, respektīvi, ne vēlāk kā 2009.gada 24.jūnijā.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāve pamatojās uz jau rakstveidā iesniegtajiem paskaidrojumiem un norādīja, ka Sabiedrība neatzīst izdarīto pārkāpumu, uzskatot, ka PTAC nepamatoti Reklāmā sniegto informāciju traktē kā tādu, kas atbilst NKAL 11.panta 16.punktam.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

PTAC norāda, ka NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka *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, ir komercprakse.* NKAL

1.panta otrā daļa paredz, ka *citi šā likuma termini un jēdzieni lietoti Patērētāju tiesību aizsardzības likuma izpratnē.*

Saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 1.panta 6.punktu *prece ir jebkura lieta, ko piedāvā vai pārdod patērētājam, savukārt PTAL 1.panta 2.punkts nosaka, ka pakalpojums ir personas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros par atlīdzību vai bez tās izpildīts patērētāja pasūtījums vai tāda ar patērētāju noslēgta līguma pildīšana, saskaņā ar kuru tiek iznomāta kāda lieta, izgatavota jauna lieta, uzlabota vai pārveidota esoša lieta vai tās īpašības vai veikts darbs, vai gūts nematerializēts darba rezultāts.*

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmā piedāvātās trīs Ķīnas monētas ir atzīstamas par precī, proti, par lietu, ko piedāvā patērētājam, PTAL izpratnē, savukārt konkrēto monētu atsūtīšana – par pakalpojumu, proti, par bez atlīdzības izpildītu patērētāja pasūtījumu. Tāpat arī no iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmas izplatīšana ir komercprakse NKAL izpratnē, jo konkrētā darbība ir atzīstama par tādu, kas tieši saistīta ar Reklāmā piedāvātā pakalpojuma – preces (trīs Ķīnas monētas) nosūtīšanu – sniegšanu patērētājiem.

Turklāt PTAC norāda, ka tā rīcībā ir materiāli, kas apliecina to, ka pēc Reklāmā minēto Ķīnas monētu pasūtīšanas patērētājs tās saņem bez maksas, bet, pretēji Reklāmā minētajam, patērētājs nesaņem bez maksas *Fen Šui rituālu aprakstu*, kas, kā minēts Reklāmā, *palīdz ātri piepildīt vēlēsšanās, kas saistītas ar naudas iegūšanu.* Konkrēto *Fen Šui rituālu aprakstu* patērētājam piedāvā iegādāties par Ls 12,90 (+ Ls 3,90 par pasta un papildu pakalpojumiem). Tādējādi PTAC norāda, ka konkrētā darbība – Reklāmas izplatīšana – nepārprotami ir atzīstama par komercpraksi NKAL izpratnē.

Arī Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 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”) (turpmāk – Direktīva), kura ir maksimālās harmonizācijas direktīva un kuras tiesību normas ir iekļautas NKAL, nosaka, ka *"uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem" ir jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem.* Tādējādi secināms, ka, lai Reklāmas sniegšana tiktu atzīta par komercpraksi, nav obligāts nosacījums, ka tā būtu saistīta ar pirkšanas vai pārdošanas darījumiem. No iepriekš minētā izriet, ka komercprakse var būt saistīta arī tikai ar preču un/vai pakalpojumu popularizēšanu vai bez atlīdzības pakalpojumu sniegšanu.

NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā, ir komercprakses īstenotājs.* Arī Direktīvas kontekstā par tirgotāju tiek uzskatīta *jebkura fiziska vai juridiska persona, kas komercpraksē, uz ko attiecas šī direktīva, darbojas nolūkos, kas attiecas uz tā uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju, un arī jebkura persona, kas darbojas tirgotāja vārdā vai uzdevumā.*

No konkrētajām definīcijām izriet, ka par komercprakses īstenotāju ir atzīstams ne tikai pats pārdevējs/pakalpojuma sniedzējs, kurš īsteno komercpraksi, proti, sniedz

Reklāmu, bet arī jebkura cita persona, kas rīkojas konkrētās personas vārdā vai uzdevumā, neatkarīgi no tā, vai konkrētais uzdevums ir dots tieši vai pastarpināti.

No Sabiedrības sniegtā paskaidrojuma un iesniegtā Līguma izriet, ka Reklāmas devējs ir SIA „Mediapool”, kura Reklāmu nodevusi Sabiedrībai tālākai izplatīšanai Igaunijā reģistrēta uzņēmuma DESTINA OU uzdevumā. Ņemot vērā, ka Sabiedrība Reklāmu ir pieņēmusi un izplatījusi, Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju NKAL izpratnē, kas komercpraksi īstenojusi pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja (trīs Ķīnas monētu piedāvātāja) uzdevumā. Arī Sabiedrība pati atzīst, ka konkrētā komercprakse ir īstenota ar Sabiedrības starpniecību un lietā nav noliedzams fakts, ka ar Reklāmas izplatīšanu tiek veicināta konkrētā pakalpojuma sniegšana. Tādējādi Sabiedrības arguments par to, ka Sabiedrība nav atzīstama par komercprakses īstenotāju ir noraidāms.

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta*. Saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu *komercprakse ir negodīga, ja tā ir maldinoša*. Savukārt NKAL 11.panta 16.punkts paredz, ka *komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs apgalvo, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt laimēt azartspēlēs, izlozēs vai loterijās*.

PTAC konstatē, ka Reklāmā sniegta konkrēta informācija:

Šīs trīs Ķīnas monētas palīdzēs jums piepildīt trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās.

cenu! Vienīgi tad, ja cilvēks zina šo trīs monētu lielo spēku, ir apjaušama to neizsakāmā vērtība: tās var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast labi apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.

Laba vēsts nekad nenāk viena: lai palīdzētu vēl ātrāk piepildīt jebkuru ar naudas saņemšanu saistītu vēlēšanos, es par brīvu nosūtīšu jums arī Fen Šui rituālu aprakstu (šos rituālus man atklāja dižie meistari, un tie lieliski palīdz ātri piepildīt vēlēšanās, kas saistītas ar naudas iegūšanu).

No Reklāmas izriet, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, īsteno komercpraksi, kuras ietvaros tiek sniegts apgalvojums, ka trīs Ķīnas monētas, kuras pakalpojuma sniedzējs piedāvā bez maksas nosūtīt 734 patērētājiem, palīdzēs patērētājam laimēt daudz naudas. Tāpat arī Reklāmā tiek apgalvots, ka konkrētās monētas piepildīs trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās, kas nozīmē, ka patērētājs var vēlēties arī laimēt naudu un ar trīs Ķīnas monētu palīdzību konkrētā vēlēšanās piepildīsies. Vienlaicīgi Reklāmā tiek apgalvots, ka patērētājs, pasūtot trīs Ķīnas

monētas, bez maksas saņems arī Fen Šui rituālu aprakstu, kas palīdzēs vēl ātrāk piepildīt konkrētās ar naudas saņemšanu saistītās patērētāja vēlēšanās.

PTAC norāda, ka latviešu valodas skaidrojošajā vārdnīcā, kā, piemēram, LU aģentūras „Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūts” Mākslīgā intelekta laboratorijai piederošajā interneta vietnē www.tezaurs.lv, sniegts vārda „laimēt” skaidrojums, kurš paredz, ka vārds „laimēt” nozīmē *iegūt loterijā (naudu vai mantu), iegūt (ko vēlamu, piemēram, priekšmetu, vietu, pienākumu) izlozē, iegūt azartspēlē (naudu vai mantu)*. Līdz ar to secināms, ka, lietojot Reklāmā apgalvojumu „tās var palīdzēt laimēt daudz naudas”, sabiedrībai (patērētājiem) nepārprotami tiek sniegts vēstījums par to, ka trīs Ķīnas monētas palīdzēs patērētājam laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs. Tādējādi Sabiedrības arguments par to, ka Reklāmā nav minēts, ka trīs Ķīnas monētas palīdzēs laimēt tieši azartspēlēs, loterijās vai izlozēs, ir uzskatāms par nepamatotu, jo PTAC ieskatā apgalvojums „tās var palīdzēt laimēt daudz naudas” nepārprotami nozīmē to, ka Reklāmā tiek sniegts apgalvojums, ka trīs Ķīnas monētas var palīdzēt laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs.

Nemot vērā iepriekš minēto, PTAC konstatē, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, īsteno negodīgu, proti, NKAL 11.panta 16.punktā noteikto jebkuros apstākļos maldinošu komercpraksi, kas saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu ir negodīga un saskaņā ar NKAL 4.panta pirmo daļu – aizliegta.

Attiecībā uz Sabiedrības argumentiem, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 12.panta sesto daļu Sabiedrība par reklāmu saturu ir atbildīga tikai tādā gadījumā, ja tā nesniedz informāciju par reklāmas devēju attiecīgajām iestādēm, un ka Reklāmas saturs nav pretrunā ne ar vienu no Reklāmas likuma 4.panta noteikumiem, tādējādi tā nav atzīstama par aizliegtu reklāmu, kuru attiecīgi Sabiedrība nebija tiesīga izplatīt, PTAC paskaidro sekojošo:

[1] Kā jau iepriekš minēts, Sabiedrība konkrētajā gadījumā ir atzīstama par komercprakses īstenošanu NKAL izpratnē un tādējādi tā arī nes atbildību par negodīgas komercprakses īstenošanu. Vērtējot katras atsevišķas komercprakses īstenošanā iesaistītās personas atbildību, PTAC vērtē to, cik lielā mērā attiecīgā persona zināja vai tai vajadzēja zināt par komercprakses negodīgo raksturu.

Izvērtējot lietas materiālus, tajā skaitā, Līgumā atrunāto reklāmu maketu iesniegšanas termiņus, PTAC secina, ka Sabiedrība Reklāmu saņēma ne vēlāk kā 7 dienas pirms tās publicēšanas. Tādējādi secināms, ka Sabiedrībai pirms Reklāmas publicēšanas bija pietiekams laiks iepazīties ar Reklāmas saturu un izvērtēt tā atbilstību normatīvo aktu prasībām.

Likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanu, publicēšanu, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” 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 Reklāma, kurā sniegts apgalvojums, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs, ir uzskatāma par jebkuros apstākļos maldinošu komercpraksi un tādējādi aizliegta.

[2] PTAC vērš Sabiedrības uzmanību uz to, ka Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai ir jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi*. Reklāmām izvirzāmās vispārīgās prasības paredz Reklāmas likuma II nodaļa, kurā cita starpā noteikts, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos* (Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa).

No minētā izriet, ka jebkura reklāma, kura neatbilst normatīvo aktu prasībām, respektīvi, ne tikai Reklāmas likumā noteiktajām vispārīgajām prasībām, bet arī citos normatīvajos aktos noteiktajām prasībām, ir pretlikumīga un līdz ar to neviena persona, tajā skaitā, Sabiedrība, nav tiesīga izplatīt šādu reklāmu, ja tā zina vai tai vajadzētu zināt par konkrētās reklāmas neatbilstošo raksturu, kā to paredz Reklāmas likuma 12.panta ceturrtā daļa (skatīt arī Administratīvās rajona tiesas 2006.gada 10.februāra spriedumu lietā Nr.A42257405 (A830-06/14) un Administratīvās apgabaltiesas 2008.gada 12.februāra spriedumu lietā Nr.A42226805 (143/AA43-0226-08/5)).

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 komercpraksi atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā”.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, PTAC ieskatā Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1. - 3.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāmas negatīvā ietekme pēc Reklāmas izplatīšanas turpinās un, lai atturētu patērētājus no Reklāmas ietekmētas turpmākas rīcības, PTAC uzskata, ka ir lietderīgi Sabiedrībai saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 4.punktā noteikto uzlikt tiesisku pienākumu atsaukt negodīgo komercpraksi, jo ar negodīgas komercprakses atsaukšanu tiks nodrošināta patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzība, kas kā likuma mērķis ir noteikts NKAL 2.pantā. Ņemot vērā, ka Reklāma jau ir tikusi sniegta un tādējādi komercprakses negatīvā ietekme jau ir notikusi un ņemot vērā Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, PTAC secina, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai nosakāms ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu.

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 pašcieņu, 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

Baltais. 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 un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (LAPK 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.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi*.

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 trešo daļu *par negodīgu komercpraksi - uzliek naudas sodu juridiskajām personām - līdz desmit tūkstoš 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 uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu komercpraksi, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām. Tāpat arī, nosakot soda apmēru, PTAC ņem vērā, ka par Reklāmas izplatīšanu Sabiedrība no SIA „Mediapool” saņēma samaksu Ls (...) (pēc (...)% atlaides piemērošanas, respektīvi, Ls (...) – (...)% = Ls (...)) apmērā.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu, un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā komercprakses īstenošanas vietu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, Sabiedrības mantisko stāvokli, atbildību mīkstinājošo un pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 500,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses, respektīvi, jebkuros apstākļos maldinošas komercprakses īstenošana – raksturu un tās īstenošanas vietu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.¹³ panta trešo daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, PTAL 1.panta 2. un 6.punktu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 1.panta otro daļu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 2.punktu, 11.panta 16.punktu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 4. un 5.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība RĪGAS VIĻŅI”,
juridiskā adrese: Zaķusalas krastmala 3, Rīga, LV-1509,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003363975,
naudas sodu Ls 500,00 (pieci simti) apmērā;

uzdot sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība RĪGAS VIĻŅI”,
juridiskā adrese: Zaķusalas krastmala 3, Rīga, LV-1509,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003363975,
tiesisku pienākumu publicēt žurnālā „Kas Jauns” paziņojumu par Reklāmas
atsaukšanu, norādot, ka, pamatojoties uz PTAC 2009.gada 23.jūlija lēmumu Nr. E03-
REUD-28, SIA „Izdevniecība RĪGAS VIĻŅI” atsauc pretlikumīgo un maldinošo
Reklāmu par Leo Lī Gabora trīs Ķīnas monētām.

Pieņemto lēmumu daļā par administratīvo pārkāpumu un pieņemto lēmumu
daļā par tiesisko pienākumu atsaukt negodīgu komercpraksi SIA „Izdevniecība RĪGAS
VIĻŅI” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu
uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā,
Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā. Lēmuma
pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

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-28	
Pieņemšanas datums:	2009.gada 23.jūlijs	

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS