



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.aprīlī

Nr.E03-REUD-19

**Par administratīvā soda uzlikšanu un tiesisko pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi**

**Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 2.punktā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā paredzēts administratīvais sods**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 260.panta trešo daļu, nepiedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Stilz” pārstāvim, juridiskā adrese: Daugavpils, 18.novembra iela 116, vienotās reģistrācijas numurs: 41503045431,

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir izvērtējis SIA „Stilz” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, sniedzot reklāmas krievu valodā Daugavpils avīzē „Million”, atbilstību NKAL un citu normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 19.februārī Daugavpils laikrakstā „Million” tika izplatīta reklāma, kurā cita starpā krievu valodā minēts: „PVC OKNA ... toļko 2 nedēļi 50% skidka” (turpmāk – Reklām1). Analoga satura reklāma tika izplatīta minētajā laikrakstā 2009.gada 26.februārī (turpmāk – Reklām2), kā arī 2009.gada 5.martā (turpmāk – Reklām3).

2009.gada 8.aprīlī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-07/2708, kurā PTAC norādīja, ka ir konstatējis Reklām1, Reklām2 un Reklām3 Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas 2.punkta pārkāpumus. Vienlaikus PTAC norādīja, ka saskaņā ar

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 izplatīšana ir uzskatāma par komercpraksi NKAL izpratnē, jo reklāmu izplatīšana ir tieši saistīta ar preces pārdošanas veicināšanu patērētājiem. Lai izvērtētu Sabiedrības īstenotās komercprakses atbilstību NKAL prasībām, PTAC pieprasīja Sabiedrībai iesniegt dokumentārus pierādījumus, ka Sabiedrība ir piemērojusi 50% atlaidei PVC logiem, iesniedzot pasūtījumu (līgumu) kopijas akcijas laikā veiktiem logu pasūtījumiem un pirms akcijas veiktiem analoģu logu pasūtījumiem, kā arī PTAC pieprasīja Sabiedrībai iesniegt rakstisku informāciju par to, kādos masu medijos, kādā apjomā un laika periodā iepriekš minētās konkrētā satura reklāmas tika izplatītas. Vienlaikus PTAC informēja Sabiedrību 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 20.aprīlim.

Pieprasītos pierādījumus un Sabiedrības rakstveida viedokli PTAC līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai nav saņēmis.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC norāda:

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka *komercprakse ir darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciālā saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam*. Tādējādi PTAC norāda, ka Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 sniegšana ir uzskatāma par komercpraksi NKAL izpratnē, jo šo reklāmu izplatīšana ir tieši saistīta ar Sabiedrības piedāvāto preču tirdzniecības veicināšanu.

Savukārt saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu un SIA Daugavpils izdevniecības firmas „Latgales reklāma” sniegto informāciju Sabiedrība ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju.

Saskaņā ar NKAL 14.panta pirmo daļu un Reklāmas likuma 13.panta pirmo daļu PTAC atbilstoši savai kompetencei uzrauga NKAL un Reklāmas likuma ievērošanu.

Sabiedrības Reklāma1, kurā piedāvāta 50% atlaide PVC logiem tikai 2 nedēļas, kā arī Reklāma2 un Reklāma3, kurās sniegts analoģs piedāvājums kā Reklāmā1, ir neikdienišķi piedāvājumi, tāpēc tie ir uzskatāmi par speciāliem piedāvājumiem, uz kuriem attiecas Reklāmas likuma 6.panta noteikumi.

Reklāmas likuma 6.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai, kurā izteikts speciālais piedāvājums vai pasludināta izpārdošana, jāatbilst vispārējām reklāmas prasībām un tajā norāda: 1) speciālā piedāvājuma priekšmetu; 2) datumu, kurā speciālais piedāvājums vai izpārdošana sākas un beidzas; 3) nosacījumus, no kuriem atkarīgs speciālais piedāvājums vai izpārdošana*.

Sabiedrības Reklāmā1, Reklāmā2 un Reklāmā3 minēts, ka 50% atlaide PVC logiem ir spēkā tikai 2 nedēļas, tomēr saskaņā ar Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas 2.punktu ir jānorāda konkrēts datums, kad speciālais piedāvājums sākas un beidzas, līdz ar to Reklāmā1, Reklāmā2 un Reklāmā3 nav ievērota noteiktā kārtība reklāmas sniegšanā.

PTAC izvērtējot Sabiedrības īstenoto komercpraksi, izplatot Reklāmu1, Reklāmu2 un Reklāmu3, ņem vērā NKAL 15.panta trešo daļu, kas nosaka – *ja*

*komercprakses īstenotājs nesniedz saskaņā ar šā panta otro daļu pieprasīto informāciju, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa. Ņemot vērā to, ka Sabiedrība noteiktajā termiņā PTAC nav iesniegusi pieprasītos pierādījumus par Reklāmā1, Reklāmā2 un Reklāmā3 sniegtā paziņojuma, t.i., ka Sabiedrība ir piemērojusi 50% atlaidi PVC logiem akcijas laikā, patiesumu, PTAC saskaņā ar minēto tiesību normu ir pamats uzskatīt, ka reklāmās sniegtā informācija par speciālā piedāvājuma laikā solīto atlaidi – 50% PVC logiem ir nepatiesa, tādējādi Sabiedrības īstenotā komercprakse, izplatot Reklāmu1, Reklāmu2 un Reklāmu3, ir atzīstama par maldinošu saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu, kas nosaka, ka komercpraksi uzskata par maldinošu, ja tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija un ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. PTAC norāda, ka saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu, kurš nosaka, ka par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības, vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz – pietiek, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas.*

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.*

NKAL 11.panta 7.punkts nosaka, ka *komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs nepatiesi apgalvo, ka prece vai pakalpojums būs pieejams tikai ļoti ierobežotu laiku vai būs pieejams ar īpašiem noteikumiem tikai ļoti ierobežotu laiku, tādējādi rosinot patērētāju nekavējoties pieņemt lēmumu par līguma slēgšanu un nedodot viņam iespēju vai pietiekamu laiku pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu.*

Saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 21.<sup>1</sup> panta piekto daļu *attiecīgās preces vai pakalpojuma cena, kurai tiek noteiktas atlaides, nedrīkst mainīties vismaz mēnesi pirms cenu pazemināšanas, atlaižu vai izpārdošanas publiskas paziņošanas.*

Izvērtējot Sabiedrības izplatītās konkrētā satura reklāmas, secināms, ka Sabiedrība Reklāmā1 apgalvo, ka ļoti ierobežotu laiku, proti, 2 nedēļas, patērētājiem būs iespējams iegādāties logus ar īpašiem noteikumiem, tas ir, ar 50% atlaidi, savukārt Reklāmā2 un Reklāmā3 Sabiedrība piedāvā iegādāties analogu produktu ar analogu atlaidi analogā laika periodā. Saskaņā ar patērētāju tiesību reglamentējošajiem normatīvajiem aktiem patērētāji varēja pamatoti gaidīt, ka pēc Sabiedrības Reklāmā1 norādītā speciālā piedāvājuma beigu datuma – 2 nedēļām – konkrētajām precēm, proti, logiem, vismaz mēnesi cena nemainīsies, tādējādi patērētāji tika rosināti nekavējoties pieņemt lēmumu par līguma slēgšanu par konkrētu preču iegādi, kādu viņi iespējams nebūtu pieņēmuši, ja būtu informēti par piedāvājuma patieso darbības laiku – to, ka piedāvājums turpināsies saskaņā ar Reklāmā2 un Reklāmā3 sniegto informāciju. Analoga situācija izveidojas Reklāmas2 mērķauditorijai.

No iepriekš konstatētā secināms, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse, izplatot Reklāmu1 un Reklāmu2 saskaņā ar NKAL 11.panta 7.punktu ir uzskatāma par

maldinošu, jo Sabiedrība tajās nepatiesi apgalvoja, ka konkrētas preces ar īpašiem noteikumiem, proti, ar 50% atlaidi, būs pieejamas tikai ļoti ierobežotu laiku.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC secina, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu1, Reklāmu2 un Reklāmu3 ir īstenojusi maldinošu (līdz ar to – negodīgu) komercpraksi saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu un 11.panta 7.punktu.

Atbilstoši NKAL 2.pantam *likuma mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenošanai izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem*. Tādējādi nav pieļaujams, ka Sabiedrības īstenošana komercprakse sava negodīgā rakstura dēļ negatīvi ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību.

PTAC norāda, ka, vērtējot Reklāmā1, Reklāmā2 un Reklāmā3 sniegto informāciju, PTAC konsekventi ņem vērā to, kā tajā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērtīgs un piesardzīgs. Minēto izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi Administratīvā apgabaltiesa (Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienų tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienų tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr. C-112/99, 52.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr. C-44/01, 55.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 19.09.2006. spriedums lietā Nr. C-356/04, 78.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>).

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 īstenošanai par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu publicēt attiecīgajai komercprakti atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā*.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1. 3. un 4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka komercprakses negatīvā ietekme jau ir notikusi, PTAC uzskata, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai piemērojams administratīvais sods. Savukārt daļā, kurā negatīvā ietekme vēl var notikt, ņemot vērā, ka Sabiedrība turpina izplatīt konkrētā satura reklāmas, PTAC uzskata, ka pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu, uzdodams tiesisks pienākums izbeigt negodīgas komercprakses īstenošanu, pārtraucot Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 izplatīšanu.

Ar administratīvo sodu palīdzību Sabiedrība tiks motivēts savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. 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.

Ņemot vērā, 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 atkārtošanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 35.panta otro daļu, kas nosaka, ka *ja persona ir izdarījusi vairākus administratīvos pārkāpumus, kas konstatēti vienlaicīgi, un tos izskata viena un tā pati institūcija (amatpersona), administratīvais sods tiek uzlikts tās sankcijas ietvaros, kura ir paredzēta par smagāko pārkāpumu. Šajā gadījumā pamatsodam var pievienot kādu no papildsodiem, kuri ir paredzēti pantos, kas nosaka atbildību par jebkuru no izdarītajiem pārkāpumiem, līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā – par negodīgu komercpraksi.*

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.* Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu *par negodīgu komercpraksi - uzliek naudas sodu juridiskajām personām - 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 uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu komercpraksi, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojāmām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu un 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 mīkstinošo un pastiprinošo apstākļu neesamību, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu, Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 200,00, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu un to, ka Sabiedrība nav ievērojusi vairākas normatīvo aktu normas.

Izvērtējot lietas materiālus un, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.<sup>1</sup> pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 35.panta otro daļu, 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 260.panta trešo daļu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, NKAL 1.panta pirmās

daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 11.panta 7.punktu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta pirmo daļu, trešo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu, Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas 2.punktu, 13.panta pirmo daļu, Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 21.<sup>1</sup> panta piekto daļu,

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

**uzlikt** SIA „Stilz”,  
juridiskā adrese: Daugavpils, 18.novembra iela 116,  
vienotās reģistrācijas numurs: 41503045431,  
naudas sodu Ls 200,00 (divi simti) apmērā.

**uzdot** SIA „Stilz”,  
juridiskā adrese: Daugavpils, 18.novembra iela 116,  
vienotās reģistrācijas numurs: 41503045431,  
tiesisku pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi, pārtraucot Reklāmas1, Reklāmas2,  
Reklāmas3 izplatīšanu.

Pieņemto lēmumu daļā par administratīvo pārkāpumu un pieņemto lēmumu daļā par tiesisko pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi SIA „Stilz” 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-19
Pieņemšanas datums:	2009.gada 23.aprīlis

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS