



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 18.jūnijā

Nr.E03-RIG-25

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā, par kuru paredzēts sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta pirmajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, piedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Cido Grupa”, juridiskā adrese: Ostas iela 4, Rīga, LV-1034, vienotās reģistrācijas numurs: 40003176944, personas ieņemamais amats: zvērināta advokāte
vārds, uzvārds: (..)
personas kods: (..)

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, ir izvērtējis SIA „Cido Grupa” (turpmāk – Sabiedrība) sniegtās alus „Lāčplēsis Premium” reklāmas, kur cita starpā minēts „ (...) *Tu esi gatavs cīnīties, lai uzvarētu (...)*” (turpmāk – Reklāma), atbilstību normatīvo aktu prasībām. Reklāmas izplatīšana konstatēta Rīgā uz vides reklāmas stendiem 2009.gada 17.aprīlī.

2009.gada 22.aprīlī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 21-06/3045, kurā informēja par iespējamo pārkāpumu Sabiedrības Reklāmā un, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja Sabiedrībai līdz 2009.gada 4.maijam sniegt dokumentārus pierādījumus par to, ka Reklāmā iekļautā brīdinājuma uzraksta par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi burtu izmērs nodrošina, ka uzraksts aizņem lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma. PTAC arī informēja Sabiedrību, ka vārda „pārmērīgi” iekļaušana brīdinājuma tekstā neatbilst Alkoholisko dzērienu aprites likuma jēgai, un ierosināja Sabiedrībai turpmākajās alkoholisko

dzērienu reklāmās neiekļaut vārdu „pārmērīgs”, tādējādi nodrošinot to atbilstību Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmās daļas prasībām.

2009.gada 30.aprīlī PTAC saņēma Sabiedrības atbildes vēstuli Nr.31, kurā Sabiedrība sniedza informāciju, ka Reklāma tika izplatīta no 2009.gada 12.-26.aprīlim, kā arī Sabiedrība vēstulē izsaka apņemšanos turpmāk pievērst pastiprinātu uzmanību reklāmas materiālu sagatavošanai, nodrošinot likumā noteikto normu ievērošanu, un apņemas neizmantot brīdinājuma uzrakstā vārdu „pārmērīgi”. Sabiedrība nav PTAC sniegusi pieprasītos pierādījumus attiecībā uz to, ka Reklāmā iekļautā brīdinājuma uzraksta par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi burtu izmērs nodrošina, ka uzraksts aizņem lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.

2009.gada 2.jūnijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 21-06/4163, kurā informēja, ka PTAC ir pieņēmis lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu, paziņoja 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 15.jūnijam. Papildus PTAC pieprasīja Sabiedrībai iesniegt informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām un apjomu.

1. 2009.gada 15.jūnijā PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 9.jūnija vēstuli, kurā Sabiedrība sniedza informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām un apjomu. (..)

Sabiedrība iepriekšminētajai vēstulei pievienojusi 2009.gada 26.februāra pilnvaras kopiju, ar kuru pilnvaro (..) darboties Sabiedrības vārdā.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrība sniedza informāciju, ka šī Reklāma bija Sabiedrības pirmā vides reklāma, un Sabiedrībai nebija nodoms samazināt Reklāmas brīdinājuma ietekmi.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC konstatē un secina:

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; līdz ar to Reklāma uzskatāma par reklāmu minētā likuma izpratnē.*

Saskaņā ar (..) mutvārdos sniegto 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 Reklāmas devēju.

PTAC norāda, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 13.panta pirmo daļu *reklāmas likuma ievērošanu savas kompetences ietvaros uzrauga Patērētāju tiesību aizsardzības centrs.*

Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

Jebkuras darbības ar alkoholiskajiem dzērieniem, kā arī prasības alkoholisko dzērienu reklāmai nosaka Alkoholisko dzērienu aprites likums. Saskaņā ar minētā likuma 10.panta pirmo daļu *alkoholisko dzērienu reklāmā ietverama informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi. Šādai informācijai atvēlami vismaz 10 procenti no konkrētās reklāmas apjoma, savukārt minētā likuma*

10.panta trešā daļa nosaka, ka *šā panta pirmajā daļā norādīto informāciju sniedz reklāmas apakšējā daļā ar melniem burtiem uz balta fona, turklāt burtu izmēram jābūt tādām, lai uzraksts aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.*

Ņemot vērā iepriekšminēto, Reklāmas saturu un vizuālo noformējumu, kā arī to, ka Sabiedrība nav sniegusi PTAC pieprasītos pierādījumus, PTAC konstatē, ka Sabiedrības Reklāmā, kurā nepārprotami tiek reklamēts alkoholiskais dzēriens – alus, brīdinājuma uzraksts nav atbilstošs likuma normai, jo Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, nav ievērojusi Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta trešās daļas prasību, līdz ar to Sabiedrības Reklāma neatbilst Reklāma likuma 3.pantā noteiktajai likumīguma prasībai, jo Reklāmā nav ievērota noteiktā kārtība reklāmas sniegšanā.

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 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.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus, t.i. – faktu, ka Reklāmas izplatīšana ir beigusies, 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 tiks motivēta nepieļaut atkārtotu pārkāpumu, izplatot alkoholisko dzērienu reklāmas. 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.).

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 intereses netiktu aizskartas, t.i. – persona saņemtu normatīvajiem aktiem atbilstošu reklāmu.

Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 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 neatbilstošas alkohola reklāmas sniegšanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu, jo ir aizskartas ievērojamas sabiedrības daļas intereses reklāmas jomā.

Ņemot vērā minētos apstākļus un to, 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.

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.*

Ievērojot LAPK 8.panta pirmo daļu, kas nosaka, ka *persona, kura ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, ir atbildīga saskaņā ar likumu, kas ir spēkā pārkāpuma izdarīšanas laikā un vietā,* un ņemot vērā, ka Reklāmas sniegšana ir notikusi no 2009.gada 13.aprīļa līdz 26.aprīlim un ko PTAC konstatēja 2009.gada 17.aprīlī, Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš bija paredzēts LAPK 166.¹³ panta pirmajā daļā, kurā bija noteikts, ka *par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu juridiskajām personām uzliek naudas sodu līdz 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 Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām.

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

Ņemot vērā, ka Sabiedrība 2009.gada 30.aprīļa vēstulē Nr.31 ir izteikusi apņemšanos turpmāk pievērst pastiprinātu uzmanību vides un citu reklāmas materiālu sagatavošanai, nodrošinot likumā noteikto normu ievērošanu, kā arī turpmāk *Lāčplēša* alus reklāmas materiālos (vides un citos) izmantosim brīdinājuma uzrakstu, kas neiekļauj vārdu „pārmērīgi”, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.panta trešo daļu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā Reklāmas izplatīšanas apjomu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību pastiprinošo un mīkstinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, 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 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 pirmo daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 2.panta otro daļu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 10.panta pirmo un trešo daļu, 14.panta pirmo un trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu un Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta trešo daļu,

n o l e m t s:

pieņemot SIA „Cido Grupa”,
 juridiskā adrese: Ostas iela 4, Rīga LV-1034,
 vienotās reģistrācijas numurs: 40003176944,
 naudas sodu Ls 100,00 (viens simts) apmērā.

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu SIA „Cido grupa” 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. 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-25
Pieņemšanas datums:	2009.gada 18.jūnijā

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS