



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 7.maijā

Nr. E03- REUD-20

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 akciju sabiedrībai „Mateks Credit”,
juridiskā adrese: Dammes ielā 34-25, Rīga, LV-1069,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003270389,
personas ieņemamais amats: valdes locekle
vārds, uzvārds: Zane Irbe
personas kods: (..)

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) ir izvērtējis a/s „Mateks Credit” (turpmāk – Sabiedrība) sniegto reklāmu, kas izvietotas logā, Sabiedrības kredītu izsniegšanas centrā Rīgā, Lāčplēša ielā 17, kur cita starpā minēts: „Kredīti tikai 40 minūšu laikā. Bez ķīlas. Pret pensiju. Ar jebkādu kredītvēsturi!” (turpmāk – Reklāma1) un „Kredīti tikai vienas dienas laikā. Pret nekustamā īpašuma ķīlu. Ar jebkādu kredītvēsturi!” (turpmāk – Reklāma2), atbilstību normatīvo aktu prasībām. Reklāmas1 un Reklāmas2 izplatīšana konstatēta 2009.gada 27.martā (akts Nr.20).

2009.gada 19.februārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai uz tās juridisko adresi Rīgā, Dammes ielā 34-25 vēstuli Nr.21-06/1253, kurā informēja, ka Sabiedrības sniegta reklāma laikrakstā „5 min” (05.02.2009.): *„Kredīti pret dzīvokļa, mājas, zemes ķīlu. * Summas 200-1200 LVL pret galvojumu. Droši, ērti, un viegli saņemami – individuāli sastādīts grafiks, minimāls iesniedzamo dokumentu skaits, tikai vienas dienas laikā. Aizņemies atbildīgi un pārdomāti.”* un reklāma krievu valodā, kas izplatīta laikrakstā „5min” Nr.26 (18.02.2009.): *„KREGITI – pod zalog kvarķiri, doma, zemļi... naģjožnie, udobnie, ľegko dostupnie. Inģividuaľno sostavľenij grafik, miņimaľnoe koľiķestvo podavajemih dokumentov, toľko za 1ģeņ. Beriķe kreģit produmanno!”* neatbilst reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām. PTAC saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta trešās daļas 1.punktu ierosināja Sabiedrībai nodrošināt tās sniegto reklāmu atbilstību normatīvo aktu prasībām, vienlaikus informējot, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta 3.¹daļu būs tiesīgs pieņemt vienu vai vairākus no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem.

PTAC konstatē, ka Sabiedrība nav novērsusi konstatēto pārkāpumu, jo Sabiedrība bezmaksas reklāmas avīzē „Rīgas Santīms” Nr.12 (01.-07.04.2009.) sniedza reklāmu krievu valodā, kur cita starpā minēts: *„KREGITI – pod zalog kvarķiri, doma, zemļi... Beriķe kreģit produmanno!”* (turpmāk – Reklāma3), kura nav atbilstoša normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 14.aprīlī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/2814, 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 5.maijam. Papildus PTAC pieprasīja Sabiedrībai iesniegt informāciju par Reklāmas1, Reklāmas2 un Reklāmas3 izplatīšanas vietām un laikiem.

2009.gada 5.maijā PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 27.aprīļa vēstuli Nr.165, kurā Sabiedrība atzīst, ka Reklāma1 un Reklāma2 nav atbilstoša normatīvo aktu prasībām. Sabiedrība paskaidro, ka tā šo filiāli ir slēgusi un reklāmas stendi vēl nebija demontēti.

Sabiedrība minētajā vēstulē sniedz viedokli: *„(..) AS „Mateks Credit” iepriekš minēto vēstuli nav saņēmusi, tādēļādi PTAC ierosinājums novērst konstatēto pārkāpumu un nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām nav ticis izvērtēts, kā pārkāpums AS „Mateks Credit” izpratnē, jo PTAC pieprasījums par MK noteikumu Nr.692 14.2.punktā minētās informācijas neesamību ir nepareizs. Saskaņā ar MK noteikumu Nr.69 14; 14.1.punktā ir noteikts, ka, reklamējot iespēju kreditēt patērētāju, jāievēro reklāmas kopējais saturs un tās pasniegšanas veids, noformējums un informācija, kas reklamā sniegta par kreditēšanas pakalpojumu.”* Sabiedrība sniedz viedokli, ka reklamās laikrakstā „5min” latviešu un krievu valodā, kā arī bezmaksas reklāmas avīzē „Rīgas Santīms” iekļautais teikums: *„Aizņemies atbildīgi un pārdomāti”* atbilst 2008.gada 25.augusta Ministru kabineta noteikumiem Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” (turpmāk – Noteikumi) 14.2.apakšpunktam. Kā pamatojumu iepriekšminētajam Sabiedrība norāda, ka Noteikumu 14.2.apakšpunkts nenosaka obligātu frāzi, kas jāiekļauj reklamā, bet gan nosaka, ka jāietver informācija, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu. Līdz ar to Sabiedrība norāda, ka

iekļaujot reklāmā frāzi: „Aizņemies atbildīgi un pārdomāti”, jo minētā frāze atklāj un ietver frāzes „izvērtēt spēju atmaksāt kredītu” jēgu, tādējādi Sabiedrība uzskata, ka reklāma atbilst Reklāmas likuma 3.punktam un Noteikumu 14.2.apakšpunktā noteiktajām prasībām.

Sabiedrība norāda, ka tai nav saprotams PTAC izvērtētais lietderības apsvēruma, secinot, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no Reklāmas likuma 1.-4. un 6.punktā noteiktos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērojot administratīvo sodu. Vienlaikus Sabiedrība norāda, ka PTAC secinājums, ka līdz ar administratīvā soda piemērošanu Sabiedrība tiks motivēta nepieļaut atkārtotu pārkāpumu ir aplams, jo Sabiedrība neuzskata, ka tās pārkāpums ir tik būtisks, lai piemērotu administratīvo sodu.

Attiecībā uz PTAC norādīto un citēto juridiskajā literatūrā pausto viedokli 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”, Sabiedrība norāda, ka šis konkrētais viedoklis ir lietderīgs gadījumos, ja Sabiedrība kategoriski neievērotu likumu, taču Sabiedrība savā darbībā nesaskata pārkāpumus.

Papildus Sabiedrība informē, ka tā vienmēr ir centusies godprātīgi pildīt likumā noteiktās prasības un PTAC norādījumus, taču nav saņēmusi PTAC 2009.gada 19.februāra vēstuli Nr.21-06/1253, līdz ar to Sabiedrībai nav bijusi iespēja izvērtēt PTAC norādījumus attiecībā uz reklāmām un izteikt argumentus.

Sabiedrība informē, ka ir noslēgusi reklāmu izplatīšanas līgumus ar laikrakstiem „5min”, kura izplatīšanas apjoms ir četras reizes nedēļā un „Rīgas Santīms”, kas tiek izplatīts vienu reizi nedēļā. Sabiedrība informē, ka Reklāmas3 izplatīšanas laiks un vieta ir reklāmas izplatītāju kompetencē. Sabiedrība nav iesniegusi PTAC pieprasīto informāciju par Reklāmas1 un Reklāmas2 izplatīšanas vietām, laikiem un apjomu.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji paskaidroja, ka Sabiedrībai nebija mērķis apzināti izplatīt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas, kā arī Sabiedrības pārstāvji iesniedza rakstveida aņņemšanos veikt Sabiedrības reklāmās labojumus, iekļaujot tajās pilnīgu Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādīto informāciju. Sabiedrības pārstāvji atzīst un nožēlo izdarīto pārkāpumu attiecībā uz Sabiedrības Reklāmu1 un Reklāmu2.

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.* Līdz ar to Reklāma1, Reklāma2 un Reklāma3 ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma izpratnē.

Ņemot vērā Reklāmas1, Reklāmas2 izplatīšanas vietu, kā arī Reklāmā3 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 konkrēto reklāmu 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 otro 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 nosaka 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.*

PTAC konstatē, ka Reklāmā1 un Reklāma2, kuras izplatīšana konstatēta 2009.gada 27.martā, nav ietverta Noteikumu 14.2. apakšpunktā norādītā informācija, kas paredz, ka *reklāmā ietver informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu.*

Vienlaikus PTAC norāda, ka jau 2009.gada 19.februārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai uz tās juridisko adresi Rīgā, Dammes ielā 34-25 vēstuli Nr.21-06/1253, kurā informēja, ka Sabiedrības sniegtā reklāma laikrakstā „5 min” (05.02.2009.): *„Kredīti pret dzīvokļa, mājas, zemes ķīlu. * Summas 200-1200 LVL pret galvojumu. Droši, ērti, un viegli saņemami – individuāli sastādīts grafiks, minimāls iesniedzamo dokumentu skaits, tikai vienas dienas laikā. Aizņemties atbildīgi un pārdomāti.”* un reklāma krievu valodā, kas izplatīta laikrakstā „5min” Nr.26 (18.02.2009.): *„KREGITI – pod zalog kvarķiri, doma, zemļi... naǰoǰnie, udobnie, ľegko dostupnie. Inǰividualno sostavľenij grafik, miňimalnoe koľiĉestvo podavajemih dokumentov, toľko za ľgeň. Beriķe kreǰit produmanno!”* neatbilst reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, jo tajās nebija ietverta pilnīga Noteikumu 14.2. apakšpunktā norādītā informācija – *reklāmā ietver informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu.* PTAC ierosināja Sabiedrībai novērst konstatēto pārkāpumu un nodrošināt reklāmu atbilstību normatīvo aktu prasībām. Turpmāk PTAC konstatēja, ka Sabiedrība nav novērsusi minēto pārkāpumu, jo Sabiedrība bezmaksas reklāmas avīzē „Rīgas Santīms” Nr.12 (01.-07.04.2009.) sniedz Reklāmu3, kurā nav ietverta pilnīga Noteikumu 14.2. apakšpunktā norādītā informācija.

Izvērtējot Sabiedrības 2009.gada 27.aprīļa vēstulē Nr.165 sniegtos argumentus un viedokli, ka saskaņā ar Noteikumu 14.1.apakšpunktu, reklamējot iespēju kreditēt patērētāju, jāievēro reklāmas kopējais saturs un tās pasniegšanas veids, noformējums un informācija, kas reklāmā sniegta par kreditēšanas pakalpojumu, PTAC norāda, ka Noteikumu 14.1.apakšpunkts nosaka, ka reklāmā aizliegts veicināt bezatbildīgu aizņemšanos – lai to noteiktu, ņem vērā arī cita starpā Sabiedrības iepriekš minētos kritērijus. Vienlaikus PTAC norāda, ka 2009.gada 19.februāra vēstulē Nr.21-06/1253 PTAC Sabiedrībai norādīja uz to, ka Ekonomikas ministrija ir sniegusi Noteikumu 14.2.apakšpunkta skaidrojumu, saskaņā ar ko šīs normas mērķis ir brīdināt patērētāju par nepieciešamību pārdomāt aizņemšanās nepieciešamību un izvērtēt savas spējas reklamēto kredītu atmaksāt, kā arī uzsvērt kredīta atmaksāšanas faktu tajās reklāmās, kurās norādīts uz kredīta saņemšanas vienkāršumu un ātrumu. Ekonomikas ministrija,

vēršot uzmanību uz to, ka Noteikumos ir ietvertas minimālās prasības reklāmā ietveramajiem brīdinājumiem, norāda, ka patērētāju kreditēšanas reklāmās ir jāiekļauj atsauces uz abiem Noteikumu 14.2.apakšpunktā minētajiem kritērijiem, lai netiktu apdraudēta normas mērķa sasniegšana. Tādējādi PTAC, ņemot vērā arī Ekonomikas ministrijas viedokli, norāda, ka reklamējot iespēju kreditēt patērētāju atbilstoši Noteikumu 14.2.apakšpunkta prasībām ir jābūt ietvertai konkrētā satura norādei: „reklāmā ietver informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu”, kas uzskatāma par obligāti norādāmo minimālo informāciju.

Ņemot vērā iepriekš minēto Sabiedrības arguments par to, ka iekļaujot reklāmā latviešu un krievu valodā frāzi: „Aizņemties atbildīgi un pārdomāti” reklāmā sniegtā brīdinājuma informācija atbilst Noteikumu 14.2.prasībām, ir noraidāms.

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 Sabiedrības vēstulē sniegto viedokli, ka Sabiedrībai nav izprotams PTAC izvērtētais lietderības apsvēruma nepiemērot Sabiedrībai Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1.-4. un 6.punktā noteiktos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma ceturtās daļas 5.punktu, piemērot administratīvo sodu, PTAC norāda, ka PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 66.panta pirmajā daļā noteiktos lietderības apsvērumus, vērtējot administratīvā akta izdošanas nepieciešamību, piemērotību un vajadzību. Šajā sakarā PTAC ņem vērā, ka PTAC ierosināja Sabiedrībai reklāmās, kurās tā piedāvā iespēju kreditēt patērētāju, norādīt pilnīgu Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādīto informāciju, bet turpmāk PTAC konstatē, ka Sabiedrība nav ņēmusi vērā PTAC ierosinājumu un turpina izplatīt reklāmas, kurās nav sniegta pilnīga Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija, kā arī izplata reklāmas – konkrēti Reklāmu1 un Reklāmu2, kurās nav ietverta noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija.

Vienlaikus PTAC norāda, ka, ņemot vērā, Sabiedrības 2009.gada 27.aprīļa vēstulē Nr.165 sniegto informāciju, ka Sabiedrība filiāli ir slēgusi, bet reklāmas vēl nav demontētas, PTAC norāda, ka Reklāmā1 un Reklāmā2 tiek sniegta informācija par Sabiedrības piedāvātajām iespējām kreditēt patērētāju vispār, nevis tikai konkrētajā filiālē, līdz ar to nav nozīmes, kurā vietā ir izvietota reklāma, jo tā nereklamē konkrēto filiāli, bet gan Sabiedrības darbību kopumā un tās piedāvātu pakalpojumu.

Ņemot vērā Sabiedrības sniegto informāciju, ka konkrētā Sabiedrības filiāle Rīgā, Lāčplēša ielā 17 ir slēgta, bet Reklāmas1 un Reklāmas2 stendi vēl nebija demontēti, PTAC norāda, ka nebūtu lietderīgi Sabiedrībai piemērot Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1.punktā noteikto tiesisko pienākumu – uzdot reklāmas devējam sniegt konkrētajās reklāmās papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības viedokļa.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1-4.punktos paredzētajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāmas1 un Reklāmas2, kā arī Reklāmas3 izplatīšana jau ir notikusi, līdz ar to reklāmu negatīvās ietekme jau ir iestājusies, PTAC uzskata, ka pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, Sabiedrībai piemērojams administratīvais sods.

Ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta 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*.

Tādējādi Sabiedrība, izplatot Reklāmu1 un Reklāmu2, kurā nav sniegta Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija, savukārt, izplatot Reklāmu3, kurā nav ietverta pilnīga Noteikumu 14.2. apakšpunktā norādītā informācija, Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.pantā 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 uzliekamo 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.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 34.pantu, kas pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu, savukārt saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu PTAC ir konstatējis Sabiedrības atbildību mīkstinošus apstākļus, ņemot vērā to, ka Sabiedrības pārstāvji administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā iesniedza rakstveida apņemšanos veikt Sabiedrības reklāmās labojumus, iekļaujot tajās pilnīgu Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādīto informāciju, kā arī atzina un nožēloja izdarīto pārkāpumu attiecībā uz Sabiedrības Reklāmu1 un Reklāmu2.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un mīkstinošo apstākļu esamību, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 100 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 pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu un 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 a/s „Mateks Credit”

juridiskā adrese: Dammes ielā 34-25, Rīga, LV-1069,

vienotās reģistrācijas numurs: 40003270389,

naudas sodu Ls 100 (viens simts) apmērā.

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu a/s „Mateks Credit” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu 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:

90000050138

Saņēmēja iestāde:

Maksājuma mērķis:

Valsts kase Reģistrācijas numurs

Valsts kase BIC kods TREL LV22

Konts (IBAN) LV12TREL1060121019400

Lēmums Nr. E03-REUD-20

Pieņemšanas datums: 2009.gada 7.maijs

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

Direktores vietiece (paraksts) B.Liepiņa

Ar lēmumu iepazīnos _____ 2009. gada 7.maijā
(personu, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksti)

Lēmuma norakstu saņēmu _____ 2009. gada 7.maijā
(personas, kura saņēma lēmuma norakstu, paraksts)

IZRAKSTS PAREIZS