



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

2011.gada 8.septembrī

Nr. E03-KREUD-16

Par administratīvā soda un tiesiskā pienākuma uzlikšanu

Par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu, par ko paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties A/S „LATVIJAS INVESTĪCIJAS”
juridiskā adrese: Pērnavas iela 10-101, Rīga, LV-1012
vienotās reģistrācijas numurs: 40103228602
valdes priekšsēdētājam
vārds, uzvārds: (...)
personas kods: (...)
un valdes loceklim
(...)
personas kods: (...)
izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz *Reklāmas likuma* 14.panta pirmo daļu, veica AS „LATVIJAS INVESTĪCIJAS” (turpmāk – Sabiedrība) kreditēšanas pakalpojumu reklāmas izvērtēšanu (turpmāk – Reklāma).

Reklāmas izvērtēšanas ietvaros 2011.gada 12.augustā PTAC sastādīja Aktu Nr.P-80 (turpmāk – Akts) par komercprakses, reklāmas un informācijas sabiedrības pakalpojumu atbilstības to reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu. Akts tika sastādīts par Sabiedrības pakalpojumu Reklāmu, kura tika izplatīta bezmaksas reklāmas avīzē „Rīgas santīms” 2011.gada 10.-16.augusta nedēļas numurā (turpmāk – Avīze). Reklāmā Sabiedrība sniedz šādu informāciju:

[...] „Процентная ставка от 9% годовых” [...] (tulk. no krievu val.: „Aizdevuma procentu likme sākot no 9% gadā”).



Papildus PTAC konstatēja, ka Reklāma izplatīta arī bezmaksas reklāmas avīzes „Rīgas santīms” 2011.gada 24.-30.augusta nedēļas numurā.

2011.gada 18.augustā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/4879-P80 *Par uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu*, kurā informēja Sabiedrību par lietvedības administratīvā pārkāpuma lieta ierosināšanu un par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī uzaicināja Sabiedrības pārstāvi ierasties uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un aicināja Sabiedrību saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt pilnīgu un patiesu informāciju par to, kādā apjomā Reklāma ir tikusi izplatīta.

2011.gada 31.augustā PTAC saņēma Sabiedrības 2011.gada 30.augusta vēstuli Nr.30/08/2011 (turpmāk – Vēstule), kurā Sabiedrība lūdz PTAC izdot lēmumu par lietas izbeigšanu faktu trūkuma un nelietderīguma dēļ.

Vēstulē Sabiedrība norāda, ka nav pārkāpusi Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta otro daļu, kā arī *Patērētāju tiesību aizsardzības likuma* (turpmāk – PTAL) 8.panta pirmo daļu un 2010.gada 28.decembra Ministru kabineta noteikumu Nr.1219 *Noteikumi par patērētāju kreditēšanu* (turpmāk – MK noteikumi) 12. un 14.punktu. Sabiedrības ieskatā uz Reklāmu nav attiecināmi MK noteikumi, pamatojoties uz MK noteikumu 3.7.apakšpunktu, kur norādīts, ka *šos noteikumus nepiemēro kreditēšanas līgumiem, ar kuriem saskaņā kredīts tiek piešķirts, nemaksājot procentu likmi un citus papildu maksājumus*. Sabiedrība uzsver, ka kreditēšanas līgumos, kas noslēgti ar patērētājiem, netiek ietverta aizņēmuma procentu likme, tādejādi uz to neattiecas arī MK noteikumu 12.punkta prasības.

Sabiedrība Vēstulē atsauca uz Reklāmas informatīvo raksturu, proti, tās mērķis nebija patērētāju kreditēšanas līgumu noslēgšana, bet gan tikai potenciālo kredīta ņēmēju informēšana par iespēju noslēgt kreditēšanas līgumu, tādejādi ar Reklāmu netika izteikts priekšlīgums (oferte), kura prasības noteiktas MK noteikumu 27.punktā un Civillikuma 1470.pantā.

Papildus augstākminētajam Sabiedrība Vēstulē paskaidro, ka Reklāmā ir norādīta gada procentu likme un tā ir no 9 % gadā, bet pārējās izmaksas, tai skaitā, aizņēmumu likmi Sabiedrība kreditēšanas līgumos nepiemēro. Ņemot vērā, ka papildus izmaksas kreditēšanas līgumiem netiek piemērotas, Sabiedrības ieskatā Reklāmā norādītā procentu likme sastāda visas kredīta kopējās izmaksas patērētājiem, kas noteiktas MK noteikumu 2.2.apakšpunktā.

Attiecībā uz Reklāmas izplatīšanas apjomu Sabiedrība Vēstulē informē par vēl vienu Reklāmu bezmaksas reklāmas avīzē „Rīgas santīms” 2011.gada jūlija mēneša beigās.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji pamatojās uz jau iepriekš sniegto argumentu par to, ka Reklāma ir bijusi informatīva rakstura, kā arī norādīja, ka viņa ieskatā Sabiedrība nerīkojās ļaunprātīgi. Sabiedrības pārstāvji atzina izdarīto pārkāpumu, informēja, ka Reklāma kopš 2011.gada 1.septembra netiek izplatīta, kā arī apņēmas turpmāk neizplatīt šāda veida reklāmu.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus un informāciju, PTAC secina:

[1] *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. Ņemot vērā Reklāmas kopējo saturu, kā arī to, ka Reklāma ir ar Sabiedrības saimniecisko un profesionālo darbību saistīts paziņojums, kura nolūks ir veicināt Sabiedrības sniegto pakalpojumu popularitāti un pieprasījumu, PTAC konstatē, ka Reklāma ir atzīstama par reklāmu *Reklāmas likuma* 1.panta izpratnē.

[2] Saskaņā ar Reklāmā 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, kā arī ņemot vērā to, ka Reklāma izvietota Sabiedrības piedāvāto pakalpojumu popularizēšanai, Sabiedrība ir uzskatāma par Reklāmas devēju.

[3] *Reklāmas likuma* 3.panta pirmajā daļā noteikts, ka reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi, un tā nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem.

[4] Savukārt saskaņā ar *Reklāmas likuma* 7.panta otro daļu papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu vai izplatīšanas kārtību nosaka Ministru kabinets.

Tā kā Reklāma veicina tādu pakalpojumu pārdošanu, kas atbilst *PTAL* 8.panta pirmajā daļā minētajai patērētāja kreditēšanas līguma definīcijai, Reklāma ir uzskatāma par patērētāju kreditēšanas reklāmu, un tai konkrētajā gadījumā jāatbilst MK noteikumos minētajām prasībām.

[5] Ņemot vērā, ka Sabiedrība Reklāmā piedāvā kreditēšanas līgumus par maksu, proti, tiek norādīta piemērojamā likme sākot no 9% gadā, uz to neattiecas MK noteikumu 3.7.apakšpunktā minētais izņēmums.

[6] Pamatojoties uz MK noteikumu 12. un 14.punktu, PTAC norāda, ka reklāmā par kredītiem, kuru atmaksa nodrošināta ar nekustamā īpašuma hipotēku un kur tiek norādīta procentu likme vai cita skaitliska informācija par kredīta izmaksām, ar uzskatāma piemēra palīdzību skaidrā, lakoniskā un viegli uztveramā veidā norāda:

- 1) aizņēmuma likmi (fiksētu, mainīgu vai abas) kopā ar informāciju par piemērojamām maksām, kas iekļautas kredīta kopējās izmaksās patērētājam;
- 2) kredīta kopējo summu;
- 3) kreditēšanas līguma darbības termiņu, ja tāds ir;
- 4) ja kredīts ir atlikta maksājuma veidā par konkrētām precēm vai pakalpojumiem, – preces vai pakalpojuma cenu un jebkādas sākotnējās iemaksas lielumu;
- 5) kopējo summu, kas jāmaksā patērētājam, un veicamo maksājumu apmēru, ja iespējams.

Ņemot vērā, ka Reklāmā izteikta skaitliska informācija par kredīta izmaksām, proti, tika norādīta procentu likme, Reklāmā bija jāievēro augstākminētās MK noteikumu 12.1., 12.2., 12.4., 12.5., 12.6.apakšpunktu un 14.punkta prasības, savukārt PTAC konstatē, ka nepieciešamā informācija Reklāmā nav tikusi ievietota. PTAC uzsver, ka minētās informācijas nodrošināšana patērētāja kreditēšanas reklāmā ir būtiska, lai patērētājs varētu pieņemt uz informāciju balstītu un ekonomiski pamatotu lēmumu.

[7] PTAC vērš uzmanību, ka aizņēmuma likme ir procentu likme, kas izteikta kā fiksēti vai mainīgi procenti, ko katru gadu piemēro izņemtajai kredīta summai, tādā veidā nosakot kārtējā maksājuma apmēru. Savukārt gada procentu likmi aprēķina pēc MK noteikumu 1.pielikumā norādītās formulas, ņemot vērā visas kredīta izmaksas (kārtējo maksājumu summas, komisijas par kredīta piešķiršanu vai pieteikuma izskatīšanu u.c. izmaksas, kas saistītas ar attiecīgu kreditēšanas līguma veidu), kā arī MK noteikumu II nodaļā un 1.pielikumā norādītos pieņēmumus. Jebkuram kreditēšanas līgumam ir iespējams noteikt aizņēmuma likmi (gadā, mēnesī vai dienā), kā arī gada procentu likmi jeb GPL (ja to nosaka MK noteikumi). Savukārt kredīta kopējās izmaksas ir visu ar kreditēšanas līgumu saistīto izmaksu summa, nevis šo izmaksu aprēķinam pielietotās procentu likmes apmērs, kā tas ir norādīts Vēstulē. Līdz ar to kopējā summa, kas jāmaksā patērētājam atbilstoši MK noteikumu prasībām, Reklāmā nav tikusi norādīta, kā arī, atbilstoši MK noteikumu 14.punktam, Reklāmā ietvertā informācija nav norādīta ar uzskatāma piemēra palīdzību.

[8] Vienlaikus atsaucoties uz Vēstulē minēto argumentu, ka ar Reklāmu netika izteikts priekšlīgums (oferte), PTAC paskaidro, ka MK noteikumu III nodaļa ir attiecināma uz patērētāju kreditēšanas reklāmā sniedzamo informāciju, savukārt uz informāciju, kas sniedzama patērētājiem pirms kreditēšanas līguma noslēgšanas, saskaņā ar MK noteikumu 27.punktā minēto pielikumu ir attiecināma MK noteikumu IV nodaļa.

[9] Kontekstā ar iepriekš minēto secināms, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, tā izdarot Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – *LAPK*) 166.¹³ panta otrajā daļā „*Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu*” paredzēto 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*”.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, kā arī ņemot vērā, ka Sabiedrība ir apņēmusies turpmāk neizplatīt Reklāmu un to, ka Reklāmas negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi, PTAC secina, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.-4. un 6.punktā minētos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu un ņemot vērā *LAPK* 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, Sabiedrībai piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, kas paredzēts *LAPK* 166.¹³ panta otrajā daļā, uzliekot sodu.

PTAC uzskata, ka 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 un 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.*¹ 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 iepriekš minēto, 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 atkārtošanās, 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.* Saskaņā ar *LAPK* 166.¹³ panta otro daļu par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem.

Saskaņā ar *LAPK* 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinājošos 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, proti, aizliegtas reklāmas izplatīšanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

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 uzliedzamo 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. Ņemot vērā, ka Sabiedrība lietas izskatīšanas laikā atzina izdarīto pārkāpumu un apņēmas turpmāk patērētāju kreditēšanas reklāmu sagatavošanā konsultēties ar PTAC, lietā saskaņā ar *LAPK* 33.panta trešo daļu ir konstatējami apstākļi, kas mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā Reklāmas izplatīšanas apjomu, to izplatīšanas formātu, izdarītā pārkāpuma raksturu, lietā esošo informāciju par Sabiedrības mantisko stāvokli (pēc Lursoft pieejamiem datiem), atbildību mīkstinājošo apstākļu esamību un atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību, PTAC uzskata, ka par aizliegtas reklāmas izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliedzams naudas sods Ls 500,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu – normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas izplatīšana, ņemot vērā to iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), Reklāmas izplatīšanas apjomu (trīs bezmaksas reklāmas avīzes „Rīgas Santīms” numuros, kuru viena numura tirāžas apjoms pēc izdevniecības nama Petits sniegtās informācijas ir 210 000 eksemplāri), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz *LAPK* 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta 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 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 12.panta ceturto daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu,

¹ Māris Baltāis. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.

n o l e m t s:

akciju sabiedrībai „LATVIJAS INVESTĪCIJAS”
juridiskā adrese: Pērnavas iela 10-101, Rīga, LV-1012
vienotās reģistrācijas numurs: 40103228602

uzlikt naudas sodu Ls 500,00 (pieci simti lati) apmērā.

Pieņemto lēmumu pilnībā vai kādā tā daļā AS „LATVIJAS INVESTĪCIJAS” 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 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-KREUD-16
Pieņemšanas datums:		2011.gada 8.septembris

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS