

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](mailto:ptac@ptac.gov.lv)

## LĒMUMS

Rīgā

2012.gada 12.janvārī

Nr. E03-KREUD-2

### Par administratīvā soda uzlikšanu

**Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktā likumīguma pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „ZAKSI”, juridiskā adrese: „Zaksi”, Užavas pag. „Ventspils nov. reģistrācijas numurs: 41201005223 pilnvarotajai personai  
[..]

### izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas veica SIA „ZAKSI” (turpmāk – Sabiedrība) sniegtā drukātā reklāmas materiāla atbilstības reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2011.gada 19.novembrī PTAC Latvijas Nacionālās operas publiski pieejamajās telpās konstatēja, ka Sabiedrība ir sniegusi reklāmas materiālu, kurā iekļauta informācija par trīs alus šķirnēm – *Užavas gaišais*, *Užavas tumšais* un *Užavnieks*, iekļaujot ziņas par alus darītavas *Užavas alus* vēsturi un uzsverot, ka minētās alus šķirnes tiek gatavotas tikai no dabīgām izejvielām, kā arī izteikts aicinājums apskatīt alus darītavu un degustēt alu (turpmāk – Reklāma). Tālāk tekstā redzama Reklāma:



Užavas alus daritavas filozofija balstās uz ideju ražot un piedāvāt patērētājiem kvalitatīvu alu un nemainīgi garšīgu alu. Katrs, kuram ir interese, kā top Užavas alus, ir laipni aicināts apskatīt alus daritavu, kā arī degustēt mūsu ražotās alus šķirnes. Gatavā produkcija pieejama alus daritavas veikalā, kur iespējams iegādāties arī dažādus ar alus tēmu saistītus suvenīrus.

**Mūsu kontakti**  
SIA „ZAKSĪ”, Zakši, Užavas pag., Ventspils nov.  
LV-3627, Latvija

**Alus daritava visiem savienojumiem**  
Tālrunis: (+371) 636-30-595

**Administrācija**  
Tālrunis: (+371) 636-30-550, (+371) 29-219-145  
Fakss: (+371) 636-30-562

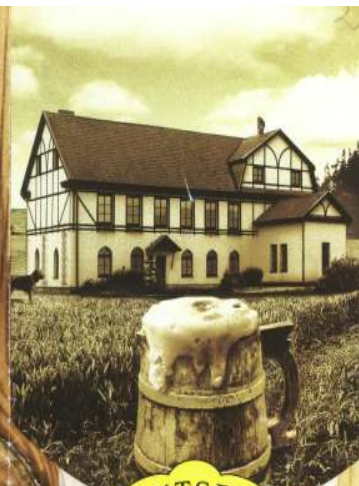
E-pasts: [pumpuras@uzavas-alus.lv](mailto:pumpuras@uzavas-alus.lv)  
E-pasts: [uldu.pumpuras@uzavas-alus.lv](mailto:uldu.pumpuras@uzavas-alus.lv)

**Grāmatvedība / Realizācijas nodaļa**  
Tālrunis: (+371) 636-30-632, (+371) 26-355-227  
E-pasts: [uzavas.alus@uzavas-alus.lv](mailto:uzavas.alus@uzavas-alus.lv)

**Ekskursijas grupām (10-50 pers.)**  
Tālrunis: (+371) 29-219-145

E-pasts: [pumpuras@uzavas-alus.lv](mailto:pumpuras@uzavas-alus.lv)

[www.uzavas-alus.lv](http://www.uzavas-alus.lv)



VENTSPILS  
1994  
**Užavas  
alus**

Ar mūsu aldaru –  
piekrastes iedzīvotāju rokām  
un sirdīm – Užavas alu  
ienāk spēka pilnais  
jūras raksturs



Savu pirmsākumu Užavas alus rod ekoloģiski tīrā vidē, kur bagātās zemes dzīes glabā kristāldzīdru ūdeni, rietumvējš traucas pār sesto Kurzemes priežu ieskaudajiem zeltainajiem miežu laukiem un apiņu rūgtenais aromāts saplūst ar Baltijas jūras sālo elpu. Užavas alus top gleznainā Ventspils pierobežā Baltijas jūras krastā, Latvijā - Užavas alus daritavā.

Užavas alus daritava dibināta 1994. gadā. Tās tēlu Latvijas tirgū iezīmē nelielas, uz ekskluzīvu ražošanu orientētas daritavas statuss, kas piedāvā augstas kvalitātes alu. Labs alus ir dzīves stila dzēriens.

Kopš 2010. gada ražotnē top trīs alus šķirnes - Užavas gaišais, Užavas tumšais un Užavnieks (gaišais alus ar pazeminātu alkohola saturu). Visas trīs alus šķirnes ir pieejamas iegādāties gan pildītas pudelēs, gan kā lejamais alus, pildīts alus mucās.



Sevišķu vērtību produktam piešķir tas, ka Užavas alus nesatur konservantus un netiek pasterizēts – tas ir dabīgs un dzīvs, tāpat kā mūsu sentēvu mājās brūvētais miestīšs. Užavas alus ražošanā tiek izmantotas tikai klasiskas dabīgas izejvielas – miežu iesals, apiņi, ūdens un raugs.

Užavas tumšajam alum raksturīga īpaša iesala garša, kuru papildina tikams apiņu rūgtums un aromāts. Lielisku vizuālo efektu sniedz piesātinātā alus krāsa, kas izpaužas saulrietā dzirkstjošā sarkanīgā dzintara toņos.

Užavas gaišajam alum piemīt maigi rūgtena apiņu garša un gaisīgs apiņu aromāts. Iekārojamu vizuālo raksturu alum piešķir izteikti saulaina dzintara nokrāsa.

[2] 2011.gada 24.novembrī, konstatējot, ka Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, kurā nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu, nolēma uzsākt lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā.

[3] 2011.gada 12.decembrī PTAC Sabiedrībai nosūtīja vēstuli Nr.21-06/7531-P-103, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem apstākļiem, pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja Sabiedrībai līdz 2012.gada 6.janvārim sniegt PTAC rakstisku informāciju par Reklāmas izplatīšanas laiku un vietām.

[4] Atbilde uz punktā [3] minēto vēstuli PTAC nav saņemta.

[5] Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāve informēja, ka Reklāma ir izplatīta vienu reizi Latvijas Nacionālajā operā 2011.gada 19.novembrī. Pārstāve izteica nožēlu par izdarīto pārkāpumu, kas esot noticis pārpratuma rezultātā.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

Reklāmas likuma 1.pants nosaka, 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*. Sabiedrības izplatītā/sniegtā Reklāma atbilst reklāmas jēdzienam minētā likuma izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēlotā alkoholiskā dzēriena – alus – popularitāti un pieprasījumu pēc tā.

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmā jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmā, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem*.

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

Jebkuras darbības ar alkoholiskajiem dzērieniem, kā arī alkoholisko dzērienu reklāmu regulē Alkoholisko dzērienu aprites likums. Minētā likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *alkoholisko dzērienu reklāmā ietverama informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi. Šādai informācijai atvēlami vismaz 10 procenti no konkrētās reklāmas apjoma*.

Ņemot vērā, ka Reklāmā nav ietverta informācija par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, Reklāma neatbilst Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai.

Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa 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 atbilst reklāmas devēja statusam Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo, sniedzot Reklāmu, tiek veicināts Sabiedrības komerciālais labums.

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.*

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība kā Reklāmas devēja ir sniegusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu. Līdz ar to konstatējams, ka Sabiedrība ir izdarījusi LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā ir noteikts, ka, *ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai saimnieciskās darbības veicēju, vai profesionālās darbības veicēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz izplatīt reklāmu; 4) pieprasa atsaukt reklāmu; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā; 6) uzdod reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam izbeigt pārkāpumu un nosaka termiņu pārkāpuma izbeigšanai.*

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus, kā arī lietderības apsvērumus, PTAC ņem vērā to, ka Reklāmas izplatīšana jau ir notikusi, patērētāji jau ir saņēmuši normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu un Sabiedrība saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1. – 4.punktā un/vai 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan Sabiedrībai, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, uzliekot administratīvo sodu.

PTAC ieskatā 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, lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), lietā nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, kā arī konstatētais pārkāpums nav uzskatāms par maznozīmīgu un tādēļ Sabiedrība konkrētajā gadījumā nav atbrīvojama no administratīvās atbildības (LAPK 21.pants), 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.

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā – *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.*

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.<sup>13</sup> panta otro daļu Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu *uzliek naudas sodu juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem.*

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likumā noteiktos principus un 66.pantā noteiktos 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 neatbilstošu Reklāmu, un šo interešu aizskārums, 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, un ir konstatējis apstākļi, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu uzskatāms par atbildību mīkstinošu apstākli, proti, Sabiedrība ir izteikusi nozēlu par izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem sniegtu normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu, īstenošanas veidu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, ievērojot vienlīdzības principu un ņemot vērā Sabiedrības mantisko stāvokli, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas sniegšanu/izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, 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 LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu un 33.panta pirmās daļas 1.punktu, 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, 215.<sup>4</sup> 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, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 10.panta pirmo un trešo daļu, 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmo daļu,

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

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „ZAKSI”  
juridiskā adrese: „Zaksi”, Užavas pag. ,Ventspils nov.,  
reģistrācijas numurs: 41201005223  
**uzlikt** naudas sodu Ls 100,00 (viens simts) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „ZAKSI” 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.

[..]

Direktores vietniece

B.Liepiņa

[..]

IZRAKSTS PAREIZS