

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

Datums skatāms laika zīmogā.

Nr. 5

*Vadlīnijas** **Reklāmas likumā, NKAL¹ un PTAL² noteikto labprātīgo darbību piedāvāšanai un lēmumu pieņemšanai**

RĪGA

* Šis dokuments nav oficiāla tiesību normu interpretācija, bet ir Patērētāju tiesību aizsardzības centra kā uzraudzības iestādes viedoklis par tiesību normu interpretāciju.

¹ Negodīgas komercprakses aizlieguma likums

² Patērētāju tiesību aizsardzības likums

Saturs

Izmantotie saīsinājumi	3
I. Mērķis un pamatprincipi.....	4
II. Pārkāpumu būtiskuma izvērtēšana	4
III. Labprātīgās darbības	6
IV. Pagaidu noregulējums.....	7
V. Lēmums par pretiesisku reklāmu un/vai negodīgu komercpraksi	8
VI. Soda naudas apmēra noteikšana	8
[6.1] Soda naudas maksimālais apmērs.....	9
[6.2] Komercprakses īstenošanas teritorijas vērtējums	10
[6.3] Pārkāpēja gada apgrozījuma (ieņēmumu) no saimnieciskajiem darījumiem vērtējums ..	10
[6.4] Soda naudas noteikšana pēc pārkāpuma smaguma	13
[6.5] Pārkāpuma smaguma un soda naudas apmēra noteikšana.....	13
[6.5.1] Pieļautā pārkāpuma raksturs un ilgums, pārkāpuma radītā ietekme, apstākļi, kādos izdarīts pārkāpums, pārkāpēja loma pārkāpumā un pārkāpuma apjoms.	13
[6.5.2] Pārkāpējs līdz lēmuma pieņemšanas dienai ir atlīdzinājis vai uzsācis atlīdzināt nodarītos zaudējumus.	14
[6.5.3] Pārkāpums pārtraukts pēc pārkāpēja iniciatīvas.	14
[6.5.4] Atkārtots pārkāpums pēdējo 2 gadu laikā	15
[6.5.5] Rakstveida apņemšanās neizpilde.....	15
[6.5.6] Kavēta lietas izskatīšana vai izdarītā pārkāpuma slēpšana	15
[6.5.7] Gūtais finansiālais labums vai zaudējumu samazinājums	15
[6.5.8] Citā ES vai EEZ valstī piemērota sankcija	15
[6.5.9] Citi attiecināmi apstākļi	15
VII. Izlīguma (administratīvā līguma) par soda apmēru piedāvāšanas vai pieņemšanas kritēriji:	16

Izmantotie saīsinājumi

APL – Administratīvā procesa likums

EEZ – Eiropas Ekonomiskā zona

ES – Eiropas Savienība

NKAL – Negodīgas komercprakses aizlieguma likums

PTAC – Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

PTAL – Patērētāju tiesību aizsardzības likums

Regula - Eiropas Parlamenta un Padomes 2017. gada 12. decembra regula (ES) 2017/2394 par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbild par tiesību aktu izpildi patērētāju tiesību aizsardzības jomā, un ar ko atceļ Regulu (EK) Nr. 2006/2004³.

RL – Reklāmas likums

³ Pieejams: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/ALL/?uri=celex%3A32017R2394>

I. Mērķis un pamatprincipi

[1.1] Vadlīniju mērķis ir nodrošināt:

- [1.1.1] vienvērtīgu un vienlīdzīgu NKAL, RL un PTAL noteikto labprātīgu darbību piedāvāšanu un sankciju piemērošanu par pieļautajiem pārkāpumiem;
- [1.1.2] samērīgu lēmumu pieņemšanu atbilstoši lietas faktiskajiem apstākļiem, pieļautā pārkāpuma raksturam un smagumam, lai ar vienvērtīgu NKAL, RL un PTAL nodrošināto tiesību un sankciju piemērošanu panāktu efektīvu subjektu darbības uzlabošanu vai pārkāpuma novēršanu;

[1.2] Pamatprincipi, piemērojot labprātīgas darbības vai sankcijas:

- [1.2.1] Labprātīgas darbības var piedāvāt un sankcijas var piemērot gan par izbeigtu, gan turpinātu pārkāpumu.
- [1.2.2] Piemērojot sankciju, nevienam nevar sodīt dubulti par vienu un to pašu negodīgas komercprakses vai reklāmas regulējuma pārkāpumu.
- [1.2.3] Izņēmuma gadījumos, atkāpjoties no šajās vadlīnijās minētajiem principiem, PTAC to pamato.

II. Pārkāpumu būtiskuma izvērtēšana

PTAC konstatētie pārkāpumi NKAL un RL jomā iedalās **būtiskos un mazāk būtiskos**. Pārkāpumu būtiskumu nosaka, vadoties no šādām pazīmēm:

Pārkāpuma būtiskuma pazīmes

Mazāk būtisks pārkāpums	Būtisks pārkāpums
● maza /vidēja ietekme uz sabiedrības/patērētāju kolektīvajām interesēm; ● reklāma vai komercprakse ir adresēta šauram/vidējam patērētāju lokam (piemēram, vienas mājas iedzīvotājiem).	● būtiski negatīva ietekme uz sabiedrības/patērētāju kolektīvajām interesēm; ● reklāma vai komercprakse ir adresēta plašam patērētāju lokam.
Būtiska pārkāpuma papildu pazīmes ● īstenota maldinoša/agresīva komercprakse jebkuros apstākļos; ● reklāma/komercprakse vērsta uz īpaši neaizsargātas sabiedrības grupas interesēm; ● reklāmā pausta diskriminējoša attieksme pret personām vai personu grupām; ● negodīga komercprakse skārusi vai varētu skart vismaz 100 patērētājus; ● negodīga komercprakse varētu radīt vai ir radījusi patērētājiem zaudējumus vismaz 5 valstī; ● noteikto minimālo mēnešalgu apmērā.	

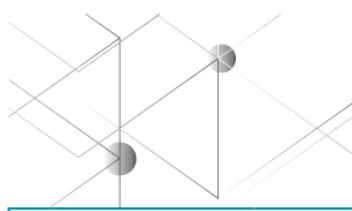
Mazāk būtisks pārkāpums	Būtisks pārkāpums
Piemēri negodīgas komercprakses jomā:	Piemēri negodīgas komercprakses jomā:
- mājaslapā nav sniegta informācija daļa no informācijas par distances līgumu, taču tā tiek sniegta pasūtījuma apstiprinājumā; - reklāmas materiālā, kurā sniegta informācija par uztura bagātinātājiem, nav ietvertas norādes par to, ka attiecīgā prece ir "Uztura bagātinātājs" un "Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu"; - vieglā automobiļa reklāmā nav norādīta normatīvajos aktos noteiktā informācija par degvielas patēriņu un CO2 emisiju; - patērētāju kreditēšanas reklāmā ietvertajā piemērā nav norādīta informācija par kredīta kopējām izmaksām, bet pārējā informācija - norādīta (iztrūkst kāds no informācijas elementiem); - tiek īstenota reklāmas kampaņa, taču tikai atsevišķi reklāmas materiāli satur tiešu aicinājumu bērniem iegādāties preci/pakalpojumu; - īstenota elektronisko sakaru pakalpojumu reklāmas kampaņa, kurā noklusēta informācija par fiksētā līguma termiņu; - reklāmā tiek sniegta maldinoša/nepatiesa informācija par kredīta izmaksām.	- tiek īstenota reklāmas kampaņa, kurā izteikts tiešs aicinājums bērniem iegādāties preces/pakalpojumus; - izplatīta uztura bagātinātāja reklāma, kurā tiek sniegta informācija, ka tas var izārstēt vēzi vai citas smagas slimības; - kredīta devējs ir piešķīris patērētājiem kredītus, neizvērtējot vai nepienācīgi izvērtējot to maksāspēju; - patērētāju kreditēšanas līgumos norādīta nepatiesa informācija par aizņēmuma likmi, tādējādi patērētājiem radušās nepamatotas izmaksas; - tiek izplatīta patērētāju kreditēšanas reklāma, kurā tiek veicināta bezatbildīga aizņemšanās; - patērētāju kreditēšanas reklāma tiek maskēta kā kredīta reklāma saimnieciskās darbības veicējiem.
Mazāk būtisks pārkāpums	Būtisks pārkāpums
Piemēri reklāmas jomā:	Piemēri reklāmas jomā:
- alkoholisko dzērienu vai uztura bagātinātāju reklāmā trūkst normatīvajos aktos noteiktā brīdinājuma; - attēlota, izmantota vai citādi pieminēta fiziskā persona vai tās īpašums bez šīs personas piekrišanas; - preces vai pakalpojuma reklāmā nav sniegta informācija par loterijas atļaujas numuru.	- reklāmā īpaši uzsvērts, ka tikai noteiktas tautības pārstāvji var iegūt atlaidi; - ar attēlu/tekstu palīdzību noniecināti kādas tautības pārstāvji; - reklāmā attēlota vardarbības vai kara propaganda; - bērniem tiek adresēta alkoholisko dzērienu reklāma; - pārkāpti reklāmas ierobežojumi bērniem paredzētajā reklāmā; - reklāmā pausta diskriminējoša attieksme pret personām vai personu grupām; - tiek izplatīta tabakas vai azartspēļu reklāma; - reklāmā attēlotas personas lietojam alkoholiskos dzērienus vai pausti uzskati par alkoholiskajiem dzērieniem kā ārstniecības līdzekli.

III. Labprātīgās darbības⁴

[3.1] Gadījumos, kad pieļauts PTAL, RL un/vai NKAL pārkāpums, ņemot vērā konkrētās lietas apstākļus, PTAC var piemērot noteikumus, kuri reglamentē labprātīgo darbību veikšanu:

- [3.1.1] **aicinājums iesniegt rakstveida apņemšanos PTAC noteiktajā termiņā novērst pārkāpumu⁵** izsakāms, ja pārkāpumu ir būtisks, to iespējams novērst un/vai ja patērētājiem pārkāpuma rezultātā ir radušies/varēja rasties zaudējumi⁶;
- [3.1.2] **aicinājums PTAC noteiktajā termiņā nodrošināt reklāmas/komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām⁷** izsakāms, ja pārkāpums ir mazāk būtisks, to iespējams vienkārši novērst un patērētājiem nav radīti zaudējumi/zaudējumus nav iespējams noteikt.
- [3.1.3] **lēmums par lietas izbeigšanu, aicinot komersantu turpmāk savā darbībā nodrošināt atbilstību, t.sk. reklāmas/komercprakses atbilstību, normatīvo aktu prasībām**, pieņemams, ja pārkāpums ir mazāk būtisks, patērētājiem pārkāpuma rezultātā nav radušies/nevarēja rasties zaudējumi, tas ir beidzies, un lēmuma pieņemšana nav lietderīga.

3.1.tabula. Labprātīgu darbību piedāvāšanas shēma



Piedāvājamā labprātīgā darbība			
	Ierosinājums noteiktā termiņā izbeigt pārkāpumu	Lēmums par lietas izbeigšanu ar aicinājumu	Rakstveida apņemšanās
Pārkāpuma būtiskums	Mazāk būtisks	Mazāk būtisks	Būtisks
Zaudējumi patērētājiem	Nav/nav nosakāmi	Nav/nav nosakāmi	Ir/varēja rasties
Pārkāpuma sekas	Novērstas/viegli novēršamas	Novērstas	Iespējams novērst

[3.2] Labprātīgu darbību piedāvāšana ir īpaša PTAC pretimnākšana. Labprātīgu darbību veikšanu **nepiedāvā**, ja iestājas viens vai vairāki no zemāk norādītajiem apstākļiem:

- [3.2.1] komersants pēdējo divu gadu laikā ir pieļāvis līdzīgu būtisku pārkāpumu;
- [3.2.2.] komersants nav izpildījis rakstveida apņemšanos;
- [3.2.3] pārkāpums ir būtisks un tā sekas nav iespējams novērst;
- [3.2.4] ja komersants administratīvajā procesā nesadarbojas ar PTAC, kavē tā pieprasītās informācijas iesniegšanas termiņu, neatklāj faktus par pārkāpumu (slēpj pārkāpumu) vai citādi traucē PTAC administratīvajā procesā;

⁴ Reklāmas likuma 15.panta trešā daļa un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta piektā daļa

⁵ Piemēram, neveikt noteiktas darbības (pārtraukt konkrēto reklāmas kampaņu, veikt zvanus naktī, pieprasīt apmaksāt rēķinus par precī, kura nav pasūtīta u.c.), veikt noteiktas darbības (papildinot interneta pakalpojumu reklāmu ar minimālo līguma noslēgšanas termiņu, atlīdzināt patērētājiem zaudējumus, nodrošinot iespēju izmantot atteikuma tiesības un atmaksājot atpakaļ patērētāja samaksātās naudas summas u.c.).

⁶ Piemēram, gadījumā, kad patērētājam tiek izsniegti nepareizi rēķini.

⁷ Piemēram, izslēgt noteiktu informāciju no reklāmas, papildināt mājaslapā esošo informāciju.

[3.2.5] komersants izturas PTAC cieņu un godu aizskarošā veidā.

IV. Pagaidu noregulējums⁸

[4.1] Lēmums par pagaidu noregulējumu tiek pieņemts, ja tiek konstatēts pārkāpums, kurš **var radīt tūlītēju un būtisku kaitējumu** (negodīgas komercprakses gadījumā – patērētāju kolektīvajām interesēm, PTAL pārkāpuma gadījumā – konkrētas patērētāju grupas ekonomiskajām interesēm). Lēmums par pagaidu noregulējumu ir spēkā no tā paziņošanas brīža līdz brīdim, kad attiecīgais lēmums ar Uzraudzības iestādes lēmumu tiek atcelts vai grozīts vai stājas spēkā uzraudzības iestādes galīgais lēmums.

[4.2] Pagaidu noregulējums RL pārkāpuma gadījumā.

Pagaidu noregulējumu RL regulējuma pārkāpuma gadījumā pieņem, ja reklāmas izplatīšana tiek turpināta. Pagaidu noregulējumu var pieņemt, piemēram, gadījumos, kad ar reklāmu tiek būtiski aizskartas bērnu tiesības⁹ vai reklāmā īpaši aizskarošā veidā pausta diskriminējoša attieksme pret personām vai personu grupām.

Tiesisko pienākumu piemēri:

- uzdot reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības viedokļa;
- pieprasīt izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus) vai arī aizliegt izplatīt reklāmu.

[4.3] Pagaidu noregulējums NKAL pārkāpuma gadījumā.

Pagaidu noregulējumu NKAL pārkāpuma gadījumā pieņem, ja komercprakses īstenošana tiek turpināta vai arī ir paredzams, ka tiks īstenota negodīga komercprakse. Pagaidu noregulējumu var pieņemt, piemēram, gadījumos, kad tiek īstenota maldinoša un/vai agresīva komercprakse, kura var būtiski ietekmēt patērētāju kolektīvās intereses (īpaši mazaizsargāto patērētāju intereses) un komercprakses turpināšanas gadījumā var rasties būtiski zaudējumi patērētājiem.

Tiesiskā pienākuma piemērs:

- uzdot komercprakses īstenošanai nekavējoties pārtraukt piegādāt preces vai pakalpojumus patērētājiem, kuri nav tās pasūtījuši.

[4.4] Pagaidu noregulējums PTAL pārkāpuma gadījumā.

Pagaidu noregulējumu PTAL pārkāpuma gadījumā pieņem, ja ir pamats uzskatīt, ka pārkāpums var radīt tūlītēju un būtisku kaitējumu konkrētas patērētāju grupas ekonomiskajām interesēm. Pagaidu noregulējumu var pieņemt, piemēram, aizliedzot darbību, kas var radīt pārkāpumu, ja tas vēl nav izdarīts, bet ir paredzams, vai nosakot pienākumu publicēt atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā atsauc informāciju, precī vai pakalpojumu, par kuru ir konstatēts pārkāpums, kas skar patērētāju kolektīvās intereses.

Tiesiskā pienākuma piemērs:

- lai novērstu nopietna kaitējuma risku patērētāju kolektīvajām interesēm, uzdot elektronisko sakaru komersantam pārvirzīt lietotāju, kad tas piekļūst tiešsaistes saskarnei, uz tādu tīmekļvietni vai citu tiešsaistes līdzekli, kurš tiek izmantots patērētāju brīdināšanai.

⁸ Reklāmas likuma 17.¹ pants un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 18.pants.

⁹ Reklāmas likuma 5.pants.

V. Lēmums par prettiesisku reklāmu un/vai negodīgu komercpraksi

Pirms lēmuma pieņemšanas izvērtējama visu NKAL 15.panta astotajā daļā un/vai RL15.panta ceturtajā daļā, PTAL 26.¹⁵ panta ceturtajā daļā noteikto lēmumu pieņemšanas nepieciešamība:

- [5.1] **Lēmums par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi vai aizliegums izplatīt reklāmu/izbeigt pārkāpumu, vai nekavējoties vai noteiktā termiņā izbeigt pārkāpumu nosakot termiņu tā novēršanai** – ja reklāmas izplatīšana, komercprakses īstenošana vai pārkāpums tiek turpināta;
- [5.2] **Lēmums par reklāmas, komercprakses vai informācijas, preces vai pakalpojuma atsaukumu** – ja ir svarīga patērētāju/sabiedrības informēšana par reklāmas/komercprakses prettiesisko raksturu vai informācijas, preces vai pakalpojuma atsaukumu;
- [5.3] **Lēmums par papildu informācijas sniegšanu** – ja pārkāpums nav pārtraukts, bet nepieciešama papildu informācijas sniegšana, lai nodrošinātu reklāmas vai komercprakses atbilstību;
- [5.4] **Lēmums par atsevišķu reklāmas elementu izslēgšanu** – ja pārkāpums reklāmas jomā nav pārtraukts, bet reklāmas atbilstības nodrošināšanai nepieciešams izslēgt atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus);
- [5.5] **Lēmums par paredzamās komercprakses vai darbības aizliegumu** – ja negodīga komercprakse vai darbība vēl nav uzsākta, bet ir paredzama, t.i., uzraudzības iestādei ir pamats uzskatīt, ka pārkāpums tiks īstenots arī nākotnē;
- [5.6] **Lēmums par grozījumiem labas prakses kodeksā** – ja labas prakses kodekss veicina negodīgu komercpraksi;
- [5.7] **Lēmums par soda naudas piemērošanu** – ja pārkāpums ticis pieļauts ilgstoši un/vai ar pārējiem lēmumiem nav iespējams novērst pārkāpuma radītās sekas vai veicināt turpmāku normatīvo aktu ievērošanu.

VI. Soda naudas apmēra noteikšana

Nosakot soda naudas apmēru atbilstoši NKAL un RL prasībām:

- veic vērtējumu par pārkāpuma izdarīšanas apstākļiem, ietekmi un pārkāpēju uzvedību atbilstoši NKAL 15.² panta otrajai daļai un RL 20.pantam (skat., Vadlīniju VI nodaļas, 6.5.punktu).
- Saskaņā ar tiesu praksi: „Kritēriji soda piemērošanai par negodīgas komercprakses pieļaušanu ir noteikti Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.² panta pirmajā un otrajā daļā. Tātad tie ir individuāli apstākļi katrā konkrētā gadījumā, kas nosaka piemērojamās soda naudas apmēru, nevis iestādes iepriekšējā prakse soda naudas piemērošanā citos individuālos gadījumos, kaut arī pārkāpuma smagums ir novērtēts līdzīgi.”¹⁰

Papildus NKAL pārkāpuma gadījumā:

- veic pārkāpēja gada apgrozījumu (ieņēmumu) no saimnieciskajiem darījumiem izvērtējumu atbilstoši NKAL 15.² panta pirmajai daļai;

¹⁰ Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2024.gada 26.janvāra rīcības sēdes lēmuma [7] punkts lietā Nr. A420277021, SKA-255/2024.

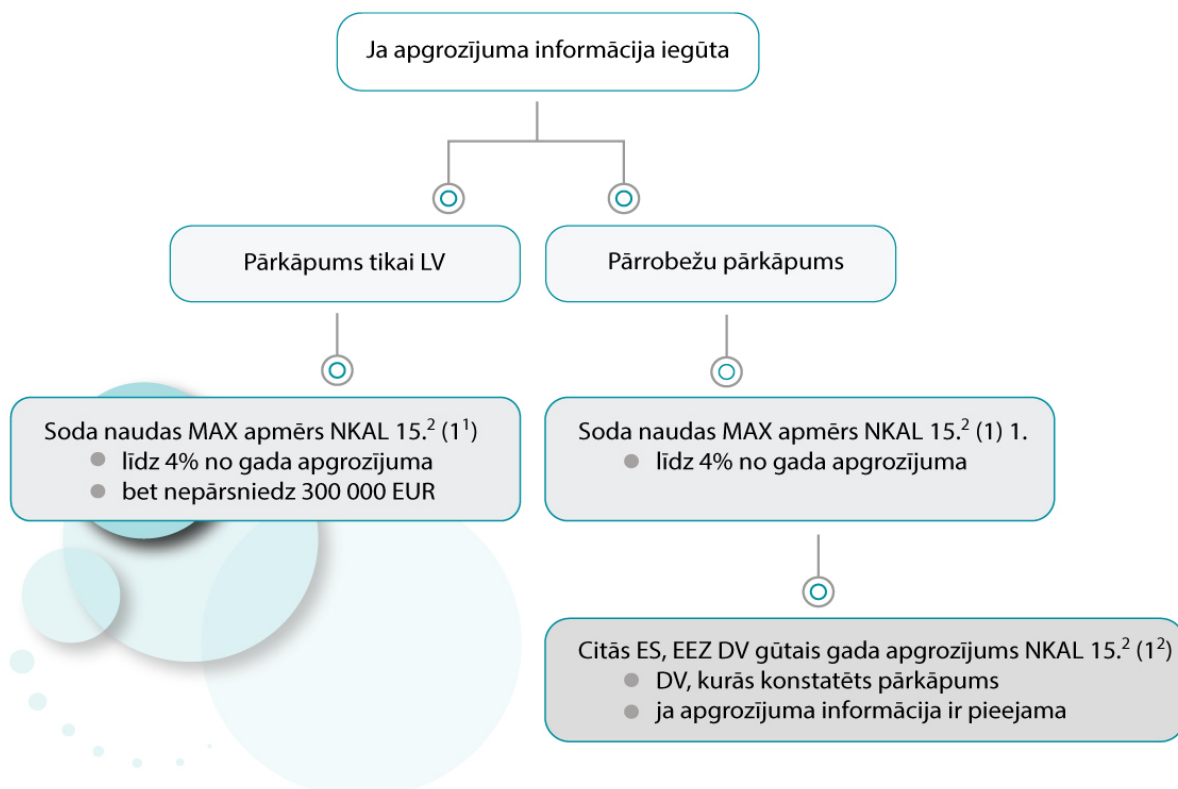
- ņem vērā informāciju, vai pārkāpums pieļauts tikai Latvijas Republikas teritorijā vai ārpus tās.

[6.1] Soda naudas maksimālais apmērs

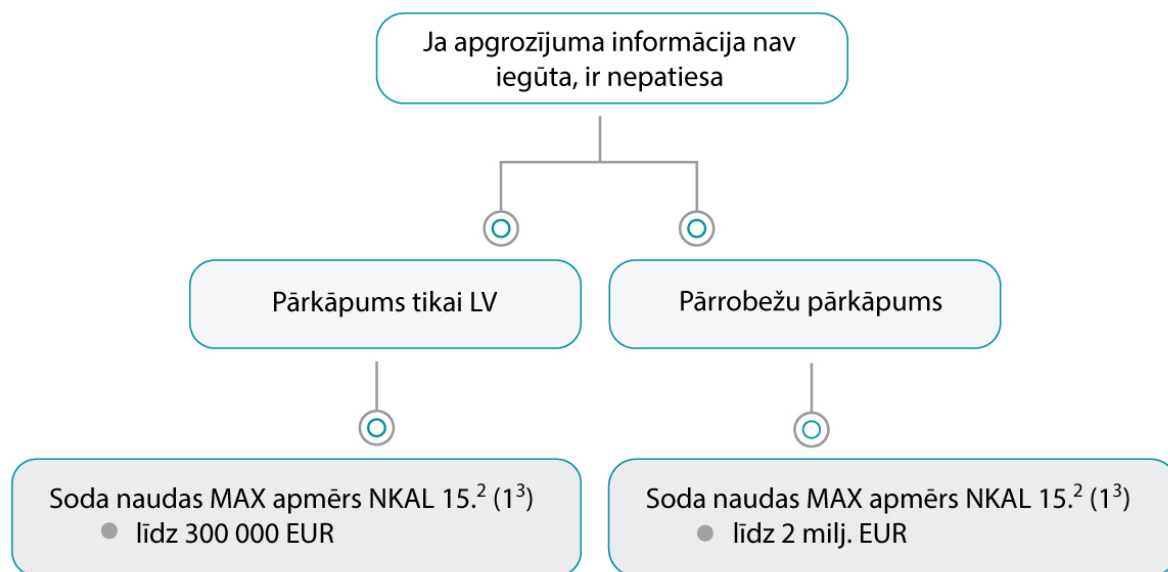
RL 20. panta pirmā daļa nosaka, ka “Uzraudzības iestāde par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu ir tiesīga uzlikt soda naudu līdz 14 000 *euro*.”

NKAL paredzētās soda naudas piemērošana ir reglamentēta 15.² pantā.

Maksimālais soda naudas apmērs:



Maksimālais soda naudas apmērs:



[6.2] Komerccprakses īstenošanas teritorijas vērtējums

Komerccprakses īstenošanas teritoriju nosaka, vadoties no šādas informācijas :

- 1) No patērētāju sūdzībās esošās informācijas (pirkuma veikšana no citām valstīm);
- 2) Mājas lapā, sociālo tīklu vietnēs, reklāmās sniegtās informācijas (valoda, atrašanās vieta citās ES dalībvalstīs, domēnu vārdi);
- 3) No citu valstu iestāžu sniegtās informācijas;
- 4) Līguma noteikumu un komerciālas saziņas satura;
- 5) Paša pārkāpēja sniegtās informācijas.

[6.3] Pārkāpēja gada apgrozījuma (ieņēmumu) no saimnieciskajiem darījumiem vērtējums

Soda naudas noteikšanai NKAL ietvaros, iegūst informāciju par komerccprakses īstenošanas gada apgrozījumu vai ieņēmumiem no saimnieciskajiem darījumiem noteiktā pārskata vai saimnieciskajā gadā, vai konkrētā laikposmā.

„Gada apgrozījums” ir komersanta gada neto apgrozījums, kurš publiskotā gada pārskatā norādīts peļņas vai zaudējumu aprēķinā, vai, ja šī informācija par konkrēto PTAC noteikto gadu nav publiskota, tad informācija par neto apgrozījumu, kuru sagatavo, iesniedz un apstiprina komersanta atbildīgās amatpersonas pēc PTAC pieprasījuma.

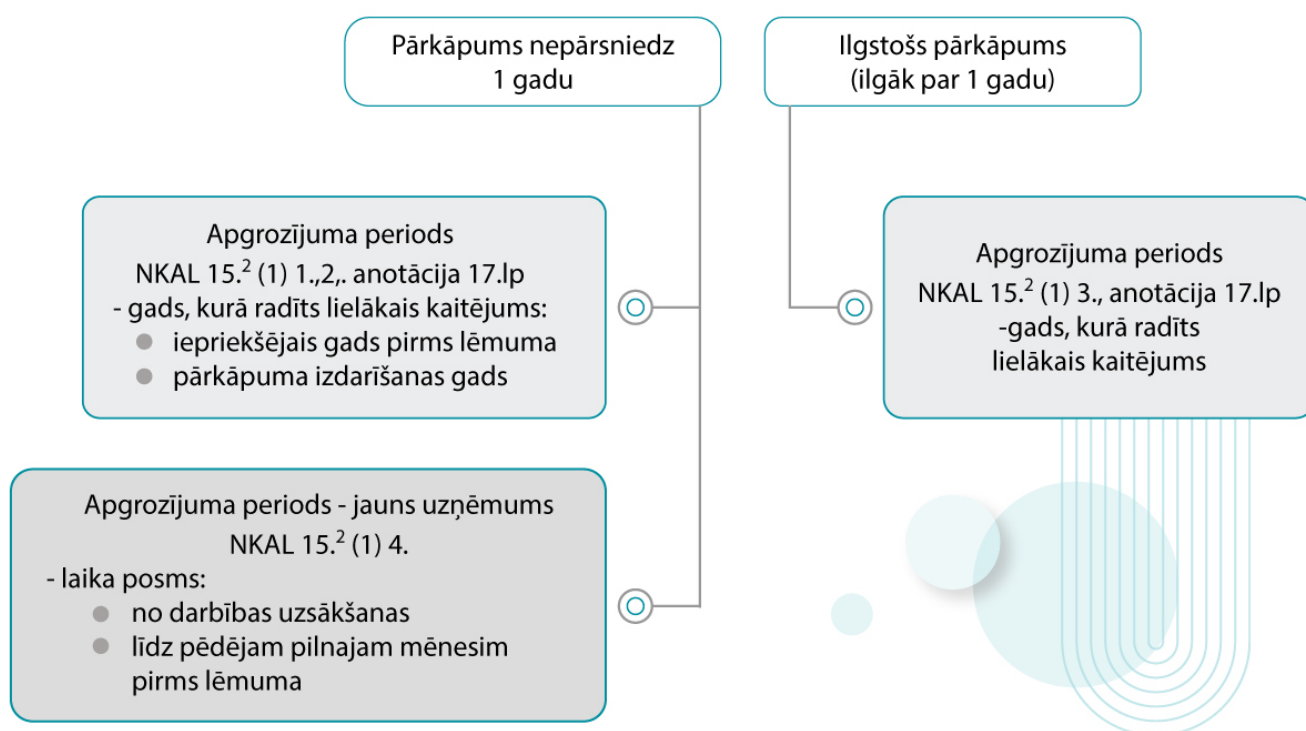
„Ieņēmumi no saimnieciskajiem darījumiem” nozīmē finansiālus un citus materiālus ieguvumus, ko personas, kuri nav komersanti, PTAC norādītajā laikā posmā saņēmuši saimnieciskās darbības darījumu ietvaros, piemēram, influenceru mārketinga ietvaros gūtās finansiālās atlīdzības, dāvanas, paraugi vai citi materiāli ieguvumi, ko iespējams novērtēt finansiālā vērtībā.

„Pārskata gads” – viena gada laika periods, par kuru komersantam saskaņā ar normatīvajiem aktiem¹¹ ir jāiesniedz gada pārskats. Pārskata gadu, par kuru ir iegūstama, iesniedzama un vērtējama apgrozījuma vai ieņēmumu informācija, nosaka PTAC, pamatojot attiecīgā laika posma izvēli (papildus skatīt turpmāk „Apgrozījuma vai ieņēmumu informācijas iegūšana”)

„Saimnieciskais gads” – viena gada laika periods saimnieciskajai darbībai, ko veic persona, kura nav komersants, un kuru nosaka PTAC, pamatojot attiecīgā laika posma izvēli (papildus skatīt turpmāk „Apgrozījuma vai ieņēmumu informācijas iegūšana”). Piemēram, „Saimnieciskā gada” jēdziens attiecināms uz saimniecisko darbību, kas ir neregistrēta, kuru veic VID reģistrētie saimnieciskās darbības veicēji vai citas personas, kuras nav uzskatāmās par komersantiem Komerclikuma izpratnē.

Shematiskajos attēlojumos jēdziens apgrozījums (tā saīsinājums apgr.) nozīmē arī ieņēmumus no saimnieciskajiem darījumiem.

Apgrozījuma laika perioda noteikšana:



¹¹ Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums, <https://likumi.lv/ta/id/277779-gada-parskatu-un-konsolideto-gada-parskatu-likums>

Apgrozījuma vai ieņēmumu informācijas iegūšana:

- Pirmkārt, nosaka laika periodu, par kuru apgrozījumu vai ieņēmumu informācija ir iegūstama.
- Ja tiek konstatēts ilgstošs pārkāpums, kas skar vairākus gadus, tad soda piemērošanā izmanto informāciju par gadu, kurā ir radīts vislielākais kaitējums patērētājam (īpaši negatīvas patērētāju interešu aizskārums pazīmes) un attiecīgi gūts lielāks ieguvums no negodīgas komercprakses.¹²
- Ja ir pieejama apgrozījuma vai ieņēmumu informācija par konkrētu laika posmu, bet pārkāpums pieļauts citā laika posmā, tad šo informāciju iestāde var neņemt vērā, nosakot sodu, bet uzskatīt, ka apgrozījuma informācija nav pieejama.
- Informāciju par personas apgrozījumu vai gūtajiem ieņēmumiem iegūst (pārbauda):
 - par Latvijā reģistrētiem komersantiem – Uzņēmumu reģistra komercreģistrā, LURSOFT datu bāzē.
 - par ārvalstīs reģistrētiem komersantiem – ārvalstu komerciālajos reģistros, izmantojot LURSOFT, Uzņēmuma reģistra datubāzi vai lūdzot atbalstu ārvalstu patērētāju vai citām iestādēm.
 - par citiem saimnieciskās darbības veicējiem – pieprasot informāciju no Valsts ieņēmumu dienesta, pārkāpēja sadarbības partneriem.

Ja PTAC pašam nav iespējams iegūt personas apgrozījuma vai ieņēmumu informāciju, PTAC lūdz šo informāciju sniegt komercprakses īstenotājam, kurai ir paredzēts piemērot soda naudu. Nosūtot šādas informācijas pieprasījumu personai, PTAC informē personu par:

- laika periodu, par kuru attiecīgā informācija ir iesniedzama;
- NKAL 15.² panta (1³) daļā norādītajam sekām, ja attiecīgā informācija netiks iesniegta vai arī, ja tiek iesniegta nepatiesa informācija.

Personas sniegtā informācija ir uzskatāma par nepatiesu, ja, piemēram:

- ir gūti pierādījumi par personas gūtiem ieņēmumiem, kuri neatbilst personas iesniegtajai vai deklarētajai informācijai;
- pastāv objektīvi pamatojami apsvērumi iesniegtās vai deklarētās informācijas patiesuma apšaubīšanai (lietas apstākļos ir citi fakti, kas rada pamatotas šaubas par informācijas patiesumu).¹³

Ja komercprakses īstenotāja pēdējā finanšu gada neto apgrozījums izteikts ārvalstu valūtā, kopējo naudas soda apmēru *euro* nosaka pēc grāmatvedībā izmantojamā ārvalstu valūtas kursa administratīvā akta izdošanas dienā.

Lemjot par soda naudas apmēru, atbilstoši APL noteikumiem izdarāmi lietderības apsvērumi.

¹³ Anotācijas 18 lp. <https://titania.saeima.lv/LIVS14/SaeimaLIVS14.nsf/0/CD4AAF966933B45EC225891000536Df2?OpenDocument>

Ja lietā konstatēti **gan** RL, **gan** NKAL pārkāpumi, soda nauda nosakāma NKAL noteiktā maksimālā soda ietvaros, taču nosakot soda apmēru, jāņem vērā pieļautie RL pārkāpumi, to raksturs un ietekme.

[6.4] Soda naudas noteikšana pēc pārkāpuma smaguma

Soda naudu nosaka pēc pārkāpuma smaguma par mazāk būtiskiem un būtiskiem pārkāpumiem. Skat. 6.4.tabulu.

6.4.tabula. Soda naudas noteikšanas shēma

Pārkāpuma smagums	Mazāk būtisks pārkāpums		Būtisks pārkāpums	
Pārkāpums, par kuru pieņemts lēmums	Negodīga komercprakse	Reklāmas likuma pārkāpums	Negodīga komercprakse	Reklāmas likuma pārkāpums
Komercprakses īstenotājs (komersants, saimnieciskās darbības veicējs (reģistrēts vai neregistrēts))	Soda nauda līdz 150 000 EUR, bet ne vairāk kā 2% no apgrozījuma (ja pieejama informācija)	Soda nauda līdz 7 000 EUR	Soda nauda līdz 300 000 EUR (2 milj. EUR pārrobežu gadījumā), bet ne vairāk kā 4% no apgrozījuma (ja pieejama informācija)	Soda nauda līdz 14 000 EUR

[6.5] Pārkāpuma smaguma un soda naudas apmēra noteikšana

Izvērtējot pārkāpuma būtiskumu, ņem vērā piemērojamā normatīvajā aktā noteiktos apstākļus. Iepriekš sniegtie piemēri ir indikatīvi un soda naudas apmēru nosaka katrā individuālā situācijā atsevišķi, ņemot vērā pārkāpuma nozīmi, lai tas būtu efektīvs, samērīgs, lietderīgs un preventīvs. Turpmāk aprakstītie apstākļi ir indikatīvs skaidrojums un nav izsmeļošs uzskaitījums.

[6.5.1] Pieļautā pārkāpuma raksturs un ilgums, pārkāpuma radītā ietekme, apstākļi, kādos izdarīts pārkāpums, pārkāpēja loma pārkāpumā un pārkāpuma apjoms.

Pārkāpuma raksturs – Pārkāpuma raksturs attēlo konkrēto situāciju kādā izpaužas pārkāpums attiecībā pret pārkāpto tiesību normu un tas ietver visus pārkāpumu aprakstošos apstākļus – fiziskus, morālus, ētiskus, materiālus u.c.

Pārkāpuma ilgums – Laika posms, kurā izdarīts pārkāpums, kurš var būt gan vienreizējs, gan kampaņveidīgs, gan atsevišķu pārkāpumu grupa, kurus vieno kopīgas pazīmes.

Pārkāpuma radītā ietekme (mantiskais un nemantiskais kaitējums patērētājiem) – Jebkuri apstākļi, kas apraksta pārkāpuma radīto un potenciālo ietekmi un tie var attiekties gan uz sabiedrību, tirgus (tiesisko, ekonomisko, sociālo) vidi kopumā, radīto kaitējumu patērētāju grupai vai atsevišķiem patērētājiem. Mantiskais kaitējums (zaudējumi) patērētājiem ir viens no būtiskākajiem apstākļiem, ņemot vērā, ka komersantu mērķis ir gūt peļņu, taču jāņem vērā, ka

konkrētās lietās tik pat svarīgs var būt nemantiskais kaitējums.¹⁴ Līdz ar to, ja tas ir nepieciešams un redzams no lietas apstākļiem, var tikt ņemts vērā arī nemantiskais kaitējums, tai skaitā tiesību avotos jaunie identificētie kaitējuma veidi, piemēram, psiholoģiskais,¹⁵ garīgās veselības vai fiziskais kaitējums, atkarības radīšanas vai tās veicināšanas kaitējums (īpaši attiecībā uz bērniem digitālajā vidē), uzmanības nolaupīšanas kaitējums (īpaši aktuāls digitālajā vidē), bērniem nepiemērota satura radīšanas atstāto seku kaitējums, patērētāja privātuma vai patērētāju datu nelikumīga nolaupīšana u. c.

Apstākļi, kādos izdarīts pārkāpums – Raksturo situācijas vispārējo fonu, kuriem ir nozīme lietā. Piemēram, noteiktas patērētāju grupas rīcības ietekmēšana, izmantojot to ievainojamību, vai visu sabiedrību kopumā, piemēram, pandēmija, kara draudi un citi psiho emocionāli apstākļi.

Pārkāpēja loma pārkāpumā – Jāņem vērā ietekmes apmērs pārkāpuma īstenošanā, nozīmīgums un savstarpējā mijiedarbība, jo īpaši pārkāpumos, kuros iesaistītas vairākas personas. Būtiski ņemt vērā, vai konkrētā persona ir informācijas (reklāmas) izplatītājs vai attiecīgās reklāmas, citas informācijas devējs vai labuma guvējs, kā arī vai attiecīgā persona zināja vai tai vajadzēja zināt par reklāmas vai komercprakses prettiesiskumu.

Pārkāpuma apjoms – Skatāms kontekstā ar komercprakses īstenošanas un reklāmas izplatīšanas apjomu, intensitāti un maksimālo iespējami skarto patērētāju skaitu un radīto vai potenciālo ietekmi. Līdz ar to, piemēram, izplatīšanas kanālu skaits vai veids ir būtisks tikai vērtējot mērķgrupas auditoriju, skarto patērētāju skaitu un intensitāti, bet pašam par sevi izmantoto kanālu skaitam nav izšķirošas nozīmes.

[6.5.2] Pārkāpējs līdz lēmuma pieņemšanas dienai ir atlīdzinājis vai uzsācis atlīdzināt nodarītos zaudējumus.

Zaudējumu atlīdzināšana – Zaudējumu atlīdzināšana ir galvenais civiltiesiskais līdzeklis tiesību aizskāruma mantisko seku novēršanā un tāda stāvokļa atjaunošanā, kāds tas būtu bijis tad, ja aizskārums nebūtu noticis. Ņem vērā pārkāpēja subjektīvo attieksmi pret pārkāpuma izdarīšanu un apstākļus seku novēršanā.

Pilnīgas zaudējumu atlīdzināšanas gadījumā pirms lēmuma pieņemšanas var samazināt soda naudas apmēru līdz pat **70%**.

[6.5.3] Pārkāpums pārtraukts pēc pārkāpēja iniciatīvas.

Pārkāpuma pārtraukšana – Pārkāpuma pārtraukšanai ir būtiska nozīme tiesiskuma nodrošināšanai. Ņem vērā subjektīvos iemeslus un laika brīdi, kurā pārkāpējs pārtraucis pārkāpumu. Tāpēc nekavējoša un labprātīga pārkāpuma atzīšana/paškontroles rezultātā konstatēto pārkāpumu konstatēšana un novēršana attiecībā uz soda naudas apmēra noteikšanu ir vērtējama daudz atzinīgāk nekā pārkāpuma pārtraukšana uzraudzības iestādes vairākkārtīgu norāžu dēļ.

¹⁴ Īpaši ņemot vērā jaunās tendences EK likumdošanā, piemēram, Priekšlikumā par Mākslīgā intelekta aktu ir identificēti arī psiholoģiskais un fiziskais kaitējums, ko patērētājam var radīt negodīga mākslīgā intelekta sistēmu izmantošanas prakse (skat., piemēram, Priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes regulai, kas nosaka saskaņotas normas mākslīgā intelekta jomā (mākslīgā intelekta akts) un groza dažus Savienības leģislatīvos aktus. 2021, Nr. COM(2021) 206 final, 5. panta 1(a). un (b). punktu.

¹⁵ P. Przemysław. AI, Consumers & Psychological Harm (July 15, 2023). In “AI and Consumers”. Larry DiMatteo, Cristina Poncibò, Martin Hogg, Geraint Howells (Eds.), Cambridge University Press (2023/2024).

[6.5.4] Atkārtots pārkāpums pēdējo 2 gadu laikā

Atkārtotība – Atkārtotība konstatējama, ja pārkāpējs izdarījis vairākus attiecīgā normatīvā akta pārkāpumus, tie izdarīti pēdējo divu gadu laikā, un tas konstatēts ar uzraudzības iestādes lēmumu vai rakstveida apņemšanos. Atkārtotība ir pārkāpēja atbildību pastiprinošs apstāklis.

[6.5.5] Rakstveida apņemšanās neizpilde

Rakstveida apņemšanās neizpilde – Rakstveida apņemšanās ir dokuments, ko pēc uzraudzības iestādes ierosinājuma paraksta pārkāpējs, apņemoties noteiktā termiņā novērst konstatēto pārkāpumu. Ar rakstveida apņemšanās parakstīšanu pārkāpējs atzīst, ka ir izdarījis konstatēto pārkāpumu. Ņemot vērā, ka labprātīgu darbību piedāvāšana uzskatāma par īpašu iestādes pretimnākšanu, tās neizpilde vērtējama kā pārkāpēja atbildību pastiprinošs apstāklis.

[6.5.6] Kavēta lietas izskatīšana vai izdarītā pārkāpuma slēpšana

Kavēta lietas izskatīšana vai izdarītā pārkāpuma slēpšana – Jebkura darbība vai rīcība, kas kavē efektīvu un ātru lietas izskatīšanu iestādē, noskaidrojot un iegūstot informāciju par lietas apstākļiem. Par šādiem apstākļiem atzīstama informācijas nesniegšana, informācijas nesniegšana noteiktā termiņā, nepilnīgas vai nepatiesas informācijas sniegšana un cita pārkāpēja darbība, rīcība vai bezdarbība, kas veicina laika novilcināšanu. Šāda pārkāpēja rīcība vērtējama kā atbildību pastiprinošs apstāklis.

[6.5.7] Gūtais finansiālais labums vai zaudējumu samazinājums

Gūtais finansiālais labums – Izpaužas kā komercprakses īstenotāja gūtais finansiālais labums no negodīgas komercprakses īstenošanas vai zaudējumi, no kuriem komercprakses īstenotājs ir izvairījies, īstenojot negodīgu komercpraksi. Šos apstākļus ņem vērā tikai gadījumā, ja ir pieejami attiecīgie dati vai tos var aprēķināt ar pietiekamu ticamību. Piemēram, tā būtu reklāmas izplatītāja gūta atlīdzība no reklāmas devēja par prettiesiskās reklāmas izplatīšanu.

[6.5.8] Citā ES vai EEZ valstī piemērota sankcija

Citā ES vai EEZ valstī piemērota sankcija – Vērtē apstākļus, vai ir noticis pārrobežu pārkāpums un vai komercprakses īstenotājam par to pašu pārkāpumu piemērotas sankcijas citās ES dalībvalstīs vai EEZ valstīs, ja informācija par šādām sankcijām ir pieejama, izmantojot ar Regulu izveidoto mehānismu. Ņem vērā piemērotās sankcijas veidu un apmēru, gan piemērotās sankcijas noteikšanas apstākļus un kritērijus, tajā skaitā, vai tie aptver arī Latvijā izdarīto pārkāpumu.

[6.5.9] Citi attiecināmi apstākļi

Nosakot soda naudas apmēru, ņem vērā arī pārkāpēja veiktās darbības, lai novērstu līdzīgu pārkāpumu atkārtēanos. Tāpat ņem vērā pārkāpēja līdzšinējo sadarbību ar iestādi un attieksmi. Var tikt vērtēti arī citi attiecināmi apstākļi.

6.5.tabula. *Pārkāpuma smaguma un soda naudas apmēra noteikšana shēma*

Apstākļi	Attiecināmais normatīvais akts		Sankcijas pieaugums vai samazinājums procentos (no līdz)	
	RL	NKAL	Vērtība	%
6.5.1.	Jā	Jā	+/-	10–50%
6.5.2.	Jā	Jā	–	-70%
6.5.3.	Jā	Jā	–	10–50%
6.5.4.	Jā	Jā	+	10–50%
6.5.5.	Jā	Jā	+	10–50%
6.5.6.	Jā	Jā	+	10–50%
6.5.7.	Nē	Jā	Radīto zaudējumu / gūtā labuma apmērs* +	10%
6.5.8.	Nē	Jā	+/-	10–50%

*Ja iespējams noteikt pārkāpuma rezultātā patērētājiem nodarītos zaudējumus un gūto finansiālo labumu, vispārējā gadījumā likuma ietvaros piemērojot soda naudu gūto un neatlīdzināto zaudējumu vai gūtā finansiālā labuma apmērā, papildus aprēķina **10%**, atkarībā no tā, kurš no apmēra rādītājiem ir augstāks.

VII. Izlīguma (administratīvā līguma) par soda apmēru piedāvāšanas vai pieņemšanas kritēriji:

Izlīgumu var noslēgt jebkurā procesa stadijā pēc administratīvā akta izdošanas. Izlīguma slēgšanu var ierosināt gan iestāde, gan privātpersona.¹⁶ Ja iestāde atzīst izlīguma noslēgšanu par iespējamu, tā informē privātpersonu par izlīguma procesu un iespējamiem izlīguma noteikumiem, lai šī persona varētu izteikt savu viedokli par izlīguma noslēgšanas iespēju.¹⁷

Izlīguma noslēgšanas iespēju iestāde vērtē katrā individuālā situācijā atsevišķi, ņemot vērā pārkāpuma raksturu, būtību, mantisko stāvokli un citus šajās vadlīnijās aprakstītos apstākļus, jo īpaši tos, kas norādīti šo vadlīniju 6.5.nodaļā, kā arī to, vai risinājums izlīguma ceļā ietaupītu procesa dalībnieku laiku un finanšu resursus¹⁸, vai tas novērstu tiesisko nenoteiktību un neskaidrību attiecībā uz tiesību normu interpretāciju vai iestādes rīcības brīvības robežu konkrētajās tiesiskajās attiecībās noteikšanu.¹⁹ Minētie vērtēšanas kritēriji nav kumulatīvi un nav izsmeļoši, proti, tiem visām nav obligāti jāiestājas un tie var tikt papildināti atbilstoši strīda apstākļiem. Skat. 7.1.tabulu.

¹⁶ Briede J., Danovskis E., Kovaļevska A. Administratīvā procesa tiesības. Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2023., 154. lpp.

¹⁷ APL 80.¹ panta otrais teikums

¹⁸ Briede J., Danovskis E., Kovaļevska A. Administratīvā procesa tiesības. Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2023., 155. lpp.

¹⁹ Tieslietu ministrijas vadlīnijas “Administratīvo līgumu slēgšana”, 2016, 13. lpp. Pieejamas: <https://www.tm.gov.lv/lv/media/7199/download> [aplūkots 2023. gada 18. oktobrī].

7.1. Tabula. *Vispārīgās pamatnostādnes izlīguma pieņemšanai shēma*

Piemērotā norma	Pārkāpuma būtība	Soda naudas apmēra samazinājums
RL	II nodaļa	Līdz 30%
RL	III nodaļa	Līdz 30%
RL	IV nodaļa	Līdz 30%
NKAL	Profesionālai rūpībai neatbilstoša KP	Līdz 30%
NKAL	Maldinoša KP	Līdz 25%
NKAL	Maldinoša KP jebkuros apstākļos	Līdz 20%
NKAL	Agresīva KP	Līdz 10%
NKAL	Agresīva KP jebkuros apstākļos	Nepiedāvā

Izlīgumu paraksta tikai tad, ja:

- 1) pārkāpējs ir atzinis pārkāpumu
- 2) pārkāpums un tā sekas ir novērstas (ja tas iespējams) un pārkāpējs ir veicis visas objektīvi nepieciešamās darbības, lai tas neatkārtotos (piemēram, pārstrādājis iekšējo procesu, apmācījis darbiniekus).