

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

2012.gada 5.janvārī

Nr. E03-KREUD-1

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktā likumīguma pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 260.panta trešo daļu, nepiedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Alus vēstniecība” juridiskā adrese: Dunties iela 28-138, Rīga, LV-1005 reģistrācijas numurs: 40103457444

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 „Alus vēstniecība” (turpmāk – Sabiedrība) sniegtā drukātā reklāmas materiāla atbilstības reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] 2011.gada 10.novembrī PTAC konstatēja, ka Sabiedrība ir sniegusi reklāmas materiālu, kurā sniegta informācija par jaunu izlejamā alus veikalu „Alus vēstniecība”, vienlaicīgi sniedzot informāciju par dažādu nosaukumu alus veidiem (turpmāk – Reklāma). Izplatīto Reklāmu skatīt zemāk:





[2] 2011.gada 10.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 25.novembrī PTAC Sabiedrībai nosūtīja vēstuli Nr.21-06/7096-P-102 „Par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā, informācijas sniegšanas pieprasījumu un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu”, 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 2011.gada 5.decembrim sniegt PTAC rakstisku informāciju par to, kādā apjomā un laika periodā Sabiedrība ir sniegusi/izplatījusi Reklāmu.

[4] 2011.gada 6.decembrī PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli, kurā Sabiedrība lūdza atlikt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz vēlāku laiku, tas ir, noteikt lietas izskatīšanas laiku pēc 2011.gada 14.decembra.

Vienlaikus Sabiedrība vēstulē sniedza PTAC informāciju, ka Reklāma tika izplatīta Rīgas centra rajona pastkastītēs laika posmā no 2011.gada 28.oktobra līdz 2011.gada 1.novembrim. Pavisam tika izgatavoti 31500 Reklāmas bukletu, kas tika nodoti reklāmas izplatītājam, savukārt informācija par to, cik no Reklāmas bukletiem nonāca pastkastītēs un cik tika izmesti atkritumu tvertnēs, nav Sabiedrības rīcībā. Tāpat Sabiedrība informēja PTAC, ka Sabiedrība savu tirdzniecības darbību uzsāka 2011.gada 3.novembrī un Reklāmas mērķis bija informēt par veikala atklāšanu, atklāšanas cenām un pieejamo produkciju. Pieredzes trūkuma un nezināšanas dēļ Reklāmā netika ietverts brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi. Sabiedrība norādīja, ka atzīst savu vainu un apņemas turpmāk darboties atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajam.

[5] 2011.gada 8.decembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/7471-P-102 „Par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu”, kurā norādīja, ka PTAC, ņemot vērā Sabiedrības lūgumu, saskaņā ar Latvijas Administratīvā pārkāpuma kodeksa (turpmāk – LAPK) 260.panta trešo daļu ir nolēmis atlikt administratīvās pārkāpuma lietas izskatīšanu, un paziņoja, ka administratīvā pārkāpuma lietas par Sabiedrības sniegto/izplatīto Reklāmu izskatīšana notiks 2012.gada 5.janvārī.

[6] 2012.gada 5.janvārī Sabiedrības pārstāvis uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu neieradās.

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 *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, 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.*

Papildus PTAC norāda, ka saskaņā ar likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanas, publicēšanas, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” 7.pantu *spēkā esošie likumi un Ministru kabineta noteikumi ir saistoši visā Latvijas teritorijā, un neviens nevar aizbildināties ar to nezināšanu. Likumu un Ministru kabineta noteikumu nezināšana neatbrīvo no atbildības, līdz ar to Sabiedrības atsaukšanās uz normatīvo aktu nezināšanu nav pamatota un neatbrīvo Sabiedrību no atbildības par normatīvo aktu neievērošanu.*

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība kā Reklāmas devēja ir sniegusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu. Līdz ar to konstatējams, ka Sabiedrība ir izdarījusi LAPK 166.¹³ 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, **uzlikt 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 atkārtotāšanās, 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 166.¹³ panta otrajā daļā – *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.*

LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka sodu par administratīvo pārkāpumu uzliet 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 — uzliet 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 atbilstošu Reklāmu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, un ir konstatējis apstākli, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu uzskatāms par atbildību mīkstinošu apstākli, proti, Sabiedrība ir atzinusi 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 to, ka Sabiedrība Komercreģistrā ir reģistrēta 2011.gada 12.septembrī, 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, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu un 33.panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 260.panta trešo daļu, 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 ceturtais daļas 5.punktu, Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Alus vēstniecība”
 juridiskā adrese: Dunties iela 28-138, Rīga, LV-1005
 reģistrācijas numurs: 40103457444
uzlikt naudas sodu Ls 100,00 (viens simts) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „Alus vēstniecība” 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-1	
Pieņemšanas datums:	2012.gada 5.janvāris	

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

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS