

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

2009.gada 1.oktobrī

Nr. E03-REUD-35

### Par administratīvā soda uzlikšanu

**Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 2.punktā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,  
 piedaloties akciju sabiedrībai „Lauku Avīze”,  
juridiskā adrese: Dzirnauvu ielā 21, Rīga, LV-1010,  
vienotās reģistrācijas numurs: 40103027253,  
personas ieņemamais amats: pilnvarotais pārstāvis  
vārds, uzvārds: (...)  
personas kods: (...)  
izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir izvērtējis komercprakses, kura tika īstenota, a/s „Lauku Avīze” (turpmāk – Sabiedrība) žurnālā „Mājas Viesis” sniegtot reklāmrakstu par Leo Lī Gabora trīs Ķīnas monētām, atbilstību normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 10.augustā PTAC konstatēja, ka 2009.gada 3.jūlijā žurnālā „Mājas Viesis” Nr.175 ir sniegts reklāmraksts (turpmāk – Reklāma) par Leo Lī Gabora trīs Ķīnas monētām, kas, kā minēts Reklāmā, *palīdz piepildīt trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās [...] var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast labi apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.*

Vizuāli Reklāma izskatās šādi:

PAR BRĪVU • PAR BRĪVU • PAR BRĪVU • PAR BRĪVU • PAR BRĪVU

Leo Li Gabors ir viens no pasaulē slavenākajiem medijiem un jau vairāk nekā 30 gadu kalpo cilvēkiem

## Šīs trīs Ķīnas monētas palīdzēs jums piepildīt trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās.

Uzziniet, kāpēc Leo Li Gabors jums to apsola un kāpēc viņš šādas trīs brīnumdarītājas monētas var uzdāvināt tikai 734 cilvēkiem!

Iepazīstieties ar Leo Li Gabora pārsteidzošo piedāvājumu!

"Vai jums ir trīs vēlēšanas, kas saistītas ar naudas saņemšanu, un jūs vēlaties, lai tās ātri piepildītos? Ja jūsu atbilde ir "Jā", iesaku uzmanīgi izlasīt manu vēstuli.

Ja jums ir gadījies būt Āzijā, droši vien ievērojāt, ka tur daudzi bagāti ļaudis vienmēr nēsā sev līdzīgas trīs savādas monētas. Ja ir bijusi iespēja ciemoties kādā no visbagātāko cilvēku mājām, jūs noteikti pamanījāt šīs trīs monētas, kas ir novietotas īpašā vietā katrā istabā. Šīm ezoteriskajām monētām piemīt spēja piesaistīt bagātību, bet, lai tas notiktu, telpa ir jāsaģatavo ar īpašiem rituāliem. Šo "alkīmiju" (ja tā to var saukt) pārvalda tikai izcili Fen Šui meistari. Viņi zina, no kura materiāla, ar kādiem uzrakstiem, kādā formā un kurā pilnmēness laikā izgatavot šīs neticami spēcīgās monētas. Tikai, ievērojot šos nosacījumus, ir iespējams piepildīt vēlēšanās par materiāla stāvokļa uzlabošanu.

### MANI PIEŅĒMA AR ATPLESTĀM ROKĀM

Iespējams, jums būs interesanti uzzināt, kāpēc es to visu stāstu. Iemesls ir pavisam vienkāršs: es varu uzdāvināt šīs trīs ar neparastu spēku apveltītās monētas 734 cilvēkiem. Jūs vaicāsi: kāpēc tieši 734? Atbilde ir vienkārša: raugoties manā fotogrāfijā, jūs droši vien jau nojaušāt, ka manās dzīslās rit gan aziātu, gan eiropiešu asinis. Iespējams, tas ir viens no iemesliem, kāpēc man piemīt visā pasaulē atzītas medija spējas. Pirms dažiem mēnešiem es nolēmu aizbraukt uz savu dzimto Dienvidvietnamas ciemu, lai tur satiktos ar izcilie daoisma meistariem, kāds savulaik bija arī mans vectēvs. Tur mani pieņēma ar atplestām rokām, jo esmu augsti godājamā Huinha Vana Kona mazdēls. Meistari vēlējās man uzdāvināt kaut ko vērtīgu un nolēma, ka tās būs trīs brīnumainās monētas. Es, protams, zināju par šo monētu eksistenci, bet vēlējos izdibināt vairāk un sāku iztaujāt dižos meistarus par monētu izaudzinātājiem spējām.

### MĒS RUNĀJĀM ARĪ PAR EIROPAS KRĪZI

Dižie meistari nešaubās par šo monētu spēju piesaistīt bagātību – tas notiek tāpat kā magnēts piesaista dzelzi. Saskaņā ar Fen Šui filozofiju šīs monētas nodrošina bagātību tam, kurš prot tās izmantot; par trīs monētu neparastajām īpašībām ļaudis zina jau kopš neatminamiem laikiem. Meistari man paskaidroja, kāpēc un kā

šīs slavenās monētas iedarbojas uz vēlmēm, kas saistītas ar naudas iegūšanu, un arī to, kāpēc šīs vēlēšanās var piepildīties tikai pēc īpaša rituāla veikšanas. Es uzsāku arī sarunu par Eiropu, par kopējo ekonomisko situāciju un savu darbu. Izstāstīju, ka pie manis, kopš iestājusies krīze, ierodas aizvien vairāk cilvēku, kas vēlas atrisināt savas finansu problēmas. Pēc ilgās apspriešanās man ienāca prātā doma uzdāvināt šīs monētas visiem, kas vēlas steidzami atrisināt savas finansu problēmas. Tad es uzdrošinājos pavaicāt dižajiem meistariem to, ko it kā nemaz nedrīkstētu lūgt: vai viņi var priekš manis sagatavot un uzticēt man šīs trīs monētas, lai es varētu tās piedāvāt visiem, kuri lūgs manu palīdzību un kuriem šīs monētas patiešām būs vajadzīgas?

Man par lielu pārsteigumu, dižie meistari tikai palūdza, lai pagaidu līdz nākamajam pilnmēnesim (es vēlējos apciemot ļoti daudzus radniekus, tāpēc gaidīšana neradīja nekādus sarežģījumus).

### TĀS NEDRĪKST PĀRDOTI

Atklāti sakot, vienīgās rūpes man sagādāja bagāžas lielais svars. Tā ierobežojumu dēļ es varēju paņemt tikai 750 šo trīs monētu komplektus. 16 no tiem es jau izdalīju paziņām (protams, vienīgi tiem, kuriem bija ļoti vajadzīga nauda), tāpēc man ir palikuši tikai 734 monētu komplekti, ko vēlos uzdāvināt šīs avīzes lasītājiem (to izdarīt mani lūdz draugs, kurš dzīvo Latvijā). JĀ, uzdāvināt!



Dižais gaišrēģis Leo Li Gabors jums apsola

Uzmanīgi apskatiet šīs trīs monētas, kuras Leo Li Gabors jums ir atveidējis no Āzijas! Tur cilvēki tās pazīst jau vairākus gadu tūkstošus un ļoti zina par to spēju piesaistīt bagātību un veiksmi. Tūdaļ izlasiet Leo Li Gabora vēstuli, kas adresēta visiem, kuri vēlas nekavējoties piepildīt savu vēlēšanos par naudas saņemšanu!

Vai gan šīs monētas nav brīnīšģīgas?

Jau vairākus gadu tūkstošus tās piesaista naudu, gluži tāpat, kā magnēts pievelk dzelzi.

Dižo meistarū attieksme bija stingra: šīs trīs monētas var tikai dāvināt, citādi tās zaudē savas spējas. Tās nedrīkst pārdot pat par vismazāko cenu! Vienīgi tad, ja cilvēks zina šo trīs monētu lielo spēku, ir apjaušama to neizsakāmā vērtība: tās var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast ļoti apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.

Labā vēsts nekad nenāk viena: lai palīdzētu vēl ātrāk piepildīt jebkuru ar naudas saņemšanu saistītu vēlēšanos, es par brīvu nosūtīšu jums arī Fen Šui rituālu aprakstu (šos rituālus man atklāja dižie meistari, un tie lieliski palīdz ātri piepildīt vēlēšanās, kas saistītas ar naudas iegūšanu).

### JUMS PAR TO NEBŪS JĀMAKSĀ

#### NE TAGAD, NE ARĪ PĒCĀKI

Tā kā man ir tikai 734 monētu komplekti, es gribu būt pilnīgi pārliecināts, ka tās nokļūs tikai to cilvēku rokās, kuriem šī palīdzība ir ļoti vajadzīga un kuri pēc savu finansu problēmu atrisināšanas būs ar mieru uzdāvināt šīs monētas tuvam cilvēkam, kam arī ir problēmas ar naudu. Lai kļūtu par vienu no 734 laimīgajiem, kuri saņems trīs monētas, jums ir tikai jānosūtā man šeit pievienotais kupons ar anketu, pie tajā uzdotajiem četriem jautājumiem pirms tam atzīmējot atbildi "Jā". Aizpildiet kuponu jau šodien, jo man ir tikai 734 šo monētu komplekti!"



### KUPONS TRĪS MONĒTU SAŅĒMŠANAI PAR BRĪVU

Aizpildiet to un nosūtiet Leo Li Gaboram uz adresi: FAST MAIL SERVICE Leo Li Gaboram Rīga, LV-1050, ab.k. 509

- Jā, es četras reizes apstiprināšu atbildēju uz Jūsu anketas jautājumiem. Man ir nekavējoties jāatrisina finansu problēmas, un es vēlos būt viens/-a no tiem, kuriem jūs uzdāvināsi trīs monētas, ko tieši tāpēc esat atveidējis no Āzijas.
- Man par tām ne tagad, ne arī pēcāk nekas nebūs jāmaksā. Kopā ar monētām es saņemšu arī Fen Šui īpašu rituālu aprakstu.

Mani dati (lūdz, rakstiet ar drukātiem burtiem):



ANKETA	JĀ	NĒ
1) Vai jums ir steidzami jāatrisina ar naudu saistīta problēma?		
2) Vai taisnība, ka jums dzīvē neveicas?		
3) Vai apsolāt veikt īpašu rituālu, kas saistīts ar trim bagātību nesošajām monētām?		
4) Vai, tiklīdz atrisināsi savas finansu problēmas, Jūs atdosiet šīs trīs monētas tuvam cilvēkam, kuram tās ir ļoti vajadzīgas?		
<b>KOPĀ ATBILDES «JĀ»</b>		

Vārds \_\_\_\_\_

Uzvārds \_\_\_\_\_

Iela \_\_\_\_\_ Mājas nr. \_\_\_\_\_ Dzīvoklis \_\_\_\_\_

Pilsēta \_\_\_\_\_ Pasta kods LV- \_\_\_\_\_

Dzimisšanas gads / / / mēnesis / / gads / / Dzimisšanas laiks (ja zināms)

Dzimisšanas vieta \_\_\_\_\_

Paraksts \_\_\_\_\_

Kaļau 30-06-09

2009.gada 11.augustā PTAC pieņēma lēmumu par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un 2009.gada 1.septembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/6620 *Par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu*, kurā PTAC informēja Sabiedrību par konkrēto lēmumu un par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas

vieta un laiku. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja Sabiedrībai iesniegt žurnālā „Mājas Viesis” izplatītās Reklāmas kopiju un starp Sabiedrību un Reklāmas devēju noslēgtā līguma par Reklāmas izplatīšanu kopiju un aicināja Sabiedrību saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.pantu izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

2009.gada 10.septembrī PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 4.septembra vēstuli Nr.127, kurā Sabiedrība nav izteikusi noteiktu viedokli administratīvajā lietā, bet ir sniegusi informāciju par to, ka Reklāma konkrētajā žurnālā ir tikusi izvietota saskaņā ar reklāmas aģentūras SIA „Mediapool” iesniegto pasūtījumu un 2009.gada 7.augusta žurnāla „Mājas Viesis” numurā ir ticis publicēts Reklāmas atsaukums.

Vēstulei Sabiedrība pievienojusi starp Sabiedrību un SIA „Mediapool” 2006.gada 29.decembrī noslēgtā Līguma Nr.18-07 (turpmāk – Līgums) kopiju, kā arī SIA „Mediapool” 2009.gada 19.jūnija pieteikuma par Reklāmas izvietojumam paredzētā laukuma rezervāciju kopiju. Tāpat arī vēstulei pievienotas Reklāmas un tā atsaukuma kopijas.

2009.gada 24.septembrī PTAC mutvārdos vienojās ar Sabiedrības Reklāmas aģentūras direktoru (...) par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas datuma un laika maiņu.

2009.gada 29.septembrī PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 28.septembra vēstuli Nr.138, kurā Sabiedrība informē, ka „A/S „Lauku Avīze” doto reklāmu izvietoja saskaņā ar reklāmas aģentūras SIA „Mediapool” iesniegto rakstisko pasūtījumu (19.06.09.). Par cik aģentūra apstiprināja, ka dotā reklāma ir publicēta jau citos preses izdevumos Latvijā, kā arī ES valstīs un nekādu ierobežojumu tās publicēšanai nepastāvot, dotā reklāma publicēta izdevumā „Mājas Viesis”.

*Par cik aģentūra „Mediapool” reklāmas tirgū darbojas jau vairākus gadus un pārstāvējusi daudzus lielus uzņēmumus no Latvijas, kā arī ārzemju kompānijas, nedomājām, ka dotā aģentūra piekoptu negodīgu komercpraksi, kas malditātu patērētāju. Saprotam, ka pārkāpumu gadījumā LR likumdošana nosaka medija līdzatbildību reklāmas izplatīšanā, taču, ierobežoto cilvēkresursu dēļ nav rūpīgi caurskatīts reklāmas teksts.*

*Savukārt 31.augustā sakarā ar šo publikāciju aģentūra vērsās ar rakstisku pieteikumu par minētās reklāmas atsaukumu žurnālā „Mājas Viesis”, kurš tika publicēts 2009.gada 7.augusta numurā.*

*Izvērtējot doto gadījumu, turpmāk apņemas rūpīgāk vērst uzmanību līdzīgiem reklāmu tekstiem un nepieciešamības gadījumā tos saskaņot ar PTAC.”*

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvis atsaucās uz jau rakstveidā sniegtajiem paskaidrojumiem un izteica nožēlu par izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

PTAC norāda, ka NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka *darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam, ir komercprakse.* NKAL 1.panta otrā daļa paredz, ka *citi šā likuma termini un jēdzieni lietoti Patērētāju tiesību aizsardzības likuma izpratnē.*



Saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 1.panta 6.punktu *prece ir jebkura lieta, ko piedāvā vai pārdod patērētājam*, savukārt PTAL 1.panta 2.punkts nosaka, ka *pakalpojums ir personas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros par atlīdzību vai bez tās izpildīts patērētāja pasūtījums vai tāda ar patērētāju noslēgta līguma pildīšana, saskaņā ar kuru tiek iznomāta kāda lieta, izgatavota jauna lieta, uzlabota vai pārveidota esoša lieta vai tās īpašības vai veikts darbs, vai gūts nematerializēts darba rezultāts*.

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmā piedāvātās trīs Ķīnas monētas ir atzīstamas par precī, proti, par lietu, ko piedāvā patērētājam, PTAL izpratnē, savukārt konkrēto monētu atsūtīšana – par pakalpojumu, proti, par bez atlīdzības izpildītu patērētāja pasūtījumu. Tāpat arī no iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmas izplatīšana ir komercprakse NKAL izpratnē, jo konkrētā darbība ir atzīstama par tādu, kas tieši saistīta ar Reklāmā piedāvātā pakalpojuma – preces (trīs Ķīnas monētas) nosūtīšanu – sniegšanu patērētājiem.

Turklāt PTAC norāda, ka tā rīcībā ir materiāli, kas apliecina to, ka pēc Reklāmā minēto Ķīnas monētu pasūtīšanas patērētājs tās saņem bez maksas, bet, pretēji Reklāmā minētajam, patērētājs nesaņem bez maksas *Fen Šui rituālu aprakstu*, kas, kā minēts Reklāmā, *palīdz ātri piepildīt vēlēsānās, kas saistītas ar naudas iegūšanu*. Konkrēto *Fen Šui rituālu aprakstu* patērētājam piedāvā iegādāties par Ls 12,90 (+ Ls 3,90 par pasta un papildu pakalpojumiem). Tādējādi PTAC norāda, ka konkrētā darbība – Reklāmas izplatīšana – nepārprotami ir atzīstama par komercpraksi NKAL izpratnē.

Arī Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”) (turpmāk – Direktīva), kura ir maksimālās harmonizācijas direktīva un kuras tiesību normas ir iekļautas NKAL, nosaka, ka *"uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem" ir jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem*. Tādējādi secināms, ka, lai Reklāmas sniegšana tiktu atzīta par komercpraksi, nav obligāts nosacījums, ka tā būtu saistīta ar pirkšanas vai pārdošanas darījumiem. No iepriekš minētā izriet, ka komercprakse var būt saistīta arī tikai ar preču un/vai pakalpojumu popularizēšanu vai bez atlīdzības pakalpojumu sniegšanu.

NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā*, ir komercprakses īstenotājs. Arī Direktīvas kontekstā par tirgotāju tiek uzskatīta *jebkura fiziska vai juridiska persona, kas komercpraksē, uz ko attiecas šī direktīva, darbojas nolūkos, kas attiecas uz tā uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju, un arī jebkura persona, kas darbojas tirgotāja vārdā vai uzdevumā*.

No konkrētajām definīcijām izriet, ka par komercprakses īstenotāju ir atzīstams ne tikai pats pārdevējs/pakalpojuma sniedzējs, kurš īsteno komercpraksi, proti, sniedz Reklāmu, bet arī jebkura cita persona, kas rīkojas konkrētās personas vārdā vai uzdevumā, neatkarīgi no tā, vai konkrētais uzdevums ir dots tieši vai pastarpināti.

No Sabiedrības iesniegtā Līguma un pārējiem lietas materiāliem izriet, ka Reklāmas devējs ir SIA „Mediapool”, kura Reklāmu nodevusi Sabiedrībai tālākai izplatīšanai, citas personas (pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja) uzdevumā. Ņemot vērā, ka Sabiedrība Reklāmu ir pieņēmusi un izplatījusi, Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju NKAL izpratnē, kas komercpraksi īstenojusi pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja (trīs Ķīnas monētu piedāvātāja) uzdevumā. Arī Sabiedrība pati atzīst, ka konkrētā komercprakse ir īstenota ar Sabiedrības starpniecību, un lietā nav noliedzams fakts, ka ar Reklāmas izplatīšanu tiek veicināta konkrētā pakalpojuma sniegšana.

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta*. Saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu *komercprakse ir negodīga, ja tā ir maldinoša*. Savukārt NKAL 11.panta 16.punkts paredz, ka *komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs apgalvo, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt laimēt azartspēlēs, izlozēs vai loterijās*.

PTAC konstatē, ka Reklāmā sniegta konkrēta informācija:

**Šīs trīs Ķīnas monētas  
palīdzēs jums piepildīt  
trīs steidzamas ar naudas  
saņemšanu saistītas  
vēlēšanās.**

cenu! Vienīgi tad, ja cilvēks zina šo trīs monētu lielo spēku, ir apjaušama to neizsakāmā vērtība: tās var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast labi apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.

Labā vēsts nekad nenāk viena: lai palīdzētu vēl ātrāk piepildīt jebkuru ar naudas saņemšanu saistītu vēlēšanos, es par brīvu nosūtišu jums arī Fen Šui rituālu aprakstu (šos rituālus man atklāja dižie meistari, un tie lieliski palīdz ātri piepildīt vēlēšanās, kas saistītas ar naudas iegūšanu).

No Reklāmas izriet, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, īstenojusi komercpraksi, kuras ietvaros tiek sniegts apgalvojums, ka trīs Ķīnas monētas, kuras pakalpojuma sniedzējs piedāvā bez maksas nosūtīt 734 patērētājiem, palīdzēs patērētājam laimēt daudz naudas. Tāpat arī Reklāmā tiek apgalvots, ka konkrētās monētas piepildīs trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās, kas nozīmē, ka patērētājs var vēlēties arī laimēt naudu un ar trīs Ķīnas monētu palīdzību konkrētā vēlēšanās piepildīsies. Vienlaicīgi Reklāmā tiek apgalvots, ka patērētājs, pasūtot trīs Ķīnas monētas, bez maksas saņems arī Fen Šui rituālu aprakstu, kas palīdzēs vēl ātrāk piepildīt konkrētās ar naudas saņemšanu saistītās patērētāja vēlēšanās.

PTAC norāda, ka latviešu valodas skaidrojošajā vārdnīcā, kā, piemēram, LU aģentūras „Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūts” Mākslīgā intelekta laboratorijai piederošajā interneta vietnē [www.tezaurs.lv](http://www.tezaurs.lv), sniegts vārda „laimēt” skaidrojums, kurš paredz, ka vārds „laimēt” nozīmē *iegūt loterijā (naudu vai mantu), iegūt (ko vēlamu, piemēram, priekšmetu, vietu, pienākumu) izlozē, iegūt azartspēlē (naudu vai mantu)*. Līdz ar to secināms, ka, lietojot Reklāmā apgalvojumu „*tās var palīdzēt laimēt daudz naudas*”, sabiedrībai (patērētājiem) nepārprotami tiek sniegts vēstījums par to, ka trīs Ķīnas monētas palīdzēs patērētājam laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs. Tādējādi PTAC ieskatā apgalvojums „*tās var palīdzēt laimēt daudz naudas*” nepārprotami nozīmē to, ka Reklāmā tiek sniegts apgalvojums, ka trīs Ķīnas monētas var palīdzēt laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs.

Nemot vērā iepriekš minēto, PTAC konstatē, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, īstenojusi negodīgu, proti, NKAL 11.panta 16.punktā noteikto jebkuros apstākļos maldinošu komercpraksi, kas saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu ir negodīga un saskaņā ar NKAL 4.panta pirmo daļu – aizliegta.

Papildus PTAC paskaidro sekojošo:

[1] Kā jau iepriekš minēts, Sabiedrība konkrētajā gadījumā ir atzīstama par komercprakses īstenošanu NKAL izpratnē un tādējādi tā arī nes atbildību par negodīgas komercprakses īstenošanu. PTAC ieskatā Sabiedrība nevar aizbildināties ar Līguma 9.punktā ietverto atrunu, ka Sabiedrība nenes atbildību par SIA „Mediapool” iesniegto materiālu saturu, jo šāda atruna ir pretēja normatīvo aktu (gan Reklāmas likuma, gan NKAL) prasībām

PTAC informē, ka, vērtējot katras atsevišķas komercprakses īstenošanā iesaistītās personas atbildību, PTAC izvērtē to, cik lielā mērā attiecīgā persona zināja vai tai vajadzēja zināt par komercprakses negodīgo raksturu.

Izvērtējot lietas materiālus, tajā skaitā Līgumā ietvertos SIA „Mediapool” pienākumus, PTAC secina, ka Sabiedrība Reklāmu saņēma ne vēlāk kā desmit dienas pirms tās publicēšanas un tai bija iespējams iepazīties ar Reklāmas saturu un izvērtēt tā atbilstību normatīvo aktu prasībām (Līguma 9.punkts). Tāpat arī likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanu, publicēšanu, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” 7.pants nosaka, ka *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 PTAC norāda, ka Sabiedrība nevarēja nezināt, ka Reklāma, kurā sniegts apgalvojums, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs, ir uzskatāma par jebkuros apstākļos maldinošu un tādējādi aizliegtu komercpraksi.

[2] PTAC vērš Sabiedrības uzmanību uz to, ka Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai ir jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi*. Reklāmām izvirzāmās vispārīgās prasības paredz Reklāmas likuma II nodaļa, kurā cita starpā noteikts, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos* (Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa).

No minētā izriet, ka jebkura reklāma, kura neatbilst normatīvo aktu prasībām, respektīvi, ne tikai Reklāmas likumā noteiktajām vispārīgajām prasībām, bet arī citos normatīvajos aktos noteiktajām prasībām, ir pretlikumīga un līdz ar to aizliegta reklāma un neviena persona, tajā skaitā, Sabiedrība, nav tiesīga izplatīt šādu reklāmu, ja tā zina vai tai vajadzētu zināt par konkrētās reklāmas neatbilstošo raksturu, kā to paredz Reklāmas likuma 12.panta ceturtdā daļa.

NKAL 15.panta astotā daļa nosaka: „Ja Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu publicēt attiecīgajai komercprakti atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā”.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, kā arī ņemot vērā to, ka saskaņā ar PTAC rīcībā esošo informāciju Reklāma konkrētajā žurnālā jau ir atsaukta, PTAC ieskatā Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1. - 4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāma jau ir tikusi sniegta un tādējādi komercprakses negatīvā ietekme jau ir notikusi un ņemot vērā Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, PTAC secina, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai nosakāms ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu.

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 pašcietni, 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 Baltis. 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 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 atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi.*

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 trešo daļu *par negodīgu komercpraksi - uzliek naudas sodu juridiskajām personām - līdz desmittūkstoš latiem.*

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 6., 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 komercpraksi, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām. Tāpat arī, nosakot soda apmēru, PTAC ņem vērā, ka par Reklāmas izplatīšanu Sabiedrība no SIA „Mediapool” saņēma samaksu Ls (...) (pēc (...)% atlaides piemērošanas, respektīvi, Ls (...) – (...)% = Ls (...)) apmērā.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC, ņemot vērā Sabiedrības pārstāvja pausto nožēlu par izdarīto pārkāpumu, ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļa 1.punktu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu. PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā komercprakses īstenošanas vietu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, Sabiedrības mantisko stāvokli, atbildību mīkstinājošo un pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliedzams naudas sods Ls 300,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses, respektīvi, jebkuros apstākļos maldinošas komercprakses īstenošana – raksturu un tās īstenošanas vietu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu, 166.<sup>13</sup> panta trešo 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, PTAL 1.panta 2. un 6.punktu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 1.panta otro daļu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 2.punktu, 11.panta 16.punktu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu,

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

**uzlikt** akciju sabiedrībai „Lauku Avīze”,  
juridiskā adrese: Dzirnavu iela 21, Rīga, LV-1010,  
vienotās reģistrācijas numurs: 40103027253,  
naudas sodu Ls 300,00 (trīs simti) apmērā;



Pieņemto lēmumu a/s „Lauku Avīze” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā.

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-REUD-35	
Pieņemšanas datums:	2009.gada 1.oktobris	

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS