



Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67388624, fakss 67388634, e-pasts pasts@ptac.gov.lv, www.ptac.gov.lv

Adrianai Miglānei
[...]

LĒMUMS
patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā
Rīgā

21.05.2021.

Nr. 15-pk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), īstenotā projekta „*Influenceru*” mārketinga uzraudzība sociālajos tīklos” (turpmāk – Projekts) ietvaros un pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmās daļas 1.punktu, ir veicis *Instagram* lietotājas *adrianamiglane*¹ (turpmāk – Persona) profilā (turpmāk – Vietne) īstenotās komercprakses izvērtēšanu.

Administratīvās lietas ietvaros PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] PTAC Projekta gaitā konstatēja (akts Nr.E-LAB/20200818-1-1), ka Persona Vietnē publicējusi informāciju, kura uzskatāma par patērētājiem adresētu reklāmu, bet nav patērētājus pienācīgi informējusi par reklāmas paziņojumu komerciālo nolūku. Vienlaikus PTAC konstatēja, ka Persona, Vietnē reklamējot uztura bagātinātājus, nav ievērojusi Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 „Prasības uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi) 26.punktā ietvertu regulējumu, kas paredz, ka uztura bagātinātāja reklāmā ietver norādes „Uztura bagātinātājs” un „Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”. Piemērus, kas raksturo Personas rīcību, Vietnē reklamējot dažādus produktus un uzņēmumus, skat. tālāk:

¹ <https://www.instagram.com/adrianamiglane/>



[2] Ņemot vērā minēto, PTAC 2020.gada 8.septembrī, izmantojot Instagram platformas iespēju, nosūtīja Personai vēstuli, kurā informēja par konstatētajiem pārkāpumiem, kā arī ierosināja Personai līdz 2020.gada 22.septembrim labprātīgi novērst PTAC vēstulē minētos pārkāpumus, nodrošinot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām. PTAC vērsa uzmanību, ka Personai, veidojot Vietnes saturu, skaidri, uzskatāmi un nepārprotami ir jānorāda tādas informācijas komerciālais raksturs, kas Vietnē publicēts pašas Personas vai citu tirgotāju, pakalpojumu sniedzēju vai ražotāju vārdā vai saimnieciskajās interesēs. Minētais attiecas uz informāciju, kura satur apmaksātu, materiāli atlīdzināmu, ar dāvanām vai tml. atbalstītu vai citādi saimnieciski motivētu reklāmu (turpmāk – Reklāma).

[3] Atkārtotas pārbaudes gaitā PTAC konstatēja, ka Persona nav novērsusi PTAC norādītos pārkāpumus. Līdz ar to 2020.gada 30.septembrī PTAC nosūtīja Personai uz tās deklarētās dzīvesvietas adresi [...] ierakstītu vēstuli Nr.3.2.-1/9388/K-287, kurā atkārtoti norādīja uz konstatētajiem pārkāpumiem, nosakot termiņu to labprātīgai novēršanai. Papildus PTAC norādīja, ka tādu norāžu vai tēmturu izmantošana, kā *#sadarbība* un ražotāju, tirgotāju, produktu vai dažādu tirdzniecības veicināšanas pasākumu nosaukumu izmantošana bez papildu norādēm pati par sevi nav pietiekoša, lai patērētājiem nodrošinātu nepārprotamu un atbilstoši sniegtu informāciju par konkrētā Reklāmas paziņojuma komerciālo raksturu.

[4] 2020.gada 4.oktobrī Persona sniedza atbildi Vietnē (fīksēts aktā Nr.PTUK-287/2), norādot, ka PTAC konstatētos pārkāpumus ir novērsusi. Veicot atkārtotu pārbaudi Vietnē, PTAC secināja, ka Persona ir veikusi labojumus tikai dažās patērētājiem adresētajās Reklāmās. Pārējos komerciāla rakstura piedāvājumos attiecīgus brīdinājumus par Reklāmas paziņojumu komerciālo nolūku Persona nav sniegusi. Tāpat PTAC secināja, ka arī jaunākajās produktu Reklāmās Persona turpina nenorādīt to komerciālo raksturu. Ņemot vērā minēto, PTAC 2020.gada 30.oktobrī atkārtoti nosūtīja Personai uz tās deklarētās dzīvesvietas adresi [...] ierakstītu vēstuli Nr.3.2.-1/10886/K-287, kurā atkārtoti ierosināja Personai līdz 2020.gada 11.novembrim labprātīgi novērst vēstulē minētos pārkāpumus, nodrošinot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī sniegt informāciju PTAC par veiktajām darbībām. PTAC informāciju no Personas nesaņēma.

[5] PTAC 2021.gada 22.janvārī, veicot atkārtotu Vietnes pārbaudi (akts Nr.E-LAB/20210122-1), konstatēja, ka Persona Vietnē turpina negodīgas komercprakses īstenošanu, tādējādi 2021.gada 27.janvārī nosūtīja Personai uz tās deklarētās dzīvesvietas adresi [...] ierakstītu vēstuli Nr. 3.2.-1/892/K-287, kurā atkārtoti informēja par Personas īstenoātās komercprakses neatbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī to, ka PTAC ieskatā konstatēto pārkāpumu novēršanai būtu lietderīgi piemērot NKAL 15.panta astotās daļas 2. un 3.punktā minēto līdzekli, pieņemot lēmumu, ar kuru Personai noteikts tiesiskais pienākums nekavējoties izbeigt konkrēto negodīgo komercpraksi, aizliegt negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama, kā arī saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu Personai būtu piemērojama soda nauda šā likuma 15.² pantā noteiktajā kārtībā. Vienlaikus PTAC informēja Personu par tās tiesībām izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā līdz 2021.gada 9.februārim, kā arī samērīgas soda naudas piemērošanai PTAC aicināja Personai līdz iepriekš norādītajam termiņam iesniegt finanšu dokumentu (vai tā kopiju), kurā ir atspoguļota informācija par Personas mantisko stāvokli par pēdējo (vēlams – 6 mēnešu) periodu, un citu informāciju, kas raksturo Personas mantisko stāvokli.

Viedokli un argumentus, kā arī informāciju par tās mantisko stāvokli Persona nav sniegusi.

[6] Ievērojot minēto, PTAC 2021.gada 17.martā Valsts ieņēmumu dienestam (turpmāk – VID) nosūtīja vēstuli Nr.3.2.-1/2563/K-287, kurā lūdza sniegt VID rīcībā esošu informāciju, kas atspoguļo Personas mantisko stāvokli, lai to izmantotu samērīgas soda naudas noteikšanai. 2021.gada 25.martā PTAC saņēma VID atbildes vēstuli Nr.VID.4.1/8.16.1/39632, kurā VID sniedza informāciju par Personas gūtajiem ienākumiem par periodu no 2020.gada septembra līdz 2021.gada februārim, proti, par uzņēmumu (SIA “Guilty”, reģ.Nr. 40103300872; SIA “Honeymoon High”, reģ.Nr. 40203179430; SIA “Mežgaile, Māliņa un Austrīņš” reģ.

Nr.40103879799; SIA "BDF LV", reģ.Nr. 40103535166; SIA "Sanitex" reģ.Nr. 40003166842; SIA "FRESH MEDIA", reģ.Nr. 40003844150) izmaksātajām summām Personai. Papildus VID informēja, ka Persona nav reģistrējusies VID kā saimnieciskās darbības veicēja.

[7] PTAC 2021.gada 23. un 24.martā izlases kārtībā nosūtīja vēstules ar informācijas pieprasījumu uzņēmumiem, kuru produktus/pakalpojumus Persona pirmšķietami ir publicējusi Vietnē Reklāmas nolūkos (skat. attēlus turpmāk):





adrianamiglance • Follow

@hairtexlv IG kontiem
2. Komentārā ietago draudzeni, kurai noteikti ir jāuzzina par šo konkursu
3. Spied ❤️ šai bildei

Dāvanu kastītes sastāvā ir skaistumkopšanas produkti no kosmētikas zīmoliem- BIODROGA, KITOKO, AFFINAGE un MARC INBANE!

Šis būs lielisks komplekts sevī palutināšanai - sejai, matiem un ķermenim 🎁😍

Konkursa rezultāti tiks paziņoti manos Instagram "Stories" 15. februārī!

Lai veicas!
#hairtexlv #sadarbība

5w



3,218 likes

FEBRUARY 9

Add a comment...

Post



adrianamiglance • Follow

mani, gan mazuli. Diemžēl, lai kā censtos būt perfekti, tas mūsu laikos praktiski nav iespējams un Pregnacare dod drošību un pārliecību, ka mazulis attīstās pareizi un mammai nepietrūkst vajadzīgā. Es vispār neēdu ne zivis, ne jūras produktus- tāpēc arī lietoju papildus zivju eļļu, kas ir arī šajā paciņā. Ļoti cenšos ēst zaļumus, svaigus dārzeņus, ja gribas našķoties, tad apēdu kādu augli, es vienkārši ļoti cenšos rūpēties par savu mazo brīnumiņu, tāpēc arī šobrīd uzturs liekas tik svarīgs. Agrāk man tā nebija, bet tagad es ļoti sekoju līdzi, vitamīnus dzeru katru dienu, papildus lietoju arī magniju. Kā ir ar jums topošajām vai esošajām māmiņām? @vitaplus.lv

47w



2,266 likes

APRIL 21, 2020

Add a comment...

Post

PTAC lūdza SIA "Taula Rīga", Love Beauty and Planet Latvija, SIA "HAIRTEX" un SIA "Fliis Trade" sniegt informāciju, tai skaitā rakstveida pierādījumus par turpmāk minēto:

- 1) vai un kāda veida atlīdzību (finansiālu, dāvanu vai citu labumu) uzņēmums ir sniedzis Personai par uzņēmuma piedāvāto preču/pakalpojumu reklāmas izvietojumu Vietnē, kā arī, kāds ir samaksātās atlīdzības apmērs, piemēram, par vienu ierakstu;
- 2) kāda ir bijusi savstarpējā vienošanās ar Personu par attiecīgā uzņēmuma produktu/pakalpojumu popularizējoša satura publicēšanas Vietnē apjomu un laika periodu;
- 3) iesniegt reklāmas devēja un Personas starpā noslēgtā sadarbības līguma kopiju.

[7.1] PTAC 2021.gada 29.martā saņēma SIA "Taula Rīga" atbildes vēstuli, kurā uzņēmums informēja, ka 2020.gada 7.aprīlī SIA "Taula Rīga" un Personas starpā tika noslēgts autoratlīdzības līgums Nr.7-TR-2020 par reklāmas saturošu mārketinga materiālu izvietojumu Vietnē. Līgums tika noslēgt uz 2 mēnešiem, kuru laikā Persona apņēmas sagatavot un publicēt Vietnē 3 "postus" un 2 "story" mēnesī. Par reklāmas publicēšanu Personai izmaksāts [...] *euro*.

[7.2] PTAC 2021.gada 8.aprīlī saņēma SIA „HAIRTEX” vēstuli, kurā uzņēmums sniedza informāciju, ka ar Personu ir sadarbojies divas reizes – 2020.gada novembrī un 2021.gada februārī vietnē Instagram. Rakstiskā komunikācijā SIA „HAIRTEX” vienojās sadarboties ar Personu uz bartera nosacījumiem. Piedāvājumā tika noteikts Personai „izspēlēt” sociālajos tīklos (Vietnē) konkursu, kurā sekotāji var laimēt interneta veikala „Hairtex.lv” produktus. Uzņēmums ar Personu vienojās, ka tiek publicēts konkurss ar vienu vai diviem foto, kurā ir redzama pati Persona ar interneta veikala „Hairtex.lv” produktiem. Tāpat, uzņēmums vienojās, ka Persona nopublicē Vietnē stāstus („storijus”) par konkursa sākšanos. Atlīdzībā par konkursa publicēšanu, uzņēmums piedāvāja barterī kosmētiku no interneta veikala „Hairtex.lv” tādā pašā apjomā un summā, kā konkursā norādītajā komplektā. Par 2020.gada novembrī publicēto konkursu Persona saņēma produktus [...] *euro* vērtībā, bet par 2021.gada februārī publicēto konkursu – [...] *euro*. Par sadarbības nosacījumiem ar Personu SIA „HAIRTEX” vienojās rakstiski – sociālajos tīklos, tāpēc līgums netika sastādīts.

[7.3] PTAC 2021.gada 12.aprīlī saņēma uzņēmuma SIA Fliis Trade (Nordbaby Latvia) vēstuli, kurā uzņēmums apstiprināja, ka elektroniskā pasta sarakstē ir vienojies ar Personu par reklāmas aktivitātēm Vietnē, proti, autokrēsla Nuna Prym relamēšanu, izveidojot reklāmas “postu” ar @nordbabylatvija un @nuna_latvija profila “ietagošanu”. Atlīdzība, ko saņēma Persona par Vietnē publicētajām reklāmām, bija autokrēsls Nuna Prym.

[7.4] No uzņēmuma Love Beauty and Planet Latvija PTAC atbildi nesaņēma.

[8] PTAC 2021.gada 27.aprīlī atkārtotās pārbaudes gaitā (akts Nr.E-LAB/20210428-2-1) un 2021.gada 5.maijā (akts PTUK-287/3 akts) konstatēja, ka Persona turpina negodīgas komercprakses īstenošanu, jo Persona skaidri, uzskatāmi un savlaicīgi nav sniegusi atbilstošas norādes, ka konkrētā publicētā informācija ir Reklāma. Tāpat PTAC konstatēja, ka Persona, Vietnē reklamējot uztura bagātinātājus, nav pievienojusi attiecīgas norādes atbilstoši Noteikumu 26.punktam. Piemēram, reklamējot kosmētikas izplatītāju un interneta veikalu www.hairtex.lv, interneta veikalu www.nordbaby.com (autokrēsliņš Nuna Prym), zīmola Love Beauty and Planet produktus un interneta veikala www.vitaplus.lv produktu (uztura bagātinātāju) skat. attēlus šī lēmuma [1] un [7] sadaļā.

Izvērtējot konkrētās administratīvās lietas materiālus, PTAC secina:

[9] Atbilstoši NKAL 1.panta pirmās daļas pirmā daļas 1.punktam komercprakses īstenoātājs ir jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita fiziskā vai juridiskā persona, kas rīkojas komercprakses īstenoātāja vārdā vai uzdevumā. Savukārt NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts paredz, ka jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita fiziskā vai juridiskā persona, kas rīkojas komercprakses īstenoātāja vārdā vai uzdevumā, ir komercprakses īstenoātājs. Personas rīcība, Vietnē publicējot attiecīgo komerciālā rakstura informāciju, atzīstama par NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktā norādīto komercpraksi, bet Persona, Vietnē publicējot attiecīgās preces vai to tirgotājus popularizējošo informāciju, tai skaitā rīkojoties savās

komerciālajās interesēs vai citu tirgotāju vai ražotāju vārdā vai interesēs, saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu ir atzīstama par minētās komercprakses īstenotāju.

NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikts, ka negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar NKAL 4.panta otrajā daļā ir nostiprinātas negodīgas komercprakses pazīmes. Savukārt minētā likuma 6., 7., 10.pants paredz regulējumu attiecībā uz profesionālajai rūpībai neatbilstošu un maldinošu (noklusēšanu) komercpraksi, kā arī patērētāja ekonomiskās rīcības negatīvu ietekmēšanu. Konkrēto komercpraksi PTAC vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 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 un Eiropas Savienības tiesas praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir vidēji informēts, saprātīgi uzmanīgs, vērīgs, apdomīgs un piesardzīgs (sk., piemēram, Eiropas Savienības Tiesas 2015.gada 26.februāra spriedumu lietā C-143/13, Matei, 75.-76.punktu un 2006.gada 19.septembra spriedumu lietā C-356/04, Lidl Belgium v Etablissement Franz Colruyt, 78.punktu).*

NKAL 6.pants nosaka, ka komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispārāzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam. Savukārt saskaņā ar NKAL 7.panta pirmo daļu par patērētāja ekonomisko rīcību būtiski negatīvi ietekmējošu uzskata tādu komercpraksi, kura būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un kuras rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

Saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.un 2.punktu komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, tiek noklusēta būtiska informācija, kas vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, un komercprakses ietekmē vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un apstākļus, kā arī tajā izmantotā saziņas līdzekļa ierobežojumus, var secināt, ka komercprakses īstenotājs būtisku informāciju slēpj vai sniedz neskaidri, nesaprotami, divdomīgi vai nepiemērotā laikā, vai nenorāda komercprakses komerciālo nolūku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs, un rezultātā vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

Atbilstoši Noteikumu Nr.685 26. un 27.punktam uztura bagātinātāja reklāmā ietver norādes “Uztura bagātinātājs” un “Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”. Norāde aizņem ne mazāk kā piecus procentus no reklāmas apjoma. Minētajā norādē izmantotajam burtu lielumam ir jābūt tādā, lai norāde aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.

[10] Izvērtējot lietā esošo informāciju, PTAC Persona īstenotās komercprakses ietvaros saskata patērētāju maldinājumu un negodīgas komercprakses pazīmes, jo Persona noklusē īstenotās komercprakses komerciālo nolūku, kā arī neievēro atsevišķas speciālās reklāmai izvirzāmās prasības.

PTAC lietas gaitā ir saņēmis no SIA “Taula Rīga”, SIA “HAIRTEX” un SIA “Flis Trade” apstiprinājumu, ka Persona ir rīkojusies uzņēmumu uzdevumā, Vietnē publicējot Reklāmas un par to saņemot atlīdzību vai dāvanu. Ņemot vērā minēto, kā arī izvērtējot Vietnes saturu, PTAC ir pamats uzskatīt, ka arī cita Vietnē publicētā uzņēmumu/produktu popularizējoša informācija ir Reklāma.

PTAC ir konstatējis, ka Persona īsteno maldinošu komercpraksi, jo, veidojot Vietnes saturu, noklusē, ka Vietnē publicētā informācija ir komerciāla rakstura, tas ir, Reklāma, sniegta par atlīdzību, dāvanām vai citiem materiāliem labumiem vai ieguvumiem. Persona īstenotajā

komercpraksē nav izmantojusi vispār vai nav izmantojusi atbilstošas norādes vai tēmturus, kas skaidri, uzskatāmi un nepārprotami patērētājiem sniegtu informāciju par tās apmaksātu saturu.

PTAC saziņā ar Personu vairākkārt vērsa uzmanību, ka tādu norāžu vai tēmturu izmantošana, kā *#sadarbība* un ražotāju, tirgotāju, produktu vai dažādu tirdzniecības veicināšanas pasākumu nosaukumu izmantošana bez papildu norādēm pati par sevi nav pietiekoša, lai patērētājiem nodrošinātu nepārprotamu un atbilstoši sniegtu informāciju par konkrētā Reklāmas paziņojuma komerciālo raksturu. PTAC aicināja Personu Reklāmas paziņojumā vai tā publicēšanas laukā uzskatāmi redzamā veidā un vietā iekļaut tekstu vai tēmturi, kurš skaidri un nepārprotami norāda uz Reklāmu, piemēram, *#reklāma*, *#apmaksāts_saturs*, *#sponsorētssaturs* vai iespēju robežās izmantojot sociālās saziņas platformas piedāvātās iespējas, piemēram, Instagram platformas nodrošināto *Paid partnership* norādi. Minēto Persona nav ņēmusi vērā, bet turpina negodīgas komercprakses īstenošanu, pienācīgi nebrīdinot par Reklāmas paziņojumu komerciālo raksturu.

Ņemot vērā apstākli, ka Vietnei šobrīd ir aptuveni 85 tūkstoši sekotāju, tās saturs dažādu tirgus produktu reklamēšanas jomā uzskatāms par adresētu lielam skaitam patērētāju. PTAC uzskata, ka attiecīgā Personas īstenotā komercprakse ietekmē vai var ietekmēt daudzu patērētāju ekonomisko rīcību, piemēram, saistībā ar Personas reklamēto preču iegādi, patērētājiem izrādot interesi par Personas reklamētajām pārdošanas kampaņām u.tml.

PTAC vērs uzmanību, ka patērētāji ne vienmēr var noteikt, vai reklamētais produkts/pakalpojums patiešām patīk influencerim vai par šo popularizējošo informāciju ir samaksāts. Līdz ar to Persona, nesniedzot atbilstošas norādes par sniegtās informācijas komerciālo raksturu, būtiski negatīvi ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību, ietekmējot patērētāju lēmumu iegādāties reklamēto preci/pakalpojumu.

[11] PTAC ir konstatējis, ka Persona Vietnē pie uztura bagātinātāju Reklāmām nesniedz normatīvajiem aktiem atbilstošu norādi “Uztura bagātinātājs” un “Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”. PTAC vērs uzmanību, ka patērētājs ir tiesīgs saņemt patiesu un pilnīgu informāciju par piedāvātajiem produktiem. Noklusējot informāciju, ka Reklamētais produkts, piemēram, “Pregnacare”, ir uztura bagātinātājs un vienlaikus produkta aprakstā nesniedzot norādi „Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”, Persona īsteno maldinošu (maldinoša noklusēšana) un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

PTAC ieskatā informācijas “uztura bagātinātājs” un “uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu” noklusējums rada situāciju, kurā patērētāji tiek vai var tikt maldināti par konkrētā produkta īpašībām, proti, piederību uztura bagātinātājiem, kā arī netiek brīdināti par tā lietošanu. Vienlaikus Personas rīcība, noklusējot minēto atbilstoši normatīvajiem aktiem obligāti sniedzamo informāciju, ir vērtējama kā profesionālajai rūpībai neatbilstoša un pastiprina attiecīgās reklāmas negatīvo ietekmi, patērētājiem pieņemot uz Personas sniegtās, informācijas pamata balsītu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu.

[12] NKAL 2.pants noteic, ka likuma mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenošanai izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem. No lietā esošajiem materiāliem PTAC konstatē, ka Persona ir pārkāpusi patērētāju tiesību regulējošos normatīvos aktus, proti, pārkāpums ir būtisks, jo Vietnei ir ~ 85 tūkstoši sekotāju. Līdz ar to Personas īstenošana komercprakse Vietnē ir adresēta lielam patērētāju skaitam. Tādējādi Personas izdarītais pārkāpums, nepildot profesionālās rūpības prasības – nesniedzot pie uztura bagātinātāju Reklāmām normatīvajiem aktiem atbilstošas norādes un noklusējot informāciju par Reklāmu komerciālo nolūku, ir radījis/var radīt apdraudējumu ar likumu aizsargātajām patērētāju kolektīvajām ekonomiskajām interesēm.

Ņemot vērā, ka konkrētā Personas īstenošana komercprakse ir atzīstama par negodīgu komercpraksi, šīs komercprakses raksturu un būtību, kā arī apstākli, ka minētā komercprakse tiek turpināta un Personas īstenošana komercprakse joprojām skar/var skart daudzu patērētāju ekonomiskās intereses, PTAC ieskatā Personai par izdarīto pārkāpumu saskaņā ar NKAL

15.panta astotās daļas 2.punktu ir lietderīgi uzlikt tiesisko pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi. Vienlaikus saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu Personai ir piemērojama soda nauda šā likuma 15.² pantā noteiktajā kārtībā. PTAC ieskatā ar soda naudas palīdzību Persona tiks motivēta izbeigt pārkāpumu un savā turpmākajā komercpraksē nepieļaut līdzīga rakstura pārkāpumu izradīšanu.

Atbilstoši NKAL 15.² panta otrajā daļā minētajam, Uzraudzības iestāde, pieņemot lēmumu par soda naudas uzlikšanu un tās apmēru, ņem vērā šādus apstākļus, kā arī izvērtē, vai pastāv šādi nosacījumi: 1) pieļautā pārkāpuma raksturs un ilgums, pārkāpuma radītā ietekme (zaudējumi patērētājiem), pārkāpuma izdarīšanas apstākļi, pārkāpēja loma pārkāpumā un pārkāpuma apjoms; 2) komercprakses īstenotājs līdz lēmuma pieņemšanas dienai ir atlīdzinājis vai sācis atlīdzināt patērētājiem nodarītos zaudējumus; 3) pārkāpums pārtraukts pēc komercprakses īstenotāja iniciatīvas; 4) komercprakses īstenotājs negodīgas komercprakses aizlieguma pārkāpumu izdarījis atkārtoti pēdējo divu gadu laikā, un tas konstatēts ar Uzraudzības iestādes lēmumu vai rakstveida apņemšanos; 5) komercprakses īstenotājs nav izpildījis rakstveida apņemšanos; 6) komercprakses īstenotājs ir kavējis lietas izskatīšanu vai slēpis izdarīto pārkāpumu.

PTAC secina, ka Personas nodarītais pārkāpums ir vērtējams kā smags patērētāju kolektīvo interešu pārkāpums, ievērojot Personas izdarītā pārkāpuma apjomu, raksturu, ilgumu, ietekmi uz patērētāju tiesiskajām interesēm, Personas lomu pārkāpumā, šajā lēmumā analizētos pārkāpuma izdarīšanas apstākļus. PTAC ņem vērā, ka jau 2019.gada projekta “Situācijas izpēte, uzraudzība par “influenceru” mārketingu sociālajos tīklos un ieteikumu izstrādāšana” ietvaros PTAC informēja Personu par tiesisko regulējumu un principiem, kas jāņem vērā, veicot mārketingu sociālajos tīklos, kā arī atbildību, aicinot Personu turpmāk ievērot PTAC izstrādātajos ieteikumos², noteiktās prasības. Persona pēc PTAC vairākkārtējiem aicinājumiem veikt labprātīgas darbības, nav veikusi visus nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu tās īstenotās komercprakses Vietnē atbilstību normatīvo aktu prasībām. Vienlaikus Persona administratīvajā procesā ar iestādi nav sadarbojusies.

Ņemot vērā konstatētos faktus un pierādījumus lietā, secināms, ka Personas rīcība saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punktā, 6.pantā, 10.panta pirmās daļas 1.un 2.punktā noteikto ir uzskatāma par negodīgu komercpraksi.

NKAL 15.² panta pirmā daļa paredz, ka Uzraudzības iestāde ir tiesīga par negodīgu komercpraksi uzlikt komercprakses īstenotājam soda naudu līdz 10 procentiem no tā pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma, bet ne vairāk kā 100 000 euro. Soda naudas apmērs ir nosakāms samērīgs ar izdarīto pārkāpumu, ņemot vērā komercprakses īstenotāja veiktos pasākumus pārkāpuma novēršanai un zaudējumu atlīdzināšanai.

PTAC 2021.gada 27.februārī vēstulē Nr. 3.2.-1/892/K-287 lūdza Personai iesniegt finanšu dokumentus, kurā ir atspoguļota informācija par Personas mantisko stāvokli par pēdējo (vēlams – 6 mēnešu) periodu, un citu informāciju, kas raksturo Personas mantisko stāvokli. Minēto informāciju Persona nav sniegusi. Pēc VID sniegtās informācijas, Persona no 2020.gada septembra līdz 2021.gada februārim ir guvusi ienākumus (ienākumi no intelektuālā īpašuma) [...] *euro* apmērā. Vienlaikus PTAC ņem vērā uzņēmumu sniegto informāciju par izmaksāto atlīdzību Personai saistībā ar reklāmas izvietojumu Vietnē. Proti, uzņēmuma SIA Fliis Trade (Nordbaby Latvia) Personai piešķirtā dāvana/atlīdzība – autokrēsls Nuna Prym ~ [...] *euro* apmērā, SIA “Hairtex” piešķirtā dāvana/atlīdzība – uzņēmuma produktu [...] *euro* vērtībā, SIA “Taula Rīga” izmaksājusi Personai kopumā [...] *euro*. Ņemot vērā VID un uzņēmumu sniegto informāciju Personai 2020./2021. gadā kopumā izmaksāts vairāk kā [...] *euro*.

Ievērojot Personas izdarītā pārkāpuma apjomu, raksturu, ilgumu, ietekmi uz patērētāju tiesiskajām interesēm, Personas lomu pārkāpumā, šajā lēmumā analizētos pārkāpuma izdarīšanas apstākļus, PTAC secina, ka Personas nodarītais pārkāpums ir vērtējams kā smags patērētāju kolektīvo interešu pārkāpums. Tādējādi, ņemot vērā soda naudas piemērošanas mērķi

² <https://www.ptac.gov.lv/lv/news/socialie-tikli-un-infulenceru-marketing>

un pamatojumu, kā arī NKAL 15.² panta pirmajā daļā noteikto ierobežojumu, kopējā soda nauda Personai nosakāma 1500 *euro* apmērā, kas uzskatāms par samērīgu soda naudas apmēru, ņemot vērā Personas izdarīto pārkāpumu tā raksturu un ietekmi.

Ņemot vērā minēto, PTAC nolemj:

pamatojoties uz NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 1. un 2.punktu, 6.pantu, 7.pantu, 10.panta pirmās daļas 1.un 2.punktu, Administratīvā procesa likuma 4.pantu, 7.pantu, 51.pantu, 55.panta 2.punktu, 65.panta ceturto daļu, 66.panta pirmo daļu, 67.pantu,

Adriānai Miglānei, personas kods [...],

- 1) **aizliegt negodīgu komercpraksi, kas izpaužas šādi:**
 - **noklusējot, ka Personas īstenotajā komercpraksē sniegtā informācija, kas ir apmaksāta vai citādi materiāli atļūdzināta un sniegta komerciālos nolūkos, ir komerciāla satura informācija;**
 - **izplatot reklāmu par uztura bagātinātājiem, neievērojot Noteikumu Nr.685 26.punktā minētās prasības;**

- 2) **uzlikt pienākumu nodrošināt:**
 - **skaidras, uzskatāmas un nepārprotamas norādes par sniegtās informācijas komerciālo raksturu, tostarp Vietnē;**
 - **uztura bagātinātāju reklāmās ievērot Noteikumu Nr.685 26.punktā minētās prasības;**

- 3) **uzlikt soda naudu 1500 EUR (tūkstoš piecsimt eiro, 00 centi) apmērā.**

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 70.panta pirmo daļu, 79.panta pirmo daļu un NKAL 19.panta pirmo daļu šis lēmums ir spēkā ar dienu, kad tas kļūst zināms Sabiedrībai, un Sabiedrība to var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā Administratīvā procesa likuma noteiktajā kārtībā. Lēmuma pārsūdzēšana daļā par tiesisko pienākumu neaptur tā darbību.

Soda nauda 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. 15-pk
Pieņemšanas datums:	21.05.2021.

Atbilstoši NKAL 15.² panta trešajai daļai uzraudzības iestādes uzlikto soda naudu komercprakses īstenotājs samaksā mēneša laikā no dienas, kad stājas spēkā lēmums par soda naudas uzlikšanu. Ja lēmums par soda naudas uzlikšanu nav izpildīts labprātīgi, tā piespiedu izpildi veic tiesu izpildītājs.

Direktore (personiskais paraksts)

Baiba Vītoliņa

[..]

IZRAKSTS PAREIZS