

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

2010.gada 12.augustā

Nr.E03-KREUD-44

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu, par kuru paredzēts sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „MCB Finance Latvia”, juridiskā adrese: Kalpaka bulvāris 7, Rīga, LV-1010 vienotās reģistrācijas numurs: 50003913651 pilnvarotajai personai: (...) vārds, uzvārds: (...) personas kods: (...) izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, ir izvērtējis SIA „MCB Finance Latvia” (turpmāk – Sabiedrība) sniegto patērētāju kreditēšanas reklāmu atbilstību normatīvo aktu prasībām. PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība sniedz reklāmu, kurā cita starpā minēts: „*Aizdevumi no 50 līdz 300 latiem. Kredīta atmaksa no 12,90 LVL!*” (turpmāk – Reklāma1) 2010.gada 19.jūlijā portālā www.sudzibas.lv, savukārt minētajā datumā portālā www.reklama.lv tika konstatēta reklāmas krievu valodā sniegšana: „*Kređiti ot 50 do 300 latov. Ježemesečnij plakjož ot 12,90 LVL*” (turpmāk – Reklāma2).

2010.gada 22.jūlijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/5816-P-88, kurā informēja par Reklāmas1 un Reklāmas2 neatbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu, lietas izskatīšanas vietu, laiku un Sabiedrības tiesībām izteikt viedokli administratīvā pārkāpuma lietā. Vienlaikus PTAC pieprasīja Sabiedrībai līdz 2010.gada 6.augustam sniegt informāciju par Reklāmas1 un Reklāmas2 izplatīšanas vietām, laikiem un apjomu.

2010.gada 6.augustā PTAC saņēma elektroniskā pasta vēstuli no Sabiedrības pārstāves ar lūgumu pagarināt PTAC pieprasītās informācijas

iesniegšanas termiņu līdz 2010.gada 9.augustam. Sabiedrībai tika nosūtīta elektroniskā pasta vēstule ar atbildi, ka PTAC piekrīt pagarināt informācijas iesniegšanas termiņu līdz 2010.gada 9.augustam.

2010.gada 10.augustā PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 9.augusta vēstuli, kurā Sabiedrība norāda, ka PTAC konstatētās konkrēto reklāmu neatbilstības tika nekavējoties novērstas (2010.gada 30.jūlijā). Vienlaikus Sabiedrība paskaidro, ka tās „reklāmas politiku un tās izvietojumu nosaka un organizē Sabiedrības mātes uzņēmums Igaunijā”.

Minētajā vēstulē Sabiedrība paskaidro, ka laika posmā no 2010.gada 15.jūlija līdz 2010.gada 30.jūlijam Reklāma1 un Reklāma2 tika izplatītas 124 reizes portālā www.reklama.lv un 2596 reizes portālā www.sudzibas.lv, Sabiedrība arī paskaidro, ka portālā www.reklama.lv uz Reklāmas2 netika „uzklikšķināts” nevienu reizi, savukārt uz Reklāmas1, kas izplatīta portālā www.sudzibas.lv tika „uzklikšķināts” vienu reizi. Sabiedrība informē, ka šajā laika posmā Sabiedrības kopējais aizdevumu apstiprināšanas skaits bija 74, savukārt no 2010.gada 15.-30.jūnijam – laika posmā, kad netika izplatītas reklāmas – kopējais apstiprināto aizdevumu pieteikumu skaits bija 82, kas norāda, ka iespēju aizņemties cilvēki izmanto ne tikai reklāmas ietekmē, bet arī izmantojot tiešo piekļuvi Sabiedrības mājas lapai www.credit24.lv, līdz ar to, Sabiedrība uzskata, ka minētās reklāmas nav būtiski ietekmējušas patērētāju tiesības.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāve pamatojās uz rakstveidā sniegtajiem paskaidrojumiem, uzsverot, ka Sabiedrības ieskatā konkrēto reklāmu izplatīšana nav būtiski ietekmējusi patērētāju tiesības, ka Sabiedrībai ir problēmas ar menedžmentu, jo reklāmas izgatavotāji un izvietotāji atrodas Igaunijā, kā arī Sabiedrības pārstāve vērsa uzmanību, ka Sabiedrība šobrīd strādā ar zaudējumiem. Vienlaikus Sabiedrības pārstāve atzina izdarīto pārkāpumu un izteica nožēlu, kā arī apņēmas novērst pieļautos pārkāpumus, tostarp, attiecībā uz nepieciešamību norādīt kredītēšanas reklāmās gada procentu likmi.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina:

Reklāmas likuma 1.pantā ir noteikts, 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*. Ņemot vērā minēto, Reklāma1 un Reklāma2 (turpmāk kopā – Reklāmas) ir atzīstamas par reklāmām Reklāmas likuma izpratnē.

Saskaņā ar Reklāmā sniegto informāciju un Reklāmas likuma 10.panta pirmo daļu, kas 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*, kā arī ņemot vērā to, ka Reklāmas darbojas kā saite uz Sabiedrības mājas lapu www.credit24.lv, PTAC secina, ka Sabiedrība ir uzskatāma par Reklāmu devēju.

Reklāmas likuma 7.panta otrā daļa nosaka, ka *papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu*

vai izplatīšanas kārtību (arī reklāmas izplatīšanas kārtību atsevišķos masu informācijas līdzekļos) nosaka Ministru kabinets. Tā kā Reklāmas ir uzskatāmas par patērētāju kreditēšanas reklāmām, tad konkrētajā gadījumā vērā ņemami Ministru kabineta 25.08.2008. noteikumi Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” (turpmāk – Noteikumi), kas nosaka patērētāju kreditēšanas reklāmās ietveramo informāciju.

PTAC konstatē, ka Reklāmās nav ietverta Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija – *reklāmā ietver informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu.*

Vienlaikus PTAC konstatē, ka ņemot vērā, ka Reklāmās ir norādīts kredīta ikmēneša maksājums (aizņemoties summu Ls 50,00 apmērā uz sešiem mēnešiem), tādējādi sniedzot informāciju par kredīta izmaksām, Reklāmās saskaņā ar Noteikumu 15.punktu ir jānorāda arī gada procentu likme.

PTAC konstatē, ka, sniedzot Reklāmas, kurās nav ietverta Noteikumu 14.2.apakšpunktā un 15.punktā norādītā informācija, Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību.

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.*

Sabiedrība 2010.gada 9.augusta vēstulē PTAC sniedz argumentu, ka Sabiedrības apstiprinātais aizdevumu pieteikumu skaits aizdevumu saņemšanai ir bijis lielāks laika posmā, kad netika sniegtas Sabiedrības Reklāmas, nekā laika posmā, kad Reklāmas tika izplatītas, līdz ar to minētās reklāmas nav būtiski ietekmējušas patērētāju tiesības. Attiecībā uz iepriekšminēto Sabiedrības viedokli, PTAC norāda, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta piekto daļu minētā panta ceturtajā daļā noteiktos lēmumus PTAC ir tiesīgs pieņemt arī tad, ja tam kā uzraudzības iestādei nav pierādījumu par nodarītajiem zaudējumiem. Līdz ar to Sabiedrības sniegtā informācija par personu skaitu, kas pieteikušās aizdevuma saņemšanai, Reklāmu ietekme ir maznozīmīgs apstāklis konkrētās lietas izskatīšanā.

Turklāt PTAC papildus norāda, ka PTAC jau 2009.gada 8.janvārī tika informējis Sabiedrību, ka Sabiedrības sniegtie reklāmas materiāli, konkrēti, interneta vietnē www.inbox.lv 2008.gada 16.decembrī izplatītais komerciālais paziņojums neatbilst Noteikumos noteiktajām prasībām, un tādējādi PTAC aicināja Sabiedrību nodrošināt Sabiedrības sniegto reklāmu materiālu atbilstību normatīvo aktu prasībām. 2009.gada 20.janvārī PTAC konstatēja, ka Sabiedrības izplatītie komerciālie paziņojumi atbilst Noteikumos noteiktajām prasībām.

Reklāmas likuma 14.panta trešā daļa nosaka - *ja uzraudzības iestāde, izvērtējot reklāmu, konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, tā pieņem vismaz vienu no šā likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem. Par pieņemto lēmumu Uzraudzības iestāde rakstveidā informē procesa dalībniekus.*

Reklāmas likuma 15.panta ceturajā daļā nosaka - *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 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 Sabiedrības rakstveida paskaidrojumā sniegto informāciju, ka Reklāmās tiek sniegta informācija, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu, kā arī to, ka Sabiedrības pārstāve lietas izskatīšanas laikā izteica apņemšanos turpmāk patērētāju kreditēšanas reklāmās norādīt informāciju arī par kredīta gada procentu likmi, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1.–4., 6.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāmu iespējamā negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi un saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai ir piemērojams administratīvais sods.

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta otrajai daļai viens no Reklāmas likuma mērķiem ir *aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā*. Tādējādi, sniedzot reklāmu, reklāmas devējam jānodrošina, lai personas un kopumā visas sabiedrības intereses netiktu aizskartas un personas saņemtu normatīvajiem aktiem atbilstošas reklāmas.

Saskaņā ar LAPK 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu patērētāju kreditēšanas reklāmu sniegšanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

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*.

Ņemot vērā, ka Sabiedrība, sniedzot Reklāmas, nav ietvērusi Noteikumu 14.2.apakšpunktā noteikto informāciju, līdz ar to – nav ievērojusi Reklāmas likumā 3.punktā noteikto likumīguma prasību, secināms, ka Sabiedrība ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. Tādējādi Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā, kurā noteikts, ka *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu – uzliek naudas sodu*

fiziskajām personām no divdesmit pieciem līdz piecsimt latiem, bet juridiskajām personām – no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 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 uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, tajā skaitā, tiesības saņemt Reklāmas likumam atbilstošu reklāmu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām. Tādējādi PTAC uzskata, ka attiecīgo mērķi nav iespējams sasniegt ar citiem līdzekļiem, nepiemērojot Sabiedrībai administratīvo sodu.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu, bet, ņemot vērā Sabiedrības sniegto un PTAC konstatēto informāciju, ka Sabiedrība pēc PTAC 2010.gada 22.jūlija vēstules Nr. 21-06/5816-P-88 saņemšanas Reklāmās sniedz informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu, kā arī lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāves sniegto informāciju, ka tā nožēlo izdarīto pārkāpumu un atzīst to, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu un minētā panta trešo daļu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību mīkstinošos apstākļus un atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu sniegšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 500.00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību un citas personas turpmāk nepieļaut normatīvo aktu pārkāpumus reklāmas sniegšanā.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 8.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu un minētā panta trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu, 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 2.panta pirmo un otro daļu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta otro daļu, 10.panta pirmo un trešo daļu, 14.panta pirmo un trešo daļu, 15.panta ceturtās daļas 5.punktu un Noteikumu 14.2. apakšpunktu un 15.punktu

n o l e m t s:

uzlikt SIA „MCB Finance Latvia”,
juridiskā adrese: Kalpaka bulvāris 7, Rīga, LV - 1010
vienotās reģistrācijas numurs: 50003913651
naudas sodu Ls 500.00 (pieci simti) apmērā.

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu SIA „MCB finance” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 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-44	
Pieņemšanas datums:	2010.gada 12.augusts	

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

Direktores vietniece (paraksts) B.Liepiņa

Ar lēmumu iepazīnos (paraksts) 2010. gada 12.augustā
(personas, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksts)

Lēmuma norakstu saņēmu (paraksts) 2010. gada 12.augustā
(personas, kura saņēma lēmuma norakstu, paraksts)

IZRAKSTS PAREIZS