

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 30.septembrī

Nr.E03-KREUD-53

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu, par ko paredzēts administratīvais sods 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 pie administratīvās atbildības saucamajai personai -----
personas kods: -----,
deklarētā adrese: -----,

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz 2006.gada 1.augusta Ministru kabineta noteikumu Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums” 3.punktā noteikto kompetenci un ņemot vērā patērētāja iesniegumu (turpmāk – Iesniegums), ir izvērtējis tālāk norādītās reklāmas (turpmāk – Reklāma) atbilstību patērētāju tiesības reglamentējošo normatīvo aktu prasībām.

Minētās izvērtēšanas rezultātā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] Drukātu izdales bukletu veidā Zolitūdes mikrorajona daudzstāvu namos dzīvojošajiem iedzīvotājiem 2010.gada marta beigās un aprīļa sākumā uz pastkastītēm tika piegādāta Reklāma. Reklāma tika adresēta patērētājiem un tās mērķis bija SIA „ESTERIA 79” (turpmāk – Sabiedrība) Interneta pakalpojumu pieprasījuma veicināšana. Informācija par reklāmas devēju un/vai šo pakalpojumu sniedzēju Reklāmā netika sniegta. Reklāma saturēja komerciālu paziņojumu par Sabiedrības piedāvāto akciju (turpmāk – Akcija): „*Samaksā vienreiz 25 Ls un lieto BEZMAKSAS INTERNETU ar speciālo ātrumu līdz 69 mbit/s līdz 1.septembrim.*” Reklāmā attēlotā sievietes fotogrāfija tika papildināta ar saukli: „*Maksā vienreiz un baudī VINU* līdz 1.septembrim*”.

BEZMAKSAS INTERNETS

Maksā vienreiz un baudi VIŅU*
līdz 1.septembrim

*samaksā vienreiz 25 Ls un lieto
BEZMAKSAS INTERNETU
ar speciālo ātrumu līdz 69 mbit/s
līdz 1.septembrim

Bez ilgtermiņa saistībām, līgumu iespējams lauzt bez soda sankcijām,
mēnesi iepriekš brīdinot

Pēc 1.septembra interneta cena 9.99 Ls mēnesī (ātrums līdz 69 mbit/s)
Piedāvājums spēkā tikai fiziskām personām daudzdzīvokļu namos (Zolitūde), kur ir
tehniskas iespējas pieslēgumam
Akcija spēkā līdz 2010.gada 1.septembrim
Cenā iekļauts PVN

esteria
www.esteria.lv/37m11

Zvani 6 7887 000
un pieslēdzies tūlīt!

[2] PTAC ieskatā Reklāma saturēja pazīmes, kas liecināja, ka tajā varētu tikt pārkāpts diskriminācijas aizliegums. Lai noskaidrotu, vai Reklāmā nav pausta diskriminācija, Tiesībsarga birojam 2010. gada 29. aprīlī tika nosūtīta vēstule Nr.21-07/3490-I-66 ar lūgumu sniegt viedokli par Reklāmu. 2010. gada 6. maijā svētulē Nr.6-4/92, sniedzot viedokli, Tiesībsarga birojs norādīja, ka Reklāma neierobežo sieviešu tiesības iegādāties piedāvāto pakalpojumu, tomēr Reklāmā ir saskatāms būtisks sieviešu tiesību aizskārums, proti, Reklāmas teksts – „*Maksā vienreiz un baudi VIŅU*” – var radīt asociāciju ar Reklāmā attēloto sievieti, par kuru var samaksāt un baudīt, kā arī Reklāmā uzsvars nav likts uz interneta pakalpojumiem. Tiesībsarga birojs ir atzinis, ka „*šāda veida reklāmas ir atzīstamas par diskriminējošām un to izplatīšana publiskajā telpā nav pieļaujama*”.

[3] Lai noskaidrotu Reklāmas devēju, PTAC Sabiedrībai nosūtīja vēstuli ar pieprasījumu sniegt informāciju par Reklāmas devēju. Sabiedrība atbildes vēstulē sniedza informāciju par to, ka Reklāmas bukletu ir izstrādājusi, izgatavojusi un izvietojusi fiziskā persona – ----- (turpmāk – Uzņēmējs). Sabiedrības vēstulei tika pievienota „*Uzņēmēja līguma*” (turpmāk – Līgums) kopija. PTAC, vēršoties pie Uzņēmēja un pieprasot ar Reklāmu un Līgumu saistīto informāciju, no Uzņēmēja saņēma rakstveidā sniegtu informāciju par to, ka Uzņēmējs ar Sabiedrību ir noslēdzis „*Uzņēmēja līgumu*”, saskaņā ar kuru Uzņēmējam ir tiesības uz sava rēķina un par saviem līdzekļiem izgatavot un izplatīt ar Sabiedrības piedāvājumiem pakalpojumiem saistītu reklāmu.

[4] PTAC, izvērtējot Līgumu, kā arī Sabiedrības un Uzņēmēja sniegto informāciju, ir konstatējis, ka Līgums ir uzskatāms par uzņēmuma līgumu, saskaņā ar kuru Uzņēmējam, kura ienākumi ir atkarīgi no noslēgto Interneta pieslēguma pakalpojuma līgumu skaita, ir tiesības uz sava rēķina izplatīt personīgi izstrādātus reklāmas materiālus. 2010. gada 1. februārī uzsākot pildīt Līgumu, Uzņēmējs ir iepazīstināts ar Akcijas noteikumiem, proti, ka „*Zolitūdes iedzīvotāji, samaksājot 25 Ls par pieslēgumu, līdz 1.septembrim lieto internetu bez maksas*”. Uzņēmējs ar Sabiedrību ir saskaņojis Reklāmā piedāvātās Akcijas noteikumus, proti, Akcijas laiku, vietu un pakalpojuma piedāvājumu, bet Reklāmas izstrāde un izplatīšana, ko ir veicis

Uzņēmējs, kā arī Reklāmas saturs, ko ir noteicis Uzņēmējs, ar Sabiedrību nav saskaņots. Uzņēmējs ir uzskatījis, ka ar Reklāmas palīdzību ir iespējams palielināt klientu skaitu. Kopumā pēc Uzņēmēja pasūtījuma ir izgatavoti 1000 Reklāmas bukleti, un to izgatavošanu ir apmaksājis Uzņēmējs. Saskaņā ar Uzņēmēja sniegto informāciju Reklāma ir izplatīta Zolitūdes mikrorajonā 2010.gada martā un aprīlī. Kopumā Uzņēmējs laika posmā no 2010.gada 1.februāra līdz 2010.gada 30.augustam, pildot Līgumu, ar patērētājiem ir noslēdzis 7 Interneta pieslēguma līgumus.

[5] 2010.gada 27.septembrī PTAC saņēma elektroniskā pasta veidā nosūtītu Uzņēmēja iesniegumu, kurā Uzņēmējs informēja PTAC par to, ka, izmantojot Reklāmu, ir gūta peļņa 39,86 Ls vērtībā, bet kopš 2010.gada maija Reklāma vairs netiek izplatīta un Reklāmas materiāli (eksemplāri) ir iznīcināti.

[6] Uzņēmējs uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu neieradās, un PTAC arī nav saņēmis Uzņēmēja lūgumu par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas pārcelšanu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

1) 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.* Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā ir noteikta reklāmas devēja definīcija, saskaņā ar kuru, *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.* Savukārt šī panta otrā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.* Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 1.punktā ir noteikts, ka *reklāmā ir aizliegts paust diskrimināciju pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelsšanās, mantiskā stāvokļa vai citu apstākļu dēļ.*

2) PTAC ir konstatējis, ka Uzņēmējs, izmantojot Līgumā noteiktās tiesības, klientu piesaistīšanas nolūkā pēc savas iniciatīvas ir izstrādājis un izplatījis Reklāmu, Reklāmas kopējo saturu nesaskaņojot ar Sabiedrību. Kaut arī šādas darbības ir veiktas Sabiedrības piedāvātā Interneta pakalpojuma popularizēšanas nolūkā, tomēr, ņemot vērā, ka Reklāmas saturs netika saskaņots ar Sabiedrību, ka Reklāma saskaņā ar uzņēmuma Līgumā noteiktajām tiesībām tika izstrādāta un izplatīta pēc Uzņēmēja iniciatīvas un uz Uzņēmēja rēķina, ka Reklāmas izplatīšanas mērķis – klientu piesaiste – konkrētajā gadījumā ir pakārtots Uzņēmēja ienākumu gūšanai, atbilstoši Reklāmas likuma 10.panta pirmajai daļai par reklāmas devēju konkrētajā gadījumā ir uzskatāms Uzņēmējs. Vienlaikus Uzņēmējs saskaņā ar Reklāmas likuma 12.panta pirmo daļu ir atzīstams par Reklāmas izplatītāju. Savukārt Reklāma atbilst Reklāmas likuma 1.pantā noteiktās reklāmas definīcijas pazīmēm.

3) Izvērtējot Reklāmas vizuālo noformējumu, Reklāmā izmantotā sievietes fotogrāfija nav saistāma ar pakalpojumu, kura popularizēšanai konkrētā Reklāma ir sniegta, bet Reklāmā izmantotais sauklis „*Maksā vienreiz un baudī VINU**” rada iespaidu, ka tas ir vērstis nevis uz piedāvāto pakalpojumu, bet gan uz Reklāmā norādīto sievieti, šai sievietei līdzīga izskata sievietēm vai sievietēm vispār. PTAC ņem vērā Tiesībsarga biroja sniegto atzinumu par to, ka šāda Reklāma ir atzīstama par sievietu dzimumu diskriminējošu un tās izplatīšana publiskajā telpā nav pieļaujama. PTAC, ievērojot Tiesībsarga biroja sniegto atzinumu, uzskata, ka Reklāma neierobežo sievietu dzimumu tiesības pasūtīt Sabiedrības piedāvātos pakalpojumus, taču rada vai var radīt būtisku sievietu **dzimuma aizskārtumu**, jo rada asociāciju ar konkrēto attēlā redzamo sievieti, līdzīga ārējā izskata sievietēm vai jebkuru sievieti, kuru ikviens varētu baudīt (izmantojot savu vajadzību, vēlmju un tieksmju apmierināšanai), samaksājot noteiktu naudas summu. Šāda Reklāma ir uzskatāma par sievietu dzimumu diskriminējošu un atbilstoši Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 1.punktā noteiktajam ir aizliegta, bet šādas

Reklāmas sniegšana ir uzskatāma normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu un izplatīšanu.

4) Reklāmas likuma 18.pants nosaka, ka *personas, kuras nav ievērojušas Reklāmas likuma prasības, saucamas pie atbildības saskaņā ar likumiem un citiem normatīvajiem aktiem*. Tā kā Reklāmas devējs, proti, Uzņēmējs, kas atbilstoši Reklāmas likuma 10.panta otrajai daļai ir atbildīgs par Reklāmas saturu, savu ienākumu gūšanas nolūkā ir veicis normatīvajiem aktiem neatbilstošas, proti, sieviešu dzimumu diskriminējošas, Reklāmas sniegšanu un izplatīšanu, Uzņēmējam ir piemērojama administratīvā atbildība.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturto daļu, *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 konkrētās Reklāmas raksturu, būtību un izplatīšanas apstākļus, kā arī ņemot vērā apstākli, ka Reklāmas sniegšana ir pārtraukta, PTAC uzskata, ka nav lietderīgi pieņemt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1., 2., 3., 4.un 6.punktā noteiktos lēmumus, bet, tā kā šādas Reklāmas sniegšana un izplatīšana ir nodarījusi aizskārumsu patērētāju grupas, proti, sieviešu, interesēm un tās negatīvā ietekme ir neatgriezeniski notikusi, ir lietderīgi pieņemt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktā paredzēto lēmumu un piemērot Uzņēmējam administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā.

Ņemot vērā Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu, proti, ka Uzņēmējs ir izdarījis administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, un, ņemot vērā apstākli, ka Uzņēmējs ir sniedzis un izplatījis normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu, PTAC uzskata, ka Uzņēmējam par izdarīto administratīvo pārkāpumu, ir **piemērojams administratīvais sods**, kas paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā.

Saskaņā ar LAPK 166.¹³ panta otro daļu *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu – uzliek naudas sodu fiziskajām personām no divdesmit pieciem līdz piecīsim latiem.*

Administratīvais sods Uzņēmējam ir piemērojams, 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, kā arī tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas un šādu pārkāpumu atkārtošanās. 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.

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Uzņēmējam tiks radītas negatīvas materiālās sekas un tādejādi pārkāpējs tiks sodīts par nodarīto un tiks motivēts turpmāk 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.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC, ņemot vērā, ka nav konstatēti apstākļi, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu, un nav konstatēti apstākļi, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu Uzņēmējam ir uzliekams naudas sods **100,00 Ls** apmērā. PTAC uzskata, ka šāds naudas soda apmērs konkrētajā gadījumā ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā, ka Uzņēmēja izdarītais pārkāpums ir jau nodarījis aizskārumu patērētāju grupas, proti, sieviešu, interesēm un tās negatīvā ietekme ir neatgriezeniski notikusi.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro 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 otro daļu, 4.panta otrās daļas 1.punktu, 10.panta otro un trešo daļu, 12.panta ceturto daļu, 13.panta pirmo daļu, 15.pantu ceturtās daļas 5.punktu, 18.pantu.

n o l e m t s:

uzlikt Uzņēmējam,
personas kods: -----,
deklarētā adrese: -----,
naudas sodu 100,00 Ls (viens simts lati) apmērā.

Pieņemto lēmumu Uzņēmējam ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu un Administratīvā procesa likuma 79.panta pirmo daļu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas 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-KREUD-53
Pieņemšanas datums:	2010.gada 30.septembris

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS