

**PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS**

(LV - 1013, Rīga, K.Valdemāra 157, tālr. 7338024)

**L Ē M U M S Nr. E03-RIG - 132**

Rīgā

2007. gada 17.aprīlī

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,

piedaloties: SIA „FAMAR-DESI”

(…)

juridiskā adrese: Pērnavas ielā 27/29, Rīgā, LV-1009

reģistrācijas numurs: 000314044,

izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

2007.gada 19.martā Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk tekstā – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas uzsāka izvērtēt bezmaksas Rīgas avīzes „5min” Nr. 55(399) 2007.gada 19.martā publicētās reklāmas „*Būvniecības ABC Lielveikali*” atbilstību normatīvo aktu prasībām.

2007.gada 19.martā PTAC nosūtīja SIA „FAMAR-DESI” vēstuli Nr. 21-06/2176, kurā, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu, izteica aicinājumu SIA „FAMAR-DESI” rakstveidā līdz 2007.gada 26.martam izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā, kā arī, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja līdz 2007.gada 26.martam sniegt informāciju par reklāmas izplatīšanas vietām, laiku un apjomu.

2007.gada 19.martā PTAC nosūtīja Tiesībsarga birojam vēstuli Nr. 21-06/2181, kurā, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 53.panta pirmo daļu, izteica lūgumu sniegt atzinumu par bezmaksas Rīgas avīzes „5min” Nr. 55(399) 2007.gada 19.martā publicētās reklāmas „*Būvniecības ABC Lielveikali*” atbilstību Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 1.punktā noteiktajam, ka reklāmā aizliegts „paust diskrimināciju pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelšanās, mantiskā stāvokļa vai citu apstākļu dēļ”.

2007.gada 21.martā Īpašo uzdevumu ministrs sabiedrības integrācijas lietās Oskars Kastēns interneta mājas lapā [www.integracija.gov.lv/index.php?id=1273&sadala=30](http://www.integracija.gov.lv/index.php?id=1273&sadala=30) sniedza paziņojumu, kurā norādīja tālāk minēto:

„Vēlos aicināt ikvienu masu mediju un reklāmas industrijas pārstāvi būt iecietīgiem, neradot stereotipus un aizspriedumus par citu rasu un tautību pārstāvjiem reklāmās, jo tās spēcīgi veicina priekšstatu veidošanos, stereotipus un tēlus sabiedrībā.

Lai arī reklāma ir līdzeklis, ar kuru uzņēmums vai institūcija sevi pozicionē darba tirgū, ir jāievēro ētikas principi. To paredz arī Latvijas Republikas Reklāmas likums, kas nosaka, ka reklāmā aizliegts paust diskrimināciju pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelšanās, mantiskā stāvokļa vai citu apstākļu dēļ.

Starptautiskajā pretrasisma dienā, 21.martā, laikrakstā „5 min” ieraudzīju diskriminējošo reklāmu, kurā uzņēmuma SIA „Famar-Desi” veikalu tīkls Būvniecības ABC reklamē savus

produktus ar aizskarošu attēlu un tekstu. Vēlos lūgt uzņēmumu un reklāmas aģentūru SIA „Inorek&Grey”, kura ir izstrādājusi šo reklāmu, izvērtēt reklāmas ētiskumu un neiecietību pret citu valstu darbaspēku.

Reklāma sabiedrību ne tikai informē, bet arī izglīto, līdz ar to tajās nevajadzētu atspoguļot rasistiskus un diskriminējošus attēlus, radot jaunus stereotipus sabiedrībā.

Mūsu valsts nekādā gadījumā nedrīkst diskriminēt nevienu cilvēku viņa rases, ādas krāsas, reliģiskās piederības vai citu apstākļu dēļ. Ne tikai savstarpējā saskarsmē, bet arī masu medijos un reklāmās ir jābūt savstarpējai cieņai un izpratnei pret ikvienu Latvijā dzīvojošu cilvēku”.

2007.gada 26.martā PTAC saņēma SIA „FAMAR-DESI” 2007.gada 23.marta vēstule Nr. I/97-2007 ar pielikumu, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

Uzsākot PTAC vēstulē minētās reklāmas kampaņu, SIA „FAMAR-DESI” nav vēlējusies jebkādā veidā aizvainot kādu rasi vai etnisku grupu, un jau šobrīd SIA „FAMAR-DESI” ir publiski izteikusi atvainošanos visiem, kas šīs kampaņas sakarā ir jutušies aizskarti.

SIA „FAMAR –DESI” norāda, ka, lai pēc būtības atbildētu uz PTAC vēstulē minētajiem iespējamajiem SIA „FAMAR-DESI” pieļautajiem Reklāmas likuma pārkāpumiem, SIA „FAMAR-DESI” ir izteikusi lūgumu reklāmas aģentūrai SIA „Inorek & GREY”, kas ir iepriekš minētās reklāmas izstrādātāji, vērsties Latvijas Reklāmas asociācijā ar lūgumu sniegt atzinumu šajā lietā.

Latvijas Reklāmas asociācija ir sniegusi savu atzinumu šī gada 21.martā, un tā kopija ir pievienota vēstulei. SIA „FAMAR-DESI” uzskata, ka minētās reklāmas kampaņas saturs un nolūks Latvijas Reklāmas asociācijas atzinumā ir izvērtēts pareizi un piekrīt tajā paustajam viedoklim.

Atbildot uz PTAC jautājumu par reklāmas kampaņas termiņiem, SIA „FAMAR-DESI” informē, ka, ņemot vērā izveidojušos situāciju, kad sakarā ar dažādu valsts institūciju iepriekš neparedzētu reakciju reklāmas kampaņa ir radījusi nevēlamu efektu, sabiedrība ir nolēmusi reklāmas kampaņu neturpināt un tā tiks pārtraukta ar 2007.gada 25.martu. SIA „FAMAR-DESI” vēstulei pievienotajā sarakstā par bezmaksas Rīgas avīzē „5min” Nr. 55(399) publicētās reklāmas „*Būvniecības ABC Lielveikali*” izplatīšanas vietām un apjomu tiek norādīts, ka iepriekš minētā reklāma ir izplatīta Rīgā laikā no š.g. 19. līdz 25.martam 55 vietās vides reklāmas stendos, uz 2 mobilajiem reklāmas stendiem laika posmā no 19. līdz 24.martam, kā arī bezmaksas Rīgas avīzes „5min” izdevumos krievu un latviešu valodā laika posmā no 19.līdz 23.martam.

SIA „FAMAR-DESI” iesniegtajā Latvijas Reklāmas asociācijas atzinumā par reklāmu „*Būvniecības ABC Lielveikali*” norāda tālāk minēto:

Latvijas reklāmas asociācija norāda, ka PTAC 2007.gada 19.marta SIA „FAMAR-DESI” adresētajā vēstulē Nr. 21-06/2176 norādītie pārkāpumi nav konstatējami.

Latvijas reklāmas asociācija, atsaucoties uz Tildes biroju 2005, norāda, ka diskriminācija ir „tiesību atņemšana vai ierobežošana noteiktām iedzīvotāju grupām atkarībā no viņu rases, tautības, kārtas, dzimuma utt. Ksenofobija ir „dziļa nepatika pret ārzemniekiem, svešiniekiem”.

Saskaņā ar ANO Konvencijas par jebkuras rasu diskriminācijas izskaušanu 1.panta pirmo punktu – jēdziens „rasu diskriminācija” nozīmē jebkuru atšķirību, izņēmumu, ierobežojumu vai priekšrocību, kuri pamatojas uz rases, ādas krāsas, ģints, nacionālās vai etniskās izcelšanās principiem un kuru mērķis vai sekas ir iznīcināt vai mazināt cilvēka tiesību un pamatbrīvību atzīšanu politiskajā, ekonomiskajā, sociālajā, kultūras vai jebkurā citā sabiedrības dzīves jomā, kā arī šo tiesību un pamatbrīvību izmantošanu vai realizēšanu uz vienlīdzības pamatiem”.

No PTAC paziņojuma precīzi nav norādīts, kas tieši vai visa reklāmas kopā vai tikai kāds tās elements – reklāmas apgalvojums vai reklāmā attēlotais, norāda uz diskrimināciju pret

cilvēku viņu rases un ādas krāsas, kā arī nacionālās, sociālās un mantiskā stāvokļa dēļ, kā arī veicina ksenofobiju.

Apskatot reklāmu pa elementiem Latvijas reklāmas asociācija konstatē sekojošo:

Reklāmā attēlots citas nacionalitātes (iespējams Austrumvalstu iedzīvotājs) tumšādains cilvēks ar strādnieka aizsargķiveri, kas uzlikta virs galvā esoša turbānveidīgi sasieta lakata. Konkrētā cilvēka novietojums fotoattēlā – cilvēks atrodas priekšā ēkai rokā turēdams priekšmetu – koka dēli. Kopumā fotoattēlā norādītais liek domāt, ka konkrētais cilvēks atrodas pie ēkas, kas tiek būvēta, tādējādi tiek veikti vai nu būvdarbi vai remontdarbi. Fotoattēls ir uzskatāms par vienu no reklāmas galvenajiem elementiem, kas paspilgtina konkrēto reklāmu un padara to par pamanāmāku. Tādējādi fotoattēlā norādītais nekādā veidā nenorāda uz diskrimināciju pret cilvēkiem viņu rases un ādas krāsas, kā arī nacionālās, sociālās un mantiskā stāvokļa dēļ, kā arī neveicina ksenofobiju.

Par otro galveno reklāmas elementu ir uzskatāmi reklāmas apgalvojumi „Man’s gribet remontēt Tav’s māja!”, „Viss remontam un būvniecībai”. Konkrētie apgalvojumi norāda uz reklamējamo preci un tās nozīmi, proti, preces, kas nepieciešamas remontam un būvniecībai. Latvijas reklāmas asociācija uzskata, ka ar šiem apgalvojumiem tiek norādīts arī iespējamo klientu, pircēju loks, proti, personas, kam ir nepieciešamas preces remontam un būvniecībai, un ka tiek reklamēts veikals, kas nodarbojas ar remontam un būvniecībai nepieciešamo preču tirdzniecību, proti, „Būvniecības ABC lielveikals”. Tādējādi norādītajos reklāmas apgalvojumos nav saskatāma PTAC paziņojumā norādītā diskriminācija pret cilvēkiem viņu rases un ādas krāsas, kā arī nacionālās, sociālās un mantiskā stāvokļa dēļ, kā arī ksenofobijas veicināšanu.

Par trešo elementu varētu uzskatīt reklāmas apgalvojumu „Izņemot importa darbaspēku”. Latvijas reklāmas asociācija uzskata iepriekš minēto frāzi par nebūtisku, jo tas tieši neattiecas uz reklamējamo preci, nenorāda uz tās nozīmi. Norādītais apgalvojums ir uzskatāms par elementu, kas piedod reklāmai kopumā humoristisku pieskaņu, kā arī, ja to uztver tieši, tas norāda uz pakalpojumu, ko nav iespējams saņemt reklamējamā tirdzniecības vietā. Līdz ar to arī šis reklāmas elements nedz tieši, nedz netieši nenorāda uz diskrimināciju pret cilvēkiem viņu rases un ādas krāsas, kā arī nacionālās, sociālās un mantiskā stāvokļa dēļ, kā arī neveicina ksenofobiju, tā rezultātā PTAC paziņojumā norādītais par diskrimināciju un ksenofobijas veicināšanu nav pamatots.

Reklāmu kopumā varētu uztvert kā norādi uz to, ka arī citās valstīs, citās nācijās tiek veikti remontdarbi un būvniecība, šo nāciju speciālisti arī vēlētos veikt remontdarbus un būvniecību Latvijas iedzīvotāju labā, bet reklamējamā tirdzniecības vieta, proti, „Būvniecības ABC” lielveikals, piedāvā preces, materiālus, kas ir nepieciešami remontiem un būvniecībai, un nenodarbojas ar remontu un būvniecības veikšanu.

Tādējādi Latvijas reklāmas asociācija uzskata, ka nedz reklāma kopumā, nedz reklāmā iekļautā grafiskā un tekstuālā informācija atsevišķi, nenorāda uz tiesību atņemšanu vai ierobežošanu noteiktām iedzīvotāju grupām atkarībā no viņu rases, tautības, kārtas, dzimuma utt., kā arī uz dziļu nepatiku pret ārzemniekiem, svešiniekiem.

Ņemot vērā norādīto, uzskatām, ka konkrētā reklāma nav pretrunā Reklāmas likuma 4.pantam un tajā netiek pausta diskriminācija pret cilvēkiem viņu rases un ādas krāsas, kā arī nacionālās, sociālās un mantiskā stāvokļa dēļ, kā arī netiek veicināta ksenofobija. Ar konkrēto reklāmu netiek pārkāptas citas Reklāmas likuma un citu normatīvo aktu prasības.

Tiek norādīts, ka Latvijas reklāmas asociācija nav iekļauta to iestāžu skaitā, kas uzrauga Reklāmas likuma ievērošanu, Latvijas Reklāmas asociācijas atzinumam ir tikai rekomendējošs raksturs.

2007.gada 28.martā PTAC saņemta Latvijas Republikas Tiesībsarga 2007. gada 22.marta vēstule Nr. 3-2-1/206 ar pielikumu par diskriminācijas aizlieguma pārkāpumu.

Savā vēstulē Latvijas Republikas Tiesībsargs norāda tālāk minēto:

Reklāmā redzams melnādains vīrietis strādnieka tērpā, kas saka: „*Mans gribet remontēt Tav's māja!*”. Blakus norādīta adrese: Pērnavas 27/29 un teksts: „*Viss remontam un būvniecībai, izņemot importa darbspēku*”, zem tā Būvniecības ABC lielveikalu uzņēmuma logo (skat. pielikumā).

Lai izvērtētu, vai reklāmā saskatāms diskriminācijas aizlieguma pārkāpums, nepieciešams analizēt gan teksta saturu, gan tā iespējamo mērķi un publicitāti. Uzskatu paušana tiek aizsargāta demokrātiskā sabiedrībā, tāpat cilvēkiem tiek dota iespēja veikt uzņēmējdarbību un brīvi piedāvāt savas preces, pakalpojumus, izmantojot publisko telpu un informācijas nesējus. Eiropas Cilvēktiesību konvencijas 10. pants nosaka sekojošo: „*īkvienam ir tiesības brīvi paust savus uzskatus. Šīs tiesības ietver uzskatu brīvību un tiesības saņemt un izplatīt informāciju un idejas bez ierobežojumiem no valsts institūciju puses un neatkarīgi no valsts robežām.*”. Tiesības uz vārda brīvību noteiktas arī Satversmes 100. pantā un garantē ikviena cilvēka brīvību paust uzskatus, nebaidoties no ierobežošanas vai sodīšanas. Eiropas Cilvēktiesību tiesa ir atzinusi, ka vārda brīvība ir „*attiecināma ne tikai uz „informāciju” vai „idejām”, kas tiek uztvertas labvēlīgi vai neitrāli un nav apvainojošas, bet arī uz tām, kas apvaino, šokē vai uztrauc*”.<sup>1</sup> Šajā gadījumā laikraksta „5min” 2007.gada 19.marta numurā, vides reklāmās un uzņēmuma mājas lapā <http://www.buvniecibas-abc.lv> redzamā Būvniecības ABC lielveikalu reklāma veidota provokatīvā formā, kas var satraukt daļu sabiedrības.

Tomēr, neskatoties uz iespēju paust šokējošu viedokli ar provokatīvu reklāmu, vārda brīvība nav absolūta un nenožīmē visatļautību teksta un attēla salikumos reklāmās. Eiropas Cilvēktiesību konvencijas 10. panta otrā daļa nosaka šo tiesību ierobežošanas iespēju, paredzot, ka „*tā kā šo brīvību īstenošana ir saistīta ar pienākumiem un atbildību, tā var tikt pakļauta tādām prasībām, nosacījumiem, ierobežojumiem vai sodiem, kas paredzēti likumā un nepieciešami demokrātiskā sabiedrībā, lai aizsargātu valsts drošības, teritoriālās vienotības vai sabiedriskās drošības intereses, nepieļautu nekārtības vai noziegumus, aizsargātu veselību vai tikumību, aizsargātu citu cilvēku tiesības, nepieļautu konfidenciālas informācijas izpaušanu vai lai nodrošinātu tiesas varu un objektivitāti*”. Vārda brīvības ierobežojums noteikts arī Satversmes 116.pantā. Šajā gadījumā, informējot sabiedrību par piedāvāto preci, jāņem vērā virknē normatīvo aktu ietvertais diskriminācijas aizlieguma princips.

Satversmes 91.pants, paredz, ka “*visi cilvēki Latvijā ir vienlīdzīgi likuma un tiesas priekšā. Cilvēka tiesības tiek īstenotas bez jebkādas diskriminācijas*”. Eiropas Padomes Direktīvas 2000/43/EK, ar ko ievieš vienādas attieksmes principu pret personām neatkarīgi no rasu vai etniskās piederības, 2.panta pirmais punkts nosaka, ka „*šajā direktīvā vienādas attieksmes princips nozīmē to, ka nav ne tiešas, ne netiešas diskriminācijas rasu vai etniskas piederības dēļ*” u.c. Reklāmas likumā diskriminācijas aizliegums tiek attiecināts tieši uz reklāmas, jomu 4.pantā paredzot, ka “*reklāmā aizliegts paust diskrimināciju pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelšanās, mantiskā stāvokļa vai citu apstākļu dēļ*”. Diskriminācija minēto normatīvo aktu kontekstā saprotama gan kā tiesību ierobežošana, gan kā aizskaršana. Šajā gadījumā saskatāmas abas diskriminācijas formas. Ar laikraksta „5min” 2007.gada 19.marta numurā, vides reklāmās un uzņēmuma mājas lapā <http://www.buvniecibas-abc.lv> redzamo Būvniecības ABC lielveikalu reklāmu tiek veicināta gan ārvalstu viesstrādnieku tiesību ierobežošana, gan saskatāma šo personu aizskaršana.

Ar šādu reklāmas teksta un attēla salikumu tiek radīts negatīvs iespaids par citas tautības, ādas krāsas viesstrādniekiem, kas var nemācēt valodu vai kādā citādā veidā būt neprofesionāli

<sup>1</sup> Prager and Oberschlick v. Austria No. 15974/90 [1995] ECHR 12 (26 April 1995) <http://www.worldlii.org/cgi-bin/disp.pl/eu/cases/ECHR/1995/12.html?query=Prager>

pakalpojumu sniedzēji. Viesstrādnieka negatīvo attēlojumu vēl vairāk pastiprina teksts: „*Viss remontam un būvniecībai, izņemot importa darbaspēku*”. Ar šo tekstu tiek uzsvērts, ka ārvalstu darbaspēka nepiedāvāšana ir kaut kas pozitīvs, kaut kas tikpat labs kā Būvniecības ABC lielveikalos nopērkamā prece. Tādējādi tiek radīti un veicināti negatīvi stereotipi par uzņēmumiem, kas piedāvā ārvalstu darbaspēka pakalpojumus, tāpat kā par ārvalstniekiem, kas tajos strādā. Balstoties uz šiem stereotipiem, sabiedrībā var notikt dažāda veida ārvalstu viesstrādnieku diskriminācija. Reklāmā auditorijas uzmanība netiek vērsta uz Būvniecības ABC lielveikalos piedāvāto preču sortimentu, izmantojot uzņēmuma preču zīmi un piedāvāto preču klāstu. Uzņēmuma logo novietots reklāmas labajā, apakšējā stūrī, kas nesakrīt ar labi redzamo melnādainā vīrieša attēlu un tekstu, kur tiek pausta vēlme sniegt pakalpojumu, nezinot latviešu valodu. Personas ar dažādu tautību, ādas krāsu, kas vēlas strādāt vai strādā Latvijā, var justies tiešā veidā aizskartas, redzot tumšas ādas krāsas cilvēku atspoguļotu kā neprofesionāli, kas slikti pārzina latviešu valodu.

Saskaņā ar minēto reklāma atzīstama par diskriminējošu un nav publicējama. Tiesībsargs uzskata, ka Būvniecības ABC lielveikalu vadībai uzliekams sods saskaņā ar Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> pantu, kas nosaka, ka „*Par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā – uzliek naudas sodu fiziskajām personām līdz simt piecdesmit latiem, bet juridiskajām personām – līdz piecsimt latiem. Par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu – uzliek naudas sodu fiziskajām personām līdz divsimt piecdesmit latiem, bet juridiskajām personām – līdz desmittūkstoš latiem*”. Lai novērstu pārkāpumu, Tiesībsargs ir vērsies pie Būvniecības ABC lielveikalu vadības ar lūgumu pārtraukt šādas diskriminējošas reklāmas publicēšanu un turpmāk, veicot savu darbību, ievērot diskriminācijas aizlieguma principu.

**Izvērtējot kopumā visus administratīvās lietas materiālus, PTAC norāda tālāk 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”.

2007.gadā no 19. līdz 25.martam 55 vides reklāmas stendos, uz 2 mobilajiem reklāmas stendiem laika posmā no 19. līdz 24.martam, kā arī bezmaksas Rīgas avīzes „5min” izdevumos krievu un latviešu valodā laika posmā no 19.līdz 23.martam tika izplatīta informācija „*Mans gribet remontēt Tav's māja! Viss remontam un būvniecībai. Izņemot importa darbaspēku. Būvniecības ABC lielveikali*”.

Iepriekš minētās informācijas saturu veido tālāk minētās sastāvdaļas:

Tiek izmantota fotogrāfija, kurā attēlots tumšādainais cilvēks ar strādnieka aizsargķiveri, kas uzlikta virs galvā esoša turbānveidīgi sasieta lakata. Uz fotogrāfijas uz dzeltena fona ar melniem burtiem atveidots uzraksts „*Mans gribet remontēt Tav's māja!*”; zem fotogrāfijas vārdiski attēlota informācija „*Pērnavas ielā 27/29 Viss remontam un būvniecībai. Izņemot importa darbaspēku*”.

Iepriekš minētā informācija ir kvalificējama kā paziņojums Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo, izplatot šādu informāciju, sabiedrībai tiek sniegts vēstījums par būvniecības lielveikalu ABC esamību un to darbību.

No administratīvās lietas materiāliem izriet, ka būvniecības lielveikalu *Būvniecības ABC* darbību nodrošina SIA „FAMAR-DESI”.

SIA „FAMAR-DESI” darbības veidi (NACE) cita starpā ir būvlaukuma sagatavošana, ēku demontāža un nojaukšana, kā arī zemes darbi.

Ņemot vērā iepriekš minēto, secināms, ka iepriekš minētais paziņojums ir saistīts ar SIA „FAMAR-DESI” saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmai izvirzāma prasība Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Izplatot informāciju „Mans gribet remontēt Tav’s māja! Viss remontam un būvniecībai. Izņemot importa darbaspēku. Būvniecības ABC lielveikali” tiek veicināta SIA „FAMAR-DESI” būvniecības lielveikalu popularitāte un/vai pieprasījums pēc to piedāvātajām būvniecības precēm un/vai sniedzamajiem būvniecības pakalpojumiem.

Ņemot vērā iepriekš minēto, 2007.gadā no 19. līdz 25.martam 55 vides reklāmas standos, uz 2 mobilajiem reklāmas stendiem laika posmā no 19. līdz 24.martam, kā arī bezmaksas Rīgas avīzes „5min” izdevumos krievu un latviešu valodā laika posmā no 19.līdz 23.martam izplatītā informācija „Mans gribet remontēt Tav’s māja! Viss remontam un būvniecībai. Izņemot importa darbaspēku. Būvniecības ABC lielveikali” (turpmāk tekstā – Reklāma) ir kvalificējama kā reklāma Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Saskaņā ar Reklāmas likumu PTAC ir valsts institūcija, kura realizē valsts politiku un uzraudzību reklāmas jomā.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu, kā arī pamatojoties uz Latvijas Republikas Tiesībsarga 2007.gada 22.marta atzinumu Nr. 3-2-1/206 par diskriminācijas aizlieguma pārkāpumu, konstatē Reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām.

Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 1. punkts nosaka, ka „Reklāmā aizliegts paust diskrimināciju pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelšanās, mantiskā stāvokļa vai citu apstākļu dēļ”.

Izvērtējot kopumā Reklāmas satura atsevišķās sastāvdaļas kopsakarā ar Reklāmas objektu (Reklāmā piedāvātās būvniecības preces un pakalpojumi), PTAC konstatē, ka Reklāmā pausta diskriminācija pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, nacionālās vai sociālās izcelšanās dēļ.

Iepriekš minēto tēzi apstiprina Reklāmas saturā ietvertās sastāvdaļas – tumšādains cilvēks, latviešu valodā gramatiski nepareizi izteikta frāze „Mans gribet remontēt Tav’s māja!”, kā arī pie Reklāmā piedāvāto preču un pakalpojumu klāsta vārdiski izteikts apgalvojums „Izņemot importa darbaspēku”.

Izvērtējot Reklāmu, PTAC ņem vērā, kā formālās loģikas ietvaros Reklāmu uztver vai varētu uztvert un kādus secinājumus izdara vai varētu izdarīt Reklāmas adresāts.

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC norāda, ka Reklāma satur vēstījumu Reklāmas adresātam, ka būvniecības lielveikalos Būvniecības ABC nav strādājuši, nestrādā un nestrādās personas ar atšķirīgu ādas krāsu, nacionālo vai sociālo izcelšanos. Ietverot Reklāmā iepriekš minētās trīs sastāvdaļas, Reklāmas adresātam psiholoģiski tiek radītas negatīvas asociācijas par citas ādas krāsas cilvēkiem, kā arī negatīvs iespaids par šādu cilvēku darba spējām un to iespējamo atrašanos mūsu sabiedrībā.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Reklāmā ir pārkāpts Latvijas Republikas Satversmes 91.pants, Eiropas Padomes Direktīvas 2000/43/EK un Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 1. punkts.

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”.

SIA „FAMAR-DESI” atbilst reklāmas devēja statusam Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo Reklāma veicina SIA „FAMAR-DESI” komerciālā mērķa sasniegšanu – būvniecības preču pārdošanu vai būvniecības pakalpojumu sniegšanu.

Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka „Reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu”.

SIA „FAMAR-DESI” ir atbildīgs par Reklāmas saturu.

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”.

Likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanas, publicēšanas, 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”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, SIA „FAMAR-DESI” nebija tiesīga izplatīt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu.

Administratīvā procesa likuma 1.panta trešā daļa nosaka, ka „Administratīvais akts ir uz āru vērsts tiesību akts, ko iestāde izdod publisko tiesību jomā attiecībā un individuāli noteiktu personu vai personām, nodibinot, grozot, konstatējot vai izbeidzot konkrētas tiesiskās attiecības vai konstatējot faktisko situāciju”.

Administratīvā procesa likuma 65.panta 3.daļa nosaka: „Ja piemērojamā tiesību normā noteikts, ka administratīvais akts izdodams, bet nav noteikts tā konkrētais saturs (satura izvēles administratīvais akts), iestāde izdod šo aktu, ievērojot piemērojamā tiesību normā noteiktos ietvarus, un šajos ietvaros, pamatodamās uz lietderības apsvērumiem, nosaka administratīvā akta saturu”.

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”.

Reklāmas likuma 15.panta ceturtā daļa nosaka: „Ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai uzņēmēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz reklāmas izplatīšanu; 4) pieprasa reklāmas atsaukumu; 5) lemj par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un par administratīvā soda piemērošanu likumā noteiktajā kārtībā”.

2007.gada 5.aprīlī PTAC nosūtīja SIA „FAMAR-DESI” vēstuli Nr. 21-06/2710, kurā informēja, ka, izvērtējot lietderības apsvērumus, SIA „FAMAR-DESI” ir piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, uzsākot lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu.

Pamatojoties uz Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 215<sup>4</sup>.pantu, sastādīts administratīvo pārkāpumu protokols RA Nr.201688 par administratīvo pārkāpumu, kas paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166<sup>13</sup>.panta otrajā daļā.

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, ka nevienas sabiedrības daļas intereses netiktu aizskartas.

Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Tomēr konkrētajā gadījumā no iepriekš konstatētajiem apstākļiem izriet, ka SIA „FAMAR-DESI” ir pieļāvusi aizliegtas reklāmas izplatīšanu un pieļautais

pārkāpums nevar tikt uzskatīts par maznozīmīgu, jo novērtējot konstatētā pārkāpuma raksturu, tiek ņemta vērā reklāmas iespējamā negatīvā ietekme.

Pie administratīvās atbildības saucamās SIA „FAMAR-DESI” pārstāvis administratīvā pārkāpuma protokolā un mutiski sniedza skaidrojumu, kurā norāda, ka turpmāk stingrāk izvērtēs reklāmu aģentūru piedāvātos risinājumus, lai nerastos līdzīgi gadījumi nākotnē.

Nosakot SIA „FAMAR-DESI” uzliedzamo naudas soda apmēru, tiek ņemts vērā tas, ka nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu reklāmas izplatīšanā iesaistītās personas no administratīvā pārkāpuma izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotāšanās, kā arī tiek ņemts vērā tālāk minētais:

Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 26.panta pirmā daļa nosaka, ka „Maksimālais sods, ko saskaņā ar Latvijas Republikas likumiem par administratīvajiem pārkāpumiem (izņemot šā kodeksa 61., 62., 82., 82.<sup>1</sup>, 82.<sup>2</sup>, 87.<sup>1</sup>, 114.<sup>2</sup>, 114.<sup>3</sup> un 152.pantā paredzētos administratīvos pārkāpumus) uzliek fiziskajām personām, ir piecsimt latu, bet juridiskajām personām (izņemot šā kodeksa 114.<sup>2</sup> pantā paredzēto administratīvo pārkāpumu) – desmit tūkstoši latu. Minimālais sods, ko uzliek par administratīvajiem pārkāpumiem, ir viens lats”.

SIA „FAMAR-DESI” tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166<sup>13</sup>.panta otrajā daļā, kurā noteikts, ka „Par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu – uzliek naudas sodu fiziskajām personām līdz divsimt piecdesmit latiem, bet juridiskajām personām – līdz desmit tūkstoš latiem”.

Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 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”.

Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrā daļa nosaka, ka „Uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, SIA „FAMAR-DESI” ir uzliedzams naudas sods Ls 5000 apmērā.

Izvērtējot lietderības apsvērumus par iepriekš minētās soda naudas apmēru, PTAC ņem vērā tālāk norādītos kritērijus:

Saskaņā ar Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes jaunākajiem datiem (<http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>) 2006.gadā Latvijas Republikā pastāvīgo iedzīvotāju skaits gada sākumā bija 2294590 (divi miljoni divi simti deviņdesmit četri tūkstoši pieci simti deviņdesmit) iedzīvotāji.

Saskaņā ar Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes jaunākajiem datiem (<http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>) 2006.gadā Rīgā pastāvīgo iedzīvotāju skaits gada sākumā bija 727578 (septiņi simti divdesmit septiņi tūkstoši pieci simti septiņdesmit astoņi) iedzīvotāji.

Dalot visas Latvijas aptuveno pastāvīgo iedzīvotāju skaitu ar aptuveno Rīgā esošo pastāvīgo iedzīvotāju skaitu, secināms, ka Rīgā ir 1/3 daļa no visu pastāvīgo iedzīvotāju skaita valstī ( $2294590/727578=3,1$ ).

No administratīvās lietas materiāliem izriet, ka Reklāma ir izplatīta Rīgā preses izdevumā, vides reklāmas standos un mobilajos reklāmas standos.

No Reklāmas likuma 2.panta otrā punkta, kurā ir deklarēts Reklāmas likuma mērķis, izriet, ka viens no reklāmas adresātiem ir sabiedrība.

Ņemot vērā iepriekš minēto, ir secināms, ka Reklāma ir bijusi pieejama 1/3 daļai no visas Latvijas sabiedrības.



Izvērtējot SIA „FAMAR-DESI” izdarītā administratīvā pārkāpuma raksturu, PTAC norāda, ka izdarītais pārkāpums ir smags, jo skar demokrātiskai sabiedrībai vitāli svarīgas un fundamentālas vērtības. Izplatot Reklāmu, kurā tiek pausta diskriminācija, tiek radīts pamats sabiedrības šķelšanai un dažādām negatīvām spekulācijām.

Ņemot vērā, ka administratīvo pārkāpumu ir izdarījusi juridiska persona, tad PTAC nevar objektīvi izvērtēt pārkāpēja personību un noteikt vainas pakāpi, jo iepriekš minētie kritēriji ir raksturīgi fiziskām personām.

Nosakot SIA „FAMAR-DESI” uzliedzamo naudas soda apmēru, PTAC vērtē arī SIA „FAMAR-DESI” mantisko stāvokli.

No publiski pieejamiem interneta resursiem ([http://www.lursoft.lv/stat/ur\\_stat\\_008.html](http://www.lursoft.lv/stat/ur_stat_008.html)) PTAC konstatē, ka SIA „FAMAR-DESI” pēdējie finanšu dati par 2005.gadu liecina, ka uzņēmuma apgrozījums latos ir bijis 8,21 miljons.

Ņemot vērā iepriekš minēto un uzliedzot SIA „FAMAR-DESI” naudas sodu Ls 5000 par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu, SIA „FAMAR-DESI” netiks radīts būtisks finanšu apdraudējums, kā arī netiks radīts maksātnespējas stāvoklis.

Administratīvās lietas izskatīšanas laikā PTAC nav konstatējis vainu pastiprinošus vai mīkstinošus apstākļus.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu,

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

piemērot SIA „FAMAR-DESI”  
juridiskā adrese: Pērnavas ielā 27/29, Rīgā, LV-1009  
reģistrācijas numurs: 000314044,  
naudas sodu Ls 5000.00 (pieci tūkstoši) apmērā.

(zīmogs)

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu likumā paredzētajā kārtībā.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta otro daļu šo lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur lēmuma izpildi. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu, uzraudzības iestādes lēmums ir spēkā no tā paziņošanas brīža.