

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

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

L Ē M U M S Nr. E03-RIG-72

Rīgā

2008.gada 4.martā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra
direktores vietniece Brigita Liepiņa,

piedaloties: SIA „STUDIO MODERNA”

personas ieņemamais amats: pilnvarotā persona

vārds, uzvārds: (...)

personas kods: (...)

juridiskā adrese: Mūkusalas iela 41b, Rīga, LV-1004

vienotās reģistrācijas numurs: 40003617324,

izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

2007.gada 17.decembrī Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, uz fiziskas personas (turpmāk – Iesniedzējs) iesnieguma pamata, uzsāka izvērtēt preses izdevumā „Laimīgā avīze” publicētās reklāmas *DZIRDES PASTIPRINĀTĀJS Gandrīz neredzami!* (turpmāk – Reklāma) atbilstību reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām.

2007.gada 19.decembrī PTAC nosūtīja SIA „STUDIO MODERNA” (turpmāk – Sabiedrība) vēstuli Nr. 21-07/10609, kurā, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu, izteica Sabiedrībai aicinājumu līdz 2008.gada 11.janvārim izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā, kā arī, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja līdz 2008.gada 11.janvārim sniegt PTAC rakstisku informāciju par to, kādos masu medijos, kādā apjomā un kādā laika periodā Reklāma tika izplatīta, kā arī rakstiskus pierādījumus par to, vai Reklāmā ievietotais apgalvojums *Vairāk nekā 1 000 000 apmierinātu lietotāju* ir patiess.

2008.gada 15.janvārī PTAC saņemta Sabiedrības 2008.gada 11.janvāra vēstule Nr.3 ar pielikumu, kurā attiecībā uz Reklāmā ievietoto apgalvojumu *Vairāk nekā 1 000 000 apmierinātu lietotāju* tika norādīts tālāk minētais:

Saskaņā ar dzirdes pastiprinātāja *Magni Ear* ražotāja *Well Brain International Ltd* sniegto informāciju, dzirdes aparāti *Magni Ear* pārdoti vairāk kā 5 000 000 eksemplāros, kopš uzsākta šīs preces ražošana. Kā uzskates materiālu sniegtajai informācijai, Sabiedrība pie atbildes vēstules ir pievienojusi *Well Brain International Ltd* elektroniskās vēstules izdruku, kurā minēts par *Magni Ear* pārdošanas apjomiem. Sabiedrība uzskata, ka viennozīmīgi pie apmierināto lietotāju skaita varot pieskaitīt ne tikai personas, kurām nepieciešams dzirdes aparāts, bet arī šo personu draugus, ģimenes locekļus, kolēģus, kuru iespējas pilnvērtīgi komunicēt ar personām ar dzirdes spēju traucējumiem un kuri lieto dzirdes pastiprinātāju *Magni Ear*, ir būtiski uzlabojušās. Līdz ar to Sabiedrība uzskata, ka apgalvojums *Vairāk nekā 1 000 000 apmierinātu lietotāju* ir pilnībā pamatots.

Izvērtējot 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)*

populoritāti vai pieprasījumu pēc tiem. Sabiedrības izplatītais paziņojums DZIRDES PASTIPRINĀTĀJS Gandrīz neredzami! atbilst likuma skaidrojumam par reklāmu, jo tas ir paziņojums, kas veicina tajā minēto preču popularitāti un pieprasījumu pēc tām.

Izvērtējot Reklāmu, PTAC konstatēja, ka tajā ir ievietots apgalvojums *Vairāk nekā 1 000 000 apmierinātu lietotāju*. Atbildot uz PTAC pieprasījumu iesniegt pierādījumus par šī apgalvojuma patiesumu, Sabiedrība iesniedza PTAC dzirdes pastiprinātāja *Magni Ear* ražotāja *Well Brain International Ltd* elektroniskā pasta vēstuli par to, ka dzirdes aparāti *Magni Ear* kopš to ražošanas uzsākšanas ir pārdoti vairāk nekā 5 000 000 eksemplāros. Sabiedrības skaidrojums par to, ka kopējais apmierināto dzirdes aparāta lietotāju skaits ievērojami pārsniedz 1 000 000 lietotāju apmēru un pie apmierināto lietotāju skaita varot pieskaitīt ne tikai personas, kurām nepieciešams dzirdes pastiprinātājs, bet arī šo personu ģimenes locekļus, kolēģus un draugus, kuru komunikācija ar dzirdes pastiprinātāja lietotājiem būtiski uzlabojas, nav uzskatāms par pierādījumiem apgalvojuma *Vairāk nekā 1 000 000 apmierinātu lietotāju* apstiprināšanai. Par pierādījumiem minētā apgalvojuma apstiprināšanai var uzskatīt tikai pašu pircēju (apmierināto lietotāju) apliecinājumus par viņu apmierinātību lietojot dzirdes pastiprinātāju *Magni Ear*, jo daudzums, kādā prece pārdota kopš to ražošanas, nevar kalpot par pierādījumu tam, ka personas, kas tos iegādājušās, ir apmierinātas ar iegādāto preci.

PTAC, ņemot vērā augstāk minēto un Reklāmas likuma 15.panta otrās daļas noteikumus, ir pamats uzskatīt Reklāmā sniegto apgalvojumu par nepatiesu. Noteiktai daļai patērētāju, izvietotais apgalvojums *Vairāk nekā 1 000 000 apmierinātu lietotāju* ievieš nepamatotu uzticību reklamētajai precei, piedēvējot tai īpašu kvalitāti, kā rezultātā sava maldinošā rakstura dēļ Reklāma var ietekmēt personas ekonomisko rīcību.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 8.panta otro daļu, kas paredz, ka *Maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam*, PTAC ir pamats uzskatīt, ka, izplatot Reklāmu, ir pieļauts pārkāpums, jo maldinoša reklāma ir aizliegta, kā to nosaka Reklāmas likuma 8.panta pirmā daļa.

Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *Reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo un izplata reklāmu*.

Sabiedrība atbilst reklāmas devēja statusam *Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē*, jo, izplatot Reklāmu, tiek veicināts Sabiedrības komerciālais labums.

Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka *Reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu*. Tātad, Sabiedrība atbild 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*.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība 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 uz individuāli noteiktu personu vai personām, nodibinot, grozot, konstatējot vai izbeidzot konkrētas tiesiskās attiecības vai konstatējot faktisko situāciju*.

Administratīvā procesa likuma 65.panta trešā 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, pamatojamās 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.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus un ņemot vērā, ka Reklāma jau ir izplatīta, tātad ar to patērētājiem radītais kaitējums ir neatgriezenisks, PTAC secina, ka nav lietderīgi Sabiedrībai uzlikt Reklāmas likuma (likuma redakcijā, kas bija spēkā pārkāpuma izdarīšanas brīdī) 15.panta ceturtās daļas 1.-4.punktos noteiktos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā.

Sabiedrībai nepieciešams piemērot administratīvo sodu, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotas izdarīšanas. Saskaņā ar *Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ pantu par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu juridiskajām personām — līdz desmittūkstoš latiem.*

Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus.

Lemjot par naudas soda piemērošanu par administratīvo pārkāpumu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 12. un 13.pantu un 66.panta pirmo daļu un Reklāmas likuma 2.panta 2.punktu, kas paredz, ka šī likuma mērķis ir aizsargāt personu, kā arī kopumā visas sabiedrības intereses reklāmas jomā, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu nepieciešamību, piemērotību, vajadzību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu un to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām no pārkāpuma izdarīšanas.

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.

Pēc Sabiedrības sniegtās informācijas Reklāma tika izplatīta laikposmā no 2007.gada 7.augusta līdz 2007.gada 20.decembrim un tā tika izplatīta gan preses izdevumos (kopā septiņos preses izdevumos), gan televīzijā (kopā divos televīzijas kanālos). Reklāma tika kopā izplatīta 34 reizes preses izdevumos un 32 reizes tika pārraidīta televīzijā. No minētā izriet, ka Reklāma ir izplatīta ievērojamā daudzumā gan preses izdevumos, gan televīzijā, tātad tā ir sasniegusi plašu auditorijas loku. Konkrētajā gadījumā no iepriekš konstatētajiem apstākļiem izriet, ka pieļautais pārkāpums nevar tikt uzskatīts par maznozīmīgu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus un apsvērumus, t.sk. izplatītās Reklāmas apjomu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu, Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 500,00 (pieci simti latu) apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu – maldinošas Reklāmas izplatīšanu, Reklāmas izplatīšanas apjomu un tās iespējamo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Pie administratīvās atbildības saucamās Sabiedrības pārstāvis mutiski skaidro, ka Sabiedrība nepiekrīt, ka apgalvojums *Vairāk nekā 1 000 000 apmierinātu lietotāju* ir nepatiess, uzskatot to par neprecīzu. Sabiedrības pārstāvis nožēlo, ka nav ievietojis Reklāmu ar precīzu apgalvojumu, tādējādi nemaldinot patērētāju. Sabiedrība apņemas turpmāk izplatīt normatīvajiem aktiem atbilstošas reklāmas izplatīšanu.

Izvērtējot visus administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu un ir konstatējis apstākļus, kas mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.panta pirmās daļas 1.punktu, nožēlojot izdarīto pārkāpumu un turpmāk apņemoties nepieļaut normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta 2.punktu, 33.panta pirmās daļas 1.punktu, 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 un 66.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

piemērot SIA „STUDIO MODERNA”,
juridiskā adrese: Mūkusalas iela 41b, Rīga, LV-1004,
vienotās reģistrācijas numurs: 40003617324

naudas sodu Ls 500,00 (pieci simti latu) apmērā.

(zīmogs) B.Liepiņa (paraksts) Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores
vietniece

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu 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 stāties spēkā. Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs: Patērētāju tiesību aizsardzības centrs
Reģistrācijas Nr. 90000068854
Konts Nr. LV30TREL2120030260100
Saņēmēja iestāde: Valsts kase, kods TREL22.

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

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-RIG-72. Ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.