

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

2012.gada 26.janvārī

Nr. E03-KREUD-4

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktās likumīguma prasības pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

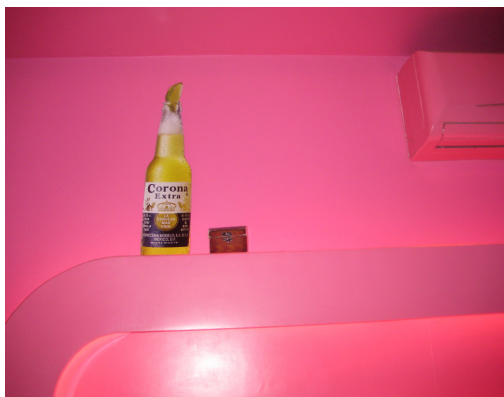
Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa piedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Renatuss” juridiskā adrese: Kaļķu iela 12, Rīga, LV-1050 reģistrācijas numurs: 40103238954 kuru pārstāv pilnvarotā persona: [..] personas kods: [..]

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc Rīgas pašvaldības policijas Centra rajona pārvaldes (turpmāk – RPPCRP) sniegtās informācijas 2011.gada 27.decembrī uzsāka SIA „Renatuss” (turpmāk – Sabiedrība) naktsklubā „Scandal” izvietoto reklāmas materiālu atbilstības reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu. Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] Sabiedrība ir izvietojusi naktskluba „Scandal” telpās reklāmas materiālus, kuros attēlota alkoholisko dzērienu „Pravda Vodka” un alus „Corona Extra” (turpmāk – Reklāmas).

Izplatītās Reklāmas skatīt zemāk:





[2] Saskaņā ar 2011.gada 27.decembrī PTAC saņemto RPPCRP 2011.gada 21.decembrī sastādīto administratīvā pārkāpuma protokolu ZV Nr.096377 (turpmāk – Protokols) (ar pievienotiem lietas materiāliem), pārkāpums konstatēts 2011.gada 24.novembrī plkst. 23.05 naktsklubā „Scandal” Rīgā, Kaļķu ielā 12/14. Protokolā minēts: „(...) naktsklubā izvietotajās alkoholisko dzērienu reklāmās, kuru attēli pilnībā atbilst alkoholisko dzērienu iepakojumu formām un izskatam (vodka „Pravda” un Corona Extra pudeles) nav ietverta informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi...”.

[3] 2012.gada 17.janvārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/371-K-3, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem apstākļiem, pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā. Vienlaicīgi PTAC uzaicināja Sabiedrību, ierodoties uz administratīvās pārkāpuma lietas izskatīšanu, līdz ņemt bilanci un peļņas vai zaudējumu aprēķinu par pēdējo (vēlams - 6 mēnešu) periodu un citu informāciju, kas raksturo Sabiedrības mantisko stāvokli, samērīgas administratīvās atbildības noteikšanai.

[4] 2012.gada 26.janvārī Sabiedrības pārstāve ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un apliecināja, ka līdz šī lēmuma pieņemšanai Sabiedrība ir novērsusi administratīvo pārkāpumu, proti, Sabiedrības naktskluba „Scandal” telpās nav izvietotas normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas. Sabiedrības pārstāve mutiski atzina Sabiedrības vainu un izteica nožēlu par izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk 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.* Sabiedrības izplatītās Reklāmas atbilst reklāmas jēdzienam minētā likuma izpratnē, jo nepārprotami veicina tajās attēloto alkoholisko dzērienu – alus un degvīna – popularitāti un pieprasījumu pēc tiem.

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem.*

Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos*. Jebkuras darbības ar alkoholiskajiem dzērieniem, kā arī alkoholisko dzērienu reklāmu regulē Alkoholisko dzērienu aprites likums. Minētā likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *alkoholisko dzērienu reklāmā ietverama informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi. Šādai informācijai atvēlami vismaz 10 procenti no konkrētās reklāmas apjoma*.

Vienlaikus PTAC norāda, ka Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmajā daļā norādītā informācija saskaņā ar minētā likuma 10.panta trešo daļu ir jāsniedz reklāmas apakšējā daļā ar melniem burtiem uz balta fona, turklāt burtu izmēram jābūt tādām, lai uzraksts aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.

Ņemot vērā, ka Reklāmās nav ietverta informācija par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, Reklāmas neatbilst Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmās daļas prasībām un līdz ar to neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai, līdz ar to ir izvietotas normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas.

Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam*. Līdz ar to PTAC secina, ka Sabiedrība atbilst Reklāmu izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 12.panta ceturto daļu *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanas aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt*.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība kā Reklāmas izplatītājs ir izplatījusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas. Līdz ar to konstatējams, ka Sabiedrība ir izdarījusi Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā – *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu* – noteikto administratīvo pārkāpumu.

Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā ir noteikts, ka, *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, PTAC ņem vērā to, ka Reklāmu izplatīšana jau ir notikusi, patērētāji ir neatgriezeniski saņēmuši normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas un Sabiedrība saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, kā arī PTAC ņem vērā Sabiedrības veiktās darbības pārkāpuma novēršanā (2011.gada 21.decembra paskaidrojums Nr.1312) un secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1. - 4.punktā un 6.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan Sabiedrībai, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzlikt administratīvo sodu**.

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā 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.*

Ņemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums, lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), lietā nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, kā arī konstatētais pārkāpums nav uzskatāms par maznozīmīgu un tādēļ Sabiedrība konkrētajā gadījumā nav atbrīvojama no administratīvās atbildības (LAPK 21.pants), un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir izplatījusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā – *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.*

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. Saskaņā ar LAPK 166.¹³ panta otro daļu „*Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu — uzliek naudas sodu juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem.*”

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likumā (turpmāk – APL) noteiktos principus un 66.pantā noteiktos 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, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošas Reklāmas, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu, un ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo

daļu uzskatāms par atbildību mīkstinošu apstākli, proti, Sabiedrība ir mutiski atzinusi un izteikusi nožēlu par izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem izplatītas normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un atbildību mīkstinoša apstākļa esamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kurš tika novērtēts pamatojoties uz 2012.gada 26.janvārī Sabiedrības pārstāves uzrādīto Sabiedrības gada pārskatu par periodu no 2010.gada 15.jūlija līdz 2010. gada 31.decembrim, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 50,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmu iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu un 33.panta pirmās daļas 1.punktu un trešo daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 12.panta pirmo un ceturto daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmo un trešo daļu,

n o l e m t s:

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Renatuss”
juridiskā adrese: Kaļķu iela 12, Rīga, LV-1050
reģistrācijas numurs: 40103238954
uzlikt naudas sodu Ls 50,00 (piecdesmit) apmērā.

Pieņemto lēmumu SIA „Renatuss” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties 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-4	
Pieņemšanas datums:	2012.gada 26.janvāris	

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

Direktors vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS