

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

2011.gada 4.augustā

Nr. E03-KREUD-13

Par administratīvā soda un tiesiskā pienākuma 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 direktora vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Super magnēts"

juridiskā adrese: Briksķu iela 4, Jūrmala, LV-2016

vienotās reģistrācijas numurs: 40103321272

valdes loceklim

Vārds, uzvārds: (...)

Pers. kods: (...)

izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas ir veicis SIA „Super magnēts” (turpmāk – Sabiedrība) izplatītās reklāmas izvērtēšanu.

PTAC 2011.gada 13.maijā konstatēja, ka bezmaksas reklāmas avīzē „Rīgas Santīms” Nr.18 tika sniegta šāda reklāma (turpmāk – Reklāma):



Līdzīga satura Reklāmas sniegšana ir konstatēta arī 2011.gada 17.maija laikrakstā „Čas” Nr.94. Vienlaicīgi PTAC konstatēja, ka interneta vietnē www.supermagnets.lv ir ievietotas interaktīvās saites uz vietnēm, kurās tika sniegta informācija par to, kā izmantot magnētus, lai ietekmētu ūdens skaitītāju rādījumus. Par minēto faktu 2011.gada 13.maijā sastādīts akts Nr.P-31.

2011.gada 16.maijā PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieprasīja SIA Izdevniecības nams „Petits” sniegt informāciju par Reklāmas devēju, kā arī par to, kādā apjomā Reklāma ir tikusi izplatīta.

2011.gada 23.maijā PTAC saņēma SIA Izdevniecības nams „Petits” vēstuli Nr.63, kurā sniegta informācija par to, ka Reklāmas devējs ir Sabiedrība. Vienlaicīgi SIA „Izdevniecības nams „Petits” informēja, ka Reklāma ir tikusi izplatīta:

1. avīzē „Rīgas santīms” Nr.17, Nr.18, Nr.19 un Nr.20, avīzes tirāža – 182 000 eks.;
2. avīzē „Subbota” Nr.18, Nr.19, Nr.20 un Nr.21, avīzes tirāža – 26 000 eks.;
3. avīzē „Teleprogramma s djadei Mišei” Nr.18, Nr.19, Nr.20 un Nr.21, avīzes tirāža – 80 000 eks.;
4. avīzē „Tava programma” Nr.18, Nr.19, Nr.20 un Nr.21, avīzes tirāža – 35 000 eks.

2011.gada 29.jūnijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/3867-P-31 *Par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu*, kurā PTAC:

1. informēja Sabiedrību par pieņemto lēmumu uzsākt lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā;
2. informēja Sabiedrību par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu;
3. uzaicināja Sabiedrības pārstāvi ierasties uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu;
4. lūdza Sabiedrībai sniegt rakstveida viedokli administratīvajā lietā;
5. pieprasīja Sabiedrībai sniegt pilnīgu un patiesu informāciju par to, kādā apjomā Reklāma ir tikusi izplatīta un cik patērētāji ir atsaukušies uz Reklāmā izteikto piedāvājumu un ir iegādājušies Sabiedrības piedāvātos magnētus.

2011.gada 14.jūlijā PTAC saņēma Sabiedrības 2011.gada 13.jūlija vēstuli *Iesniegums lietā „Par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu un uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu” no 29.06.2011 Nr.21-06/3867-P-31*, kurā Sabiedrība paskaidro tālāk minēto:

1. Reklāmas izplatīšana.

Norādītā reklāma, tika publicēta SIA Izdevniecības nams „Petits” izdotajā bezmaksas avīzē „Rīgas Santūms” divos numuros, kas iznāca 3. maijā un 10. maijā, tirāža katram numuram 200'000 vienības.

2. Patērētāju atsaucība.

Pēc reklāmas iznākšanas vidējais zvanu daudzums dienā bija 2-5 zvani, kas pārsvarā bija tikai par produkta pielietojumu un cenu. Vidēji tajā periodā varēja zvanīt 80 cilvēki, no kuriem precīzi iegādājās kādi 20 klienti. Realizētās preces daudzums skat. tabula Nr.1.

SIA "SUPER MAGNĒTS" preču realizācijas atskaite no š.g. 09-31. maijam

Periods	NdFeB magnēts 30x10 mm	NdFeB magnēts 50x30mm
9-15. maijs	5	6
16-22. maijs	14	8
23-31 maijs	4	5
Kopā	23	19

Tabula Nr. 1

Reklāma ir izstrādāta ar mērķi piesaistīt patērētāju uzmanību un panāktu patērētāju un interesi par piedāvāto produkciju. Katrs par reklāmu spriež pēc savas individuālās dzīves pieredzes, ja kāds saskata pretlikumīgas darbības, tad jautājums, kur viņš tādas zināšanas ir ieguvis.

Mūsu mājas lapā www.supermagnets.lv sadaļā forums kompromitējošā informācija tika izdzēsta tikko tā tika pamanīta un nožēloju, ka tas tika veikts novēloti, jo popularitāte šai lapai interneta lietotāju vidū nav un neparedzēju, ka tiks ievietota informācija no citiem interneta forumiem. Forumā lietotāji ir anonīmi, tāpēc tie uzdrīkstas ielikt tādu informāciju, ko parastos apstākļos nedarītu, tā kā vienpersoniski daru daudzus darbus, tad kādi pienākumi tiek veikti novēloti, kā šajā gadījumā ar forumā ievietoto informāciju.

Mūs piedāvātie produkti popularitāti patērētāju vidū nav guvuši, interesi ir izrādījuši ražotāji, kas ražo mēbeles un suvenīrus. Vēlos atgādināt, ka reālais magnētu pielietojums ir pavisam cits nevis tas ko jūs pieminiet, visapkārt ir magnēti – telefonā, uz tāfeles, stiprinājumos, planšetēs, vēja ģeneratoros utt. Par gala pielietojumu atbild pats patērētājs.

C A N I E M T I C

Varu izteikt tikai nožēlu par to, ka mūsu patērētāju sabiedrība ir tik samaitāta un cer, ka ar mūsu precī varēs veikt nelikumīgas darbības sava pašlabuma gūšanai.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvis atzina izdarīto pārkāpumu un to nožēloja, paskaidrojot, ka neatbalsta ūdens zagšanu. Sabiedrības pārstāvis piekrita, ka Reklāma ir saprotama divdomīgi, bet nepiekrita, ka citās līdzīga satura Reklāmās sniegtā informācija būtu uztverama divdomīgi. Informēja, ka šobrīd Reklāma, kā arī cita veida magnētu reklāmas netiek izplatītas un apņēmās turpmāk neizplatīt šāda veida reklāmas.

Vienlaicīgi Sabiedrības pārstāvis uzrādīja dokumentus, kuri apliecina Sabiedrības mantisko stāvokli, proti, ka Sabiedrības bilance ir negatīva. Tāpat arī Sabiedrības pārstāvis informēja, ka Sabiedrībā strādā tikai viens darbinieks.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus un informāciju, PTAC secina:

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.

PTAC konstatē, ka Reklāma ir saistīta ar Sabiedrības saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo Sabiedrība sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību veic konkrētu preču tirdzniecību. Izplatot Reklāmu, tiek veicināta Sabiedrības piedāvāto preču – magnētu – popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrības Reklāma atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

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.*

Ņemot vērā SIA Izdevniecības nams „Petits” sniegto informāciju, kuru apliecina arī Sabiedrība, kā arī Reklāmā un interneta vietnē www.supermagnets.lv norādīto kontaktinformāciju, PTAC konstatē, ka Reklāmas devējs Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē ir Sabiedrība.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro un trešo daļu *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu, un reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu vai citiem normatīvajiem aktiem.* Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmā ir jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidrojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmā, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem.* Saskaņā ar Reklāmas likuma 3.panta otro daļu *reklāmā atļauts iekļaut tikai tādus paziņojumus vai vizuālos attēlus, kas nepārkāpj ētikas, humānisma, morāles, tikumības vai pieklājības normas.*

Vērtējot Reklāmas vizuālo noformējumu kontekstā ar Reklāmā sniegto informāciju, PTAC uzskata, ka Reklāma ir veidota tā, lai radītu patērētājiem priekšstatu, ka ar Reklāmā piedāvāto magnētu palīdzību patērētājam ir iespējams ietekmēt ūdens vai tamlīdzīgu skaitītāju rādījumus. Minēto PTAC viedokli pastiprina Sabiedrības mājas lapā www.supermagnets.lv sadaļā „Forums” 2011.gada martā, aprīlī un maijā pieejamā informācija – interaktīvās saites uz vietnēm, kurās tiek demonstrēta magnētu iedarbība uz ūdens skaitītāju rādījumiem. Tāpat arī attiecīgo viedokli apstiprina minētajā mājas lapā sadaļā „Forums” ievietotais patērētāja komentārs:

God.Admin! Nevajag tēlot tādus "baltus un pūkainus"! Jūsu reklāmā "Rīgas santīmā" skaidri un gaiši redzams, KUR, jūsuprāt, var pielietot jūsu izstrādājumus! Tā saucas zādzība, un jūs tajā piedalījāties! Bet maksā par to tie, kam vēl vārdi "kauns" un "gods" kaut ko nozīme!

Pievienojis:

16/05/11 01:05:38

Ņemot vērā minēto, PTAC konstatē, ka Reklāmā ir iekļauti tādi paziņojumi (kā, piemēram, „Pamēģini, Nebaidies!”) un vizuālie attēli, kas pārkāpj ētikas un morāles normas, jo ar attiecīgo Reklāmu tās vispārējās pasniegšanas ziņā patērētāji tiek aicināti veikt prettiesiskas darbības. Līdz ar to Sabiedrība, sniedzot normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto reklāmas likumīguma prasību un nav ievērojusi Reklāmas likuma 10.panta trešās daļas prasības, tā izdarot Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā daļā „*Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu*” paredzēto pārkāpumu.

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, kā arī ņemot vērā to, ka turpmāka Reklāmas izplatīšana nav pieļaujama un to, ka Reklāmas negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi, PTAC secina, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1., 2., 4. un 6.punktā minētos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 3.punktu, Sabiedrībai aizliedzams izplatīt Reklāmu un, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu un ņemot vērā LAPK 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, Sabiedrībai piemērojams administratīvais sods par administratīvo pārkāpumu, kas paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā.

PTAC uzskata, ka 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 un 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.*¹ 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 iepriekš minēto, 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, 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.

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.*

Saskaņā ar LAPK 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 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 neatbilstošas reklāmas izplatīšanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

¹ Māris Baltāis. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.

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, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu reklāmu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām.

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

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā Reklāmas izplatīšanas apjomu, to izplatīšanas formātu, izdarītā pārkāpuma raksturu, lietā esošo informāciju par Sabiedrības mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošo apstākļu esamību un pastiprinošo apstākļu neesamību, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošās Reklāmas izplatīšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 100.00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā arī iespējamo Reklāmas negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 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, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 3.pantu, 10.pantu un 15.panta ceturtās daļas 3. un 5.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Super magnēts”
juridiskā adrese: Brikšķu iela 4, Jūrmala, LV-2016
vienotās reģistrācijas numurs: 40103321272
naudas sodu Ls 100.00 (viens simts) apmērā

aizliegt sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Super magnēts”
juridiskā adrese: Brikšķu iela 4, Jūrmala, LV-2016
vienotās reģistrācijas numurs: 40103321272
izplatīt Reklāmu.

Pieņemto lēmumu pilnībā vai kādā tā daļā SIA „Super magnēts” 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. 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-13	
Pieņemšanas datums:	2011.gada 4.augusts	

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS