

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](mailto:ptac@ptac.gov.lv)

## LĒMUMS

Rīgā

2009.gada 4.februārī

Nr. E03-REUD-6

### Par administratīvā soda uzlikšanu

### Par Reklāmas likuma pārkāpumu, par kuru sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta pirmajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra Reklāmas un e-komercijas uzraudzības daļas vadītāja Ināra Kanela,  
saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 260.panta trešo daļu,  
nepiedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Vīna studija”,  
juridiskā adrese: Zigfrīda Annas Meierovica bulvāris 6-4, Rīga, LV-1050,  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003980114,  
izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk tekstā – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas 2008.gada 25.novembrī veica SIA „Vīna studija” informatīvajā izdevumā „UPB” 2008/3 izplatītās reklāmas *Vīna studijas TOP 5* (turpmāk – Reklāma) atbilstības reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu.

2008.gada 17.decembrī PTAC nosūtīja SIA „Vīna studija” vēstuli Nr. 21-06/10217 un 2009.gada 19.janvārī – vēstuli Nr. 21-06/409, kurās norādīja uz Reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām, pieprasīja sniegt informāciju par informatīvā žurnāla „UPB” 2008/3 tirāžu, kā arī informēja SIA „Vīna studija” par tās Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmajā daļā noteiktajām tiesībām izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

SIA „Vīna studija” rakstveida viedokli un pieprasīto informāciju PTAC nav saņēmis.

Izvērtējot 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.* A/s „UPB” informatīvajā izdevumā izplatītā Reklāma atbilst reklāmas jēdzienam minētā likuma izpratnē, jo nepārprotami veicina tajā attēloto alkoholisko dzērienu – vīnu – 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.*

Ņemot vērā, ka Reklāmā nav ietverta informācija par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, Reklāma neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā izvirzītajai likumīguma prasībai.

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 „Vīna studija” atbilst reklāmas devēja statusam Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo, izplatot Reklāmu, tiek veicināts SIA „Vīna studija” komerciālais labums.

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, SIA „Vīna studija” nebija tiesīga sniegt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu Reklāmu.

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, 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.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus, t.i. – faktu, ka Reklāmas izplatīšana ir beigusies, PTAC secina, ka SIA „Vīna studija” nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.-4. un 6.punktā noteiktos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu. Tādējādi SIA „Vīna studija” tiks motivēta nepieļaut atkārtotu pārkāpumu, izplatot alkoholisko dzērienu reklāmas. Arī 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.).

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, lai personas intereses netiktu aizskartas, t.i. – persona saņemtu normatīvajos aktos noteikto informāciju.

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. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka SIA „Vīna studija” ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas alkohola reklāmas izplatīšanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

Ņemot vērā minētos apstākļus un to, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 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 atkārtošanās, nepieciešams SIA „Vīna studija” piemērot administratīvo sodu.

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.*

SIA „Vīna studija” tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta pirmajā daļā, kurā noteikts, ka *par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā vai izplatīšanā juridiskajām personām uzliek naudas sodu līdz tūkstoš latiem.*

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 Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību pastiprinošo un mīkstinājošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par noteiktās kārtības pārkāpšanu reklāmas sniegšanā SIA „Vīna studija” ir uzliekams naudas sods Ls 100.00, apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, Reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu SIA „Vīna studija” turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.<sup>13</sup> panta pirmo 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, Reklāmas likuma 1.pantu, 2.panta otro daļu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta pirmo daļu, 10.panta pirmo un trešo daļu, 14.panta pirmo un trešo daļu, 15.panta ceturtās daļas 5.punktu un Alkoholisko dzērienu aprites likuma 10.panta pirmo daļu,

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

piemērot SIA „Vīna studija”,  
juridiskā adrese: Zigfrīda Annas Meierovica bulvāris 6-4, Rīga LV-1050,  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003980114,  
naudas sodu Ls 100,00 (viens simts latu) apmērā.

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 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-REUD-6
Pieņemšanas datums:	2009.gada 4.februāris

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

Reklāmas un e-komercijas  
uzraudzības daļas vadītāja

I.Kanela

IZRAKSTS PAREIZS