



## Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67388624, fakss 67388634, e-pasts ptac@ptac.gov.lv, www.ptac.gov.lv

Rīgā

**LĒMUMS**

Rīgā

2015.gada 23.aprīlī

Nr. E03-PTU-K10-2

*Par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas pārkāpumu  
un administratīvā soda un tiesiskā pienākuma uzlikšanu*

Patērētāju tiesību aizsardzības centra Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta Otrās patērētāju kolektīvo interešu uzraudzības daļas vadītāja / departamenta direktora vietniece Santa Skrūzmane

saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 271.panta ceturto daļu,  
piedaloties: SIA „ELIOTS”,

juridiskā adrese: Rūjienas iela 2A, Rīga, LV-1009

reģistrācijas numurs: 40103027910

[..]

**izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:**

[1] Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), kurš saskaņā ar Reklāmas likuma (turpmāk – RL) 13.panta pirmo daļu savas kompetences ietvaros uzrauga šā likuma ievērošanu, ir izvērtējis reklāmu, kas izvietotas veikalā „EIROVĪNS” skatlogos un ir vērstas pret publisku vietu, atbilstību normatīvo aktu prasībām.



Attēlā redzamas reklāmas, kas 02.02.2015. bija izvietotas veikalā Rīgā, K.Barona ielā 52 (turpmāk – Reklāmas).

[2] PTAC ir konstatējis RL 3.panta pirmās daļas, kas nosaka, ka reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi, pārkāpumu, sniedzot Reklāmas. Minētais izriet no Reklāmās neievērotā Alkoholisko dzērienu aprites likuma (turpmāk – ADzAL) 11.panta trešās daļas 5.punkta noteikuma, ka alkoholisko dzērienu reklāma aizliegta vides reklāmās.

[3] Saskaņā ar RL 1.pantu 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.

Saskaņā ar RL 10.panta pirmo daļu 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 minēto un saskaņā ar lietā esošo informāciju, SIA „ELIOTS” (turpmāk – Sabiedrība) ir uzskatāma par reklāmas devēju. RL 10.panta otrā daļa nosaka, ka reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu. Savukārt RL 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.

[4] PTAC 2015.gada 4.februāra vēstulē Nr. 3.2.-1-K-10/753 (turpmāk – vēstule), kura tika adresēta SIA „EIROVĪNS”, informēja par veikalu „EIROVĪNS” skatlogos izvietoto alkoholisko dzērienu reklāmu neatbilstību Reklāmas likuma 3.panta pirmajai daļai.

PTAC norādīja: ņemot vērā, ka normatīvie akti nesniedz jēdziena „vides reklāma” definīciju, PTAC par vides reklāmu turpina uzskatīt jebkuru reklāmu, kura ir izvietota vai tiek pārvietota publiskā vietā vidē, jēdzienu „vide” skaidrojot saskaņā ar Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 8.pantu un 17.panta pirmās daļas 1. un 4.punktu, piemērojot tiesību normas gramatisko un teleoloģisko interpretācijas metodi.

2015.gada 16.februārī PTAC saņēma Sabiedrības atbildi uz PTAC vēstuli, tādējādi apliecinot, ka PTAC izvērtējamo reklāmu devējs/izplatītājs ir Sabiedrība.

Savā atbildē Sabiedrība norāda, ka nepiekrīt PTAC vides reklāmas jēdziena interpretācijai, argumentējot to ar „vides” jēdziena definīcijas neesamību un par juridiski nekorektu šī jēdziena interpretācijai uzskatot APL izmantošanu, to pamatojot ar jēdziena „vides reklāma” esamību tikai vienā normatīvajā aktā. Sabiedrība norāda: ja likumdevēja „mērķis būtu aizliegt alkohola reklāmu publiskās vietās, tad likumā būtu paredzēts alkohola reklāmas pilnīgs aizliegums”, to pamatojot ar ADzAL 11.panta trešajā daļā uzskaitītajiem gadījumiem, kad alkoholisko dzērienu reklāma ir aizliegta. Minētos argumentus Sabiedrība atkārtoti norāda savā 2015.gada 27.marta vēstulē Nr.02/16, kurai pievienota informācija par Sabiedrības peļņas vai zaudējumu aprēķinu par 2014.gadu.

[5] Ņemot vērā, ka Sabiedrība veikalu „EIROVĪNS” skatlogos turpināja sniegt/izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmas („Visiem saldajiem, pussaldajiem dzērieniem 25%”), kas redzamas attēlā,



tādējādi turpinot Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas pārkāpumu, neievērojot likumīgumu reklāmu sniegšanā/izplatīšanā, PTAC 2015.gada 5.martā pieņēma lēmumu par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā. Minētās reklāmas izplatīšana tika konstatēta veikala „EIROVĪNS”, Rīgā, Dzirnavu ielā 51; pavisam saskaņā ar Sabiedrības interneta mājas lapā [www.eirovins.lv](http://www.eirovins.lv) esošo informāciju ir 11 veikalu „EIROVĪNS”.

[6] Lietas izskatīšanas gaitā Sabiedrības pilnvarotā persona uzturēja Sabiedrības iepriekš minētos argumentus par Reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām un pārkāpumu neatzina.

### **Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina:**

1. RL 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 ADzAL.

Reklāmu izvietošana/izplatīšana veikalu skatlogos, tās vēršot pret publisku vietu, nevis veikala telpām, ir ADzAL 11.panta trešās daļas 5.punkta, kas nosaka alkoholisko dzērienu reklāmu aizliegumu vidē, pārkāpums, kā arī ir pretrunā ar minētā likuma reklāmu ierobežojumu mērķi. PTAC nepiekrīt Sabiedrības viedoklim par to, ka, ja likumdevēja mērķis būtu aizliegt alkohola reklāmu publiskās vietās, tad likumā būtu paredzēts alkohola reklāmas pilnīgs aizliegums. Sabiedrības argumentācija, norādot uz ADzAL 11.panta trešās daļas 4.punktā atsevišķi izdalīto reklāmu uz sabiedriskā transporta līdzekļiem, kas arī ir uzskatāma par vides reklāmu, nav pamatota, jo minētajā punktā iekļautā informācija „un tajos”, sniedz papildu norādi, kuras neesamība varētu radīt neskaidrību par alkoholisko dzērienu reklāmu izvietošānu sabiedriskā transporta līdzekļos. Minētā norma nerada pamatu jēdziena „vide” sašaurinātam skaidrojumam.

Sabiedrība norāda, ka tās mērķis nav veicināt kādu noteiktu preču pārdošanu, bet gan informēt par kāda noteikta ražotāja preču esamību. PTAC nav pamata piekrist, ka preču cenu pazemināšanas pasludināšanas veikala skatlogā mērķis nav patērētāju intereses par konkrēto preču iegādi veicināšana. Turklāt arī gadījumos, kad skatlogos izvietotajā informācijā būtu tikai informācija par kādu noteiktu alkoholisko dzērienu

ražotāju vai tā produktu, nebūtu noliedzama pārdevēja ieinteresētība pievērst uzmanību tā pārdotajai precei, veicināt tās pārdošanu, jo pārdevēja uzņēmējdarbības mērķis ir pārdot preci un gūt peļņu. Vienlaicīgi PTAC, ņemot vērā Sabiedrības argumentus, norāda, ka alkoholisko dzērienu reklāma nenozīmē tikai un vienīgi alkoholiskā dzēriena pudeles attēlojumu. Tā var iekļaut jebkādas elementus (t.sk. preču zīmes), kas vidusmēra patērētājam norāda uz (rada asociāciju ar) alkoholisko dzērienu.

**2.** PTAC paskaidro, ka, ņemot vērā APL 8.pantā noteikto un 17.pantā skaidroto tiesību normu saprātīgas piemērošanas principu, t.sk., izmantojot teleoloģisko tiesību normu interpretācijas metodi, PTAC konstatē, ka likumdevēja mērķis, iekļaujot ADzAL aizliegumu sniegt/izplatīt alkoholisko dzērienu reklāmas vidē, ir bijis samazināt konkrēto reklāmu auditoriju. Ņemot vērā, ka šaubas nerada alkoholisko dzērienu reklāmu izvietojuma aizliegums vides reklāmu standos, PTAC secina, ka uz šādu reklāmu izplatīšanu veikalu skatlogos, tās vēršot uz vidi, publisku vietu, ir attiecināmi tādi paši noteikumi, jo to iespējamā ietekme ir analoga vides reklāmas standos izvietotajām reklāmām.

**3.** Ņemot vērā minēto un to, ka Sabiedrības sniegto Reklāmu iespējamās negatīvās sekas ir neatgriezeniski iestājušās un to turpmāka sniegšana nav pieļaujama, ka Sabiedrība saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, PTAC, izvērtējot lietas apstākļus, ir konstatējis, ka ir lietderīgi pieņemt RL 15.panta ceturtais daļas 3.punktā (kontekstā ar astoto daļu) un 5.punktā minētos lēmumus, piemērojot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, uzliekot administratīvo sodu, kā arī aizliedzot turpmāk alkoholisko dzērienu reklāmu sniegšanu/izplatīšanu vides reklāmās, t.sk. veikalu skatlogos.

Tādējādi PTAC ir pamatoti uzsācis lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā minēto pārkāpumu – Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.

Atbilstoši RL 2.panta otrajai daļai viens no RL mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā. Tādējādi, sniedzot Reklāmas, Sabiedrībai bija jānodrošina, ka nevienas sabiedrības daļas intereses nav aizskartas.

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, 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.

Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvais sods ir atbildības līdzeklis un tiek piemērots, lai personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, audzinātu likumu ievērošanas un sadzīves noteikumu cienīšanas garā, kā arī lai tiklab tiesību pārkāpējs, kā citas personas neizdarītu jaunus pārkāpumus.

**4.** Saskaņā ar LAPK 272.pantu institūcijai (amatpersonai), izskatot administratīvā pārkāpuma lietu, jānoskaidro, vai ir izdarīts administratīvais pārkāpums, vai attiecīgā persona ir vainīga tā izdarīšanā, vai šo personu var saukt pie administratīvās atbildības,

vai ir atbildību mīkstinoši un pastiprinoši apstākļi, vai ir nodarīts mantisks zaudējums, kā arī jānoskaidro citi apstākļi, kam ir nozīme lietas pareizā izlemšanā.

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 atkārtotā, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Kā jau iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir sniegusi normatīvajam aktam neatbilstošas Reklāmas, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> 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.<sup>13</sup> panta otro daļu juridiskajām personām uzliek naudas sodu — no septiņdesmit līdz četrpadsmit tūkstoš *euro*. Pamatojoties uz LAPK 21.pantu, ja ziņas par administratīvo pārkāpumu ir pietiekamas, lai konstatētu, ka izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs, institūcija (amatpersona), kurai piekritīga lietas izskatīšana, ir tiesīga neuzsākt administratīvā pārkāpuma lietvedību vai izbeigt uzsāktu lietvedību un atbrīvot personu no administratīvās atbildības, aprobežojoties ar mutvārdu aizrādījumu.

Saskaņā ar LAPK 9.panta pirmo daļu par administratīvo pārkāpumu atzīstama prettiesiska, vainojama (ar nodomu vai aiz neuzmanības izdarīta) darbība vai bezdarbība, kura apdraud valsts vai sabiedrisko kārtību, īpašumu, pilsoņu tiesības un brīvības vai noteikto pārvaldes kārtību un par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība. Tādējādi vispārējā gadījumā administratīvā pārkāpuma lietā jākonstatē pie atbildības saucamās personas vaina. Ar vainu saprotama fiziskās personas subjektīvā psihiskā attieksme pret nodarījumu. Kā norādīts tiesību literatūrā, juridisko personu atbildības noteikšanā vainas jautājums nevar būt risināms veidā, kādā tiek noteikta fizisko personu vaina. Tāpēc juridiskās personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus, proti, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt normatīvo aktu, par kuru pārkāpšanu paredzēta administratīvā atbildība, ievērošanu, un, vai juridiskā persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo normatīvo aktu ievērošanu (skat. Senāta 2009.gada 5.marta sprieduma lietā Nr.SKA-19/2009 19.punktu).

Izvērtējot lietas apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, proti, patērētājiem sniegta normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenošanas veidu, atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību un atbildību mīkstinošo apstākļu neesamību, pārkāpēja mantisko stāvokli, ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas sniegšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods 300,00 EUR apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu, reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), reklāmas izplatīšanas apjomu un vietas, kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Vērtējot Sabiedrības mantisko stāvokli, PTAC ņem vērā pārkāpēja mantisko stāvokli tikai no tāda aspekta, lai piemērotais sods neradītu pārkāpējam pārmērīgu apgrūtinājumu un neradītu tam maksātnespējas stāvokli.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 272.pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 8. un 17.pantu, RL 3.panta pirmo daļu un 15.panta ceturtās daļas 3. un 5.punktu, astoto daļu,

### **n o l e m t s: SIA „ELIOTS”**

juridiskā adrese: Rūjienas iela 2A, Rīga, LV-1009

reģistrācijas numurs: 40103027910

1. **uzlikt** naudas sodu 300,00 EUR (trīs simti) apmērā,
2. **aizliegt** alkoholisko dzērienu reklāmu sniegšanu/izplatīšanu vides reklāmās, tostarp veikalu skatlogos.

Pieņemto lēmumu daļā par tiesiskā pienākuma uzlikšanu SIA „ELIOTS” saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā, Rīgā, Baldones ielā 1A normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā viena mēneša laikā no tā spēkā stāšanās dienas. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Pieņemto lēmumu daļā par naudas soda uzlikšanu saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu, LAPK 238.pantu, 288.panta pirmo un otro daļu un 289.panta pirmo daļu SIA „ELIOTS” var pārsūdzēt Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā Rīgā, Abrenes ielā 3 normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā desmit darba dienu laikā no pilna lēmuma paziņošanas dienas, tiesai adresēto sūdzību iesniedzot Patērētāju tiesību aizsardzības centrā, Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1010. Lēmuma pārsūdzēšana

Saskaņā ar Paziņošanas likuma 6.panta pirmo daļu, saņemot dokumentu vai informāciju uz vietas iestādē, adresāts par to parakstās, izņemot gadījumu, kad saskaņā ar normatīvajiem aktiem parakstīšanās par saņemšanu nav nepieciešama. Iestādes izsniegto dokumentu vai sniegto informāciju uzskata par paziņotu ar brīdi, kad adresāts ir parakstījis par saņemšanu. Paziņošanas likuma 8.panta trešajā daļā ir paredzēts, ka dokuments, kas paziņots kā ierakstīts pasta sūtījums, uzskatāms par paziņotu septītajā dienā pēc tā nodošanas pastā.

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-PTU-K10-2

Pieņemšanas datums: 2015.gada 23.aprīlis

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

Patērētāju tiesību aizsardzības centra

Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta

Otrās patērētāju kolektīvo interešu uzraudzības daļas vadītāja/

departamenta direktora vietniece (personiskais paraksts) S.Skrūzmane