NORAKSTS
Lieta Nr. A 42566307
A 2861-08/21

SPRIEDUMS
Latvijas tautas vārdā

Rīgā, 2008.gada 19.septembrī

Administratīvā rajona tiesa
šādā sastāvā: tiesnese I.Petrovska,

piedaloties pieteicēja sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Direct Office" pilnvarotajam pārstāvim *R.R.*,
atbildētāja Latvijas Republikas pusē pieaicinātās iestādes Patērētāju tiesību aizsardzības centra pilnvarotajām pārstāvēm Ievai Baldiņai un Sarmītei Kapeikai,

atklātā tiesas sēdē 2008.gada 5.septembrī Antonijas ielā 6, Rīgā, izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta pēc sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Direct Office" pieteikuma par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2007.gada 11.maija lēmumu Nr.3-r un Nr.4-r atcelšanu.

Aprakstošā daļa

[1] Administratīvajā rajona tiesā 2007.gada 14.jūnijā saņemti sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Direct Office" (turpmāk – pieteicējs vai Sabiedrība) pieteikumi par Patērētāju tiesību aizsardzības centra (turpmāk – atbildētājs) 2007.gada 11.maija lēmumu Nr.3-r un Nr.4-r (turpmāk – Lēmums) atcelšanu un materiālo zaudējumu 1386,16 latu apmērā atlīdzināšanu

Ar 2007.gada 6.augusta Administratīvās rajona tiesas tiesneses lēmumu pieteikumi pieņemti un ierosinātas administratīvās lietas.

Ar Administratīvās rajona tiesas tiesneses 2007.gada 22.oktobra lēmumu administratīvā lietas Nr. A 42566507 tika pievienota administratīvajai lietai Nr. A 42566307, nosakot apvienotajai administratīvajai lietai kopīgu lietas Nr. A 42566307.

[2] No lietas materiāliem secināms, ka:

[2.1] Laikraksta „Diena" 2007.gada 33.numura pielikuma „TV Izklaide" (8.-15.02.) 29.lpp. tika izplatīta reklāma ar virsrakstu „Pazīstama gaišreģe teic: „Es sūtu īstu talismanu, kas pilnībā mainīs jūsu dzīvi..."" (identiska satura reklāma krievu valodā tika izplatīta laikrakstā „TV televizionaja programma" 7.-23.02.2007.)

[2.2] 2007.gada 2.martā atbildētājs nosūtīja pieteicējam vēstuli, kurā pieprasīja iesniegt pierādījumus par minētajā reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) precizitāti, pareizību un atbilstību Reklāmas likuma normām.

[2.3] 2007.gada 12.aprīlī tika saņemti pieteicēja paskaidrojumi, kuros norādīts, ka presē publicētajai informācijai nav reklāmas raksturs, turklāt, kā pierādījums informācijas patiesums, tika pievienotas citu valstu iedzīvotāju vēstuļu kopijas, kurās apliecinātas *E.* spējas.

[2.4] Žurnāla „Privātā dzīve" 2007.gada otrā numura 31.lpp. tika izplatīta reklāma „Es parūpēšos, lai līdz gada beigām piepildītos jūsu kvēlākās ar naudu saistītās vēlēšanās".

[2.5] 2007.gada 25.janvārī atbildētājs nosūtīja pieteicējam vēstuli, kurā pieprasīja pieteicējam iesniegt pierādījumus par minētajā reklāmā norādīto paziņojumu (apgalvojumu) precizitāti, pareizību un atbilstību Reklāmas likuma normām.

[2.6] 2007.gada 5.martā tika saņemti pieteicēja paskaidrojumi, kuros norādīts, ka publicētajai informācijai nav reklāmas raksturs, savukārt, kā pierādījumi minētās informācijas patiesumam, tika nosūtītas vairāku Eiropas valstu iedzīvotāju vēstuļu kopijas, kurās personas apliecina *E.* spējas.

[2.7] 2007.gada 11.maijā atbildētājs pieņēma Lēmumus, kuros nolēma atzīt izplatīto reklāmu kā neatbilstošu normatīvo aktu prasībām, kā arī uzlikt par pienākumu atsaukt izplatīto reklāmu, iekļaujot atsaukumā atbildētāja Lēmumos norādīto tekstu.

[3] Uzskatot atbildētāja Lēmumus par nepamatotiem, pieteicējs iesniedza pieteikumu tiesā. Savā pieteikumā pieteicējs nepiekrīt Lēmumiem turpmāk minēto apsvērumu dēļ.

[3.1] Pieteicējs neatzīst sevi par reklāmas dēvēju LR Reklāmas likuma 10.panta izpratnē sekojošu iemeslu dēļ.

Sakarā ar laikrakstā publicētu tekstu un izplatīšanu pieteicējs rīkojas *E.* uzdevumā, lai saņemtu *E.*i nosūtītos kuponus vienā vietā un adresē un pēc saņemšanas šos kuponus visus kopā nosūtītu *E.* uz viņas pasta adresi - Residence Les Oliviers, 2 Place de la Paix, 06340 Drapa, Francija.

Tāda informācija ir norādīta kuponā un patērētāji skaidri var noteikt, ka kupons ir paredzēts *E.*i, nevis pieteicējam. Ar pseidonīmu *E.* rīkojas fiziskā persona *I.N.* (*Y.N.*), dzimusi 1949.gada 4.jūlijā, dzīvojoša Residence Les Oliviers, 2 Place de la Paix, 06340 Drapa (tekstā *E.*), tāpēc pieteicējs nav persona, kuras mērķis ir iegūt komerclabumu vai citu labumu.

Pieteicēja rīkojas *E.* interesēs pēc savas iniciatīvas un nekādu atlīdzību par to no *E.* nesaņem. Teksts bija saņemts no *E.* tādā pašā veidā, kādā viņa tos izvieto citās Eiropas Savienības valstīs. Šīs pieteicēja darbības ir brīvprātīgas un neprasa izdevumus, tāpēc pieteicējs piekrita izvietot tekstu, ņemot vērā to, ka izdevumus *E.* ir atlīdzinājusi. Tādējādi pieteicējs nav persona, kas atbild par šo tekstu saturu.

[3.2] Pieteicējs norāda, ka pēc sava satura laikrakstos izvietotais teksts nav reklāma Reklāmas likuma 1.panta izpratnē sekojošo iemeslu dēļ:

Laikrakstos izvietotais teksts satur informāciju par *E.* padoma iespējām un spējām, kura piekrīt bez atlīdzības, t.i. uzdāvināt ieinteresētai personai, tekstā norādīto bezmaksas palīdzību un monētu (talismanu) vai pareģot viņai.

Šī teksta mērķis ir parādīt, ka savas dzīves uzlabošanā ieinteresēts cilvēks var izmainīt savu dzīvi, izmantojot *E.* padoma iespējas un spējas, viņas ticības spēku, kas darbojas ar talismana palīdzību. Tādā veidā, kuponu nosūtījusī persona pateicoties savai ticībai *E.* spēkam, pati sasniedz veiksmi dzīvē, bez jebkādas paša talismana palīdzības. Pats par sevi talismans nedod nekādu labumu to ieguvušai personai un tāpēc nav prece vai pakalpojums, kas tiek popularizēts.

Tekstā publicētā informācija nav pieteicēja saimnieciskā vai profesionālā darbība un nekādā veidā nav saistīta ar pieteicēja komercdarbību.

Laikrakstos publicētais teksts norāda un apstiprina *E.* spējas, kas viņai ir pašas par sevi, t.i. spēja pareģot un apveltīt talismanu ar savu spēku. Šīs *E.* spējas nav viņas profesionālā vai saimnieciskā darbība, jo ir pamatota ar to, ka ieinteresētā persona izsaka savu lūgumu bez atlīdzības. *E.* padoms nosūtīt pareģojumu un talismanu ir viņas palīdzība un personīga velēšanās, nevis pienākums. Tāds ieinteresētas personas lūgums un *E.* padoms un palīdzība rada iespēju saņemt palīdzību, bet nevienam neuzliek to par pienākumu, un tāpēc nevar tikt uzskatīts kā saimnieciskā vai profesionālā darbība.

[3.3] Pieteicējs uzskata, ka atbildētājs nepamatoti secināja, ka reklāmas teksts maldina un neatbilst Reklāmas likuma prasībām.

Pieteicējs norāda, ka publicētais teksts sastāv no vairākām daļām, proti, satur *E.* fotogrāfiju un informāciju par viņas spējām, satur informāciju par personām, kas jau ir nosūtījuši kuponus un ir saņēmuši talismanu, kā arī satur kupona noformēšanas noteikumus.

Papildus pieteicējs iesniedza atbildētājam citu personu atsauksmju kopijas (kopā uz 63 lpp.)$_s$ kas arī apstiprināja tekstā norādīto informāciju un izteica *E.* pateicību.

Tādā veidā šīs atsauksmes apstiprina, ka atbildētāja rīcībā jau bija informācija un ziņas, kas precizēja un apstiprināja publicēto tekstu.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta otro daļu atbildētājam ir tiesības pieprasīt un saņemt ja tas īpaši nepieciešams lietas apstākļu noskaidrošanai konkrētajā gadījumā, pierādījumus par reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) precizitāti, pareizību un atbilstību šā līkumā un citu normatīvu aktu prasībām, ka arī noteikt to iesniegšanas termiņu.

Pieteicējs norāda, ka Lēmumā tika noradīts, ka tika uzsākta izplatītā teksta atbilstības normatīvu aktu prasībām izvērtēšana.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, kurā ir norādīts, ka šī izvērtēšana var tikt veikta pamatojoties uz personas iesniegumu vai citas iestādes sniegto informāciju vai atbildētāja iniciatīvas.

Tā kā nekāda informācija par reklāmas atbilstības likumam izvērtēšanas iemesliem nav norādīta, tas nozīmē, ka izvērtēšana tiek veikta pēc atbildētāja iniciatīvas un sakarā ar to nav nekāda konkrēta gadījuma vai apstākļu.

Tādējādi pieprasīt konkrētus pierādījumus par reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) precizitāti, pareizību un atbilstību nav pamata.

Bez tam, savos pieprasījumos atbildētājs nav norādījis kādus tieši konkrētus pierādījumus ir jāiesniedz.

Tāpēc nav pamatojuma atzīt publicēto tekstu par tādu, kam ir maldinošās reklāmas pazīmes Reklāmas likuma 8.panta otrās daļas izpratnē, jo nekādu seku nav.

[3.4] Pieteicējs uzskata, ka atbildētājs nepamatoti noraidīja un atteicās izvērtēt ziņas, kas atrodas lietā.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 149.pantu pierādījumi administratīvajā lietā ir ziņas par faktiem uz kuriem pamatoti administratīvā procesa dalībnieku prasījumi un iebildumu, kā arī ziņas par citiem faktiem, kuriem ir nozīme lietas izspriešanā.

Lēmumos norādīts, ka atbildētāja rīcībā ir dokumentu kopijas, kas netika atzītas par pierādījumiem, līdz ar to tekstā publicētās ziņas nav pierādītas.

Kā arī, fotokopijām, kas atrodas lietā nav juridiskā spēka. Atzīt dokumentus, kas atrodas lietā par spēkā neesošiem nav atbildētāja kompetencē līdz ar to atbildētāja secinājumi nav pamatoti.

[3.5] Pieteicējs uzskata, ka atbildētājs nepamatoti secināja par pieteicēja saimniecisko darbību sakarā ar publicēto tekstu. Lai novērtēt tekstu reklāmas statusā ir nepieciešama cēloņsakarība starp paziņojumu tekstā un saimniecisko vai profesionālo darbību.

Atbildētājs izvērtēja pieteicēja darbību, pamatojoties uz to, ka pieteicējs ir kapitālsabiedrība, tomēr atbildētāja secinājums nav pamatots.

[3.6] Pieteicējs norāda, ka saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 92.pantu ikviens ir tiesīgs prasīt atbilstīgu atlīdzinājumu par mantiskajiem zaudējumiem vai personiskajiem kaitējumiem, arī morālo kaitējumu, kas viņam nodarīts ar administratīvo aktu vai iestādes faktisko rīcību.

Lēmumā ir norādīts, ka Lēmuma pārsūdzēšana neaptur lēmuma izpildi, tāpēc pieteicējam ir pienākums to izpildīt.

Pieteicējs ar 2007.gada 11.jūnijā rēķinu Nr. RJ07/85 par summu 1386,16 lati apmaksāja Lēmumā norādīto atsaukumu un 2007.gada 12.aprīlī atsaukums tika publicēts.

Gadījumā, ja ar tiesas spriedumu Lēmums tiks atcelts vai atzīts par spēkā neesošu, tad pieteicējam ir pamats par materiālo zaudējumu atlīdzināšanu par summu 1386,16 lati sakarā ar augstāk norādīto.

[3.7] Pieteicējs uzskata, ka saskaņā ar 2006.gada 1.augusta Ministru kabineta noteikumiem Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums" atbildētāja kompetencē nav iekļautas tiesības noteikt kārtību savu pārsūdzēto Lēmumu izpildīšanai, līdz ar to Lēmumi saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 74.panta pirmo daļu nav spēka.

Turklāt Lēmumos nav norādīti izpildes steidzamības īpaši pamati, līdz ar to Lēmumi šajā daļā neatbilst Administratīvā procesa likuma 185.panta prasījumam un tāpēc nav spēkā.

[4] Administratīvajā rajona tiesā 2007.gada 10.septembrī saņemti atbildētāja rakstveida paskaidrojumi. Atbildētājs pieteikumu neatzīst un uzskata par nepamatotu balstoties uz minētajiem argumentiem.

[4.1] Atbildētājs nepiekrīt pieteicēja izteiktajam argumentam, ka pieteicējs nav uzskatāms par reklāmas devēju.

No administratīvās lietas materiāliem atbildētājs ir konstatējis, ka reklāmu ir publicējis pieteicējs nolūkā gūt sev komerciālu labumu. Nav pamatota pieteicēja atsaukšanās uz fizisku personu – *E.*, kuras uzdevumā pieteicējs ir darbojies.

Atbildētājs norāda, ka Reklāmā minētā „*E.*" ir viena no reklāmas satura sastāvdaļām, kura tiek izmantota, lai veicinātu reklamēšanas funkciju Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

[4.2] Atbildētājs nepiekrīt pieteicēja izteiktajam argumentam, ka publicētā reklāma neatbilst Reklāmas likuma 1.pantā noteiktajai reklāmas definīcijai.

Savos Lēmumos atbildētājs ir pamatojis un argumentējis, ka reklāma atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo tā ietver sevī

paziņojumu, adresētu sabiedrībai, par pieteicēja saimniecisko darbību, popularizējot to un veicinot pieprasījumu pēc tās.

[4.3] Atbildētājs nepiekrīt pieteicēja izteiktajam argumentam, ka reklāma nav uzskatāma par maldinošu.

Lēmumos ir norādīts, ka administratīvās lietas izskatīšanas gaitā, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu, pieteicējam tika pieprasīti pierādījumi par reklāmā lietoto apgalvojumu precizitāti un pareizību. Pieteicējs minētos pierādījumus, kuri apstiprina reklāmā lietoto apgalvojumu pareizību un precizitāti, neiesniedza.

No pieteicēja puses tika iesniegtas fotokopijas, uz kurām dažādās svešvalodās ar roku bija sarakstīti dažādi teksti.

Ņemot vērā iepriekš minēto, atbildētājs, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta otro daļu, uzskatīja vairākus reklāmā izteiktos apgalvojumus par maldinošiem. Pie šādiem apstākļiem atbildētājs uzskata, ka Lēmumos tika izdarīts pareizs slēdziens, ka reklāma ir maldinoša Reklāmas likuma 8.panta otrās daļas izpratnē.

[4.4] Atbildētājs nepiekrīt pieteicēja izteiktajam argumentam, ka atbildētājs nepamatoti ir atteicies izvērtēt pierādījumus lietā.

Savos Lēmumos atbildētājs ir norādījis, ka pieteicēja iesniegtās fotokopijas nevar kalpot par rakstveida pierādījumiem lietā, jo tām nav juridiska spēka, turklāt pieteicējs par to tika informēts.

[4.5] Atbildētājs nepiekrīt pieteicēja argumentam, ka Lēmumos ietvertā norāde „Lēmuma pārsūdzēšana neaptur lēmuma izpildīšanu" nav spēkā.

Minēto norādi satur Reklāmas likuma 17.panta otrā daļa. Līdz ar to uzskatīt, ka iepriekš minētā norāde nav spēkā ir nepamatoti. Pie tam iepriekš minētajai norādei ir būtiska nozīme sabiedrības interešu aizsardzībai reklāmas jomā. Izplatot publiski normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu ir svarīgi, lai sabiedrība pēc iespējas ātrāk tiktu informēta par šādu faktu un tiktu novērsti iespējamie zaudējumi.

[5] Tiesas sēdē pieteicēja pilnvarotais pārstāvis pieteikumu uzturēja pamatojoties uz pieteikumā minētajiem argumentiem.

Tiesas sēdē atbildētāja pilnvarotās pārstāves pieteikumu neatzina, pamatojoties uz Lēmumos un rakstveida paskaidrojumos tiesai norādītajiem apsvērumiem.

Motīvu daļa

[6] Tiesa, noklausoties administratīvā procesa dalībnieku paskaidrojumus, kā arī izvērtējot lietas apstākļus un lietā esošos pierādījumus kopsakarā, secina, ka pieteikums ir noraidāms.

[7] Administratīvā procesa likuma 103.pantā ir noteikts tiesas pienākums, izskatot administratīvo lietu, pārbaudīt iestādes izdota administratīvā akta vai faktiskās rīcības tiesiskumu vai lietderības apsvērumus rīcības brīvības ietvaros. Tiesiskums tiek vērtēts, pārbaudot, vai iestāde ir rīkojusies saskaņā ar procesuālajām un materiālajām tiesību normām.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 250.panta pirmo daļu, tiesa, taisot spriedumu, pārbauda, vai administratīvais akts izdots, ievērojot procesuālos un formālos priekšnoteikumus; vai administratīvais akts atbilst materiālo tiesību normām

un vai administratīvā akta pamatojums attaisno adresātam uzlikto pienākumu vai tam piešķirtās, apstiprinātās vai noraidītās tiesības.

Savukārt, minētā panta otrā daļa noteic, ka tiesa, vērtējot administratīvā akta tiesiskumu, spriedumā ņem vērā tikai to pamatojumu, ko iestāde ietvērusi administratīvajā aktā.

[8] Pārbaudot, vai pieņemot Lēmumus, ir ievēroti procesuālie un formālie priekšnoteikumi, tiesa pārkāpumus nekonstatē.

Lēmumi pieņemti atbildētāja kompetences ietvaros normatīvajos aktos noteiktajos termiņos.

Tāpat tiesa konstatē, ka atbildētājs ir izpildījis pieteicēja uzklausīšanas pienākumu, pieņemot no pieteicēja paskaidrojumus un izvērtējot tos.

Turklāt Lēmumi formāli satur Administratīvā procesa likuma 67.panta otrajā daļā paredzētās sastāvdaļas, tai skaitā, ir atsauces uz normatīvajiem aktiem, kā arī ir izdarīti lietderības apsvērumi.

[9] Pārbaudot Lēmumu materiālo tiesiskumu, tiesa konstatē, ka Lēmumos atbildētājs secinājis, ka pieteicējs ir pieļāvis Reklāmas likuma 8.panta pirmajā daļā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu, tādējādi saskaņā ar Reklāmas likuma15.panta ceturtās daļas 4.punktu, atbildētājs uzlika par pienākumu pieteicējam atsaukt izplatītās reklāmas.

[10] No lietas materiāliem tiesa konstatē, ka lietā nav strīda par lietas faktiskajiem apstākļiem, bet gan par attiecīgo tiesību normu piemērošanas pamatotību, proti, lietā ir strīds par to, vai pieteicējs ir uzskatāms par reklāmas devēju, par to, vai izplatītā informācija ir uzskatāma par reklāmu, kā arī par to, vai izplatītā informācija ir maldinoša.

[11] 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.

No minētās tiesību normas tiesa secina, lai kādu paziņojumu varētu atzīt par reklāmu, ir jākonstatē, ka paziņojums ir saistīts ar profesionālo vai saimniecisko darbību un šī paziņojuma nolūks ir veicināt attiecīgas preces vai pakalpojuma popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.

Analoģisks regulējums nostiprināts arī starptautiskajās tiesībās, proti, Eiropas Kopienu Padomes 1984.gada 10.septembra Direktīvā 84/450/EEK „Par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošo reklāmu”(kurā grozījumi ir izdarīti ar Direktīvu 97/55) (turpmāk – Direktīva), kuras 2.panta 1.punkts nosaka, ka „Reklāma” nozīmē priekšstata veidošanu jebkādā veidā saistībā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu, ieskaitot nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus.

[11.1] No lietas materiāliem tiesa konstatē, ka atbildētājs minēto informāciju ir atzinis par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē. Proti, atbildētājs Lēmumos norādījis, ka izplatītā informāciju ir publicēta attiecīgā izdevuma reklāmai paredzētajā vietā, ir sniegta vizuāla un tekstuāla informācija ar saukli „Es parūpēšos, lai līdz gada

beigām piepildītos 5 jūsu kvēlākās ar naudu saistītās vēlēšanās" un otrā gadījumā „Pazīstama gaišreģe teic: „Es sūtu īstu talismanu, kas pilnībā mainīs jūsu dzīvi..."".

Minētā vizuālā un tekstuālā informācija sastāv no tālāk norādītajām sastāvdaļām: cilvēka (sievietes) fotogrāfijas, kura tiek apzīmēta kā *E.*; tekstuālas informācijas, kuras satura izklāsts ir izteikts iepriekš minētajos saukļos; triju nezināmas izcelsmes monētu vai medaljonu fotogrāfija, kuru vizuāli skar violetas krāsas trijstūris, kurā ar baltiem burtiem ir rakstīts „Jums par brīvu Fortūnas monēta"; lapas vidū uz dzeltena fona atveidota apļveida ģeometriska figūra, kur tās augšējā daļā ar violetiem burtiem ir rakstīts „Jūsu piecas vēlēšanās droši vien ir kādas no šīm; kā arī zem iepriekš minētā teikuma ar melniem burtiem sniegtas 17 vēlēšanās; vai otrā gadījumā lapas apakšējās daļas kreisajā stūrī ir atveidota gaiši brūnas krāsas taisnleņķa ģeometriska figūra, kurā ir sniegta tekstuāla informācija un kā virsraksts izvietota frāze „Svarīgi! Tiem, kam dzīvē nav veicies."; lapas apakšējās daļas labajā stūrī ir atveidota gaiši brūnas krāsas taisnleņķa ģeometriska figūra, kura tiek apzīmēta kā „Īpašais bezmaksas talismana pieteikuma kupons" vai „kupons, kas par brīvu nodrošina piecu svarīgāk ar naudu saistīto vēlmju piepildīšanos...".

Minēto informāciju atbildētājs ir kvalificējis kā paziņojumu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo, izplatot šādu paziņojumu, sabiedrībai tiek sniegts vēstījums, kuru sabiedrība kopumā un atsevišķas tās personas uztver kā iespēju bez īpašiem priekšnoteikumiem un bezmaksas, tikai iegādājoties pastmarkas, kas jāpievieno nosūtāmajai anketai, iegūt finanšu līdzekļus vai citas mantiskas vērtības.

[11.2] Pieteicējs, savukārt, norādījis, ka minētās publikācijas ir informatīva rakstura paziņojumi, kam nav nekāda sakara ar reklāmu, jo pieteicējs no šīm publikācijām negūst nekādu finansiālu labumu, turklāt minētie paziņojumi nav saistīti ar pieteicēja profesionālo vai saimniecisko darbību.

[11.3] Izvērtējot minētos paziņojumus, tiesa secina, ka tie atbilst Reklāmas likuma 1.pantā definētajām reklāmas pazīmēm, jo šo paziņojumu nolūks ir veicināt *E.* pakalpojuma popularitāti un pieprasījumu pēc tiem. Turklāt saskaņā ar Uzņēmumu reģistra – Lursoft datu bāzes informāciju pieteicēja reģistrētie darbības veidi cita starpā ir arī mazumtirdzniecība ārpus veikaliem, mazumtirdzniecība pa pastu vai Interneta veikalos, pārējā mazumtirdzniecība ārpus veikaliem. Tādējādi tiesa secina, ka pieteicēja publicētie paziņojumi ir saistīti ar pieteicēja profesionālo vai saimniecisko darbību, turklāt, tiesas ieskatā, minētie paziņojumi ir saistīt arī ar pašas „*E.*" profesionālo vai saimniecisko darbību.

Ņemot vērā minēto, tiesa atzīst, ka pieteicēja publicētie informatīvie paziņojumi (turpmāk – Reklāma) ir atzīstami par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, līdz ar ko atbildētāja Lēmumos izdarītie secinājumi par to, ka minētie informatīvie paziņojumi ir reklāma, ir atzīstami par pamatotiem.

[12] Reklāmas izgatavošanas un izplatīšanas noteikumi ir ietverti Reklāmas likuma IV nodaļā, paredzot reklāmas devēja, reklāmas izgatavotāja un reklāmas izplatītāja tiesības un pienākumus.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.pantu 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 (10.panta pirmā daļa); reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu (10.panta otrā daļa); reklāmas

devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem (10.panta trešā daļa).

No minētās tiesību normas tiesa secina, lai personu atzītu par reklāmas devēju, ir jākonstatē, ka persona pati izgatavo un izplata vai tās uzdevumā tiek izgatavota un izplatīta reklāma ar nolūku gūt komerciālu vai kādu citu labumu, proti, konkrētajā gadījumā ir jānoskaidro, vai pieteicēja uzdevumā izgatavotās un izplatītās reklāmas mērķis ir gūt komerciālu vai citu labumu.

[12.1] No lietas materiāliem tiesa konstatē, ka atbildētājs ir atzinis pieteicēju par reklāmas devēju, jo pieteicējs, izmantojot „*E.*" tēlu un publicējot attiecīgās Reklāmas, gūst sev labumu.

[12.2] Pieteicējs noliedz jebkāda labuma gūšanu no minētajām Reklāmām. Tomēr no tiesas sēdē pieteicēja pilnvarotā pārstāvja sniegtajiem paskaidrojumiem, tiesa secina, ka lai arī pieteicējs neguva finansiāla rakstura labumu, tomēr pamatojoties uz vienošanos par minētās informācijas publicēšanu, pieteicējs guva cita veida labumus.

[12.3] Kā minēts iepriekš, 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. Konkrētajā gadījumā, kā tas konstatēts arī pārsūdzētajos Lēmumos, reklāmu pieteicēja uzdevumā izplatīja attiecīgie izdevēji, turklāt, kā tas ir norādīts arī Lēmumos, un atbildētāja rakstveida paskaidrojumos, nav pamatota pieteicēja atsaukšanās uz „*E.*" kā fizisku personu, kuras uzdevumā pieteicējs it kā darbojas, jo pieteicējs nav iesniedzis nekādus minēto faktu apliecinošus dokumentus, kā arī, tiesas ieskatā, pamatota ir atbildētāja secinājums, ka „*E.*" ir viena no reklāmas satura sastāvdaļām, kas tiek izmantota, lai veicinātu reklamēšanas funkciju Reklāmas likuma 1.pnata izpratnē.

Tā kā reklāmā tika reklamēti pakalpojumi, kuru izplatīšanai Latvijā ir ekskluzīvas pieteicēja tiesības, tad pieteicējs kā komercsabiedrība, nododot reklāmu izplatīšanai, ir rīkojies nolūkā gūt sev komerciālu labumu.

Tādējādi tiesa secina, ka pieteicējs atbilst visām Reklāmas likumā minētajām reklāmas devēja pazīmēm. Savukārt apstāklim, ka reklāmas materiālus pieteicējs iespējams saņēma no kādas citas personas, nav izšķirošas nozīmes, jo pieteicējs konkrētajā gadījumā atzīstams par patstāvīgu reklāmas devēju.

[12.4] Ievērojot minēto, tiesa atzīst par pamatotiem atbildētāja secinājumus, ka pieteicējs ir atzīstams par reklāmas devēju Reklāmas likuma 10.panta izpratnē.

[13] Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta pirmo daļu maldinoša reklāma ir aizliegta. Maldinošas reklāmas skaidrojums ir ietverts Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā, proti, 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. Savukārt Reklāmas likuma 8.panta trešajā daļā paredzēts, ka, nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes.

Turklāt arī Direktīvas 2.panta 2.punkts nosaka, ka „Maldinoša reklāma" nozīmē jebkuru reklāmu, kas jebkādā veidā, ieskaitot tās noformējumu, maldina vai var maldināt personas, kurām tā ir adresēta vai kuras tā sasniedz, un kas tās maldinošā rakstura dēļ var ietekmēt šo personu saimniecisko rīcību vai kas šo iemeslu dēļ aizskar vai var aizskart konkurentu.

[13.1] No lietas materiāliem tiesa konstatē, ka atbildētājs Reklāmu ir atzinis par maldinošu, jo pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu pieteicējam tika pieprasīts iesniegt pierādījumus par reklāmā lietoto apgalvojumu precizitāti un pareizību, tomēr pieteicējs šādus pierādījumus nebija iesniedzis. Pieteicējs atbildētājam bija iesniedzis vienīgi vēstuļu kopijas, kurās rokrakstā svešvalodās bija rakstīti dažādi teksti. Minētās vēstules atbildētājs neuzskatīja par pietiekamiem pierādījumiem, lai varētu uzskatīt, ka tie pierāda reklāmā lietoto apgalvojumu precizitāti un pareizību. Tādējādi, atbilstoši Reklāmas likuma 15.panta otrajai daļai, atbildētājs uzskatīja vairākus Reklāmās izteiktos apgalvojumus par maldinošiem.

[13.2] Pieteicējs, savukārt, norāda, ka publicētā informācija nav maldinoša, jo pieteicējs ir iesniedzis atbildētājam un arī lietas materiālos atrodas dažādu personu vēstules, no kurām izriet, ka publicētā informācija ir patiesa un precīza, proti, publicētajā informācijā minētie apgalvojumi ir pareizi.

[13.3] Reklāmas likuma 15.panta pirmā daļa nosaka, ka izvērtējot reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieprasīt un saņemt no reklāmas devēja, reklāmas izgatavotāja vai reklāmas izplatītāja paskaidrojumus, informāciju vai dokumentus un, ja tas īpaši nepieciešams lietas apstākļu noskaidrošanai konkrētajā gadījumā, pierādījumus par reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) precizitāti, pareizību un atbilstību šā likuma un citu normatīvo aktu prasībām, kā arī noteikt to iesniegšanas termiņu.

Lietā nav strīda, ka atbildētājs ir pieprasījis pieteicējam iesniegt šādus pierādījumus un informāciju.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta otro daļu, ja saskaņā ar šā panta pirmo daļu pieprasītie pierādījumi noteiktā termiņā netiek iesniegti vai tie nav pietiekami, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) par neprecīzu vai nepareizu.

Arī saskaņā ar Direktīvas 6.pnatu, dalībvalstis pilnvaro tiesas vai administratīvās iestādes, lai, izskatot 4.pantā paredzētās civillietas vai administratīvās lietas, tās varētu:

a) pieprasīt reklāmas devējam sagādāt pierādījumus par reklāmā apgalvoto faktu patiesumu, ja, ņemot vērā reklāmas devēja un jebkuras procesa puses likumīgās intereses, šāda prasība ir pamatota, ievērojot konkrētās lietas apstākļus, un

b) uzskatīt apgalvotos faktus par nepatiesiem, ja saskaņā ar a) apakšpunktu pieprasītie pierādījumi nav nodrošināti vai ja tiesa vai administratīvā iestāde tos uzskata par nepietiekamiem.

No minētajām tiesību normām tiesa secina, ka Uzraudzības iestāde un tiesa ir pilnvarotas uzskatīt konkrēto Reklāmu par maldinošu, ja attiecīgais reklāmas devējs nav iesniedzis pieprasītos pierādījumus, vai arī, ja iesniegtie pierādījumi iestādes vai tiesas ieskatā ir uzskatāmi par nepietiekamiem.

Tiesa konstatē, ka atbildētājs pieteicēja iesniegtās vēstuļu kopijas, kas turklāt ir arī rakstītas svešvalodās, ir atzinis par nepietiekamiem pierādījumiem, lai novērstu aizdomas par publicētās Reklāmas maldinošo saturu. Atbildētājs savus secinājumus pamatojis ar to, ka iesniegtie dokumenti neatbilst Ministru kabineta 1996.gada 23.aprīļa noteikumu Nr.154 „Dokumentu izstrādāšanas un noformēšanas noteikumi" 13., 14., 18. un 19.punkta prasībām.

Izvērtējot lietā esošos pieteicēja iesniegtos pierādījumus, tiesa atzīst par pamatotu atbildētāja secinājumu, ka pieteicēja iesniegtās svešvalodā un ar roku

rakstītās vēstuļu kopijas nav atzīstamas par pietiekamiem pierādījumiem, lai varētu atzīt, ka Reklāmas nav maldinošas, turklāt atbildētājs pamatoti ir norādījis, ka iesniegtie pierādījumi neatbilst Ministru kabineta 1996.gada 23.aprīļa noteikumu Nr.154 „Dokumentu izstrādāšanas un noformēšanas noteikumi" prasībām un tādējādi nav uzskatāmi par dokumentiem, kuriem ir juridisks spēks.

[13.4] Administratīvā procesa likuma 150.panta pirmā daļa noteic, ka iestādei jāpierāda tie apstākļi, uz kuriem tā atsaucas kā uz savu iebildumu pamatojumu. Tātad minētā tiesību norma noteic iestādes pienākumu pierādīt apstākļus, uz kuriem pamatota tās pozīcija, izdodot administratīvo aktu. Taču, minētais neliedz, bet saskaņā ar šā panta ceturto daļu tieši uzliek tiesai pienākumu savākt papildu pierādījumus pēc savas iniciatīvas gadījumā, ja kāds no procesa dalībnieku norādītajiem apstākļiem nav ar pietiekamu pārliecību konstatējams no esošajiem pierādījumiem *(skat.: Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2007.gada 15.novembra sprieduma lietā Nr.SKA-441 10.punktu; Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2008.gada 26.februāra spriedumu lietā SKA-40/2008).*

No minētajā izriet, ka tiesa, dodot vērtējumu lietas faktiskajiem apstākļiem, var atsaukties uz papildus iegūtiem pierādījumiem, kas nav minēti administratīvajā aktā. Turklāt atbilstoši Administratīvā procesa likuma 154.panta pirmajai daļai tiesai ir pienākums novērtēt administratīvā procesa dalībnieku iesniegtos pierādījumus *(skat.: Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2008.gada 26.februāra spriedumu lietā SKA-40/2008).*

Konkrētajā gadījumā atbildētājs tiesas sēdē iesniedza privātpersonas sūdzību Patērētāju tiesību aizsardzības centram, no kuras secināms, ka privātpersona ir nosūtījusi Reklāmā minēto kuponu cerībā bez atlīdzības saņemt attiecīgo talismanu un Reklāmā minētajos apgalvojumos norādītos labumus, kā rezultātā konkrētā privātpersona ir saņēmusi pasta sūtījumu no pieteicēja ar it kā atbildi no „*E.*", attiecīgo talismanu, turklāt ar pēcmaksas summu 15,8 latu apmērā, bet netika izpildīts Reklāmā minētais apgalvojums par norādīto labumu iestāšanos. (1.sējums, lietas lapa 61-69)

Tiesa konstatē, ka pieteicēja Reklāmās minētie apgalvojumi ir norādīti kategoriskā formā, proti, ir nepieciešams tikai nosūtīt attiecīgo kuponu un izpildīt norādītos noteikumus, lai reklāmā minētais apgalvojums izpildītos, kā arī minētais apgalvojums nepārprotami attiecas uz ikvienu personu, kura izpildot nosacījumus, kuponu nosūtīs.

Ņemot vērā minēto un izvērtējot tiesas sēdē atbildētāja iesniegtos pierādījumus kopsakarā ar pārējiem lietas materiāliem, tiesa secina, ka pieteicēja Reklāmas ir atzīstamas par maldinošām, jo maldinošs ir Reklāmās ietvertais apgalvojums, ka „to visu saņemsiet pilnīgi bez maksas", jo kā liecina atbildētāja tiesas sēdē iesniegtie pierādījumi, persona ir saņēmusi pasta sūtījumu no pieteicēja ar pēcmaksu, kā arī maldinošs ir Reklāmās ietvertais apgalvojums, ka kupons nodrošina svarīgāko vēlēšanos piepildīšanos, jo lietā esošie pierādījumi apliecina pretējo, proti, ka kupona nosūtīšana nenodrošina personas vēlēšanās piepildīšanos.

[13.5] Pieteicējs tiesas sēdē norādīja, ka konkrētais pierādījums neattiecas uz šo administratīvo lietu, tomēr tiesa minēto pieteicēja argumentu atzīst par nepamatotu. Tiesas ieskatā, lai arī konkrētā persona ir atsaukusies uz citu pieteicēja publicētu reklāmu, tomēr visu pieteicēja publicēto Reklāmu saturs un būtība ir analoģisks, mainītas tiek tikai attiecīgo Reklāmu sastāvdaļas.

Ievērojot minēto, tiesa atzīst, ka atbildētāja iesniegtais pierādījums ir attiecināms arī uz izskatāmo administratīvo lietu, turklāt tas pierāda, ka pieteicēja izplatītās Reklāmas ir maldinošas.

[13.6] No pieteicēja pilnvarotā pārstāvja tiesas sēdē sniegtajiem paskaidrojumiem secināms, ka Reklāmās iespējams netika ietverta visa informācija, jo par tālāko sadarbību ar „*E.*" personas labprātīgi var vienoties.

Vērtējot, vai kādas informācijas nenorādīšana Reklāmā var tikt uzskatīta par maldinošu apstākli, tiesa secina, ka reklāmas devējs reklāmā var norādīt tik apjomīgu informāciju, cik vēlas, tai pat laikā, šai informācijai pie jebkuriem apstākļiem un pie jebkura informācijas apjoma jābūt patiesai.

Tiesas ieskatā, gadījumā, ja reklāmā iztrūkst tāda informācija, kas būtiski var ietekmēt un izmainīt reklāmā jau esošos apgalvojumus, tas var tikt novērtēts kā maldinošs aspekts.

Minētais izriet no Reklāmas likuma 8.panta otrās daļas, kura noteic, 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.

Tātad, pašam reklāmas tekstam ir jāsatur tāda informācija, kas pati par sevi ir patiesa un ko nevar izmainīt papildus informācijas iegūšana.

[13.7] Ievērojot augstāk minētos apsvērumus, tiesa atzīst, ka Reklāmās iekļautie apgalvojumi ir maldinoši, līdz ar to ir konstatējams Reklāmas likuma 8.panta pirmās daļas pārkāpums.

[14] Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.

Kā jau tiesa iepriekš [12] konstatējusi, pieteicējs ir atzīstams par reklāmas devēju.

Savukārt 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, ka tiesa iepriekš [13] ir konstatējusi, ka pieteicēja reklāmās iekļautie apgalvojumi ir maldinoši, līdz ar ko Reklāmas ir atzīstamas par maldinošām, tiesa secina, ka pieteicējs nebija tiesīga nodot izplatīšanai minētās Reklāmas.

[15] Reklāmas likuma 2.pants noteic, ka viens no šā likuma mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses kopumā reklāmas jomā.

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.

Administratīvā procesa likuma 66.pants nosaka lietderības apsvērumu saturu, proti, apsverot administratīvā akta izdošanas vai tā satura lietderību, iestāde lemj:

1) par administratīvā akta nepieciešamību, lai sasniegtu tiesisku (leģitīmu) mērķi;

2) par administratīvā akta piemērotību attiecīgā mērķa sasniegšanai;

3) par administratīvā akta vajadzību, tas ir, par to, vai šo mērķi nav iespējams sasniegt ar līdzekļiem, kuri mazāk ierobežo administratīvā procesa dalībnieku tiesības vai tiesiskās intereses;

4) par administratīvā akta atbilstību, salīdzinot privātpersonas tiesību aizskārumu un sabiedrības interešu ieguvumu un ņemot vērā, ka privātpersonas tiesību būtisku ierobežošanu var attaisnot tikai ievērojams sabiedrības ieguvums.

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.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturto daļu, ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā papildu informāciju, 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus tās elementus, 3) aizliedz reklāmas izplatīšanu, 4) pieprasa reklāmas atsaukumu, 5) lemj par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā.

No minētajām tiesību normām izriet, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturto daļu atbildētājam ir tiesības izvēlēties, kāda satura administratīvo aktu pieņemt. Tādējādi, tiesa secina, ka pārsūdzētie Lēmumi ir satura izvēles administratīvie akti un iestādei bija jāizdara lietderības apsvērumi.

No lietas materiāliem tiesa konstatē, ka atbildētājs ar Lēmumiem pieteicējam ir uzlicis Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 4.punktā noteikto tiesisko pienākumu, proti, pieprasījis atsaukt Reklāmas, iekļaujot atsaukumā konkrēta satura tekstu.

Izvērtējot minēto administratīvo aktu satura lietderīgumu, tiesa konstatē, ka atbildētājs ir ņēmis vērā arī Reklāmas likuma 2.panta otrajā punktā noteikto, ka viens no Reklāmas likuma mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī kopumā visas sabiedrības intereses reklāmas jomā.

Turklāt tiesa atzīst par pamatotiem atbildētāja secinājumus, ka personai atsevišķi un sabiedrībai kopumā neatkarīgi no savas gribas drukātajos preses izdevumos tiek sniegta iespēja iepazīties ar maldinošu Reklāmu, kuras izplatīšana un kura sava maldinošā rakstura dēļ ietekmē vai var ietekmēt personas ekonomisko rīcību iegādāties tās izvēlēto preci vai pakalpojumu.

Tiesa konstatē, ka konkrētajā lietā pārsūdzētie Lēmumi ir pieņemti ar leģitīmu mērķi, proti, aizsargāt patērētāju tiesības reklāmas jomā.

Ievērojot minēto, tiesa atzīst par pamatotu atbildētāja secinājumu, ka atsaucot izplatītās Reklāmas, tiks sasniegts leģitīms mērķis, kā rezultātā ikviena persona atsevišķi un sabiedrība kopumā uzzinās, ka minētās Reklāmas ir maldinošas.

[16] Pieteicējs, iebilstot pret tam piemēroto tiesisko pienākumu atsaukt reklāmu, norāda, ka lietā nav apstiprinājies viedoklis par patērētāju maldināšanu un personu interešu prettiesisku aizskārumu.

Minēto pieteicēja argumentu tiesa noraida kā nepamatotu, jo atbildētājam ir tiesības pēc paša iniciatīvas atbilstoši Reklāmas likuma 13.panta pirmajai daļai kā uzraugošajai iestādei uzraudzīt šī likuma ievērošanu.

Šim mērķim nav nepieciešams kāda konkrēta patērētāja iesniegums, kurā tiktu apšaubīts reklāmas teksts. Tādējādi, iestāde pati var izdarīt secinājumus par reklāmas nodarīto kaitējumu vai sekām.

Turklāt, tiesas ieskatā, nevar uzskatīt, ka šādu seku nav un ka reklāmas maldinošais iespaids varētu tikt dzēsts tikai ar Reklāmas izplatīšanas pārtraukšanu. Reklāma tiek izplatīta ar konkrētu mērķi – radīt sekas, proti, piesaistīt patērētāju uzmanību.

Tiesas ieskatā, nav nemaz iespējams pieņemt pretējo, jo tādā gadījumā zūd Reklāmas jēga, un, kā izriet no lietas materiāliem un tiesas sēdē pieteicēja pilnvarotā pārstāvja sniegtajiem paskaidrojumiem, tad arī pieteicējs Reklāmas izplatījis, lai kaut ko panāktu, proti, radītu sev kādas labvēlīgas sekas.

Tomēr, ievērojot to, ka reklāma bijusi maldinoša, šīs sekas jāmēģina ar visefektīvākajiem līdzekļiem vērst par labu. Par šādu līdzekli nevar kalpot vienkāršs reklāmas izplatīšanas pārtraukums, jo nevienam nebūs zināms, kāpēc konkrētās Reklāmas vairs netiek izplatītas. Pie līdzīgiem secinājumiem savos Lēmumos ir nonācis arī atbildētājs.

Turklāt, atbilstoši Reklāmas likuma 15.panta piektajai daļai šā panta ceturtajā daļā minētās darbības tiek veiktas arī tad, ja nav pierādījumu par nodarītajiem zaudējumiem, kā arī trūkst pierādījumu par to, ka reklāmas devējs darbojies ļaunā nolūkā vai nevērīgi.

No minētās tiesību normas tiesa secina, ka atbildētājam konkrētu ierobežojumu noteikšanai nav nepieciešams konstatēt zaudējumus vai reklāmas radītās sekas. Tiesas ieskatā, seku vai zaudējumu esamība ir jākonstatē tikai tādā apjomā, lai saprātīgi varētu piemērot konkrētu ierobežojošu līdzekli, ar kura palīdzību šīs sekas var efektīvi novērst.

Tiesa konstatē, ka atbildētājs šādu lēmumu pieņēmis, vadoties no Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējā satura, pasniegšanas veida un noformējuma.

Turklāt, izplatot maldinošu reklāmu, pieteicējam ir jārēķinās, ka tas var radīt nelabvēlīgas sekas gadījumā, ja šāds fakts tiek atklāts, tai skaitā, jāpacieš arī zaudējumi, kas saistīti ar reputācijas graušanu un atsaukuma publicēšanu.

Ievērojot minēto, tiesa uzskata, ka pieteicējam piemērotais tiesiskais pienākums ir tiesisks un samērīgs.

[17] Ņemot vērā iepriekš [8] – [16] konstatēto, tiesa secina, ka atbildētājs pareizi konstatējis un novērtējis lietas faktiskos un tiesiskos apstākļus, konstatējot, ka pieteicējs izplatījis maldinošu reklāmu, kas ir Reklāmas likuma 8.panta pirmās daļas pārkāpums.

Ievērojot minēto, tiesa atzīst, ka atbildētājs pamatoti uzlicis pieteicējam 15.panta ceturtās daļas 4.punktā noteikto tiesisko pienākumu, proti, pieprasījis atsaukt Reklāmas, iekļaujot atsaukumā konkrēta satura tekstu, jo maldinošas reklāmas izplatīšana vai sniegšana ir aizliegta.

Tiesas ieskatā, pieteicējam noteiktais tiesiskais pienākums ir taisnīgs un samērīgs.

Tiesa atzīst, ka atbildētāja izdarītie lietderības apsvērumi pilnībā attaisno pieteicējam uzlikto tiesisko pienākumu, jo atbildētājs ir izvērtējis gan apsvērumus par Reklāmu plašo mērķauditoriju, gan pašu Reklāmu prettiesisko saturu, kas var maldināt patērētājus, gan arī Reklāmu pasniegšanas veidu un noformējumu, kas vēsts uz apgalvojuma formā izteiktiem priekšlikumiem, kas turklāt attiecināti uz pilnīgi visām personām, kuras izpildīs norādītos nosacījumus, gan to, ka Reklāmas izplatītas visā Latvijā ar preses izdevumu starpniecību, tādējādi aptverot visplašāko

mērķauditoriju, kas lielākoties ir tieši mazturīgi cilvēki, kā arī cilvēki, kuriem dzīvē iet grūti, gan reklāmas izplatīšanas apjomus, jo Reklāmas izplatītas dažādos veidos un lielā apjomā.

Atbildētājs uzlicis pieteicējam konkrētu tiesisko pienākumu, jo tas varētu atturēt gan pašu pieteicēju, gan citus tirgus dalībniekus no līdzīgu pārkāpumu pieļaušanas un atkārtošanās.

Tiesas ieskatā, šāds mērķis ir leģitīms un ir sasniedzams ar uzlikto tiesisko pienākumu.

[18] Ievērojot spriedumā minētos apsvērumus, tiesa atzīst, ka atbildētāja Lēmumi ir tiesiski un pamatoti, tāpēc nav pamata to atcelšanai, bet pieteicēja pieteikums ir noraidāms.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246.-251. un 289.-291.pantu, Administratīvā rajona tiesa

nosprieda:

Noraidīt sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Direct Office" pieteikumus par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2007.gada 11.maija lēmumu Nr.3-r un Nr.4-r atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā divdesmit dienu laikā no sprieduma sastādīšanas dienas, iesniedzot apelācijas sūdzību Administratīvajā rajona tiesā.

Spriedums sastādīts un parakstīts 2008.gada 19.septembrī.

Tiesnese (paraksts) I.Petrovska

NORAKSTS PAREIZS
Administratīvās rajona tiesas

tiesnese_____I.Petrovska

Rīgā, 2008.gada 19.septembrī.