



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā, 2018.gada 5.aprīlī

LĒMUMS Nr.62

Par soda uzlikšanu reklāmas pārkāpuma lietā Nr.RP/2017/6-8/1

Izskatot reklāmas pārkāpuma lietu par iespējamo Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 35.panta otrās daļas 3.punkta un Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektās daļas pārkāpumu izdarīšanu elektroniskā plašsaziņas līdzekļa SIA “Media 360”, reģ.nr.40103360903, (turpmāk – Media 360) programmā “360TV”, apraides atļaujas Nr.AA-080/1, (turpmāk – Programma), Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) šādā sastāvā: Padomes priekšsēdētāja vietnieks I.Āboliņš, Padomes locekle G. Līdaka, Padomes locekle I.Beitika, piedaloties Media 360 pilnvarotajai pārstāvei I.Smirnovai,

konstatē:

[1] Pārbaudot programmas Media 360 izplatītos “HAT TRICK” raidījuma 2017.gada 13.septembra, 4.oktobra un 1.novembra ierakstus, Padome konstatēja (Padomes 2017.gada 7.novembra pārbaudes ziņojums Nr. P/2017/6-6/92 (turpmāk – Pārbaudes ziņojums)), ka:

[1.1] Programmā 2017.gada 13. septembra raidījumā laikā no plkst. 22:01:20 līdz plkst. 22:03:20, raidījuma vadītāji vairākkārtīgi piemin azartspēļu pakalpojumu sniedzēja SIA “viensviens.lv” interneta vietni www.11.lv (turpmāk – 11.lv). Tāpat ekrānā tiek demonstrēti SIA “viensviens.lv” noteiktie sporta notikuma iznākuma koeficienti. Proti, raidījumā izplatīta informācija par azartspēļu pakalpojumu sniedzēja SIA “viensviens.lv” prognozēm par Latvijas autosportistu rezultātiem sacensībās. Raidījuma vadītāji izplata šādu tekstu:

Armands: “Bruni, Bruni, nāc šurp, mums ir viensviens.lv – skaitļi nemelo, skaitļi nemelo! Valdiņ, un nu man jāatzīst, viensviens.lv izcenoja un es atkal esmu urrā! Intriga ir kāda – vai Baumanis vai Nitišs iebruks finālā?”

Brunis: “A ko mums saka draugi no viensviens.lv, tur taču ir kaut kādi varianti?”

Armands: “Viņi, skaidrs, ka mazliet augstāk izceno Baumani, es uzreiz saku, ka jā – Baumanis, varbūt Baumanis – Tev jāņem Reinis!”

Valdis: “Nu es ņemšu Reini, jā, kāpēc Reini, tāpēc, ka viņš, pirmkārt, ir vairāk braucis un ir vairāk finālu un viņš vinnēs beidzot!”

[1.2] Programmā 2017.gada 4.oktobra raidījumā laikā no plkst. 22:00:24 līdz plkst. 22:02:20 tiek pieminēta azartspēļu pakalpojumu sniedzēja SIA “viensviens.lv” interneta mājas lapa 11.lv. Raidījuma vadītāji citstarp izplata šādu tekstu:

Brunis: “Kurš uzvarēs, neizšķirtu mēs neizskatām, mēs esam maksimālisti!”

Armands: “Mūsu draugi – eksperti no viensviens.lv – dod lielāku priekšroku Fēru salām!”

Valdis: “Cik tas ir?”

Armands: “Jā, nu 1,75 un Latvijai 2.0, tātad liekot uz Latviju var nopelnīt vairāk, bet viņi saka, nu, veči, varbūtība izbraucienā pret Fēru salām, pat ja tur dzīvo nedaudz vairāk iedzīvotāju kā Liepājā, tas nekas. Ko, Valdi, Tu teiksi? Es Tev ļauju izvēlēties, jo līdz šim ir bijis tā, ko es izvēlos – tas notiek.”

Valdis: “Nē, nē, Tu izvēlies, turpini!”

Armands: “Tad es saku, ka mēs uzvaram, mēs uzvaram!”

[1.3] Programmā 2017.gada 1.novembra raidījumā laikā no plkst. 22:01:30 līdz plkst. 22:02:20 tiek pieminēta azartspēļu pakalpojumu sniedzēja SIA “viensviens.lv” interneta vietne 11.lv. Tāpat ekrānā tiek demonstrēti SIA “viensviens.lv” noteiktie sporta notikuma iznākuma koeficienti. Proti, raidījumā izplatīta informācija par azartspēļu pakalpojumu sniedzēja SIA “viensviens.lv” prognozēm attiecībā uz konkrētu apstākļu iestāšanos un izvietota norāde uz noteikto koeficientu avotu, tas ir, SIA “viensviens.lv” interneta vietni 11.lv. Raidījuma vadītāji izplata šādu tekstu:

Brunis: “Tātad, jautājums ir tāds – Vai līdz 7.novembrim kāds no šiem zvirbuļiem pameīs savas siltās vietņas?”

Armands: “Kuru izmetīs ārā? Un mūsu draugi no viensviens.lv, godīgi sakot, viņi lielāko likmi – 6,4 – liek uz Kuldu, uz Kuldu liek. Ābolam ir – 9,25 – it kā nevērtē tik traki, bet principā Ābols ir vistuvāk tam visam, bet, zinot Skanstes ielu, arī Ankipāns ar visām tām labajām spēlēm, kādas viņam te ir, – zaudējumi tomēr tāpat krājas, katrā gadījumā vienu izmetīs.”

Valdis: “Man jau citu variantu neatliek kā pateikt – Armand, Tu peldi.”

Armands: “Jo bukmeikeri saka – neviens, tas nozīmē izcenojums – 1,30. Valdi, bukmeikeri tā kā saka, ka neviens, Tu būsi diezgan tuvu, it kā, bet tik tālu par derībām.”

[2] Ievērojot minēto, 2017.gada 7.novembrī Padomes priekšsēdētāja Dace Ķezbere rezolūcijas formā pieņēma lēmumu uzsākt reklāmas pārbaudes lietu par Media 360 Programmā iespējamo azartspēļu reklāmas izplatīšanu 2017.gada 13.septembra, 4.oktobra un 1.novembra raidījumos “HAT TRICK”.

[3] Media 360 savos 2017.gada 7.novembra paskaidrojumos par uzsākto lietvedību norāda:

[3.1] Media 360 televīzijas programmas “360 TV” raidījuma “HAT TRICK” (turpmāk – Raidījums) producēšanu veic SIA “AV 25” (turpmāk – Producents) atbilstoši pušu 2017.gada 28.augustā noslēgtajam līgumam Nr.MED-L-17-136 (turpmāk – līgums), kurš paredz Producenta pienākumus:

- veikt raidījuma producēšanu, uzņemoties tiesisko un materiālo atbildību par Raidījumu, kā arī par jebkuru informāciju un izmantotajiem darbiem, kurus satur Raidījums, t.sk. Raidījuma saturu, formu, atbilstību vispārpieņemtajai nozares praksei un Latvijas Republikas normatīvo aktu prasībām;

- neveikt jebkādu trešo personu produktu, jo īpaši saistībā ar alkoholu, azartspēlēm, nebanku kredītēšanas pakalpojumiem un jebkādu tādu materiālu publiskošanu, kas nav piemērots nepilngadīgām personām;
- patstāvīgi sekot Raidījuma satura (t.sk. audiovizuālā) un tehniskai atbilstībai normatīvo aktu prasībām un pušu saskaņotajai tehniskai specifikācijai.

[3.2] Media 360 norāda, ka patstāvīgi ir veicis NEPLP vēstulei pievienotajā pārbaudes ziņojumā norādīto Raidījuma satura vērtējumu, kā arī pēc pieprasījuma saņēmis atbilstošus paskaidrojumus no Producenta saistībā ar minētā Raidījuma satura, kā rezultātā var norādīt:

- kā jau NEPLP pārbaudes atzinumā norādīts, konkrēto Raidījumu saturā ir konstatējamas vārdiskas atsauces uz interneta vietnē 11.lv publiski pieejamām derību likmēm;
- Producenta sniegtajā skaidrojumā atsauces izmantotas balstoties uz nepieciešamību nodrošināt Raidījuma skatītājiem pienācīgi izklaidējošu, saistošu un mūsdienīgu saturu. Salīdzinošās atsauces ietvertas Raidījumu satura daļā, kurā Raidījuma vadītāji izsaka savas rezultātu prognozes (minējumus) un to iestāšanās varbūtību. Media 360 norāda, ka tikai vienas minētās vietnes vairākkārtēja pieminēšana saistīta ar apstākli, ka Producenta pārstāvjiem nebija nekādas motivācijas un laika resursu veikt izvērstākus meklējumus attiecībā uz citām interneta vietnēm, kurās būtu pieejamas derību likmes attiecībā uz notikumiem sporta jomā;
- Media 360 un Producenti ar jebkādiem subjektiem, kuriem tieši vai netieši pieder vietne un/vai kuri ar vietnes starpniecību veic un/vai popularizē jebkādu komercdarbību nav slēdzis jebkāda veida līgumus jeb saņēmis samaksu vai citu atlīdzību par vietnes vārdsauces pieminēšanu konkrētajos raidījumos vai citos televīzijas programmas “360 TV” raidījumos;
- Media 360, sekojot raidījuma saturam, bija patstāvīgi konstatējusi atsauces un ar tām saistītos riskus konstatēt atsevišķas pazīmes, kuras vedina konstatēt iespējamo vietnes popularizēšanas faktu. Minēto Media 360 secinājumu, kā arī Producenta pienācīgas un nekavējošas iesaistes rezultātā, tika nepieļautas jebkādas turpmākas atsauces uz vietni vai cita veida resursiem vai pakalpojuma sniedzējiem, kuru popularizēšana ir ierobežota normatīvajos aktos.

[3.3] Media 360 uzskata, ka Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma izpratnē neviena no atsaucēm nav atzīstamas par audio un audiovizuālu komerciālu paziņojumu. Atsaucēs ietvertā informācija nav sniegta ar mērķi popularizēt azartspēles;

[3.4] Media 360 pauž gatavību pilnīgi un patstāvīgi izvērtēt un ņemt vērā NEPLP norādījumus un ieteikumus ar televīzijas programmas “360 TV” satura kvalitāti saistītus jautājumus, kā arī Media 360 lūdz NEPLP izbeigt lietu Nr.RP/2017/6-8/1.

[4] Latvijas Republikas Izložu un azartspēļu uzraudzības interneta vietnes sadaļās “*Interaktīvo azartspēļu licences*” un “*Klasisko azartspēļu licences*” izvietota informācija, kas

apliecina, ka SIA “viensviens.lv” ir licencēts azartspēļu pakalpojumu sniedzējs (*sk. <https://www.iaui.gov.lv/lv/azartspeles>*).

[5] Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta risinājumu daļa ir augstākā līmeņa domēna .lv reģistra un elektroniskās numurēšanas sistēmas turētājs. Saskaņā ar augstākā līmeņa domēna .lv reģistru, SIA “viensviens.lv” ir domēna vārda 11.lv lietotājs.

[6] Apskatot SIA “viensviens.lv” interneta vietni 11.lv, ir acīmredzams, ka tajā tiek piedāvāti azartspēļu pakalpojumi. Cīstarp 11.lv ir pieejams sporta totalizators, proti, dalībnieks, iemaksājot likmi, izsaka prognozi par viena vai vairāku notikumi iestāšanos. Totalizatora laimests ir atkarīgs no iemaksātās likmes summas, azartspēļu pakalpojuma sniedzēja (šajā gadījumā SIA “viensviens.lv”) noteiktā koeficienta un prognozes rezultāta (*sk. <https://www.11.lv/lv/>*).

[7] SIA “viensviens.lv” pieder Latvijas Republikas Patentu valdē reģistrēta vārdiska preču zīme “VIENS VIENS”, reģistrācijas numurs M 66 936 (*sk. <http://databases.lrpv.gov.lv/databases/lv/trademark/details/m-13-702>*). Tātad raidījumā vairākkārtīgi tiek minēta azartspēļu pakalpojumu sniedzējam piederoša preču zīme.

[8] Lietas izskatīšanas laikā 2018.gada 5.aprīlī Media 360 pilnvarotā pārstāve Ieva Smirnova norādīja, ka Media 360 nepiekrīt Padomes konstatētajiem reklāmas pārkāpumiem Programmas raidījumos “HAT TRICK”.

Elektroniskais plašsaziņas līdzeklis nepiekrīt, ka raidījumos konstatētās atsauces uz SIA “viensviens.lv” būtu klasificējamas kā reklāmas, jo Media 360 un raidījuma producenti nav slēdzis jebkāda veida līgumus jeb saņēmis samaksu vai citu atlīdzību par vietnes 11.lv vārdisku pieminēšanu konkrētajos raidījumos vai citos televīzijas Programmas raidījumos. Tāpat Media 360 nepiekrīt, ka preču zīmes attēlošana un vārdiska pieminēšana raidījuma laikā jebkādā veidā popularizētu konkrēto azartspēļu pakalpojumu sniedzēju, jo nav tieša aicinājuma piedalīties un pirkt azartspēļu pakalpojumu.

Media 360 pārstāve norādīja, ka sabiedrība pauž gatavību izvērtēt un ņemt vērā Padomes norādījumus un ieteikumus, kā arī Media 360 lūdz Padomi izbeigt uzskākto reklāmas pārkāpuma lietu.

Ievērojot konstatēto, Padome

s e c i n a :

[9] Lietā nav strīda par Media 360 Programmā izplatīto saturu. Lietā ir strīds, vai lēmuma punktos 1.1, 1.2, un 1.3 atspoguļotais saturs ir reklāma, kā arī, vai ir konstatējams azartspēļu reklāmas izplatīšanas ārpus azartspēļu organizēšanas vietām aizlieguma pārkāpums. Līdz ar to, pamatojoties uz turpmākajiem apsvērumiem, Padome pamatos minētā aizlieguma pārkāpumu Media 360 darbībā un elektroniskā plašsaziņas līdzekļa atbildību.

[10] Reklāmas likuma mērķis saskaņā ar likuma 2.pantu ir reglamentēt reklāmas izplatīšanu. Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa paredz, ka papildu prasības reklāmas jomā var noteikt arī citos likumos. Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektā daļa *expressis verbis* paredz aizliegumu ārpus azartspēļu organizēšanas vietām reklamēt azartspēles. Atbilstoši Reklāmas likuma 13.panta pirmajai daļai tā uzraudzību savas kompetences ietvaros veic arī Padome. Saskaņā ar Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 57.pantu un 60.pantu Padome nodrošina elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības, tostarp izplatīto programmu satura atbilstību normatīvo aktu prasībām. Lasot augšminētās tiesību normas to savstarpējā sakarībā, secināms, ka Padomei ir jānodrošina elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās izplatīto reklāmu likumības uzraudzība, tostarp jāuzrauga, vai elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās tiek ievērots Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektajā daļā noteiktais azartspēļu reklamēšanas aizliegums, kas neapšaubāmi attiecas arī uz elektronisko plašsaziņas līdzekli Media 360.

[11] Vispārējais reklāmas izvietojuma regulējums ir noteikts Reklāmas likumā. Reklāmas likuma 1.pants noteic: *“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.”* Tātad, lai paziņojumu atzītu par reklāmu, ir jākonstatē, ka tas izplatīts nolūkā veicināt kāda pakalpojuma popularitāti vai pieprasījumu pēc tā. Izskatāmajā reklāmas pārkāpuma lietā konstatēts, ka Media 360 Programmas raidījumā ir izplatīta informācija par azartspēļu pakalpojumu sniedzēja SIA “viensviens.lv” interneta vietni 11.lv, kurā komersants nodrošina azartspēļu pakalpojumu sniegšanu, un tajā noteiktajiem koeficientiem attiecībā uz konkrētu ar sportu saistītu notikumu iestāšanos. Tādējādi raidījuma skatītāji tiek informēti par konkrētu azartspēļu pakalpojumu sniegšanas vietu un konkrētiem koeficientiem, kurus noteicis SIA “viensviens.lv”, kas ir tieši saistīts ar azartspēļu veidu – totalizatoru. Tātad raidījuma “HAT TRICK” vadītāji, nosaucot konkrēta azartspēļu pakalpojuma sniedzēja preču zīmi, interneta vietni un tā noteiktos totalizatora koeficientus attiecībā uz konkrētu notikumu iestāšanos, tieši popularizē azartspēļu pakalpojumu sniedzēju SIA “viensviens.lv”, tā interneta vietni 11.lv, kurā tiek nodrošināta azartspēļu pakalpojumu sniegšana un SIA “viensviens.lv” sniegtos azartspēļu pakalpojumus. Nepastāv saprātīgas šaubas, ka sistemātiska, ar konkrētu komersantu un tā piedāvāto azartspēļu pakalpojumu identificējošas informācijas izplatīšana elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā tiek veikta nolūkā popularizēt kā pašu komersantu, tā arī tā piedāvātos pakalpojumus, kas šajā gadījumā ir azartspēļu pakalpojumi.

Jāatzīmē, ka Reklāmas likuma 1.pantā noteiktā definīcija atlīdzību neparedz kā reklāmas kvalificējošu pazīmi. Līdz ar to lēmuma 1.1, 1.2 un 1.3 punktos norādītie paziņojumi, atbilstoši Reklāmas likuma 1.pantam, ir uzskatāmi par reklāmu.

[12] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 4.punkts noteic: *“audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums ir reklāma televīzijā vai radio, sponsorēšana, televīzijas vai radio veikals, produktu izvietošana un citi audio, vizuāli vai audiovizuāli paziņojumi, kas*

ievietoti raidījumā, izvietoti pirms raidījuma vai pēc tā par samaksu vai citu atlīdzību vai pašreklāmas nolūkā un tieši vai netieši reklamē to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību.” Jau iepriekš pierādīts, ka Media 360 raidījumā “HAT TRICK” ir popularizēts azartspēļu pakalpojumu sniedzējs SIA “viensviens.lv”, tā interneta vietne 11.lv, kurā tiek sniegti azartspēļu pakalpojumi, kā arī SIA “viensviens.lv” vārdiskā preču zīme “VIENS VIENS” un azartspēles kā tādas (*sk. lēmuma 11.punktu*).

Media 360 savos paskaidrojumos norādīja, ka ne elektroniskais plašsaziņas līdzeklis, ne raidījuma veidotājs nav saņēmuši atlīdzību par SIA “viensviens.lv” sniegto azartspēļu pakalpojumu popularizēšanu. Līdz ar to argumentēts, ka iztrūkst viena no audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīmēm, tas ir, atlīdzība.

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 31.punktā noteikts: *“Slēpts audio un audiovizuāls elektroniskā plašsaziņas līdzekļa komerciāls paziņojums ir preču, pakalpojumu, nosaukumu, preču zīmju, preču ražotāja vai pakalpojumu sniedzēja darbību atveidojums vārdu vai attēlu veidā, ja šādu atveidojumu elektroniskais plašsaziņas līdzeklis ir apzināti iecerējis kā audio vai audiovizuālu komerciālu paziņojumu, bet tas varētu maldināt sabiedrību par šā paziņojuma būtību. Šāds atveidojums jo īpaši uzskatāms par apzināti iecerētu, ja tā izvietošana notiek par samaksu vai citu atlīdzību.”* Tā kā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 4.punktā veiktais komerciālu paziņojumu uzskaitījums nav izsmēlošs, un arī slēpta komerciāla paziņojuma mērķis ir popularizēt kādu personu, tās precī vai pakalpojumu, tad secināms, ka arī slēpts audiovizuāls elektroniskā plašsaziņas līdzekļa komerciāls paziņojums ir komerciāls paziņojums Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta ceturtā punkta izpratnē.

No slēpta komerciāla paziņojuma definīcijas izriet šādas pazīmes:

- 1) tas var tikt sniegts par atlīdzību, bet tā nav obligāta slēpta komerciāla paziņojuma pazīme;
- 2) tas apzināti iecerēts ar mērķi tieši vai netieši reklamēt to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību;
- 3) tas var maldināt auditoriju par tā mērķi – no izplatīšanas veida skatītājs/klausītājs var nesaprast, ka paziņojums izplatīts ar nodomu reklamēt to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību.

Padomei nav ziņu par faktiem, kas pierādītu, ka Media 360 ir saņēmusi atlīdzību par lēmuma punktos 1.1, 1.2 un 1.3 atspoguļotās informācijas izplatīšanu. Taču, kā jau iepriekš norādīts, atlīdzība ir slēpta komerciāla paziņojuma fakultatīva pazīme un par paziņojumu komerciālo raksturu liecina to izplatīšanas forma un saturs.

Kā secināts lēmuma 11.punktā, ir konstatējams nolūks popularizēt azartspēļu pakalpojumu sniedzēju SIA “viensviens.lv” un tā sniegtos azartspēļu pakalpojumus. Apstākļi, ka Media 360 raidījumā sistēmiski, vairāku raidījumu ietvaros ir veidota sadaļa, kurā citstarp tieši tiek popularizētas azartspēles un azartspēļu pakalpojumu sniedzējs SIA “viensviens.lv”, norāda uz nepārprotamu nolūku reklamēt konkrēto komersantu un tā sniegtos pakalpojumus.

Slēpta komerciālā paziņojuma maldinošais raksturs izpaužas tajā, ka Media 360 to nav identificējusi kā komerciālu paziņojumu, atdalot to no pārējā programmas satura, atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 35.panta divpadsmitās daļas prasībām. Proti,

komerciālā rakstura informācija ir integrēta redakcionālajā saturā, par to neinformējot raidījuma skatītājus, līdz ar to maldinot auditoriju par paziņojuma komerciālo būtību.

Ievērojot minēto, uzskatāms par pierādītu, ka lēmuma punktos 1.1, 1.2 un 1.3 norādītie paziņojumi ir kvalificējami kā slēpti audiovizuāli komerciāli paziņojumi Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 31.punkta izpratnē un ir uzskatāmi par audiovizuāliem komerciāliem paziņojumiem Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 4.punkta izpratnē.

[13] SIA “viensviens.lv” ir reģistrēts kā azartspēļu pakalpojumu sniedzējs un Media 360 raidījumā popularizētājā interneta vietnē tiek sniegti azartspēļu pakalpojumi, tostarp totalizators (*sk. lēmuma 4.punktu un 6.punktu*). Atbilstoši Azartspēļu un izložu likuma 1.panta 18.punktam un 5.pantam, totalizators ir viens no azartspēļu veidiem.

[14] Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektā daļa noteic: *“Azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.”* Gramatiski interpretējot tiesību normu, secināms, ka azartspēļu reklāma azartspēļu organizēšanas vietās drīkst izpausties kā azartspēļu vietas nosaukuma un azartspēļu organizētāja reģistrētas preču zīmes izvietošana. Turklāt, sistēmiski interpretējot Reklāmas likuma normas, secināms, ka preču zīme var tikt izmantota, lai reklamētu kādu saimnieciskās darbības veicēju vai citu subjektu, ar kuru preču zīme ir identificējama. Arī no pragmatiskiem apsvērumiem nerodas šaubas, ka preču zīmes var tikt izmantotas kā reklāma, jo no likuma “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” 1.panta pirmā punkta izriet, ka preču zīmes ir apzīmējumi, kurus lieto, lai kāda komersanta preces vai pakalpojumus nošķirtu no citu komersantu precēm un pakalpojumiem. Līdz ar to, Media 360 arguments, ka preču zīmes pieminēšana raidījuma ietvaros, pati par sevi nav uzskatāma par reklāmu ir nepamatots.

[15] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 35.panta pirmā daļa noteic, ka audiovizuālus komerciālus paziņojumus veido atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma, Reklāmas likuma un citu normatīvo aktu prasībām. Tā paša panta otrās daļas 3.punkts noteic, ka audiovizuālos komerciālos paziņojumos nedrīkst tieši vai netieši popularizēt produktus vai pakalpojumus, kuru reklamēšana ir aizliegta.

[16] Ievērojot augšminētos apsvērumus, uzskatāms par pierādītu, ka Media 360, izplatot lēmuma 1.1, 1.2 un 1.3 punktus norādītos paziņojumus, ir izplatījusi audiovizuālus komerciālus paziņojumus, ar kuriem reklamētas azartspēles, reklamēts azartspēļu pakalpojumu sniedzējs SIA “viensviens.lv”, tā interneta vietne 11.lv, kurā pieejami azartspēļu pakalpojumi un tā preču zīme, tādējādi pārkāpjot Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektajā daļā un Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 35.panta otrās daļas 3.punktā noteikto aizliegumu.

[17] Konstatējot reklāmas pārkāpumu, Padome saskaņā ar Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu ir tiesīga pieņemt vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā noteiktajiem lēmumiem:

- 1) uzdot 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) pieprasīt izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus);
- 3) aizliegt izplatīt reklāmu;
- 4) pieprasīt atsaukt reklāmu;
- 5) uzlikt soda naudu šā likuma 20.pantā noteiktajā kārtībā;
- 6) uzdot reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam izbeigt pārkāpumu un nosaka termiņu pārkāpuma izbeigšanai.

Ņemot vērā iespējamo pārkāpuma ietekmi, kā arī pārkāpuma raksturu, komerciālu paziņojumu izplatīšanas biežumu un daudzumu, Padome uzskata par nepieciešamu piemērot Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktā noteikto sankciju – piemērot soda naudu Reklāmas likuma 20.panta noteiktajā kārtībā.

[18] Lēmumu par soda naudas uzlikšanu nepieciešams izdot, lai pēc iespējas novērstu normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu izplatīšanu Media 360 Programmā, proti, lai aizsargātu personu, kā arī kopumā aizsargātu visas sabiedrības intereses reklāmas jomā un veicinātu citus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus ievērot reklāmas izplatīšanai piemērojamus noteikumus. Padomes izdotā lēmuma mērķis ir vērsts uz esošās situācijas, kad tiek izplatīta EPLL un Azartspēļu un izložu likumam neatbilstoša reklāma, uzlabošanu. Nav šaubu, ka nepieciešams panākt, lai Media 360 Programmā tiktu izplatīta reklāma, kas atbilst normatīvo aktu noteikumiem.

[19] Padomes ieskatā, uzlikt sodu Media 360, tiks sasniegts vai vismaz veicināts lēmuma mērķis, proti, turpmāk novērst normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu Media 360 Programmā un veicināt citus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus ievērot reklāmas izplatīšanas noteikumus.

[20] Padome uzskata, ka soda nauda ir atbilstošākais un efektīvākais līdzeklis lēmuma mērķa sasniegšanai, par ko liecina arī līdzīgās lietās sasniegtais mērķis, piemērojot soda naudu. Proti, elektroniskie plašsaziņas līdzekļi turpmāk ievēro normatīvo aktu prasības attiecībā uz tiešu vai netiešu azartspēļu popularizēšanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās.

[21] Reklāmas likuma 20.panta pirmā daļa noteic, ka uzraudzības iestāde par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu ir tiesīga uzlikt soda naudu līdz 14 000 euro.

[22] Reklāmas likuma 20.panta trešā daļa noteic, ka uzraudzības iestāde, pieņemot lēmumu par soda naudas uzlikšanu un tās apmēru, izvērtē, vai pastāv attiecīgi nosacījumi, kā arī ņem vērā šādus apstākļus:

- 1) pieļautā pārkāpuma raksturs un ilgums, pārkāpuma radītā ietekme, apstākļi, kādos izdarīts pārkāpums, pārkāpēja loma pārkāpumā un pārkāpuma apjoms;
- 2) lēmuma adresāts līdz lēmuma pieņemšanas dienai ir atlīdzinājis vai uzsācis atlīdzināt nodarītos zaudējumus;
- 3) pārkāpums pārtraukts pēc reklāmas devēja vai reklāmas izplatītāja iniciatīvas;
- 4) lēmuma adresāts pārkāpumu reklāmas jomā izdarījis atkārtoti divu gadu laikā (tas konstatēts ar Uzraudzības iestādes lēmumu vai rakstveida apņemšanos);
- 5) lēmuma adresāts nav izpildījis darbības, ko nosaka rakstveida apņemšanās;
- 6) lēmuma adresāts ir kavējis lietas izskatīšanu vai slēpj izdarīto pārkāpumu.

[23] Padome nav konstatējusi, ka Media 360, izplatot azartspēļu reklāmu, būtu radījusi zaudējumus. Padomes rīcībā ir informācija, ka reklāmas pārkāpumi ir pārtraukti, taču pārkāpumi novērsti pēc administratīvās lietas ierosināšanas. Padome pēdējo divu gadu laikā nav atkārtoti ar lēmumu konstatējusi tiešu vai netiešu azartspēļu reklāmu Media 360 veidotajās programmās. Media 360 2017.gada 7.novembra paskaidrojumos izsaka apņemšanos turpmāk nepieļaut jebkādas atsauces uz 11.lv vietni vai cita veida resursiem vai pakalpojuma sniedzējiem, kuru popularizēšana ir ierobežota normatīvajos aktos. Media 360 nav kavējusi lietas izskatīšanu un neslēpj izdarīto pārkāpumu.

[24] Juridiskās personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus: pirmkārt, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, par kuru pārkāpšanu ir paredzēta administratīvā atbildība, otrkārt, vai juridiskā personā veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo noteikumu ievērošanu (Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2009.gada 5.marta spriedums lietā Nr.SKA-19/2009). Tā kā Media 360 pati veido savu programmu un attiecībā uz programmas sastāvdaļām pieņem redakcionālus lēmumus, t.sk. par reklāmas izvietošanu, Media 360 bija iespēja nodrošināt normatīvajiem aktiem atbilstoša satura izplatīšanu Programmā, neievietojot vai neizplatot raidījumā atsauces, kas popularizē azartspēļu pakalpojumus. Pats pārkāpuma fakts, proti, ka Media 360 izplatīja normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu, liecina, ka Media 360 nav veikusi visus pasākumus, lai

nodrošinātu šo noteikumu ievērošanu. Turklāt no Media 360 paskaidrojumiem secināms, ka varēja nodrošināt, ka Programmā netiek izplatīta azartspēļu reklāma (*sk. lēmuma 3.2 punktu*).

[25] Uzņēmumu datu bāzē Lursoft pieejamā informācija liecina, ka Media 360 2017.gadu sācis ar 465 242 *euro* zaudējumiem, bet 2017.gads noslēdzies ar 408 198 *euro* zaudējumiem. Minētajā periodā Media 360 apgrozījums bijis 4 929 687 *euro*.

Pamatojoties uz iepriekš minēto, Padome uzskata par nepieciešamu piemērot soda naudu 1 000 *euro* apmērā.

Ievērojot minēto un saskaņā ar Administratīvā procesa likum 67.pantu, Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu un Reklāmas likuma 20.panta pirmo daļu, Padome

n o l e m j :

- 1. Sodīt elektronisko plašsaziņas līdzekli SIA “Media 360”, reģ. Nr. 40103360903, juridiskā adrese: Dzirnavu iela 105, Rīga, LV-1011 par aizliegtu komerciālu paziņojumu (azartspēļu reklāmas) izplatīšanu 2017.gada 13.septembrī, 4.oktobrī un 1. novembrī, tādējādi pārkāpjot Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 35.panta otrās daļas 3.punktu, Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piekto daļu, uzliktot soda naudu 1 000 (viens tūkstotis) *euro* apmērā.**
- 2. Paziņot lēmumu SIA “Media 360”.**

Soda nauda jāsamaksā zemāk norādītajā bankas kontā:

Saņēmējs: Valsts kase
Reģistrācijas Nr.: 90000050138
Konta Nr.: LV78TREL1060001019900
Saņēmēja banka: Latvijas Banka
Bankas kods: TREL LV22

Padomes priekšsēdētāja vietnieks

Ivars Āboliņš

Lēmums stājas spēkā ar tā paziņošanas brīdi. Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 188.panta otro daļu un 189.panta pirmo daļu šo lēmumu viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas var pārsūdzēt, iesniedzot pieteikumu Administratīvajā rajona tiesā Baldones ielā 1A, Rīgā.