

**SPRIEDUMS**  
Latvijas tautas vārdā

Rīgā

2009.gada 18.augustā

Administratīvā rajona tiesa šādā sastāvā:  
tiesnese K.Kalvāne-Radziņa.

piedaloties pieteicējas biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” pilnvarotajam pārstāvim *M.V.* un atbildētāja Latvijas Republikas pusē pieaicinātās iestādes Konkurences padomes pilnvarotajam pārstāvim *M.S.*, atklātā tiesas sēdē izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta pēc biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” pieteikuma par Konkurences padomes 2007.gada 19.septembra lēmuma Nr.EO2-120 atcelšanu.

**Aprakstošā daļa**

[1] 2007.gada 28.maijā Konkurences padome saņēma SIA „Oknarium” 2007.gada 25.maija iesniegumu, kurā lūgts izvērtēt laikrakstos „Liesma”, „Kaleidoskops” un „Zemgales ziņas” pieteicējas un SIA „Montāžnieks D” publicētajā SIA „Oknarium” nomelnojošajā rakstā ietvertās informācijas atbilstību Reklāmas likuma un Konkurences likuma normām.

[2] Konkurences padome (turpmāk arī - atbildētāja) 2007.gada 19.septembrī pieņēma lēmumu Nr.EO2-120 (turpmāk arī - Lēmums), kurā konstatēts, ka biedrība „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā un 9.panta otrajā daļā noteikto prasību veidot reklāmu atbilstoši godīgas konkurences principiem, līdz ar to izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru paredzēta atbildība Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk arī – LAPK) 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā.

[3] Nepiekrītot Lēmumam, biedrība „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” (turpmāk arī - pieteicēja) vērsās Administratīvajā rajona tiesā, lūdzot to atcelt šādu iemeslu dēļ:

[3.1] Pieteicēja norāda, ka biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” ir biedrība, kas apvieno Latvijas logu un durvju ražotājus. Biedrība ir reģistrēta 1998.gadā, lai veicinātu logu un durvju ražotnes pilnvērtīgu attīstību, tajā skaitā pārstāvētu un aizstāvētu nozares intereses. Pieteicējas mērķis ir kompetences ietvaros nodrošināt katram Latvijas logu un durvju ražotājam - tirgus dalībniekam brīvas un godīgas konkurences apstākļus, radot nozarē apstākļus konkurences aizsardzībai, saglabāšanai un attīstībai sabiedrības interesēs. Biedrībā „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” ir apvienojušies vairāk kā četrdesmit uzņēmumi, un tiek uzņemta ikviena juridiskā persona, kas atbilst statūtos noteiktajiem kritērijiem.

[3.2] Pieteicēja paskaidro, ka pirmā publiskā informācija par krāpnieciskiem gadījumiem logu tirdzniecības un montāžas nozarē bija publicēta 2007.gada 23.martā laikrakstā „Vakara ziņas”. Šajā laikrakstā tika norādīts uz komercsabiedrībām „Jūsu logi”, „Vidzemes logu fabrika” un SIA „Oknarium”, kurus vieno fakts, ka to īpašniece ir bijusi *N.L.* Turklāt šajā rakstā tiek norādīts uz to, ka SIA „Oknarium” ir tas pats SIA „Jūsu logi” tikai mainīts nosaukums, tas ir, SIA „Oknarium” izmanto tās pašas telpas, ko izmantoja SIA „Jūsu logi”, kā arī tiek nodarbināti tie paši darbinieki. Bez tam pieteicēja norāda uz līdzīgiem rakstiem citos laikrakstos, jo uzskata, ka tas būtiski ietekmē nozares reputāciju un varētu nodarīt zaudējumus nozares uzņēmumiem.

[3.3] Pieteicēja norāda, ka sākotnēji paskaidrojumus Konkurences padomē sniedza pieteicējas izpilddirektors, kuram nav tiesību pārstāvēt pieteicēju attiecībās ar trešajām personām. Saskaņā ar biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” statūtiem, izpilddirektors tikai izpilda valdes lēmumus un vada saimniecisko darbību starp valdes sēdēm. Saskaņā ar Biedrību un nodibinājumu likuma 42.pantu, valde vada un pārstāv pieteicēju. Līdz ar to pieteicēja uzskata, ka izpilddirektora sniegtie paskaidrojumi nedrīkst tikt izmantoti šajā lietā,

un Lēmuma Konstatējošās daļas 1.punkts nav izmantojams Lēmuma pieņemšanā, saskaņā ar Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 60.panta otro daļu, kas nosaka, ka iestāde nedrīkst vākt un administratīvajā procesā izmantot informāciju, kas iegūta prettiesiskām metodēm.

[3.4] Pieteicēja vērš uzmanību uz to, ka Lēmuma Konstatējošās daļas 6.punktā tiek norādīts, ka, saskaņā ar Uzņēmumu reģistra datiem uz 2007.gada 11.aprīli, SIA „Oknarium” vienīgais dalībnieks un amatpersona ir *N.K.*, bet *N.L.* ir dalībniece un valdes priekšsēdētāja līdz 2007.gada 12.februārim. Pieteicējas rīcībā esošā informācija liecina, ka *N.L.* ir SIA „Oknarium” valdes priekšsēdētāja līdz 2007.gada 11.aprīlim. Turklāt SIA „Oknarium” ir dibināta 2007.gada 12.februārī, līdz ar to *N.L.* nevarēja ieņemt valdes priekšsēdētājas amatu līdz 2007.gada 12.februārim, jo šāds uzņēmums nebija reģistrēts.

[3.5] Pieteicēja uzskata, ka lietā nav izmantojama arī SIA „Oknarium” Konkurences padomē iesniegtā Sodū reģistra izziņa, ka laika posmā no 2007.gada 1.februāra līdz 2007.gada 22.maijam Sodū reģistrā nav ziņu par SIA „Oknarium” piemērotiem piespiedu ietekmēšanas līdzekļiem un administratīvajiem sodiem Latvijas Republikā. Šī izziņa informē tikai par to, ka neviena valsts iestāde nav pieņēmusi lēmumu par SIA „Oknarium”, nevis, ka SIA „Oknarium” nav veikusi krāpnieciskās darbības. Tas ka Sodū reģistrā nav ziņu par SIA „Oknarium” piemērotajiem sodiem, neliecina, ka šajā laika periodā nav izdarīti likumpārkāpumi.

[3.6] Pieteicēja norāda, ka pieteicējas publicētais brīdinājums nav uzskatāms par reklāmu. Reklāmas likuma 1.pantā dotā definīcija skaidro, ka reklāma ir ar saimniecisko darbību 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. Eiropas Kopienu Padomes direktīvā 84/450/EEK reklāma tiek skaidrota kā priekšstata veidošana jebkādā veidā saistībā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu, ieskaitot nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus. Pieteicēja uzskata, ka publicētais brīdinājums nav komercireklāma, jo Komerclikuma 1.pants nošķir komercdarbību no saimnieciskās darbības, papildinot saimnieciskās darbības jēdzienu ar peļņu, tas ir, komercdarbība ir atklāta saimnieciskā darbība, kuru savā vārdā peļņas gūšanas nolūkā veic komersants, savukārt saimnieciskā darbība ir jebkura sistemātiska, patstāvīga darbība par atlīdzību. Pieteicēja, publicējot brīdinājumu, nav saņēmusi atlīdzību, un atlīdzības saņemšana par brīdinājuma publicēšanu nav plānots saņemt.

[3.7] Pieteicēja uzskata, ka Konkurences padome nekorekti izmantojusi pamatojumā pieteicējas 2007.gada 10.maija valdes sēdē nolemtu. Valdes sēdē tika izskatīti vairāki jautājumi, kas darba kārtībā ir apzīmēti ar nosaukumu „Jautājumi par reklāmu”. No valdes sēdes protokola ir skaidri noprotams, ka tiek nodalīts jautājums par biedru produkcijas popularizēšanu no patērētāju brīdināšanas. Jautājums par patērētāju brīdināšanu ir saistīta ar pieteicējas biedru produkcijas popularizēšanu tiktāl, ciktāl abi šie mērķi ir sasniedzami ar publikācijām, tāpēc tas tika iekļauts darba kārtības jautājumā par reklāmu. Pieteicēja norāda, ka valdes sēdē šie jautājumi ir nodalīti, jo netiek runāts par to, ka tiks popularizēti biedri, izplatot un publicējot brīdinājumu patērētājiem.

[3.8] Pieteicēja uzsver, ka brīdinājums nav reklāma, bet tā publicēšanas metode ir tāda pati kā reklāmām. Atbilstoši APL 11.pantam, ir nepieciešams likuma atrunas princips, saskaņā ar kuru, valdes sēdes protokols nevar būt par pamatojumu, bet var tikt izmantots kā informatīvs materiāls. Tāpēc ir apšaubāms valdes lēmuma kā argumenta izteikšana, pamatojot brīdinājuma atbilstību Reklāmas likumam.

[3.9] Pieteicēja norāda, ka Konkurences padome identificē pieteicējas publicēto brīdinājumu kā salīdzinošo reklāmu, atsaucoties uz Reklāmas likuma 9.panta pirmo daļu. Lai gan brīdinājumā ir atsauce uz konkrētiem uzņēmumiem, Reklāmas likuma izpratnē reklāma tiek vērsta pret konkurentu, bet pieteicēja nav konkurents brīdinājumā minētajiem uzņēmumiem. Līdz ar to šī tiesību norma nevar tikt attiecināta uz pieteicējas publicēto brīdinājumu, jo tiesību normā tiek runāts par konkurentiem, ar kuru tiek salīdzināta prece vai pakalpojums. Pieteicēja ir sabiedriskā organizācija un nenodarbojas ar preču ražošanu un pakalpojumu sniegšanu, attiecīgi pieteicējai konkurents var būt tikai cita sabiedriskā organizācija šajā nozarē.

[3.10] Pieteicēja uzsver, ka brīdinājumā netika pievērsta uzmanība SIA „Oknarium” tirgotajai precei, bet gan iespējamai krāpniecībai, kas saistīta ar šīs preces pārdošanu. Tāpēc nekorekts šķiet Konkurences padomes apgalvojums, ka nav pamata tādas reklāmas publicēšanai, kuras iespaidā var samazināties pieprasījums pēc jebkura cita konkurējoša uzņēmuma precēm vai pakalpojumiem, jo jebkuras reklāmas mērķis ir palielināt preču noietu pat, ja tas notiek uz citu ražotāju (tirgotāju) rēķina.

[3.11] Pieteicēja norāda, ka Konkurences padome nav izvērtējusi pieteicējas publicētā brīdinājuma patiesos mērķus, tas ir, brīdināt patērētājus un tādā veidā iespējams novērsusi vairākus krāpnieciskos gadījumus. Pieteicējas publicētā brīdinājuma mērķis nebija mazināt konkurenci vai kā citādi nomelnot tirgus dalībniekus, kas darbojas logu piegādes un uzstādīšanas nozarē. Brīdinājuma galvenais mērķis bija pasargāt patērētājus no apkrāpšanas, uz ko norāda brīdinājumā paustais teksts, ka biedrība „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” pasūtītājiem iesaka būt ļoti uzmanīgiem, pasūtot logus un durvis nezināmās kompānijās vai arī kompānijās, kas nav biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” biedri. Līdz ar to pieteicēja uzskata, ka Konkurences padome tikai formāli ir ievērojusi APL 66.panta nosacījumus par lietderības apsvērumiem.

[4] Tiesai iesniegtajos rakstveida paskaidrojumos atbildētāja norāda, ka pieteikums ir noraidāms šādu apsvērumu dēļ:

[4.1] Atbildētāja norāda, ka, saskaņā ar APL 59.panta otro daļu, iegūstot informāciju, iestāde var izmantot visas tiesiskās metodes, arī iegūt informāciju no administratīvā procesa dalībniekiem, citām institūcijām, kā arī ar liecinieku, ekspertu, apskates, dokumentu un cita veida pierādījumu palīdzību. Konkurences likuma 9.panta piektās daļas 1.punktā noteiktas Konkurences padomes tiesības pieprasīt no jebkuras personas un personu apvienības šajā likumā un Reklāmas likumā noteikto uzdevumu izpildei nepieciešamo informāciju, arī ierobežotas pieejamības vai komercnoslēpumu saturošu informāciju, kā arī saņemt no attiecīgajām personām rakstveida vai mutvārdu paskaidrojumus. Līdz ar to tas, ka biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” izpilddirektoram nebija pilnvarojuma sniegt paskaidrojumus Konkurences padomei, neliecina, ka informācija konkrētajā lietā iegūta prettiesiskā ceļā. Šāda pilnvarojuma neesamība neizslēdz personas tiesības sniegt informāciju un iestādes tiesības personas informāciju saņemt un izmantot kā pierādījumu konkrētā lietā. Konkurences likums neierobežo to personu loku, no kurām Konkurences padome ir tiesīga iegūt informāciju likumā norādīto uzdevumu izpildei. Konkurences padomei sakarā ar konkrētā iesniegumā norādīto apstākļu izvērtēšanu bija tiesības iegūt informāciju no jebkuras privātpersonas, tai skaitā no biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” izpilddirektora. Līdz ar to nav pamatota pieteicējas atsauce uz APL 60.panta otro daļu, kas nosaka, ka iestāde nedrīkst vākt un administratīvajā procesā izmantot informāciju, kas iegūta prettiesiskām metodēm.

[4.2] Atbildētājs paskaidro, ka pieteicēja ir biedrība, kas apvieno Latvijas logu un durvju ražotājus, tas ir, konkrētus tirgus dalībniekus (biedrus). Lietā nav strīda par to, ka pieteicējas biedri un SIA „Oknarium” Latvijas teritorijā izplata (realizē) logus un sniedz logu montāžas pakalpojumus un tādējādi pieteicējas biedri un SIA „Oknarium” ir uzskatāmi par logu un to konstrukciju realizācijas tirgus dalībniekiem, kā arī par logu montāžas pakalpojumu sniegšanas tirgus dalībniekiem, kas savā starpā konkurē. Turklāt biedrības „Latvijas logu un durvju ražotāju asociācija” 2007.gada 10.maija valdes sēdē, t.sk., SIA „Oknarium” konkurentu - SIA „Arčers”, SIA „Skonto Plan”, SIA „Montāžnieks D”, SIA „Jeld Wen Latvija”, SIA „Krone”, SIA „Nells Logi”, SIA „LJF Baltic” - pārstāvji, kā biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” valdes locekļi, izlēma jautājumu par konkrētās reklāmas izplatīšanu Latvijas masu informācijas līdzekļos. Biedrība „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija”, kā minēto tirgus dalībnieku apvienība, valdes sēdē, piedaloties šo tirgus dalībnieku pārstāvjiem, ir lēmusi par tādas reklāmas izplatīšanu, kas kā konstatēts Konkurences padomes Lēmumā, var aizskart konkurējošu tirgus dalībnieku intereses. Līdz ar to pieteicējas atbildība, sniedzot reklāmu, jo īpaši, kas var kaitēt tirgus dalībniekam, kas nav pieteicējas biedrs, ir noteikta Reklāmas likumā. Tas nozīmē, ka tad, ja sniegtā informācija ir reklāma Reklāmas likuma izpratnē, tad uz pieteicēju kā tirgus dalībnieku apvienību, kas izplatījusi konkrēto reklāmu, ir attiecināms arī Reklāmas likums un tajā noteiktās prasības.

[4.3] Atbildētāja atzīst, ka, atbilstoši Uzņēmumu reģistra 2007.gada 12.jūnija izziņā norādītajiem datiem, *N.L.* bija SIA „Oknarium” valdes priekšsēdētāja līdz 2007.gada 1.aprīlim. Tomēr, izvērtējot pieteicējas izplatītās reklāmas atbilstību Reklāmas likumā noteiktajai prasībai (veidot reklāmu atbilstoši godīgas konkurences principiem), nozīme ir nevis apstāklim, ka SIA „Jūsu Logi”, par kuras iespējamu krāpniecību Ekonomikas policija veic izmeklēšanu, amatpersona bija arī SIA „Oknarium” amatpersona, bet gan apstāklim, ka laikā, kad biedrība „Latvijas logu un durvju ražotāju asociācija” valde pieņēma lēmumu par konkrētās reklāmas izplatīšanu (2007.gada 10.maijā) un laikā, kad šī informācija, par kuru iebildusi SIA „Oknarium”, ir izplatīta konkrētos laikrakstos (2007.gada 22.maijā) un skrejlapās iedzīvotāju pastkastītēs (2007.gada 24.maijā), SIA „Oknarium” amatpersona nebija *N.L.* SIA „Oknarium” vienīgais īpašnieks un valdes priekšsēdētājs norādītajā laikā bija cita persona. Saskaņā ar lietas materiālos esošo Ekonomikas policijas pārvaldes 2007.gada 26.jūlija Nr.20/2-3V-2109 vēstuli, Ekonomikas policijas lietvedībā atrodas kriminālprocess, kas uzsākts 2007.gada 26.jūlijā par SIA „Jūsu Logi” amatpersonu iespējamajām krāpnieciskajām darbībām, pārkāpjot noslēgto līgumu nosacījumus par logu izgatavošanu un nepildot līgumos noteiktās saistības. Minētajā Ekonomikas policijas vēstulē norādīts, ka kriminālprocesa materiālos nav informācijas par SIA „Oknarium” iespējamiem pārkāpumiem.

[4.4] Atbildētāja norāda, ka nepatiess ir pieteicējas norādītais, ka SIA „Oknarium” un SIA „Jūsu Logi” vieno tas, ka īpašniece un valdes locekle šajos uzņēmumos ir *N.L.* SIA „Oknarium” vienīgais īpašnieks un valdes priekšsēdētājs ar 2007.gada 11.aprīli ir *N.K.* Līdz ar to atbildētāja uzskata, ka pieteicējas norādītais faktiskais apstāklis par to, ka *N.L.* ir SIA „Oknarium” valdes priekšsēdētāja līdz 2007.gada 11.aprīlim, nevis līdz 2007.gada 12.februārim, Konkurences padomes Lēmumu ietekmēt nevarēja.

[4.5] Atbildētāja paskaidro, ka pieteicējas norādītā Sodu reģistra izziņa ir viens no pierādījumiem, kas apstiprina pieteicējas izplatītās reklāmas nepamatotību un atbildētāja ieskatā tā ir vērtējama kopsakarā ar Lēmumā konstatēto, ka ne pieteicējas iesniegtie, ne lietā iegūtie pierādījumi neapstiprina to, ka SIA „Oknarium” ir veicis darbības, kuru sakarā tas, lai arī netiešā veidā, tomēr ir norādīts reklāmā.

[4.6] Atbildētāja paskaidro, ka Lēmumā nav norādījusi, ka pieteicēja reklāmā izplatījusi informāciju par to, ka SIA „Oknarium” veic krāpnieciskās darbības. Atbildētāja Lēmumā ir konstatējusi un pēc būtības iebilst par to, ka reklāma laikā un veidā (ietverot netiešu norādi, t.sk., uz SIA „Oknarium”), kādā to izplatījusi pieteicēja, neatbilst likumā paredzētajam regulējumam - prasībai veidot reklāmu atbilstoši godīgas konkurences principiem.

[4.7] Atbildētāja norāda, ka ne no biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” 2007.gada 10.maija valdes sēdes protokola, ne Konkurences padomei sniegtajiem paskaidrojumiem 2007.gada 6.jūlija vēstulē neizriet, ka biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” valde ir skatījusi jautājumu par kvalitātes zīmju popularizēšanu un pieņēmusi lēmumu par šādu pasākumu veikšanu. To neapstiprina arī lietā esošie materiāli. Ņemot vērā norādīto, kā arī citus konkrētus, ar lietā esošajiem materiāliem pierādītus faktiskos apstākļus, atbildētāja uzskata par nepamatotiem pieteicējas iebildumus par biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” 2007.gada 10.maija valdes sēdes protokola izvērtējumu Lēmumā.

[4.8] Atbildētājs uzsver, ka pieteicēja ir nepareizi norādījusi, ka Konkurences padome Lēmumā izteikusi apgalvojumu, ka nav pamata tādas reklāmas publicēšanai, kuras iespaidā var samazināties pieprasījums pēc jebkura cita konkurējoša uzņēmuma precēm vai pakalpojumiem. Konkurences padome ir norādījusi, ka pieteicējas rīcībā esošā informācija par atsevišķiem uzņēmumiem, kas iesniegta Konkurences padomei, nav pamats tādas reklāmas sniegšanai, kuras iespaidā var samazināties pieprasījums pēc jebkura cita konkurējoša uzņēmuma precēm vai pakalpojumiem un ka ne pieteicējas iesniegtie, ne lietā iegūtie pierādījumi neapstiprina to, ka SIA „Oknarium” ir veikusi darbības, kuru sakarā tas ir norādīts reklāmā.

[4.9] Atbildētāja paskaidro, ka reklāmā, izmantojot negatīva pretstatījuma formu, šāda reklāmas vēstījuma saņēmējus var atturēt no izvēles par labu ne tikai SIA „Oknarium”, bet arī citiem uzņēmumiem, kas nav pieteicējas biedri. Šādu apsvērumu atbildētāja ņēmusi vērā tā iemesla pēc, ka patērētājam ir jāpieņem lēmums par konkrēta produkta izvēli, pamatojoties uz

objektīvām preču, pakalpojumu īpašībām, taču konkrētajā gadījumā tā izvēle var iespējami balstīties uz negatīvas informācijas par SIA „Oknarium” un citiem tirgus dalībniekiem saņemšanu.

[4.10] Atbildētāja paskaidro, ka, saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta piekto daļu, Konkurences padome šī panta ceturtajā daļā minētās darbības veic arī tad, ja trūkst pierādījumu par to, ka reklāmas devējs darbojies ļaunā nolūkā. Līdz ar to, uzliekot naudas sodu, nav būtisks mērķis, ar kādu pieteicēja publicējusi konkrēto reklāmu, bet gan tās sekas, tas ir, kādu iespaidu tā var radīt, patērētājam izdarot ekonomisko izvēli. Turklāt atbildētāja Lēmumā, vadoties no lietā esošajiem pierādījumiem, ir sniegusi faktiskajiem apstākļiem atbilstošu tiesisko novērtējumu un konstatējusi, ka lietā nepastāv apstākļi, kas nepieļauj lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā un kas ir pamats lietvedības izbeigšanai, kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu pieteicējai administratīvo sodu. Bez tam atbildētāja ir rūpīgi izvērtējusi reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu (reklāma var samazināt pieprasījumu pēc to uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem, kas nav pieteicējas biedri), pasniegšanas veidu un noformējumu (reklāmā izmantota negatīva pretnostatījuma forma un skrejlapās, turklāt, norādīti konkrēti pieteicējas biedri), reklāmas izplatīšanas ilgumu, kas vērtējams kā īss laika periods (reklāma izplatīta laika periodā no 2007.gada 21.maija līdz 2007.gada 28.maijam), reklāmas izplatīšanas teritoriju (reklāma izplatīta galvenokārt Rīgā, atsevišķos mikrorajonos, kā arī Ogres un Valmieras pilsētā un rajonā), reklāmas izplatīšanas apjomu, kas vērtējams kā neliels (reklāma izplatīta SIA „Oknarium” 2007.gada 25.maija iesniegumā norādīto laikrakstu vienā numurā un skrejlapās iedzīvotāju pastkastītēs atsevišķos Rīgas mikrorajonos vienreizēji).

[5] Ar Administratīvās rajona tiesas tiesneses 2007.gada 29.oktobra lēmumu lietā kā trešā persona bez patstāvīgiem prasījumiem pieaicināta SIA „Oknarium”.

[6] Tiesas sēdē pieteicējas pilnvarotais pārstāvis pieteikumu uzturēja uz tajā norādīto argumentu pamata.

[7] Tiesas sēdē atbildētājas pilnvarotais pārstāvis pieteikumu neatzina uz Lēmumā un paskaidrojumos tiesai norādīto argumentu pamata.

[8] Trešā persona uz tiesas sēdi neieradās. Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 214.panta pirmo daļu, ja uz tiesas sēdi nav ieradies kāds no administratīvā procesa dalībniekiem, tiesa sāk lietas izskatīšanu, ja vien saskaņā ar šā likuma 268. vai 269.pantu nav pamats to atlikt.

Uzklausījusi pieteicējas pārstāvja un atbildētāja pārstāvja viedokli, izvērtējusi administratīvās lietas materiālus un nekonstatējusi APL 268. vai 269.pantā norādītos pamatus lietas atlikšanai, tiesa izskatīja lietu bez trešās personas klātbūtnes.

### Motīvu daļa

[9] Tiesa, noklausoties lietas dalībnieka paskaidrojumu, izvērtējot lietas apstākļus un lietā esošos pierādījumus, secina, ka pieteikums ir noraidāms.

[10] Tiesa konstatē, ka 2007.gada 22.maijā laikrakstā „Zemgales ziņas” un laikrakstā „Liesma” latviešu valodā, 2007.gada 24.maija laikrakstā „Kaleidaskops”, kā arī skrejlapās iedzīvotāju pastkastītēs atsevišķos Rīgas mikrorajonos latviešu valodā un krievu valodā publicēts šāda satura paziņojums: *„Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija BRĪDINA – iespējama krāpniecība! Informējam, ka Ekonomikas policija veic izmeklēšanu par iespējamu krāpniecību logu un durvju tirdzniecības firmā „Jūsu logi”, kuras īpašnieki, iespējams, bija firmu „Vidzemes logu fabrika”, „Vorne Baltic”, „Oknarium”, „Pirmā logu klīnika” pārstāvji. Logu asociācija brīdina patērētājus par Latvijā šobrīd izplatītu klientu krāpšanas veidu, kas izpaužas naudas saņemšanā (avansa veidā), bet rezultātā pasūtījums netiek izpildīts, un iemaksātā nauda netiek atdota! Iespējama arī cita veida patērētāju krāpšana: kā nezināmas izcelsmes un zemas kvalitātes produkta piegāde, piegāde bez pavaddokumentiem un garantijām u.tml. Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija pasūtītājiem iesaka būt ļoti uzmanīgiem, pasūtot logus un durvis nezināmās kompānijās vai kompānijās, kas nav Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācijas biedri!”* Skrejlapās papildus norādītas arī konkrētas LLDR biedru firmas, t.sk., ražotāji un sistēmu un izejvielu piegādātāji (*lietas I sējuma 12.lapa, I sējuma 1.pielikuma 4.-6.lapa*).

[11] Ar pārsūdzēto Lēmumu atbildētāja ir konstatējusi, ka pieteicēja, izplatot minēto paziņojumu, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā un 9.panta otrajā daļā noteikto prasību veidot reklāmu atbilstoši godīgas konkurences principiem, līdz ar to izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru paredzēta atbildība LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā.

Saskaņā ar LAPK 166.<sup>13</sup> panta otro daļu par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu fiziskajām personām līdz piecsimt latiem, bet juridiskajām personām - no piecsimt līdz desmittūkstoš latiem.

[12] Tiesa konstatē, ka lietā nepastāv strīds, ka pieteicēja ir izplatījusi attiecīga satura paziņojumu, publicējot to laikrakstos un skrejlapās. Pieteicēja apstrīd faktu, ka pieteicējas publicētais paziņojums - brīdinājums ir reklāma, kā arī apstrīd faktu, ka šāds paziņojums ir uzskatāms par salīdzinošu reklāmu.

Līdz ar to, lai konstatētu, vai pieteicēja ir pieļāvusi Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas un 9.panta otrās daļas pārkāpumu, tiesai ir jāizvērtē, vai pieteicējas izplatītā informācija ir atzīstama par reklāmu, kā arī, vai tā ir atzīstama par salīdzinošu reklāmu. Bez tam, tiesai jāizvērtē, vai pieteicējas izplatītā reklāma atbilst godīgas konkurences principiem.

[13] Reklāmas likuma (*šeit un tālāk redakcijā, kas bija spēkā līdz 2007.gada 5.oktobrim*) 1.pants noteic, 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.

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa noteic, 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.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta pirmo daļu salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kurā izmantots salīdzinājums, kas tieši vai netieši norāda uz konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem. Savukārt Reklāmas likuma 9.panta otrā daļa cita starpā noteic, ka salīdzinājumu veido atbilstoši godīgas konkurences principiem, izmantojot faktus, kurus var pierādīt.

Padomes 1984.gada 10.septembra direktīvas 84/450/EEK par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu 2.pants nosaka, ka reklāma ir priekšstata veidošana jebkādā veidā saistībā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, lai veicinātu preču un pakalpojumu noietu, ieskaitot nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus. Savukārt Eiropas Parlamenta un Padomes 1997.gada 6.oktobra direktīvas 97/55/EK, ar ko groza direktīvu 84/450/EEK par maldinošu reklāmu, lai tajā iekļautu salīdzinošu reklāmu 2.panta 2.a punktā ir noteikts, ka salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus.

[14] Tiesa atzīst par pamatotu Lēmuma 18.punktā norādīto reklāmas jēdziena analīzi un, ka pieteicējas publicētais paziņojums ir atzīstams par reklāmu.

Izvērtējot pieteicējas publicēto paziņojumu, tiesa atzīst, ka paziņojums ir saistīts ar konkrētu saimniecisko darbību – logu un durvju ražošanu, to izplatīšanas (realizācijas) un montāžas pakalpojumiem. Tāpat tiesa atzīst, ka paziņojuma nolūks ir bijis veicināt LLDRA biedru ražotās preces un sniegto pakalpojumu popularitāti un pieprasījumu, jo par to tieši liecina LLDRA valdes 2007.gada 10.maija sēdes protokola 2.un 3.punktā norādītais, ka LLDRA valdē paziņojuma teksta projekts ir apspriests un akceptēts kā reklāmas teksta projekts un ar LLDRA un SIA „Montāžnieks D” ir noslēgts reklāmas pakalpojuma līgums.

Tiesa kā nepamatotu noraida pieteicējas argumentu, ka no valdes sēdes protokola ir skaidri noprotoams, ka tiek nodalīts jautājums par biedru produkcijas popularizēšanu no patērētāju brīdināšanas un ka valdes sēdē šie jautājumi ir nodalīti, jo netiek runāts par to, ka tiks popularizēti biedri, izplatot un publicējot brīdinājumu patērētājiem. Tiesas ieskatā pieteicēja nav nodalījusi jautājumu par biedru produkcijas popularizēšanu no jautājuma par patērētāju brīdināšanu, jo, lai gan valdes sēdes 2.punktā tiek norādīts, ka tika izskatīts jautājums par iespējām un veidiem kā popularizēt un reklamēt produkciju un par nepieciešamību brīdināt pircējus par problēmām, valdes sēdes protokola 3.punktā pieteicējas izplatītais paziņojums netiek atsevišķi apspriests un akceptēts kā publikācija par patērētāju brīdināšanu, bet gan kā reklāmas teksta projekts. Tāpat lietā esošie materiāli neapstiprina pieteicējas paskaidrojumus tiesai

norādīto, ka LLDR valde ir atsevišķi apspriedusi jautājumu par LLDR biedru produkcijas popularizēšanu un reklamēšanu, izvērtējot jautājumu par kvalitātes zīmju popularizēšanu, jo valdes sēdes protokolā un pieteicējas 2007.gada 6.jūlijā sniegtajos paskaidrojumos atbildētājam nav norādīts, ka valde vispār šādu jautājumu ir skatījusi. Turklāt, popularizējot un reklamējot LLDR biedru piedāvātās preces un pakalpojumus, vienlaikus ir iespējams arī brīdināt patērētājus par problēmām, kas var rasties ar citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem, kas nav LLDR biedri. Tāpat arī, brīdinot patērētājus būt īpaši uzmanīgiem tieši ar citiem uzņēmumiem, kas nav LLDR biedri, tiek veicināta tieši LLDR biedru piedāvāto preču un pakalpojumu popularitāte un pieprasījums.

[15] Tiesa nevar piekrist pieteicējas argumentam, ka atbilstoši APL 11.pantā noteiktajam likuma atrunas principam valdes sēdes protokols un valdes sēdes lēmums nevar būt par Lēmuma pamatojumu un argumentu, vērtējot brīdinājuma atbilstību Reklāmas likumam, bet var tikt izmantots kā informatīvs materiāls.

Atbilstoši likuma atrunas principam privātpersonai nelabvēlīgu administratīvo aktu izdot var uz Satversmes, likuma, kā arī uz starptautisko tiesību nomas pamata. Lēmums ir izdots, pamatojoties uz LAPK 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, kas paredz personas saukšanu pie administratīvās atbildības par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas izplatīšanu, tai skaitā par Reklāmas likuma 3.panta pirmajai daļai un 9.panta otrajai daļai neatbilstošas reklāmas izplatīšanu, tādējādi ievērojot likuma atrunas principu.

Lai izdotu attiecīgu administratīvo aktu, iestādei ir pienākums izvērtēt juridiski nozīmīgus apstākļus (faktiskais sastāvs), pamatojoties uz tiesību normas sastāva pazīmēm, lai noskaidrotu, vai faktiskais sastāvs ir viens no normas sastāva gadījumiem (subsumcija). Atbilstoši patvaļas aizlieguma principam, iestādes administratīvo aktu var pamatot ar faktiem, kuri nepieciešami lēmuma pieņemšanai, un no tiem izrietošiem objektīviem un racionāliem juridiskiem apsvērumiem. LLDR valdes sēdes protokols un tajā ietvertais lēmums pierāda atsevišķus lietā nozīmīgus apstākļus, no kuriem tiek attiecīgi izdarīts secinājums, ka faktiskais sastāvs atbilst tiesību normā noteiktajam tiesiskajam sastāvam. Līdz ar to LLDR valdes sēdes protokols un tajā ietvertais lēmums pamatoti ir izmantots pārsūdzētā Lēmuma pamatojumā.

[16] Tiesas ieskatā konkrētajā gadījumā nav nozīmes pieteicējas argumentam, ka tā nav guvusi tiešu peļņu vai atlīdzību par paziņojuma izplatīšanu.

Atbilstoši Reklāmas likuma 1.pantā noteiktajam par reklāmu atzīstams jebkurš paziņojums, kas saistīts ar saimniecisko darbību un kura nolūks ir veicināt preču un pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem, neatkarīgi no tā, vai saimnieciskā darbība tiek veikta peļņas gūšanas nolūkā, vai ar attiecīgās reklāmas izplatīšanu tiek gūta peļņa, kā arī, vai par attiecīgās reklāmas izplatīšanu tiek saņemta atlīdzība.

[17] Atbilstoši Reklāmas likuma 9.panta pirmajai daļai, lai atzītu reklāmu par salīdzinošu reklāmu ir jākonstatē, ka tajā izmantots salīdzinājums, kas tieši vai netieši norāda uz konkurentu vai konkurentu piedāvātajām precēm.

Tiesa atzīst par pamatotu Lēmuma 19.punktā norādīto salīdzinošas reklāmas jēdziena analīzi. Tāpat pamatots ir secinājums, ka pieteicējas publicētais paziņojums, ir atzīstams par salīdzinošu reklāmu.

Tiesa atzīst, ka pieteicējas publicētajā paziņojuma tekstā „*Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija pasūtītājiem iesaka būt ļoti uzmanīgiem, pasūtot logus un durvis nezināmās kompānijās vai kompānijās, kas nav Latvijas Logu un durvju ražošanas asociācijas biedri!*” ir ietverta netieša norāde uz LLDR biedru konkurentiem un to piedāvātajām precēm – uz visiem citiem uzņēmumiem, kas nodrošina logu un durvju ražošanu, to izplatīšanas (realizācijas) un montāžas pakalpojumus un kas nav LLDR biedri. Turklāt minētā norāde ir atzīstama par salīdzinošu, jo iesakot pasūtītājiem būt uzmanīgiem pasūtot logus un durvis visos citos uzņēmumos, kas nav LLDR biedri, LLDR biedri skaidri un nepārprotami tiek nošķirti no pārējiem konkurējošiem uzņēmumiem kā uzņēmumi, ar kuriem nav nepieciešams būt īpaši uzmanīgiem. Ievērojot, ka paziņojuma tekstā ir norādītas arī konkrētās logu un durvju tirdzniecības firmas (nosaukumi), kurās Valsts policijas Ekonomikas policija veic izmeklēšanu par iespējamu krāpniecību, un ieteikums būt uzmanīgiem izriet no paziņojumā minētās informācijas par ekonomikas policijas veikto izmeklēšanu un iespējamu patērētāju krāpšanu,

tiesa atzīst, ka paziņojumā ir izmantots arī salīdzinājums, kas tieši norāda uz atsevišķiem konkurentiem.

[18] Noraidāms ir pieteicējas arguments, ka Reklāmas likuma 9.pants nav attiecināms uz pieteicējas publicēto brīdinājumu, jo tiesību normā runāts par konkurentiem, ar kuriem tiek salīdzināta prece vai pakalpojums, bet pieteicēja ir sabiedriskā organizācija un nenodarbojas ar preču ražošanu un pakalpojumu sniegšanu, attiecīgi pieteicējai konkurents var būt tikai cita sabiedriskā organizācija šajā nozarē.

LLDRA ir biedrība, kas apvieno tās biedrus – komersantus, kas Latvijā ražo logus, durvis, stikla konstrukcijas, montē vai izplata Latvijā ražotus logus, durvis, vai netieši strādā šajā darbības sfērā, piegādājot nozares ražotnēm nepieciešamos izejmateriālus vai komplektējošās detaļas. Tādējādi biedrība apvieno konkrētus logu un to konstrukciju realizācijas tirgus dalībniekus, kas konkurē arī ar citiem šī tirgus dalībniekiem, kas nav biedrības biedri. Atbilstoši LLDRA 2007.gada 10.maija valdes sēdes protokolā norādītajam biedrībā apvienotie komersanti (tirgus dalībnieki), piedaloties to pārstāvjiem, ir nolēmuši kopīgi popularizēt un reklamēt visu LLDRA biedru (tirgus dalībnieku) ražoto produkciju, nevis popularizēt un reklamēt LLDRA kā biedrību pašu par sevi. Tāpat ir nolemts, ka reklāmas budžets veidojas no katra LLDRA biedra (tirgus dalībnieka) iemaksājamiem naudas līdzekļiem, kā arī akceptēts konkrētais reklāmas teksts. Līdz ar to LLDRA izplatītā reklāma ir vērtējama kā apvienoto tirgus dalībnieku kopēja reklāma, ko izplatījusi LLDRA, un ir vērtējams salīdzinājums starp LLDRA apvienotajiem tirgus dalībniekiem un viņu konkurentiem.

[19] Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa un 9.pantā otrā daļa nosaka prasību reklāmu veidot atbilstoši godīgas konkurences principiem.

Reklāmas likums nesniedz ne negodīgas konkurences definīciju, ne godīgas konkurences principu uzskaitījumu. Līdz ar to, minētā jēdziena noskaidrošanai izmantojams citās tiesību normās ietvertais regulējums.

Negodīgas konkurences definīciju sniedz Konkurences likums, kas izstrādāts, ņemot vērā Padomes 2002.gada 16.decembra regulu (EK) Nr.1/2003 par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82.pantā (publicēta „Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī” L 001, 2003.gada 4.janvārī). Minētā likuma 18.panta otrā daļa noteic, ka par negodīgu konkurenci uzskatāmas darbības, kuru rezultātā tiek pārkāpti normatīvie akti vai godīgas saimnieciskās darbības paražas un ir radusies vai varētu rasties konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana.

Konkurences likums nesniedz izsmeļošu to darbību uzskaitījumu, kas uzskatāmas par negodīgu konkurenci, bet 18.panta trešajā daļā ir norādīts uz vairākām darbībām, kas uzņēmējdarbībā ir kvalificējas kā negodīga konkurence, un tas ir:

1) cita tirgus dalībnieka (eksistējoša, savu darbību izbeiguša vai reorganizēta) likumīgi lietota nosaukuma, atšķirības zīmju un citu pazīmju izmantošana vai atdarināšana, ja tas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti;

2) cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšana, preču zīmes izmantošana, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi;

3) nepatiesas, nepilnīgas vai izkropļotas informācijas izplatīšana par citu tirgus dalībnieku vai tā darbiniekiem, kā arī par šā tirgus dalībnieka ražoto vai realizēto preču saimniecisko nozīmi, kvalitāti, izgatavošanas veidu, īpašībām, daudzumu, noderīgumu, cenām, to veidošanas un citiem noteikumiem, kas var šim tirgus dalībniekam nodarīt zaudējumus;

4) cita tirgus dalībnieka komercnoslēpumu ietverošas informācijas iegūšana, izmantošana vai izplatīšana bez tā piekrišanas;

5) cita tirgus dalībnieka darbinieku ietekmēšana ar draudiem vai uzpirkšana, lai radītu priekšrocības savai ekonomiskajai darbībai, tādējādi nodarot šim tirgus dalībniekam zaudējumus.

Tiesas ieskatā no Konkurences likuma 18.panta izsecināms godīgas konkurences pamatprincips, atbilstoši kam par godīgu konkurenci atzīstamas tādas darbības, kuru rezultātā netiek pārkāpti normatīvie akti vai godīgas saimnieciskās darbības paražas un nerodas konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana.



[20] Tiesa atzīst par pareizu Lēmuma 23.punktā norādīto, ka LLDR izplatītajā paziņojumā LLDR biedri skaidri un nepārprotami tiek nošķirti no pārējiem konkurējošiem uzņēmumiem, un ka, vērtējot paziņojuma tekstu kopumā, tajā ir norādīts un no tā var uztvert, ka visi konkurējošie uzņēmumi, kas nav LLDR biedri, var veikt kriminālsodāmas darbības, apkrāpjot patērētājus.

Izvērtējot lietas materiālus, tiesa atzīst, ka pieteicējas rīcībā, publicējot paziņojumu, nav bijusi informācija, kas objektīvi liecinātu, ka visi citi konkurējošie uzņēmumi, kas nav LLDR biedri, t.sk., SIA „Oknarium”, apkrāpj patērētājus. No tā, ka Valsts policijas Ekonomikas policija ir uzsākusi kriminālprocesu par atsevišķu uzņēmumu amatpersonu iespējamām krāpnieciskām darbībām, kā arī Patērētāju tiesību aizsardzības centrā ir iesniegtas personu sūdzības par atsevišķiem uzņēmumiem, kas nav LLDR biedri, objektīvi un racionāli neizriet apgalvojums, ka visi citi uzņēmumi, kas nav LLDR biedri var veikt krāpnieciskas darbības pret patērētājiem. Turklāt, LLDR rīcībā, kā arī Valsts policijas Ekonomikas policijā un Patērētāju tiesību aizsardzības centrā nebija arī informācijas par SIA „Oknarium” iespējamiem pārkāpumiem. Arī tas, ka SIA „Oknarium” amatpersonas ir minētas masu saziņas līdzekļos un ir pazīstamas ar to uzņēmumu amatpersonām, saistībā ar kuriem ir iesniegtas sūdzības un uzsākts kriminālprocess, objektīvi neliecina, ka LLDR paziņojuma pieņemšanas un izplatīšanas laikā SIA „Oknarium” var veikt krāpnieciskas darbības.

Līdz ar to LLDR paziņojumā izmantotā negatīvā pretstatījuma forma var atturēt paziņojuma saņēmējus no izvēles par labu uzņēmēju, kas nav LLDR biedri, produktiem un pakalpojumiem, balstoties uz negatīvas informācijas pamata, kas ir nepatiesa un nepilnīga, nevis, pamatojoties uz objektīvām preču un pakalpojumu īpašībām.

Tādējādi tiesa atzīst, ka atbildētājs Lēmumā ir pamatoti konstatējis, ka pieteicējas veiktā darbība – nepatiesas un nepilnīgas informācijas izplatīšana par citiem tirgus dalībniekiem, kas nav LLDR biedri, var šiem tirgus dalībniekiem nodarīt zaudējumus un radīt deformējumu tirgū un tādējādi tā neatbilst godīgas konkurences principiem.

[21] Tiesas ieskatā konkrētajā gadījumā nav būtiskas nozīmes pieteicējas apsvērumam par LLDR izpilddirektora sniegto paskaidrojumu izmantošanu lietā. Tiesa nekonstatē, ka Lēmums būtu balstīts uz kādu LLDR izpilddirektora paskaidrojuma sniegtu apsvērumu vai norādītu faktu, kas būtu pretrunā ar LLDR pilnvarotā pārstāvja sniegtajiem apsvērumiem un norādītajiem faktiem. Ņemot vērā, ka lietas izskatīšanas laikā atbildētājs uzklaušija LLDR izpilddirektoru un ieguva attiecīga satura informāciju, atbildētājs Lēmumā bija tiesīgs to atspoguļot.

[22] Ņemot vērā minēto, tiesa atzīst, ka pieteicēja ir pieļāvusi Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas un 9.panta otrās daļas pārkāpumu un atbildētājs ir pareizi piemērojis materiālās tiesību normas un konstatējis pieteicējas darbībās administratīvā pārkāpuma sastāvu, par kuru pieteicējai ir uzliktas administratīvais sods.

[23] Pārbaudot pārsūdzētā lēmuma procesuālo tiesiskumu tiesa konstatē, ka tas ir pieņemts ievērojot LAPK procesuālās tiesību normas, ievērojot procesuālos termiņus un APL 67.pantā noteikto administratīvā akta formu un sastāvdaļas.

[24] Par izdarīto pārkāpumu pieteicējai ir piemērots naudas sods Ls 1000 apmērā. LAPK 166.<sup>13</sup> panta sankcijā ir paredzēts naudas sods juridiskajām personām no piecsimts līdz desmit tūkstoš latiem. No minētā redzams, ka sods ir piemērots panta sankcijā noteiktajos ietvaros.

Tiesa atzīst, ka atbildētājs, nosakot pieteicējai uzliedzamo naudas soda apmēru, ir pareizi konstatējis pieteicējas vainu administratīvā pārkāpuma izdarīšanā, ņēmis vērā to, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai, nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, kā arī neapstāv administratīvo atbildību mīkstinošie un pastiprinošie apstākļi.

Tiesas ieskatā, atbildētājs ir pareizi izvērtējis un ņēmis vērā reklāmas kopējo saturu, vietu, veidu, ilgumu un mantisko zaudējumu iespējamību, kā arī lēmuma par sodīšanu nepieciešamību, piemērotību, vajadzību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pieteicējas rīcību un tai uzliedzamo ierobežojumu, konkurentu, kā arī visas sabiedrības tiesiskās intereses, t.sk., tiesības uz godīgu konkurenci un tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu.

Līdz ar to tiesa atzīst, ka pieteicējai piemērotais naudas sods ir atbilstošs un samērīgs ar izdarīto pārkāpumu.

Pie šādiem apstākļiem pārsūdzētais Lēmums ir atzīstams par tiesisku un pieteicējas lūgums par tā atcelšanu nav pamatots un ir noraidāms.

### **Rezolutīvā daļa**

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246.-251.pantu, Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 286.panta pirmās daļas 1.punktu Administratīvā rajona tiesa

### **nosprieda**

atstāt negrozītu Konkurences padomes 2007.gada 19.septembra lēmumu Nr.EO2-120, bet biedrības „Latvijas Logu un durvju ražotāju asociācija” sūdzību noraidīt.

Spriedumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā 20 dienu laikā no tā sastādīšanas dienas, iesniedzot apelācijas sūdzību Administratīvās rajona tiesas Rīgas tiesu namā.

Spriedums sastādīts 2009.gada 18.augustā.

Tiesnese

/paraksts/

K.Kalvāne-Radziņa

**NORAKSTS PAREIZS**

Administratīvās rajona tiesas tiesnese

K.Kalvāne-Radziņa

Rīgā, 2009.gada 18.augustā