



KONKURENCES PADOME

Blaumaņa ielā 5a, Rīgā, LV-1011 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

L Ē M U M S

Rīgā

Nr.E02-69

2007. gada 13.jūnijā

Administratīvā pārkāpuma lietā Nr.A/07/09/2

Konkurences padome, piedaloties SIA „Acu mikroķirurģijas centrs” pārstāvjiem V.Kuzņecovam un S.Kravčukam, izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu Nr.A/07/09/2 par Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu AMC, vienotais reģ.Nr.40003553165, juridiskā adrese Rīgā, Sergeja Eizenšteina ielā 71-24, darbībās un

konstatēja:

SIA „Acu mikroķirurģijas centrs” (turpmāk –AMC) laika periodā no 09.10.2006. līdz 22.10.2006. televīzijas kanālā PBK (pavisam 28 izvietojumi) un laika periodā no 20.02.2007. līdz 20.03.2007. interneta mājas lapā www.glaza.lv (teksta un video veidā, nepārtraukti vienu mēnesi) sniegusi AMC un tās piedāvāto pakalpojumu reklāmu (turpmāk –Reklāma). Interneta mājas lapā www.glaza.lv (teksta veidā) sniegtajā Reklāmā ietverti paziņojumi: „Pirmo reizi Latvijā! 2006.gada septembris! (..) Pasaules ātrākais eksimerlāzers, kuram ir visi FDA sertifikāti (tuvredzībā, tālredzībā, astigmātismā) –Allegretto Wave Eye Q –tā darbības ātrums ir dioptrijs/2 sekundēs”; „Allegretto Wave Eye Q –pats ātrākais, kuram ir visi FDA sertifikāti, pats drošākais, pats uzticīgākais un pats populārākais no mūsdienu lāzeriem”. Televīzijas kanālā PBK un interneta mājas lapā www.glaza.lv (video veidā) sniegtajā Reklāmā ietverti paziņojumi: „Mēs izmantojam pašu drošāko eksimerlāzera sistēmu pasaulē Allegretto Wave Eye Q! Allegretto –tas ir pats ātrākais lāzers pasaulē” (televīzijā un interneta mājas lapā www.glaza.lv izplatītie Reklāmas paziņojumi turpmāk –Paziņojumi).

Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir AMC.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu *Reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu*. 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*.

Konkurences padome 23.05.2007. pieņēma lēmumu Nr.46 (turpmāk – Lēmums), kurā konstatēja, ka AMC, sniedzot Reklāmu, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā

reklāmai izvirzītās vispārīgās prasības un 8.panta pirmajā daļā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtnās daļas 5.punktu, 23.05.2007. uzsākta lietvedība Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma lietā Nr.A/07/09/2 un, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 215.⁸ un 246.pantu, 01.06.2007. AMC sastādīts administratīvā pārkāpuma protokols RA Nr.600017 par administratīvo pārkāpumu, kas paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā.

AMC pārstāvis S.Kravčuks 01.06.2007. iepazinās ar administratīvā pārkāpuma lietā Nr.A/07/09/2 un lietā Nr.550/07/09/3 *Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā un 8.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpumu AMC darbībās* esošiem materiāliem. AMC 01.06.2007. protokolam RA Nr.600017 lūdza pievienot 01.06.2007. rakstveida paskaidrojumus, kuros norādīts sekojošais. SIA Acu mikroķirurģijas centrs” uzskata, ka Konkurences padome, pieņemot Lēmumu, nav pārbaudījusi visus lietā esošos pierādījumus vispusīgi un objektīvi, kas noveda pie nepareizas pierādījumu novērtēšanas un nepareiza lēmuma pieņemšanas. Paskaidrojumiem AMC pielikumā pievienojusi e-pasta vēstules no lāzeru Alegretto ražotāja kompānijas Wawelight par lāzera Alegretto Wawe Eye-Q ātrumu, kas pēc tās ieskata ir pierādījumi, kuri apliecina, ka Reklāmas Paziņojumi nesaturēja nepatiesu informāciju. AMC uzskata, ka nedrīkst uzlikt administratīvo sodu par videofilmas izplatīšanu televīzijas kanālā PBK, jo tā tika pārraidīta televīzijā no 09.10.2006. līdz 22.10.2006., bet saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 37.panta pirmo daļu, administratīvo sodu var uzlikt ne vēlāk kā četrus mēnešus laikā no pārkāpuma izdarīšanas dienas, bet, ja pārkāpums ir ilgstošs, - četrus mēnešus laikā no tā atklāšanas dienas. Savukārt videofilmas izvietošana weblapā www.glaza.lv un to apmeklētāju skaits apliecina, ka minētā iespējamā pārkāpuma sekas ir maznozīmīgas, jo saskaņā ar webservera turētāja SIA „TRIANGLE” statistikas datiem, weblapā glaza.lv izvietotās videofilmas, kura saskaņā ar lēmumu satur maldinošu Reklāmu, saiti apmeklēja no 54 IP adresēm, par kurām var secināt, ka saiti uz videofilmu apmeklēja lielākajā gadījumā 37 apmeklētāji (t.sk. personas, kuru darba pienākumos ietilpst apmeklēt dažādas weblapas).

AMC sniedz plašu spektru medicīnisko pakalpojumu un daudzi no iespējamiem patērētājiem apmeklēja weblapu ar mērķi saņemt informāciju par citiem pakalpojumiem, nevis par pakalpojumiem, kuri tika reklamēti videofilmā, kas arī sašaurina personu, kurām varēja tikt adresēta šī filma, loku. Tādējādi augstāk minētā informācija pēc AMC ieskata liecina, ka videofilmas izplatīšanas apjoms nevar tikt kvalificēts kā liels, un, pieņemot lēmumu administratīvā pārkāpuma lietā, jāņem vērā, ka negatīvās sekas no minētās videofilmas nevarēja būt nopietnas.

AMC lūdza Konkurences padomi, pieņemot lēmumu administratīvā pārkāpuma lietā, ņemt vērā, ka AMC nekad nebija sodīta administratīvajā kārtībā; negatīvas sekas no Reklāmas izvietošanas weblapā nevar tikt uzskatītas par nopietnām (ņemot vērā apmeklētāju skaitu un to, ka šī filma ir noņemta no demonstrēšanas interneta mājas lapā jau pirms 2,5 mēnešiem); videofilmā norādīta informācija vēl pašlaik tiek pārbaudīta un, iespējams, vēlāk tiks iesniegti filmā minētās informācijas patiesības papildus pierādījumi. Pamatojoties uz minēto un Latvijas administratīvā pārkāpumu kodeksa normām, AMC lūdza pievienot paskaidrojumus lietai un izbeigt lietu par administratīvo pārkāpumu.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas sēdē AMC pārstāvji V.Kuzņecovs un S.Kravčuks, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 85.panta pirmo daļu, otrās daļas 3.un 4.punktu un Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.panta 6.punktu, izteica lūgumu atcelt Konkurences padomes Lēmumu un izbeigt lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā Nr.A/07/09/2 (turpmāk – Lūgums). Lūgums noformēts un iesniegts arī rakstveidā un pamatots ar sekojošo. Lai pārbaudītu Reklāmā sniegto Paziņojumu atbilstību vai neatbilstību Reklāmas likuma normām, AMC uzskata, ka būtu pietiekoši pieprasīt un saņemt informāciju no lāzera ražotāja par lāzera darbības ātrumu, lingvistisko atzinumu par Reklāmas Paziņojumu izpratni no semantikas viedokļa un dokumentu, kas apliecinātu, ka ražotājs, kompānija

WaveLight AG piegādāja iesniedzējam SIA „AJKC” tieši tādu pašu lāzeru Allegretto Wave Eye Q, kas ir AMC. Norāda, ka lēmums, ar kuru tika konstatēts Reklāmas likuma pārkāpums, tika pieņemts neievērojot Administratīvā procesa principus, nepilnvērtīgi un subjektīvi izvērtējot lietas faktiskos apstākļus un neiegūstot visu nepieciešamo informāciju objektīva lēmuma pieņemšanai. AMC iesniedza jaunus pierādījumus, kuri pēc tās ieskata atspēko lēmumā esošos secinājumus, t.i., lāzeru Allegretto Wave Eye Q un Allegretto Concerto ražotāja kompānijas WaveLight AG atbildi, ka lāzera ātrums ir dioptrijs/2 sekundēs un Valsts valodas aģentūras 08.06.2007. izziņu Nr.3-2/974 par Reklāmā sniegto Paziņojumu izpratni no semantikas viedokļa. Līdz ar to AMC uzskata, ka ir mainījušies lietas apstākļi, kuriem pastāvot administratīvā akta izdošanas brīdī iestāde varētu šādu administratīvo aktu neizdot, un administratīvā akta palikšana spēkā skar būtiskas sabiedrības intereses.

Papildus AMC pārstāvji V.Kuzņecovs un S.Kravčuks sniedza paskaidrojumus, norādot uz apstākļiem, kas ietverti AMC 01.06.2007. iesniegtajos rakstveida paskaidrojumos administratīvā pārkāpuma lietā Nr.A/07/09/2.

Konkurences padome, izvērtējusi AMC sniegtos paskaidrojumus un izteikto Lūgumu norāda sekojošo.

Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 37.panta pirmo daļu *administratīvo sodu var uzlikt ne vēlāk kā četru mēnešu laikā no pārkāpuma izdarīšanas dienas, bet, ja pārkāpums ir ilgstošs, - četru mēnešu laikā no tā atklāšanas dienas.* AMC Reklāmu, kas ar Lēmumu atzīta par neatbilstošu Reklāmas likuma prasībām, televīzijas kanālā PBK sniedza laika periodā no 09.10.2006. līdz 22.10.2006. Tādējādi, ievērojot Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 37.panta pirmajā daļā noteikto, par šīm darbībām AMC administratīvais sods nav piemērojams.

Nav pamatots AMC arguments, ka, pieņemot Lēmumu, Konkurences padome nav pārbaudījusi visus lietā esošos pierādījumus, subjektīvi izvērtējusi lietas faktiskos apstākļus.

Ir jānorāda, ka Konkurences padomei un tās amatpersonām, izvērtējot lietas apstākļus un pieņemot Lēmumu nav savu interešu. Konkurences padome ir pakļauta tikai likumam un tiesībām un darbojas atbilstoši kompetencei un pilnvarojuma jēgai un mērķim. Tas izriet no Valsts pārvaldes iekārtas likuma 10.panta pirmajā un ceturtajā daļā noteiktajiem principiem. No Lēmuma, it īpaši tā 16.-19.punkta izriet, ka faktiskos un tiesiskos apstākļus Konkurences padome ir konstatējusi un devusi novērtējumu, balstoties uz vispusīgi, pilnīgi un objektīvi pārbaudītiem pierādījumiem, ievērojot līdzšinējo praksi un pastāvošo tiesu praksi reklāmas izvērtējumā, pamatojoties uz Reklāmas likumā noteiktajiem procesuālajiem un formālajiem priekšnoteikumiem.

Ir jāatgādina, ka, ņemot vērā Administratīvā procesa likuma 3.panta pirmo daļu un ievērojot Reklāmas likuma 15.panta pirmajā un otrajā daļā, 10.panta otrajā un trešajā daļā noteikto, Reklāmas likuma pārkāpumu izmeklēšanas jomā darbojas reversais pierādījumu nodrošināšanas princips, kur pierādījumu iesniegšanas pienākums ir uzlikts reklāmas devējam. Līdz ar to, pieņemot Lēmumu par AMC izplatīto Reklāmu, iestāde balstījās uz lietā esošajiem pierādījumiem, kuru iesniegšanas pienākums ir uzlikts AMC. Konkurences padomei nav iespēja sniegt vērtējumu citiem pierādījumiem, kurus izplatītās Reklāmas pamatojuma nolūkā Pieteicējs tai nav sniedzis. Tas ir Reklāmas likumā skaidri definēts pamatprincips, kas jāņem vērā jebkuram reklāmas devējam. Arī konkrētajā lietā attiecībā uz pierādījumu iesniegšanas pienākumu jāņem vērā, ka Pieteicējam bija jābūt un pēc Konkurences padomes pieprasījuma jāiesniedz visi pierādījumi, kas apstiprinātu izvērtējamajā Reklāmā ietverto visu Paziņojumu atbilstību faktiskajiem apstākļiem. To nosaka iepriekš minētās tiesību normas. Līdz ar to pati AMC nav ievērojusi tai kā reklāmas devējam ar likumu uzlikto pienākumu. Tā kā Lēmums ir pamatots tieši ar Reklāmas likuma normām, tad Konkurences padome nesaskata arī AMC norādītā Administratīvā procesa likuma 11.pantā noteiktā likuma atrunas principa pārkāpumu.

Pie tam ir arī jāatgādina, ka Konkurences padome pieprasīja AMC sniegt paskaidrojumus un iesniegt pierādījumus, kas apstiprinātu Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem (Konkurences padomes Biroja 16.03.2007. vēstule Nr.555). Vēstulē AMC tika brīdināts par sekām, ja pieprasītie pierādījumi noteiktā termiņā netiek sniegti vai tie nav pietiekami. Papildus tam lietas izskatīšanas laikā AMC tika nodrošinātas visas tiesības iepazīties ar lietā esošajiem pierādījumiem un sniegt papildus informāciju un pierādījumus. Tādējādi Lūgumā norādīto informāciju, kuru AMC uzskata, ka būtu pietiekoši pieprasīt un saņemt, lai pārbaudītu Reklāmas Paziņojumu atbilstību, AMC varēja sniegt un tai bija pienākums iesniegt Konkurences padomei līdz Lēmuma pieņemšanai. Ņemot vērā minētos apsvērumus, citu pierādījumu iesniegšana pēc Lēmuma pieņemšanas nevar ietekmēt Konkurences padomes Lēmuma tiesiskumu.

Vienlaikus attiecībā uz AMC iesniegtajā Valsts valodas aģentūras 08.06.2007. izziņā Nr.3-2/974 norādīto paskaidrojam, ka tā neietekmē Lēmumā konstatētos faktiskos vai tiesiskos apstākļus. Saskaņā ar Reklāmas likuma 13.panta pirmo daļu reklāmas atbilstību likuma prasībām uzrauga Konkurences padome. Tādējādi vienīgi Konkurences padome savas kompetences ietvaros ir pilnvarota, izvērtējot reklāmā atsevišķi sniegto informāciju un tās kopējo saturu, reklāmas noformējumu un pasniegšanas veidu, dot vērtējumu reklāmas iespējamai ietekmei uz mērķauditoriju. Šāda kompetence nav piešķirta Valsts valodas aģentūrai, kas savu viedokli var sniegt šauri analizējot teikumus no latviešu valodas gramatikas viedokļa. Konkrētajā lietā, ievērojot piešķirto rīcības brīvību, Konkurences padome neuzskatīja, ka tai, lai pieņemtu Lēmumu, būtu nepieciešama papildus informācija, piemēram, no Valsts valodas aģentūras. Šādu lūgumu neizteica arī AMC. Ir arī jānorāda, ka tā kā vidusmēra patērētājs parasti, normālos apstākļos ikdienas situācijā uztverot reklāmu, nevar veikt tik detalizētu analīzi kā to veikusi Valsts valodas aģentūra, tad izvērtējot reklāmu no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa ir jāņem vērā, vai tā nav viegli pārprotama un nevar radīt maldinošu iespaidu, kā tas tika konstatēts Lēmumā. Bez tam Valsts valodas aģentūra ir devusi savu novērtējumu tikai atsevišķiem Reklāmā ietvertiem Paziņojumiem, nevis visiem Reklāmas Paziņojumiem, kas izvērtēti Konkurences padomes Lēmumā.

Pārbaudot AMC 01.06.2007. rakstveida paskaidrojumiem pievienotajā e-pasta sarakstē ar WaveLigt AG norādīto informāciju un Lūgumam pievienotajā WaveLigt AG 01.06.2007. vēstulē sniegto informāciju, Konkurences padome secina, ka tā neietekmē Lēmumā konstatētos faktiskos vai tiesiskos apstākļus.

Kā paskaidrots iepriekš, Lēmums pamatots ar lietā Nr.550/07/09/3 pārbaudītajiem pierādījumiem, t.sk., kas pārbaudīti un novērtēti Lēmuma 18.punktā. Kā Lēmumā konstatēts, AMC interneta mājas lapā www.glaza.lv video veidā sniegtajā Reklāmā un interneta mājas lapā www.glaza.lv teksta veidā sniegtajā Reklāmā norādījusi atšķirīgu informāciju par lāzera Allegretto Wave Eye Q darbības ātrumu, kas pats par sevi rada neskaidrības šīs informācijas saņēmējiem. Pie tam kā konstatēts Lēmumā un administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā atzina AMC pārstāvji, Reklāmas Paziņojums par to, ka lāzera Allegretto Wave Eye Q darbības ātrums ir dioptrijs 2 sekundēs atbilst faktiskajiem apstākļiem pie nosacījuma, ja tiek koriģēta 6,5 mm liela optiskā zona. Šāda satura Paziņojums Reklāmā nav sniegts. Konkurences padome jau iepriekš ir atzinusi, ja reklāmā sniegts paziņojums ir pakārtots būtiskam nosacījumam, kas patērētājiem tiek noklusēts, tad šāda paziņojuma izmantošana reklāmā var maldināt un nav pieļaujama (skat. Konkurences padomes 17.07.2006. lēmums Nr.80, Latvijas Vēstnesis Nr.122, 03.08.2006). Tas ir Pieteicēja no Reklāmas likuma tiesību normām izrietošs pienākums reklāmā nepieļaut tādas informācijas sniegšanu un tādā tās veidā, kas var maldināt un radīt nepareizu iespaidu patērētājam.

Konkurences padome arī neuzskata, ka būtu pieļāvusi kļūdu pierādījumu novērtēšanā, kas apstiprina faktu, ka lāzers Allegretto Wave Eye Q Latvijā SIA „AJKC” klīnikā lietošanā bija un redzes korekcijai tika izmantots pirms AMC. Lēmuma 17.punktā Konkurences padome jau pēc būtības ir pārbaudījusi un izvērtējusi AMC iebildumus, kas izteikti minēto secinājumu sakarā. Tādējādi AMC Lūgumā ietvertos atkārtotos iebildumus uzskata par nepamatotiem,

balstoties uz Konkurences padomes Lēmumā sniegto pamatojumu. Turklāt AMC nav sniegusi pierādījumus vai pamatotu informāciju, kas varētu būt par pamatu citādu secinājumu izdarīšanai.

Nemot vērā minēto, Konkurences padome AMC izteikto Lūgumu par Lēmuma atcelšanu un lietvedības izbeigšanu administratīvajā lietā Nr.A/07/09/2 atzīst par nepamatotu un noraidāmu.

AMC ir sniegusi Reklāmu, ar kuru pārkāptas Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzītās vispārīgās prasības un 8.panta pirmajā daļā noteiktais maldinošas reklāmas aizliegums.

AMC sniegusi Reklāmu, kuras Paziņojumus saņemot, patērētāji var uztvert, ka tieši AMC klīnika ir tā klīnika, kurā pirmoreiz Latvijā kopš 2006.gada septembra izmanto reklamēto lāzeru Allegretto Wave Eye Q; ka AMC izmantotā lāzera Allegretto Wave Eye Q darbības ātrums ir dioptrijs/2 sekundēs; ka AMC izmantotais lāzers Allegretto Wave Eye Q ir „pats ātrākais” un „pats drošākais” un ka citās konkurējošās klīnikā izmantotie eksimerlāzēri ir lēnāki un mazāk droši. Taču, kā lietā nodibināts, lāzers Allegretto Wave Eye Q Latvijā AJKC klīnikā bija jau 2006.gada jūlijā un redzes korekcijai tika izmantots pirms AMC; AMC klīnikā izmantotā lāzera Allegretto Wave Eye Q darbības ātrums ir dioptrijs/2 sekundēs pie nosacījuma, ja tiek koriģēta 6,5 mm liela optiskā zona; AMC klīnikā izmantotais lāzers Allegretto Wave Eye Q nav „pats ātrākais” lāzers pasaulē, un AJKC klīnikā izmantotā lāzera Allegretto Concerto darbības ātrums (500Hz) ir lielāks, nekā AMC klīnikā izmantotā lāzera Allegretto Wave Eye Q darbības ātrums (400Hz); AMC lietā neiesniedza pierādījumus, kas apstiprina Reklāmā norādīto, ka AMC klīnikā izmantotais lāzers Allegretto Wave Eye Q ir „pats drošākais” eksimerlāzers pasaulē, un lietā iegūtie pierādījumi šādu faktu neapstiprina. Nemot vērā to, ka Reklāmas Paziņojumos sniegtās informācijas atbilstību faktiskajiem apstākļiem AMC nav pamatojusi ar attiecīgiem pierādījumiem, lietā iegūti pretēji pierādījumi, Reklāmas Paziņojumi var maldināt patērētājus, un, ievērojot Reklāmas Paziņojumu saturu, var tikt ietekmēta patērētāju ekonomiskā rīcība, kā arī šādas Reklāmas sniegšana var kaitēt AMC konkurentiem. Tādējādi, ņemot vērā minēto, AMC ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, atbildība par kuru paredzēta Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā. Par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu persona ir saucama pie administratīvās atbildības.

Konkurences padome, izvērtējusi administratīvajā lietā Nr.550/07/09/3 un administratīvā pārkāpuma lietā Nr.A/07/09/2 esošos pierādījumus, konstatē sekojošo.

Administratīvā pārkāpuma lietā Nr.A/07/09/2 nepastāv apstākļi, kuru dēļ AMC nav piemērojams administratīvais sods.

Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otro daļu „*Par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu (..) juridiskajām personām – līdz desmit tūkstoš latiem*”.

Nosakot AMC uzliedzamo naudas soda apmēru, Konkurences padome ņem vērā Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu (apstrīdētās Reklāmas Paziņojumu ietekmi), pasniegšanas veidu un noformējumu (Reklāma tajā ietverto Paziņojumu maldinošā noformējuma un pasniegšanas veida dēļ var radīt neskaidrības), Reklāmas izplatīšanas ilgumu, kas vērtējams kā vidēji ilgs laika periods (interneta mājas lapā www.glaza.lv video un teksta veidā sniegtā Reklāma izplatīta laika periodā no 20.02.2007. līdz 20.03.2007.) teritorijas robežas (Reklāma pieejama visā Latvijas Republikas teritorijā), izplatīšanas veidu un apjomu, kas vērtējams kā vidēji liels (interneta mājas lapā www.glaza.lv teksta un video veidā sniegtā Reklāma izplatīta nepārtraukti vienu mēnesi), kā arī to, ka AMC agrāk nav izdarījusi līdzīgus pārkāpumus un nav administratīvi sodīta un ka interneta mājas lapā www.glaza.lv saiti, kurā izvietota video veidā sniegtā Reklāma apmeklēja neliels apmeklētāju skaits un ka interneta mājas lapā www.glaza.lv teksta un video veidā sniegtās Reklāmas izplatīšana pārtraukta tūlīt pēc lietas Nr.550/07/09/3 ierosināšanas un Konkurences padomes Biroja 16.03.2007. vēstules Nr.555, kurā norādīts uz apstrīdēto Reklāmu nosūtīšanas AMC.

Ņemot vērā minētos apstākļus, to, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.pants), kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotības, nepieciešams AMC piemērot administratīvo sodu. Lemjot par naudas soda piemērošanu, Konkurences padome ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 12., 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu nepieciešamību, piemērotību, vajadzību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliedzamo ierobežojumu, konkurentu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu, tiesības uz godīgu konkurenci, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām, AMC finansiālo stāvokli, faktu, ka nav konstatēti atbildību pastipriņošie vai mīkstinošie apstākļi, kas noteikti Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.pantā un 34.pantā. Izvērtējusi iepriekš minētos apstākļus un apsvērumus, Konkurences padome uzskata, ka AMC ir uzliedzams naudas sods Ls 500 apmērā par Reklāmas likuma noteikumiem neatbilstošas Reklāmas izplatīšanu.

Pārbaudījusi un izvērtējusi lietas Nr.550/07/09/3 un lietas Nr.A/07/09/2 materiālus, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 33.pantu, 34.pantu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁸ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu un 299.pantu, Administratīvā procesa likuma 4.pantu un 66.panta pirmo daļu, Konkurences padome

nolēma:

uzlikt SIA „Acu mikroķirurģijas centrs”, vienotais reģ.Nr. 40003553165, naudas sodu Ls 500 (pieci simti latu) apmērā. Uzliedzto naudas sodu 30 (trīsdesmit) dienu laikā no lēmuma saņemšanas dienas ieskaitīt valsts budžetā (Valsts kasē, reģ.Nr.90000050138, kontā Nr.LV93TREL1060001010900, kods TREL22), norādot lēmuma par naudas soda uzliedzšanu numuru un datumu.

Par uzliedzto naudas soda samaksu SIA „Acu mikroķirurģijas centrs” 10 dienu laikā paziņot Konkurences padomei.

Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvā rajona tiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme

Sekretāre

Dz.Gurkina