



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā 2017.gada 17.augustā

LĒMUMS Nr.128

Par administratīvā soda uzlikšanu administratīvā pārkāpuma lietā Nr.AP/2016/6-7/14

Izskatot 2016.gada 23.novembrī uzsākto administratīvā pārkāpuma lietu par iespējamo Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu elektroniskā plašsaziņas līdzekļa SIA “TV3 LATVIA”, reģ.Nr. 40103065880 (turpmāk – TV3) programmā “TV3”, apraides atļaujas Nr.AA-106/1 (turpmāk – Programma), Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) šādā sastāvā – Padomes priekšsēdētāja D.Ķezbere, Padomes locekles I.Beitika un G.Līdaka –, piedaloties SIA “TV3 LATVIA” pilnvarotajam pārstāvim J.Lielpēterim,

konstatē:

[1] Pārbaudot TV3 iesniegtos Programmas ierakstus par laika periodu no 2016.gada 3.oktobra līdz 2016.gada 9.oktobrim, Padome konstatēja (*sk. arī 2016.gada 21.novembra pārbaudes ziņojumu Nr.P/2016/6-6/83*), ka:

[1.1] 2016.gada 3.oktobrī plkst. 9.50.18 – 10.25.30 ir izplatīts raidījums “Gatavo 3 mežā”.

[1.1.1] Raidījumā ir izvietoti tādi produkti kā siers “Džiugas” un garšvielas “Latplanta”.

[1.1.2] Plkst. 9.57.09 – 9.57.12, 10.19.51 – 10.19.55, 10.23.50 – 10.23.53 kadrējot raidījumu ir izcelts “Džiugas” siers, kas izpaužas kā produktu pietuvināšana, tādējādi attēlotais produkts aizņem būtisku ekrāna daļu.

[1.2] 2016.gada 9.oktobrī plkst. 9.27.03 – 10.00.20 ir izplatīts raidījums “Gatavo 3 mežā”.

[1.2.1] Raidījumā ir izvietoti tādi produkti kā siers “Džiugas” un garšvielas “Latplanta”.

[1.2.2] Plkst. 9.32.10 – 9.32.13, 9.33.39 – 9.33.43, 9.37.07 – 9.37.13, 9.37.51 – 9.37.54, 9.50.46 – 9.50.48, 9.56.43 – 9.56.47 kadrējot raidījumu ir izcelts siers “Džiugas”, kas izpaužas kā produktu pietuvināšana, tādējādi attēlotais produkts aizņem būtisku ekrāna daļu.

[1.2.3] Plkst. 9.28.47 – 9.28.50, 9.31.07 – 9.31.09, 9.33.08 – 9.33.10, 9.37.13 – 9.37.17 kadrējot raidījumu ir izceltas “Latplanta” garšvielas, kas izpaužas kā produktu pietuvināšana, tādējādi attēlotie produkti aizņem būtisku ekrāna daļu.

[2] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk – EPLL) 45.panta otrajā daļā ir noteiktas obligātās prasības raidījumiem, kuros izvietoti produkti. Minētā panta otrās daļas 3.punkts noteic, ka raidījumos izvietotie produkti nedrīkst būt pārmērīgi izcelti.

[3] Ievērojot minēto, Padome 2016.gada 23.novembrī uzsāka lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par iespējamo Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – Kodekss) 201.⁵ panta devītajā daļā paredzēto pārkāpumu izdarīšanu.

[4] Padome ir saņēmusi TV3 2017.gada 19.janvāra paskaidrojumus, kuros elektroniskais plašsaziņas līdzeklis norāda tālāk minēto:

[4.1] EPLL 45.panta otrās daļas 3.punkts nosaka, ka raidījumā attiecīgais produkts nedrīkst būt pārmērīgi izcelts, vispārīgi izcelšana ir pieļaujama. Tādējādi nepieciešams izvērtēt, vai konkrētajā gadījumā konkrētā produkta parādīšanās ekrānā ir uzskatāma par pārmērīgu. Līdz ar to ir nepieciešams definēt, kur ir robeža starp jēdzieniem “izcelt” un “pārmērīgi izcelt”.

[4.2] Ar vārdu “pārmērīgs” saprot tādu, kas pārsniedz pieļaujamo mēru, pakāpi, ir pārāk intensīvs, pārāk iedarbīgs (par darbību, norisi). Savukārt visi šie skaidrojumi – “pieļaujamais apmērs”, “pārāk intensīvs”, “pārāk iedarbīgs” – ir abstrakti jēdzieni. Arī no direktīvas¹ angļiskā tulkojuma un vāciskā tulkojuma jēdziena “pārmērīgs” ekvivalentiem “*undue*”² un “*zu stark*”³ nav pilnīgi skaidri izsecināms minētā jēdziena saturs. Līdz ar to teorētiski, runājot par pārmērīgu izcelšanu, var runāt par tādu, kas pārāk bieži ticis demonstrēts viena raidījuma ietvaros.

[4.3] TV3 ieskatā, izvērtējams, cik lielu daļu no raidījuma, attiecībā uz katru no produktiem, aizņem attiecīgā produkta izcelšana. 2016.gada 3.oktobra raidījumā siera “Džiugas” kopējais izcelšanas laiks ir 8 – 11 sekundes un garšvielu “Latplanta” kopējais izcelšanas laiks ir 2 – 3 sekundes. Savukārt 2016.gada 9.oktobra raidījumā siera “Džiugas” kopējais izcelšanas laiks ir 22 – 28 sekundes un garšvielu “Latplanta” kopējais izcelšanas laiks ir 7 – 10 sekundes.

[4.4] 2016.gada 3.oktobra raidījumā siera “Džiugas” izcelšanas laiks veido aptuveni no 0,51% līdz 0,70% no raidījuma kopējā garuma. Savukārt 2016.gada 3.oktobra raidījumā garšvielu “Latplanta” izcelšanas laiks veido aptuveni no 0,13% līdz 0,19% no raidījuma kopējā garuma. 2016.gada 9.oktobra raidījumā siera “Džiugas” izcelšanas laiks veido aptuveni no 1,56% līdz 1,98% no raidījuma kopējā garuma. Savukārt 2016.gada 9.oktobra raidījumā garšvielu “Latplanta” izcelšanas laiks veido aptuveni no 0,50% līdz 0,71% no raidījuma kopējā garuma.

[4.5] Šādi produktu izcelšanas apjomi, TV3 ieskatā, neietekmē raidījuma saturu, jo, pirmkārt, to apjoms ir ārkārtīgi neliels, raidījuma saturs ir tiešā veidā saistīts ar dažādiem

¹ 2010.gada 10.marta Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva 2010/13/ES “Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva”.

² Latviski: pārmērīgs, nepiedienīgs, nepiemērots, arī nepamatots.

³ Latviski: pārāk stiprs, pārāk spēcīgs, par daudz stiprs, par daudz spēcīgs.

pārtikas produktiem, personas raidījumā tiek attiecīgi brīdinātas, ka raidījumā ir iekļauta produktu izvietošana, un attiecīgie produktu izcēlumi netiek audiāli izdalīti no raidījuma. Turklāt raidījumā vairākkārt dalībnieču gatavošanas laikā tiek demonstrēti galda virsmas un tā, kas uz tā atrodas, pietuvinājumi. Tādējādi arī produkti “Latplanta” un “Džiugas” kā raidījuma oficiālo atbalstītāju attiecīgo uzņēmumu produkcija, kas arī tiek izmantota ēdiena pagatavošanai raidījuma ietvaros, tiek epizodiski pietuvināta.

[4.6] TV3 ieskatā, par pārmērīgas izcelšanas pastāvēšanu nevar spriest tikai pēc tā, vai raidījumā konstatējama arī citu produktu izcelšana, jo likums nenosaka, ka TV3 gadījumā, ja tas izvēlētos izcelt konkrētus produktus, tam ir pienākums izcelt arī citus produktus. Turklāt jebkura izcelšana nav uzskatāma uzreiz par pārmērīgu, jo likumā nav vispārīgi noteikts, ka jebkāda izcelšana ir aizliegta.

[4.7] Cita starpā, normatīvais regulējums neaizliedz veikt raidījumos izvietoto produktu pietuvināšanu, kā arī nenosaka ierobežojumus izvietotā produkta atrašanās proporcijai kadrā.

[4.8] Līdz ar to, ņemot vērā, ka normatīvie akti neierobežo, cik lielu kadra daļu izvietojamie produkti drīkst aizņemt, tos pietuvinot, un ka abu produktu izcelšanas laiks jebkurā no abiem raidījumiem ir mazāks par 2 procentiem no katra raidījuma kopējā laika, neskaitot komerc reklāmas, tomēr skaitot pašreklāmu un norādes par produktu izvietošanu, jo tās ir integrētas raidījumā, TV3 ieskatā, tas nav pārkāpis EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktu. Tādējādi TV3 uzskata, ka tas nav administratīvi sodāms saskaņā ar Kodeksa 201.⁵ panta devīto daļu.

[4.9] Ņemot vērā minēto, TV3 lūdz Padomi izbeigt uzsākto administratīvā pārkāpuma lietvedību.

[5] 2017.gada 31.jūlijā Padomes priekšsēdētāja D.Ķezbere, piedaloties TV3 pilnvarotajai pārstāvei Jūlijai Terjuhanai, sagatavoja administratīvā pārkāpuma protokolu RE Nr.000202, kurā tika konstatēti produktu izvietošanas noteikumu pārkāpumi TV3 Programmas 2016.gada 3.oktobra un 2016.gada 9.oktobra raidījumos “Gatavo 3 mežā”, tādējādi pārkāpjot EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktu un izdarot Kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu.

[6] Lietas izskatīšanas laikā 2017.gada 17.augustā TV3 pārstāvis uzturēja rakstveida paskaidrojumos izklāstīto pozīciju par iespējamo administratīvo pārkāpumu.

Ievērojot konstatēto, Padome

secina:

[7] Padomes konstatēto attiecībā uz 2016.gada 3.oktobra un 2016.gada 9.oktobra raidījumos “Gatavo 3 mežā” izplatīto saturu, t.sk izvietotajiem produktiem, apliecina TV3 iesniegtie Programmas ieraksti par laika periodu no 2016.gada 3.oktobra līdz 2016.gada

9.oktobrim, 2016.gada 21.novembra pārbaudes ziņojums Nr.P/2016/6-6/83, TV3 2017.gada 19.janvāra paskaidrojumi, kā arī administratīvā pārkāpuma protokolā konstatētie fakti.

[8] EPLL 1.panta 4.punktā noteikts “*audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums — 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.*” Tā paša panta 16.punkts noteikts “*produktu izvietošana — jebkurš audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums, kurā iekļauti produkti, pakalpojumi vai to preču zīmes, vai atsauces uz attiecīgajiem produktiem, pakalpojumiem vai to preču zīmēm un kurš tiek demonstrēts raidījumā par samaksu vai citu atlīdzību.*”

[9] No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka produktu izvietošanas obligātās sastāvdaļas ir:

- tieša vai netieša personu preču, pakalpojumu vai tēla, kuras veic saimniecisko darbību popularizēšana, elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumā iekļaujot produktus, pakalpojumus vai to preču zīmes, vai arī atsauces uz attiecīgajiem produktiem, pakalpojumiem vai to preču zīmēm;
- samaksa vai cita atlīdzība par popularizēšanu.

[10] Pārbaudot Latvijas Republikas Patentu valdes preču zīmju datu bāzē pieejamo informāciju, Padome konstatē, ka preču zīme “Latplanta” ar reģistrācijas numuru M 62 861, kas attēlota uz raidījumos “Gatavo 3 mežā” izvietotajām garšvielām, pieder SIA “Orkla Foods Latvija”.⁴ Savukārt saskaņā Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja datu bāzē pieejamo informāciju, preču zīme “Džiugas” ar reģistrācijas numuru 1174195, kas attēlota uz raidījumos “Gatavo 3 mežā” izvietotajiem “Džiugas” produktiem, pieder Lietuvā reģistrētajai AS “Žemaitijos pienas”.⁵ Padome secina, ka 2016.gada 3.oktobra un 2016.gada 9.oktobra raidījumos “Gatavo 3 mežā” izvietojot SIA “Orkla Foods Latvija” produktus – garšvielas “Latplanta” un Lietuvā reģistrētās AS “Žemaitijos pienas” produktus – siers “Džiugas”, kas tiek atkārtoti būtiski pietuvināti, tā pastiprināti skatītājiem liekot apzināti vai neapzināti vērst uzmanību uz šiem produktiem, tiek popularizēta minēto kapitālsabiedrību darbība, īpaši izceļot un popularizējot produktus “Latplanta” un “Džiugas”.

[11] 2016.gada 3.oktobra un 2016.gada 9.oktobra raidījumu atteikuma titros norādīts, ka “Gatavo 3 mežā” atbalstītāji ir “Latplanta” un “Džiugas” preču zīmju īpašnieki. Līdz ar to Padome secina, ka par “Latplanta” un “Džiugas” produktu izvietošana raidījumā ir saņemta samaksa vai cita atlīdzība. Arī no 2017.gada 19.janvāra TV3 sniegtajiem paskaidrojumiem

⁴ Latvijas Republikas Patentu valdes preču zīmju reģistrs. Pieejams:

<http://databases.lrpv.gov.lv/databases/lv/trademark/details/m-10-166> [aplūkots 2017.gada 15.maijā].

⁵ Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja preču zīmju datu bāze. Pieejams:

<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/W01174195> [aplūkots 2017.gada 15.maijā].

izriet, ka TV3 neapšaubā to, ka minētajos raidījumos ir veikta “Latplanta” un “Džiugas” produktu izvietošana. No lietas apstākļiem secināms, ka TV3 ir saņēmusi samaksu vai citu atlīdzību par izvietoto produktu izvietošānu, par ko lietā arī nav strīda.

[12] Ievērojot minēto, Padome secina, ka 2016.gada 3.oktobra un 2016.gada 9.oktobra raidījumos “Gatavo 3 mežā” ir veikta SIA “Orkla Foods Latvija” un AS “Žemaitijos pienas” produktu izvietošāna.

[13] Tā kā lietā nav šaubu par to, ka 2016.gada 3.oktobra un 2016.gada 9.oktobra raidījumos “Gatavo 3 mežā” ir veikta produktu izvietošāna, nepieciešams pārbaudīt, vai TV3 ir ievērojusi EPLL 45.panta otrās daļas prasības. EPLL 45.panta otrā daļa noteic, ka: “*Raidījumi, kuros izvietoti produkti, obligāti atbilst visām šādām prasībām:*

1) raidījuma saturs un programma nekādā ziņā netiek iespaidoti tā, ka tiktu ietekmēta elektronisko plašsaziņas līdzekļu redakcionālā atbildība un neatkarība;

2) raidījums atklātā veidā, īpaši ar speciālām preces vai pakalpojumus ieteicošām atsaucēm, neveicina preču vai pakalpojumu pirkšanu vai nomu;

3) raidījumā attiecīgais produkts nav pārmērīgi izcelts;

4) skatītāji ir skaidri informēti par produktu izvietošānu. Lai izvairītos no jebkādas skatītāja maldināšanas, raidījumos, kuros izvietoti produkti, tas pienācīgi tiek norādīts katra šāda raidījuma sākumā un beigās, kā arī tad, kad raidījumu atsāk pēc reklāmas pauzes. Šā punkta noteikumi attiecināmi uz tādiem raidījumiem, kurus veido pats audiovizuālais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis vai ar to vienā koncernā ietilpstoša sabiedrība vai kuri izveidoti pēc attiecīgā audiovizuālā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vai ar to vienā koncernā ietilpstošas sabiedrības pasūtījuma;”.

[14] 2016.gada 3.oktobra un 2016.gada 9.oktobra raidījumos “Gatavo 3 mežā”, Padome nekonstatē EPLL 45.panta otrās daļas 1., 2., 4.punkta pārkāpumus. Ievērojot TV3 sniegtos paskaidrojumus, Padome norāda:

[14.1] Programmā šā lēmuma 1.punktā norādītajās epizodēs būtiski pietuvināti izvietotie produkti, tādā veidā tos pārmērīgi izceļot. Padome piekrīt TV3 norādītajam, ka normatīvais regulējums *expressis verbis* neaizliedz veikt raidījumos izvietoto produktu pietuvināšanu un nenosaka ierobežojumus izvietotā produkta atrašanās proporcijai kadrā. Tomēr EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktā iekļautais jēdziens “pārmērīgi izcelts” ir ģenerālklausula, kura piepildīšana ar saturu veicama Padomei, piemērojot minēto tiesību normu.

[14.2] Produktu izvietošānas jēdziens un produktu pārmērīgas izcelšanas jēdzieni Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā iekļauti, implementējot nacionālajos tiesību aktos 2010.gada 10.marta Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvu 2010/13/ES

“Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva”. Produktu izvietošana nozīmē, ka kāda persona piedāvā samaksu par konkrētu preču izvietošānu vai izmantošānu raidījumā, piemēram, raidījuma vadītājs izmanto noteikta zīmola apģērbu, par kura izmantošānu plašsaziņas līdzeklis saņem samaksu. Produktu izvietošānai raksturīgs, ka atsauce uz produktu ir iestrādāta raidījuma darbībā.⁶

Viena no galvenajām pazīmēm produktu izvietošānai ir tā, ka produktu izvietošāna pēc būtības nedrīkst izmainīt plašsaziņas līdzekļa redakcionālo darbību, proti, nevar ietekmēt raidījuma saturu. Padome norāda, ka paša pārkāpuma raksturs (atkārtoti un ilgstoši pietuvināti “Latplanta” un “Džiugas” produkti) liecina, ka produktu izcelšana ir iecerēta kā raidījuma sastāvdaļa.

[14.3] Padome nepiekrīt TV3 norādītajam, ka nav notikusi pārmērīga izvietoto produktu izcelšana. Tā, piemēram, TV3, izvietojot produktus, kuri pēc būtības ir atbilstoši raidījuma tematikai, šādus produktus ierastā gadījumā nefilmētu īpaši pietuvinot un tādā veidā auditorijai radot skaidru priekšstatu par produktu izskatu. Īpaši izceļot minētos produktus TV3 tiešā veidā veicina minēto produktu atpazīstamību un auditorijai pasniedz kā neatņemamu pagatavojamo ēdienu sastāvdaļu.

[14.4] Pārmērīgas izcelšanas esamību raidījumā iespējams konstatēt izvērtējot izvietoto produktu (“Latplanta” garšvielas un siers “Džiugas”) un citu raidījumā izmantoto produktu attēlojumu salīdzinājumu. Tā, piemēram, par redakcionālu nepieciešamību attēlot izvietotos produktus, varētu liecināt arī citu produktu attēlošana, tos īpaši pietuvinot, izmantojot filmēšanas tehniskos līdzekļus. Tomēr no pārbaudītā raidījuma nav konstatējams, ka kādi citi produkti būtu līdzvērtīgi attēloti minētajā raidījumā. Līdz ar to konstatējams elektroniskā plašsaziņas līdzekļa nodoms sevišķi izcelt tieši “Latplanta” un “Džiugas” produkciju.

[14.5] No raidījuma rakstura secināms, ka īpašs “Latplanta” garšvielu un siera “Džiugas” attēlojums iekļauts tieši nolūkā sevišķi uzsvērt minēto produktu izmantošānu konkrētu ēdienu pagatavošanā. Padome norāda, ka nepārprotama un atkārtota preču zīmju attēlošana īpaši izkārtotās produktu ekspozīcijās liecina par nolūku sevišķi popularizēt izvietotos “Latplanta” un “Džiugas” produktus tos pārmērīgi izceļot, tādā veidā padarot īpaši pamanāmus.

[14.6] Padome nepiekrīt TV3 norādītajam, ka tā kā “Džiugas” un “Latplanta” produktu izcēlumi, tos sevišķi pietuvinot, aizņem mazu raidlaika apjomu, nav notikusi to pārmērīga izcelšana. Lai gan raidījumos izvietoto produktu atainojuma hronometrāža varētu tikt izmantota vērtējot, vai izvietotie produkti ir pārmērīgi izcelti, šāds kritērijs nevar tikt izmantots kā vienīgais arguments. Citstarp, par pārmērīgu produktu izvietošānu liecina atkārtota izvietoto produktu demonstrēšana, kā arī nepieciešams izvērtēt veidu kādā tie ir izvietoti.⁷ Izskatāmajā lietā nozīmīgs apstāklis, kas Padomei ļauj izdarīt secinājumu, ka

⁶ Eiropas Parlamenta un Padomes 2010.gada 10.marta direktīvas 2010/13/ES “Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva” preambulas apsvērumu 91.punkts. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/HTML/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN> [aplūkots 2017.gada 15.augustā].

⁷ IRIS plus 2010-3, Product Placement (Susanne Nikoltchev (Ed.), European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2010) p.15.

raidījumos “Gatavo 3 mežā” ir veikta pārmērīga izvietoto produktu “Džiugas” un “Latplanta” izcelšana, ir tas, ka atkārtoti īpašās ekspozīcijās izkārtotie produkti tiek atainoti nesaistīti ar konkrētajā sižetā veiktajām darbībām, proti, atsauce uz produktiem nav iestrādāta raidījumā darbībā, piemēram, izceļot konkrētos produktus, izmantojot tos kā sastāvdaļas raidījuma ietvaros pagatavojamos ēdienos, kas ir pretēji Eiropas Parlamenta un Padomes 2010.gada 10.marta direktīvas 2010/13/ES “Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva” preambulā izskaidrotajai produktu izvietojuma būtībai.

[15] Ievērojot iepriekš minēto un izvērtējot lietā esošos pierādījumus, Padome secina, ka TV3 2016.gada 3.oktobra raidījumā “Gatavo 3 mežā” plkst. 9.57.09 – 9.57.12, 10.19.51 – 10.19.55, 10.23.50 – 10.23.54 un 2016.gada 9.oktobra raidījumā “Gatavo 3 mežā” plkst. 9.28.47 – 9.28.50, 9.31.07 – 9.31.09, 9.32.10 – 9.32.13, 9.33.08 – 9.33.10, 9.33.39 – 9.33.43, 9.37.07 – 9.37.13, 9.37.13 – 9.37.17, 9.37.51 – 9.37.54, 9.50.46 – 9.50.48, 9.56.43 – 9.56.47, ir pārkāpusi EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktā noteikto izvietoto produktu pārmērīgas izcelšanas aizliegumu, tādējādi izdarot Kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu.

[16] Kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā juridiskām personām paredzēts administratīvais sods – naudas sods no septiņdesmit līdz septiņtūkstoš simt *euro*.

[17] Kodeksa 32.panta otrajā daļā noteikts, ka uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, vainas pakāpi, mantisko stāvokli, kā arī atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Nosakot soda apmēru Padome vadās pēc turpmāk norādītajiem apsvērumiem.

[17.1] Administratīvo atbildību pastiprinoši vai mīkstinoši apstākļi nav konstatēti.

[17.2] Saskaņā ar publiski pieejamo TV3 2016.gada finanšu pārskatu, TV3 2016.gada pārskata periodu noslēgusi ar 3 092 862 *euro* peļņu.

[17.3] Juridiskas 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 persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo noteikumu ievērošanu (*sk. Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2009.gada 5.marta spriedums lietā Nr.SKA-19/2009*). Līdz ar to, konstatējot juridiskas personas izdarītu administratīvo pārkāpumu, nav nepieciešams konstatēt pie atbildības saucamās personas vainu un administratīvo sodu ir pamats piemērot, konstatējot un pierādot pašu tiesībpārkāpumu. Saskaņā ar EPLL 25.pantu elektroniskie plašsaziņas līdzekļi uzņemas redakcionālo atbildību. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu redakcionālā atbildība šā panta izpratnē ir efektīva kontrole gan attiecībā uz raidījumu izvēli, gan attiecībā uz to organizāciju programmās un katalogos. Tā kā TV3 veido savu programmu un attiecībā uz Programmas sastāvdaļām pieņem redakcionālus lēmumus, t.sk. par komerciālu paziņojumu izvietojumu Programmā, TV3 bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, izvietojot produktus Programmā nepārkāpjot EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktā noteikto. Padome norāda, ka TV3 bija

iespēja uzzināt noteikumus, kas jāievēro izvietojot audiovizuālus komerciālus paziņojumus, jo tie ir noteikti EPLL, līdz ar to TV3 varēja nodrošināt, lai komerciālie paziņojumi Programmā tiktu izvietoti atbilstoši EPLL prasībām. Vienlaikus pārkāpuma fakts liecina, ka TV3 nav veikusi nepieciešamās darbības, lai nodrošinātu noteikumu ievērošanu.

[17.4] Pārkāpums izdarīts nacionālās apraides programmā. Tas nozīmē, ka TV3 pakalpojumu var saņemt vismaz 60 procenti Latvijas iedzīvotāju (*sk. EPLL 9.panta pirmo daļu*), tādējādi izdarītais pārkāpums ir sasniedzis ievērojamu Latvijas iedzīvotāju daļu.

[17.5] Saskaņā ar Kodeksa 22.panta soda mērķis ir personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, audzinātu likumu ievērošanas un sadzīves noteikumu cienīšanas garā, kā arī lai tiklab tiesību pārkāpējs, kā citas personas neizdarītu jaunus pārkāpumus.

[17.6] Ņemot vērā iepriekš minēto Padome uzskata par nepieciešamu piemērot administratīvo sodu – naudas sodu 500 *euro* apmērā, kas uzskatāms par soda apmēru, kas nenodara TV3 ar pārkāpumu nesamērojamus materiālus zaudējumus, vienlaikus stimulējot TV3 un citus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus turpmāk ievērot EPLL prasības attiecībā uz komerciālu paziņojumu izvietojumu elektronisko plašsaziņas līdzekļu audiovizuālajās programmās.

Ievērojot minēto un saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.⁵ panta devīto daļu, 274.pantu, kā arī 275.panta pirmās daļas 1.punktu Padome

n o l e m j :

- 1. Sodīt elektronisko plašsaziņas līdzekli SIA „TV3 Latvia” reģ.nr. 40103065880 par Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzētā pārkāpuma izdarīšanu, 2016.gada 3.oktobra raidījumā “Gatavo 3 mežā” plkst. 9.57.09 – 9.57.12, 10.19.51 – 10.19.55, 10.23.50 – 10.23.54 un 2016.gada 9.oktobra raidījumā “Gatavo 3 mežā” plkst. 9.28.47 – 9.28.50, 9.31.07 – 9.31.09, 9.32.10 – 9.32.13, 9.33.08 – 9.33.10, 9.33.39 – 9.33.43, 9.37.07 – 9.37.13, 9.37.13 – 9.37.17, 9.37.51 – 9.37.54, 9.50.46 – 9.50.48, 9.56.43 – 9.56.47, pārmērīgi izceļot izvietots produktus, uzliekot administratīvo sodu – naudas sodu 500 (pieci simti) *euro* apmērā.**
- 2. Pieņemto lēmumu paziņot SIA „TV3 Latvia”.**

Administratīvais sods jāsamaksā zemāk norādītajā bankas kontā:

Saņēmējs: Valsts kase
Reģistrācijas Nr. 90000050138
Konta Nr. LV78TREL1060001019900

Saņēmēja banka: Latvijas Banka
Bankas kods: TREL LV22

Padomes priekšsēdētāja

D.Ķezbere

Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 288.panta pirmo un otro daļu, kā arī 289.panta pirmo daļu persona, kura saukta pie administratīvās atbildības šo lēmumu desmit darba dienu laikā no lēmuma paziņošanas dienas var pārsūdzēt rajona (pilsētas) tiesā pēc tās juridiskās adreses, iesniedzot sūdzību Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei.