

№ 237

16.11.2004

atbilde uz l.v.  
IERAKSTĪTAIerakstīta  
ar izsniegšanas  
paziņojumu

# PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

## Reklāmas uzraudzības daļa

Elizabetes ielā 41/43, Rīgā, LV - 1010 • tālr. 7287403 • fakss 7338024

Rīgā

15.11.2004 Nr. 4/04 - 6269.

Uz 28.10.2004. Nr. V-068

Resursu centram sievietēm "Marta"

Reg. Nr. 000806197

Brīvības ielā 183/2-30,

Rīgā, LV-1012

### Par reklāmu

Patērētāju tiesību aizsardzības centrā (turpmāk – PTAC) 2004.gada 1.novembrī saņemta Resursu centra sievietēm "Marta" (turpmāk – Iesniedzējs) vēstule par SIA "Rimi Latvia" reklāmu, kurā Iesniedzējs raksta par konstatēto Latvijas Republikas 1999.gada 20.decembra likuma "Reklāmas likums" (turpmāk - Reklāmas likums) 3.panta otrās daļas pārkāpumu. Tiek minēts, ka reklāma ir pretrunā ar LR Satversmi un ANO Konvenciju par sievietu diskriminācijas izskaušanu; šīs atbilstības izvērtēšana nav PTAC kompetencē.

PTAC 2004.gada 21.oktobrī veica SIA "Rimi Latvia" reklāmas, kura bija publicēta laikraksta "Diena" 21.oktobra numurā, izvērtēšanu. Izvērtētā reklāma atšķiras no Iesniedzēja pievienotās reklāmas kopijas, un tajā netika konstatēti reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu pārkāpumi. Iesniedzējs nav norādījis pievienotā attēla kopijas oriģināla izvietojuma vietu, tomēr lapas apakšējā malā esošais uzraksts varētu liecināt, ka reklāma izdrukāta no mājas lapas www.rimi.lv. Iesniedzēja vēstules saņemšanas dienā 1.novembrī šāda reklāma minētajā mājas lapā netika konstatēta.

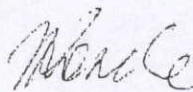
Savu sūdzību Iesniedzējs pamato, izmantojot PTAC izvērtētās reklāmas fragmentu. PTAC izvērtētās un arī turpmāk masu saziņas līdzekļos publicētās reklāmas laukums sastāv no divām daļām – reklāmas pamanāmības funkciju veicošā attēla (kuru savai sūdzībai pievienojis Iesniedzējs) un informācijas par reklāmas devēja konkrēto piedāvājumu – "Maksā par vienu, otru RIMI dāvina!". Attēlā ar uzrakstu "2 - labāk nekā 1" izmantots humora efekts ar absurdu un nereālu situāciju: viens līgavainis attēlojošs vīrietis ar divām pilnīgi vienāda izskata līgavas tērpā ģērbtām sievietēm. Minētais attēls pievērš uzmanību reklāmas devēja piedāvājuma saturam – pārktot vienu produktu, otrs produkts tiek saņemts bez maksas. (Bet tas nav obligāts nosacījums pirmā produkta iegādei!). Iesniedzēja minētajam apgalvojumam par sievietes un vīrieša diskrimināciju reklāmā PTAC nepiekrīt. Apgāda "Jumava" 1999.gadā izdotajā *Svešvārdu vārdnīcā* vārda „diskriminācija” nozīme skaidrota sekojoši – "tiesību atņemšana vai

ierobežošana noteiktām iedzīvotāju grupām atkarībā no viņu rases, tautības, kārtas, dzimuma utt.”. Reklāmā vizuāli ir attēlotas divas sievietes; faktiski tā ir sieviete un viņas dubultnieces, jo “2 labāk nekā 1”, ko uzskatāmi apslīpina turpmākās SIA “Rimi Latvia” reklāmas ar vārtsargu un tā dubultnieku.

Reklāmas likuma mērķis ir “aizsargāt personu, kā arī kopumā visas sabiedrības intereses reklāmas jomā” (Reklāmas likuma 2.panta 2.punkts), un likums nenosaka reklāmai veikt sabiedrības audzināšanas funkcijas vai cīņu pret stereotipiem. Personas uztvere, tāpat kā humora izjūta un izpratne par ētiku, nav izmērāms lielums. Reklāmas izvērtēšana tika veikta, ievērojot gan Reklāmas likumu, gan administratīvo procesu regulējošās tiesību normas, kuru svarīga sastāvdaļa ir administratīvā procesa principu ievērošana, tajā skaitā arī samērīguma principa ievērošana.

Saskaņā ar Latvijas Republikas 2001.gada 25.oktobra *Administratīvā procesa likuma* 70.panta pirmo daļu, 76.panta pirmo un otro daļu, 79.panta pirmo daļu, Latvijas Republikas 1999.gada 18.marta *Patērētāju tiesību aizsardzības likuma* 25.panta pirmo daļu un Latvijas Republikas Ministru kabineta 2004.gada 26.oktobra noteikumu Nr. 889 *Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums* 9. punktu, šo administratīvo aktu adresāts var apstrīdēt Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktoram viena mēneša laikā kopš brīža, kad minētā persona par to uzzina.

Daļas vadītāja



I.Kanela