

**Likumprojekta Grozījumi Reklāmas likumā sākotnējās ietekmes
novērtējuma ziņojums (anotācija)**

I. Tiesību akta projekta izstrādes nepieciešamība		
1.	Pamatojums	<p>2011.gada 19.oktobrī Ministru kabineta atbalstīts Tieslietu ministrija izstrādātais likumprojekts "Grozījumi Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksā" (TA-2352) paredz ar 2012. gada 1.jūliju nodrošināt vispārējās jurisdikcijas tiesām iespēju skatīt administratīvo pārkāpumu lietas, piemērojot tikai Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksā (turpmāk – LAPK) paredzēto regulējumu.</p> <p>Efektīvai Patērētāju tiesību aizsardzības centra (turpmāk – PTAC) un Konkurences padomes (turpmāk – KP) funkciju turpmākai īstenošanai nepieciešams, lai iespējamie pārkāpumi reklāmas jomā tiktu izskatīti Administratīvā procesa likumā noteiktajā kārtībā saskaņā ar speciālo regulējumu, kas tiks noteikts Reklāmas likumā (turpmāk- Likums). MK sēdes protokollēmumā Ekonomikas ministrijai dots attiecīgs uzdevums. (19.10.2011. Prot.Nr.60, 62.§)</p> <p>2012.gada 26.aprīlī Eiropas Komisija nosūtīja formālo paziņojumu Nr.SGGereffe(2012)D/7625 lietā Nr.2011/2113 par Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 23.aprīļa direktīvas 2009/22/EK par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību, ar kuru atceļ un aizstāja Direktīvu 98/27/EK (turpmāk – Direktīva) pārkāpumu. Lai nodrošinātu Direktīvas pilnīgu transponēšanu, likumprojektu nepieciešams steidzami virzīt izskatīšanai Ministru kabinetā.</p>
2.	Pašreizējā situācija un problēmas	<p><u>Kā būtiskākās problēmas pašreiz spēkā esošajā regulējumā būtu minamas:</u></p> <p>1. Uzraudzības iestāde ir spiesta vērtēt un izmeklēt pēc būtības ikvienu iesniegumu par iespējamu reklāmas noteikumu pārkāpumu, t.sk. maznozīmīgu, tādējādi nelietderīgi tiek tērēti iestādes resursi.</p> <p>Likumā nepieciešami grozījumi, lai optimizētu un atvieglotu uzraudzības iestāžu darbu saistībā ar reklāmas atbilstības normatīvo aktu prasībām izvērtēšanu, lai tās rīkotos atbilstoši iestādes noteiktajām uzraudzības prioritātēm pēc savas iniciatīvas.</p> <p>Personas iesniegums vai citas iestādes sniegta informācija par iespējamu reklāmas pārkāpumu kalpo tikai kā informācijas avots normatīvajos aktos noteikto pasākumu veikšanai, lai novērstu iespējamu pārkāpumu. Uzraudzības iestāde, veicot uzraudzības darbības, darbojas, lai sasniegtu Likuma 2.pantā noteikto likuma mērķi, nevis lai lemtu par konkrētai personai iespējamu nodarītu kaitējumu. Līdz ar to iestādes veiktās darbības reklāmas uzraudzības jomā nevar tiešā veidā ietekmēt konkrētās personas tiesiskās situācijas atrisinājumu. Tomēr uzraudzības iestāde arī turpmāk izvērtēs katru iesniegumu par iespējamo pārkāpumu un informēs komersantu par attiecīgas lietas izskatīšanas rezultātu.</p> <p>2012.gada 26.aprīlī Eiropas Komisija nosūtīja formālo paziņojumu Nr.SGGereffe(2012)D/7625 lietā Nr.2011/2113 par Direktīvas pārkāpumu. Komisija uzskata, ka Latvija nav pilnībā ieviesusi Direktīvas 2.panta 1.punktu un 4.panta 1.punktu, kas lasāmi saistībā ar Direktīvas 1.panta 2.punktu un I pielikuma 3. un 9.punktu. Lai nodrošinātu Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei un Veselības inspekcijai tiesības veikt darbības, kuru mērķis ir aizsargāt patērētāju kolektīvās intereses, kas ir</p>

	<p>paredzētas valsts tiesību aktos, pamatojoties uz tādas Eiropas Savienības iestādei iesniegumu, kura ir iekļauta Direktīvas I pielikumā minēto direktīvu sarakstā, nepieciešams steidzami virzīt grozījumus NKAL un Reklāmas likumā izskatīšanai Ministru kabinetā.</p> <p>Uzraudzības iestādei ir uzlikts pienākums izvērtēt reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām 20 dienu laikā no personas iesnieguma vai citas iestādes sniegtās informācijas saņemšanas dienas vai no dienas, kad tā pēc savas iniciatīvas uzsākusi izvērtēt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī dotas tiesības nepieciešamības gadījumā pagarināt šo termiņu līdz četriem mēnešiem no attiecīgā brīža, par to paziņojot attiecīgajai personai/iestādei. Likuma 14.panta otrajā daļā noteikto termiņu ievērošana reklāmas izvērtēšanā nav iespējama, ņemot vērā reklāmas raksturu, būtību, saturu, jo reklāmas izvērtēšana prasa papildu darbību veikšanu, piemēram, informācijas, paskaidrojumu, pierādījumu, atzinumu no reklāmas devējiem, reklāmas izplatītājiem, kompetentajām iestādēm vākšanu un analīzi. Turklāt šāda norma ir pretrunā ar jaunākām Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā ietvertajām tiesību normām, kas cita starpā regulē uzraudzības iestādes darbības, izvērtējot reklāmu kā vienu no komercprakses izpausmes veidiem, un kas neparedz noteiktus termiņus komercprakses izvērtēšanai. Turklāt jāņem vērā, ka 14.panta otrā daļa ietverta Likumā laikā, kad vēl nebija spēkā stājies Administratīvā procesa likums un Likumā nebija noteikta pagaidu noregulējuma procedūra.</p> <p>2. Administratīvo pārkāpumu lietās plānotais regulējums nav piemērojams attiecībā uz pārkāpumiem reklāmas jomā.</p> <p>2011.gada 19.oktobrī Ministru kabinetā tika atbalstīts likumprojekts "Grozījumi Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksā", kura mērķis ir izstrādāt procesuālo regulējumu, kas nodrošinātu vispārējās jurisdikcijas tiesām iespēju skatīt administratīvo pārkāpumu lietas, piemērojot tikai LAPK paredzēto regulējumu, no 2012. gada 1.jūlija, kā arī ievērojot pieeju, kas ir ietverta kriminālprocesuālajos principos.</p> <p>Efektīvai PTAC un KP funkciju turpmākai īstenošanai nepieciešams, lai iespējamie pārkāpumi reklāmas jomā tiktu izskatīti Administratīvā procesa likumā noteiktajā kārtībā saskaņā ar speciālo regulējumu, kas tiks noteikts Likumā. Nepieciešams papildināt Likumu ar regulējumu par soda naudas piemērošanu un īpašiem noteikumiem piespiedu izpildei.</p> <p>3. Nepieciešams paredzēt jaunus noteikumus attiecībā uz komersanta labprātīgajām darbībām, kas vērstas uz pārkāpumu novēršanu, veikšanu un pārkāpumu turpmāku nepieļaušanu.</p> <p>Likums nosaka pienākumu uzraudzības iestādei, konstatējot reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām, pieņemt kādu no Likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem, kas ir pretrunā ar Likuma 15.panta trešo daļu, kas paredz iestādes tiesības veikt arī citas darbības, konstatējot reklāmas neatbilstību normatīvo aktu noteikumiem, proti, tiesības ierosināt, lai noteiktā termiņā tiktu nodrošināta reklāmas atbilstība normatīvo aktu prasībām vai iesniegta rakstveida apņemšanās noteiktā termiņā novērst konstatēto pārkāpumu, un Likuma 15.panta ceturto daļu, saskaņā ar kuru uzraudzības iestādei ir piešķirtas tiesības (nevis uzlikts pienākums) pieņemt attiecīgu lēmumu.</p> <p>Pašreizēja Likuma 15.panta trešās daļas redakcija paredz, ka uzraudzības iestāde ir tiesīga ierosināt, lai reklāmas devējs, reklāmas izgatavotājs vai</p>
--	---

		<p>izplatītājs nodrošina reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām un/vai rakstveidā apņemas novērst konstatēto pārkāpumu, tomēr nav atrunātas uzraudzības iestādes darbības gadījumā, kad pārkāpums vairs nav novēršams, tādējādi liedzot veikt preventīvus pasākumus.</p> <p>Likums neparedz uzraudzības iestādei tiesības noteikt termiņu lēmumu izpildei, ar kuru uzlikts par pienākumu sniegt papildu informāciju, pieprasīts izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus, aizliegts izplatīt reklāmu vai pieprasīts reklāmu atsaukt. Tāpat Likums neparedz pārkāpējam pienākumu informēt uzraudzības iestādi par noteikto darbību izpildi.</p> <p>Papildus nepieciešams paredzēt jaunus noteikumus attiecībā uz komersanta labprātīgajām darbībām, kas vērstas uz pārkāpumu novēršanu, veikšanu un pārkāpumu turpmāku nepieļaušanu: 1) paredzot uzraudzības iestādes tiesības pieņemt lēmumu par lietas izbeigšanu, izsakot aicinājumu reklāmas devējam, reklāmas izgatavotājam vai reklāmas izplatītājam turpmāk savā darbībā nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām; 2) paredzot rakstveida apņemšanās par pārkāpumu novēršanu iespējamo saturu, pārkāpumu novēršanas termiņu, kā arī noteikumu, ka rakstveida apņemšanos saskaņo ar uzraudzības iestādi (iestādes apstiprinājums uzskatāms par rakstveida apņemšanās saņemšanas brīdi).</p> <p>Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 370.panta pirmās daļas noteikumiem, ja administratīvais akts uzliek adresātam pienākumu izpildīt noteiktu darbību vai atturēties no tās un viņš šo pienākumu nepilda, adresātam var uzlikt piespiedu naudu. 370.panta trešā daļa paredz piespiedu naudas maksimālo apmēru – 1000 latu, kas nav pietiekams un tāds, kas motivētu novērst pārkāpumu reklāmas jomā.</p> <p>Prasības attiecībā uz patērētājiem adresētu maldinošu un salīdzinošu reklāmu ir paredzētas gan Likumā, gan Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā (turpmāk – NKAL). Šāds „dubultais” tiesiskais regulējums praksē rada neskaidrības attiecībā uz piemērojamo likumu.</p> <p>2005.gada 11.maija Eiropas parlamenta un Padomes Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 (turpmāk - Negodīgas komercprakses direktīva) paredzēts, ka šī direktīva neaptver un neietekmē Eiropas Padomes 1984.gada 10.septembra Direktīvas 84/450/EEK par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu (turpmāk – Maldinošas reklāmas direktīva) noteikumus par reklāmu, kas maldina uzņēmējus, bet nemaldina patērētājus, un salīdzinošu reklāmu (Negodīgas komercprakses direktīvas preambulas 6.punkts). Turklāt Likuma 6.panta noteikumi, kuri attiecināmi tikai uz reklāmām, kas varētu skart personu, kas nodarbojas ar saimniecisko vai profesionālo darbību, ir pretrunā ar Negodīgas komercprakses direktīvas prasībām, saskaņā ar kurām dalībvalstis nedrīkst paredzēt noteikumus, ar ko nosaka vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar šo direktīvu.</p>
3.	Saisītīte politikas ietekmes novērtējumi un pētījumi	Projekts šo jomu neskar

4.	Tiesiskā regulējuma mērķis un būtība	<p><u>Būtiskākās izmaiņas:</u></p> <p>- Grozīts Likuma 14.pants. Uzraudzības iestāde varēs lemt par resursu efektīvu izlietojumu, veicot uzraudzības pasākumus reklāmas jomā, novēršot pārkāpumus, kas skar plašu patērētāju tiesisko interešu aizskārums, ņemot vērā iestādes noteiktās uzraudzības prioritātes. Likumprojekts paredz papildināt Likuma 14.pantu ar jaunu 1.¹ daļu, kas paredz, ka, saņemot personas iesniegumu par iespējamu pārkāpumu, uzraudzības iestāde izvērtē sniegto informāciju un izmanto to uzraudzības darbību plānošanai, attiecīgi informējot iesniedzēju. Uzraudzības iestāde turpmāk veiks reklāmas uzraudzību, atbilstoši iestādes noteiktajām uzraudzības prioritātēm, kā arī izvērtējot iespējamā pārkāpuma ietekmi uz patērētāju kolektīvajām interesēm. Uzraudzības iestādes privātpersonai sniegs atbildi saskaņā ar Iesniegumu likumu, savukārt, Patērētāju tiesību aizsardzības centrs privātpersonu iesniegumus turpmāk izskatīs saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 25.panta noteikumiem. Attiecīgi tiek svītrotā Likuma 14.panta otrā daļa. Ar šādu normatīvo regulējumu tiks nodrošināta uzraudzības iestādes resursu ekonomija, sniedzot iespēju tos novirzīt būtisko pārkāpumu novēršanai.</p> <p>Saistībā ar grozījumiem 14.panta pirmajā daļā, Likuma 14.¹panta otrā daļā nepieciešams paredzēt, ka iesniegumā, kas ir adresēts Konkurences padomei, norāda dokumentāri pamatotu informāciju par faktiem, kas liecina, ka ar pārkāpumu ir nodarīts vai var tikt nodarīts būtisks kaitējums konkurencei.</p> <p>Precizēta Likuma 15.panta pirmā daļa, paredzot, ka, vērtējot reklāmas atbilstību Likumam, uzraudzības iestāde ir tiesīga pieprasīt un saņemt visu lietas būtības noskaidrošanai nepieciešamo informāciju, nosakot ne tikai iesniegšanas termiņu, bet arī veidu.</p> <p>- Ar grozījumiem 14.panta pirmajā daļā tiks nodrošinātas Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes un Veselības inspekcijas tiesības veikt darbības, kuru mērķis ir aizsargāt patērētāju kolektīvās intereses, kas ir paredzētas valsts tiesību aktos, pamatojoties uz tādas Eiropas Savienības iestādei iesniegumu, kura ir iekļauta Direktīvas I pielikumā minēto direktīvu sarakstā. Tādējādi Latvija pilnībā ievieš Direktīvas 2.panta 1.punktu un 4.panta 1.punktu, kas lasāmi saistībā ar Direktīvas 1.panta 2.punktu un I pielikuma 3. un 9.punktu.</p> <p>- Ar grozījumiem Likuma 15.panta trešajā daļā tiks nodrošināta tiesiska iespēja uzraudzības iestādei veikt noteiktas darbības, neizdodot saistošus administratīvus aktus, gadījumos, kad pieļautais pārkāpums ir atzīstams par objektīvi maznozīmīgu (nav konstatējams būtisks patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizskārums), un Likuma 15.panta ceturtajā daļā noteikto lēmumu pieņemšana nav lietderīga un samērīga, lai sasniegtu likumā noteikto mērķi, kā arī Likuma 15.panta trešās daļas 1. un 2.punktā minēto uzraudzības iestādes tiesību izmantošana nav iespējama tādēļ, ka pārkāpums vairs nav novēršams. Maznozīmīgu pārkāpumu gadījumā izsakot aicinājumu reklāmas devējam, reklāmas izgatavotājam vai reklāmas izplatītājam turpmāk savā darbībā nodrošināt tās atbilstību normatīvo aktu prasībām, tiks sasniegts Likuma mērķis, jo attiecīgai personai tiks norādīts uz pieļauto pārkāpumu, vēršot uzmanību uz pieļauto pārkāpumu ar aicinājumu atturēties no līdzīgu pārkāpumu pieļaušanas un veicinot patērētāju tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu reklāmu nākotnē. Ar šādu normatīvo regulējumu tiks nodrošināta preventīvu pasākumu īstenošana attiecība uz reklāmai izvirzīto prasību ievērošanu un vienlaikus tiks nodrošināta uzraudzības iestādes resursu</p>
----	--------------------------------------	---

	<p>ekonomija, sniedzot iespēju tos novirzīt būtisko pārkāpumu novēršanai. Sakarā ar iepriekšminētajiem grozījumiem attiecīgi precizēta Likuma 16.panta otrā daļa.</p> <p>- Likumprojekts precizē, ka Uzraudzības iestāde lēmumu par pārkāpumiem reklāmas jomā pieņem sešu mēnešu laikā no lietas ierosināšanas dienas un šo termiņu var pagarināt līdz diviem gadiem. Pārkāpumu reklāmas jomā izmeklēšanai ir nepieciešams ilgāks laiks, jo termiņi var tikt pagarināti gan pašu komersantu rīcības dēļ, gan saistībā ar lietas sarežģītību u.c.</p> <p>Izskatot SIA "ZetCom" īstenoto komercpraksi, kas izpaudās kā salīdzinošu reklāmu, kuru ietvaros SIA "ZetCom" salīdzināja vidējos tās un SIA "Bite Latvija" ieņēmums no viena lietotāja mēnesī par SIA "Bite Latvija" un SIA "ZetCom" piedāvāto mobilo sakaru pakalpojumu izmantošanu, sniegšana (lieta ierosināta 12.01.2012. pēc personas sniegtās informācijas), lai pilnīgi izvērtētu SIA "ZetCom" īstenoto komercpraksi, PTAC vairākkārt sazinājās gan ar SIA "ZetCom", gan SIA "Bite Latvija", lai iegūtu komercprakses izvērtēšanai nepieciešamo informāciju un pierādījumus, piemēram, iesniegt pierādījumus par komercpraksē izmantotās informācijas patiesumu, informāciju par salīdzinājuma aprēķina veikšanai izmantoto metodi u.c. Ņemot vērā pieprasītās informācijas apjomu, specifiku, laiku, kas nepieciešams saņemtās informācijas izvērtēšanai, lietas sarežģītību, kā arī ņemot vērā lietā iesaistītajiem komersantiem nepieciešamo laiku informācijas apstrādei un iesniegšanai uzraudzības iestādei, konkrētās lietas izskatīšana tika pabeigta 27.10.2011., tas ir, pēc vairāk kā desmit mēnešiem no lietas ierosināšanas brīža (PTAC 27.10.2011. lēmums Nr.E03-KREUD-22).</p> <p>- Likumprojekts paredz papildināt Likumu ar 20.pantu, kas nosaka soda naudas piemērošanas kārtību un paredz īpašus noteikumus to piespiedu izpildei. Ņemot vērā, ka Uzraudzības iestādes turpmāk lietas par pārkāpumiem reklāmas jomā izskatīs Administratīvā procesa likuma noteiktajā kārtībā, attiecīgi tiek paredzēti grozījumi 15.panta ceturtajā daļā, pants papildināts ar desmito daļu. Attiecīgie sodi šobrīd tiek piemēroti saskaņā ar Administratīvo pārkāpumu kodeksu un nav paredzētas papildu soda naudas.</p> <p>- Papildinot Likuma 2.¹pantu ar otro daļu tiks skaidri definēts, ka Likuma noteikumi, kas nosaka prasības attiecībā uz maldinošu un salīdzinošu reklāmu, ir attiecināmi uz reklāmām, kuras ir adresētas komersantiem un citiem saimnieciskās vai profesionālās darbības veicējiem un kuras neskar patērētāju tiesiskās intereses. Atbilstoši ir papildināms Likuma 2.pants, precizējot Likums subjektu attiecībā uz maldinošas un salīdzinošas reklāmas noteikumiem.</p> <p>- Likumprojekts paredz izslēgt Reklāmas likuma 5.panta ceturtais daļas 5.punktu, kas satur normu, identisku NKAL 13.panta 5.punktā (agresīva komercprakse) ietvertajam regulējumam.</p> <p>- Lai nodrošinātu veiksmīgu pieņemto lēmumu izpildes uzraudzību, likumprojekts paredz uzraudzības iestādēm tiesības noteikt termiņu ar lēmumu uzlikto pienākumu izpildei, kā arī uzliek pārkāpējam informēšanas pienākumu.</p> <p>- Likumprojekts paredz precizēt, kas ir rakstveida apņemšanās novērst pārkāpumu reklāmā un pārkāpuma radītās sekas, kā arī nosaka kārtību, kādā rakstveida apņemšanās tiek saskaņota ar uzraudzības iestādi, apņemšanās saturu un izpildes termiņus, kā arī uzraudzības iestādes tiesības, ja rakstveida apņemšanās netiek pildīta.</p>
--	---

		<p>- Likumprojekts paredz grozīt Likuma 12.panta ceturto daļu atbilstoši Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³panta otrās daļas noteikumiem, kas nosaka administratīvo atbildību par normatīvajiem aktiem neatbilstošas (ne aizliegtas) reklāmas izplatīšanu. Šāds regulējums neuzlikts reklāmas izplatītājiem papildu atbildību, jo reklāmas izplatītājs būs atbildīgs tikai par tādu normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu, par kuras neatbilstību viņš zināja vai viņam vajadzēja zināt.</p> <p>- Grozījumi 17.panta pirmajā daļā ir nepieciešami, lai precizētu tiesību subjektu, kas ir tiesīgs pārsūdzēt uzraudzības iestādes lēmumu, un lēmuma pārsūdzības kārtību.</p> <p>- Likuma 17.panta otrā daļa nosaka pārkāpumu veidus, kurus līdztekus Uzraudzības iestādēm var konstatēt arī tiesa. Likumprojekts paplašina tiesas kompetenci vērtēt speciālu piedāvājumu un izpārdošanu atbilstību vispārējām reklāmas prasībām, jo var izveidoties situācija, ka šajā tiesību normā ietvertu noteikumu uzraudzību praktiski nenodrošina neviena institūcija.</p> <p>- Likuma 17.¹ pantā precizētas personas, kuras var pārsūdzēt Uzraudzības iestādes lēmumu par pagaidu noregulējumu.</p> <p>- Likumprojekta 13.pants novērš atsauču uz Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvām dublēšanu. Likumprojekts pilnībā atrisina Anotācijas I daļas 2.punktā minētās problēmas.</p>
5.	Projekta izstrādē iesaistītās institūcijas	<p>Ekonomikas ministrija un Patērētāju tiesību aizsardzības centrs.</p> <p>2011.gada 10.maijā Ekonomikas ministrija izstrādāto likumprojektu nosūtīja Patērētāju tiesību aizsardzības centram, Konkurences padomei, Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei, Veselības inspekcijai un Pārtikas un veterinārajam dienestam apspriešanai. Iestāžu sniegtie priekšlikumi tika ņemti vērā, izstrādājot likumprojektu un tā anotāciju.</p>
6.	Iemesli, kādēļ netika nodrošināta sabiedrības līdzdalība	Projekts šo jomu neskar
7.	Cita informācija	Nav

II. Tiesību akta projekta ietekme uz sabiedrību		
1.	Sabiedrības mērķgrupa	Reklāmas devēji, reklāmas izgatavotāji, reklāmas izplatītāji, personas, kuras vēršas uzraudzības iestādē ar iesniegumu par reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām.
2.	Citas sabiedrības grupas (bez mērķgrupas), kuras tiesiskais regulējums arī ietekmē vai varētu ietekmēt	Projekts šo jomu neskar
3.	Tiesiskā regulējuma finansiālā ietekme	Projekts šo jomu neskar
4.	Tiesiskā regulējuma nefinansiālā ietekme	Likumprojekts nenosaka jaunus tiesiskus pienākumus reklāmas devējam, reklāmas izgatavotājam vai reklāmas izplatītājam.

5.	Administratīvās procedūras raksturojums	Indivīds savas tiesības varēs aizstāvēt normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā (Administratīvā procesa likums).
6.	Administratīvo izmaksu monetārs novērtējums	Administratīvā procesa likumā noteiktā valsts nodeva 20 latu apmērā par pieteikumu par lietas ierosināšanu tiesā.
7.	Cita informācija	Nav

III. Tiesību akta projekta ietekme uz valsts budžetu un pašvaldību budžetiem

Projekts šo jomu neskar

IV. Tiesību akta projekta ietekme uz spēkā esošo tiesību normu sistēmu

1.	Nepieciešamie saistītie tiesību aktu projekti	Efektīvai PTAC un KP funkciju turpmākai īstenošanai nepieciešams, lai iespējamie pārkāpumi reklāmas un komercprakses jomā tiktu izskatīti Administratīvā procesa likumā noteiktajā kārtībā saskaņā ar speciālo regulējumu, kas tiks noteikts Likumā un Negodīgas komercprakses likumā. Sakarā ar grozījumiem iepriekš minētajos likumos nepieciešams izslēgt no Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa pantus par pārkāpumiem reklāmas un komercprakses jomā, kā arī atsauces uz izslēdzamajiem pantiem. Likumprojekts izstrādāts, lai nodrošinātu saistīto likumprojektu „Grozījumi Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksā” un „Grozījumi Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā” (VSS-1281, 17.11.2011., prot.Nr.45.) vienlaicīgu spēkā stāšanos.
2.	Cita informācija	Nav

V. Tiesību akta projekta atbilstība Latvijas Republikas starptautiskajām saistībām

1.	Saistības pret Eiropas Savienību	Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 23.aprīļa direktīvas 2009/22/EK par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību, ar kuru atceļ un aizstāja Direktīvu 98/27/EK.
2.	Citas starptautiskās saistības	Projekts šo jomu neskar
3.	Cita informācija	Nav

1.tabula

Tiesību akta projekta atbilstība ES tiesību aktiem

A	B	C	D
Direktīvas 2009/22/EK 2.panta 1.punkts	14.panta pirmās daļas 3.punkts	Ieviests pilnībā.	Stingrākas prasības nav paredzētas.
Direktīvas 2009/22/EK 4.panta 1.punkts	14.panta pirmās daļas 3.punkts	Ieviests pilnībā.	Stingrākas prasības nav paredzētas.

Kā ir izmantota ES tiesību aktā paredzētā rīcības brīvība dalībvalstij pārņemt vai ieviest noteiktas ES tiesību akta normas? Kādēļ?	Likumprojektā iekļautās ES tiesību akta normas neparedz rīcības brīvību dalībvalstīm.
Saistības sniegt paziņojumu ES institūcijām un ES dalībvalstīm atbilstoši normatīvajiem aktiem, kas regulē informācijas sniegšanu par tehnisko noteikumu, valsts atbalsta piešķiršanas un finanšu noteikumu (attiecībā uz monetāro politiku) projektiem.	Nav
Cita informācija	Likumprojekts precīzē Reklāmas likuma normas atbilstoši Direktīvas tekstam.

VI. Sabiedrības līdzdalība un šīs līdzdalības rezultāti

1.	Sabiedrības informēšana par projekta izstrādes uzsākšanu	2011.gada 10.maijā Ekonomikas ministrija izstrādāto likumprojektu nosūtīja Latvijas Reklāmas asociācijai, Latvijas Preses izdevēju asociācijai, Latvijas Darba devēju konfederācijai, Latvijas Tirgotāju asociācijai un Latvijas Patērētāju interešu aizstāvības asociācijai apspriešanai. Biedrību sniegtie priekšlikumi tika ņemti vērā, izstrādājot likumprojektu un anotāciju.
2.	Sabiedrības līdzdalība projekta izstrādē	2011.gada 11.oktobrī notika atkārtota konsultācija ar asociāciju pārstāvjiem, kuras laikā tika uzklauti viedokļi par likumprojektā paredzamajam izmaiņām esošā regulējumā attiecībā uz soda naudas noteikšanu.
3.	Sabiedrības līdzdalības rezultāti	Latvijas Patērētāju interešu aizstāvības asociācija atbalsta projekta tālāko virzību, norādot, ka nepieciešams paredzēt stingrākus noteikumus attiecībā uz pārkāpējiem, lai atturētu pārkāpējus no pārkāpumiem reklāmas jomā.
4.	Saeimas un ekspertu līdzdalība	Projekts šo jomu neskar
5.	Cita informācija	Nav

VII. Tiesību akta projekta izpildes nodrošināšana un tās ietekme uz institūcijām

1.	Projekta izpildē iesaistītās institūcijas	Projekta izpildi nodrošina Patērētāju tiesību aizsardzības centrs, Konkurences padome, Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, Pārtikas un veterinārais dienests un Veselības inspekcija.
----	---	---

2.	Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes funkcijām	Projekts paredz uzraudzības iestādēm jaunas tiesības veikt reklāmas uzraudzību atbilstoši noteiktajām uzraudzības prioritātēm, pieņemt lēmumu par lietas izbeigšanu, izsakt aicinājumu reklāmas devējam, reklāmas izgatavotājam vai reklāmas izplatītājam savā darbībā turpmāk nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, apstiprināt rakstveida apņemšanos novērst konstatēto pārkāpumu. Uzraudzības iestādei turpmāk būs tiesības piemērot piespiedu ietekmēšanas līdzekli – soda naudu, un izskatīt iesniegumus saskaņā ar Administratīvā procesa likumu. Likumprojekts paredz Uzraudzības iestādei tiesības gadījumos, kad netiek pildīts uzraudzības iestādes pieņemtais lēmums un tas ir radījis vai var radīt būtisku kaitējumu patērētāju ekonomiskajām interesēm un kad ar cita līdzekļa piemērošanu noteiktā mērķa sasniegšana nav iespējama, slēgt negodīgas komercprakses īstenotāja mājas lapu vai daļēji vai pilnībā uz laiku apturēt komercprakses īstenotāja saimniecisko darbību.
3.	Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru. Jaunu institūciju izveide	Projekts neparedz veidot jaunas valsts institūcijas.
4.	Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru. Esošu institūciju likvidācija	Projekts šo jomu neskar
5.	Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru. Esošu institūciju reorganizācija	Projekts šo jomu neskar
6.	Cita informācija	Nav

Ekonomikas ministrs

D.Pavļuts

Vīza: Valsts sekretārs

J.Pūce

04.06.2012. 16:03

2981

S.Petrova, 67013072

Svetlana.Petrova@em.gov.lv

