

# Patērētāju kreditēšanas pakalpojuma vai preču zīmes REKLĀMA?

**Kopš 2019. gada ir spēkā PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS LIKUMA** grozījumi, ar kuriem tika ieviesti ierobežojumi patērētāju kreditēšanas reklāmai. Aktuālās redakcijas regulējums aizliedz reklamēt patērētāju kreditēšanas pakalpojumus, tomēr pieļaujot atsevišķus izņēmumus, kuru interpretēšanā reklāmdevēju un patērētāju tiesību aizsargu pozīcijas nereti atšķiras.

Kas ir reklāma? Atbilstoši Reklāmas likuma 1. pantam 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. pants nosaka, 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. 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 Reklāmas likumam un citiem normatīvajiem aktiem.

Attiecībā uz patērētāju kreditēšanas reklāmām 2019. gadā tika ieviesti ierobežojumi Patērētāju tiesību aizsardzības likumā (PTAL)<sup>1</sup>. PTAL aizliedza reklamēt kreditēšanas pakalpojumus, izņemot konkrētus likumā paredzētus gadījumus un izņemot arī kreditēšanas pakalpojuma sniedzēja zīmolvārdus. Jāuzsver, ka ar 2021. gada 20. maija grozījumiem

PTAL termins „zīmolvārds” ir aizstāts ar terminu „preču zīme”, ņemot vērā to, ka „zīmolvārds” nav definēts normatīvajos aktos un tā nozīme nav bijusi skaidra<sup>2</sup>.

Reklāmas tirgū bija saskatāma tendence plaši interpretēt patērētāju kreditēšanas reklāmas ierobežojuma izņēmumu attiecībā uz zīmolvārdus, īstenojot dažādas un ļoti kreatīvas reklāmas. Tomēr ir ļoti būtiski atcerēties un apdomāt, vai plānotā reklāma nepārkāpj PTAL prasības. Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC) un Administratīvā rajona tiesa ir izskatījušas vairākas lietas, kurās tikusi vērtēti kreditēšanas pakalpojuma reklāmas ierobežojuma pārkāpumi.

Kaut gan jēdziens „zīmolvārds” tiek izmantots Maksājumu pakalpojumu un elektroniskās naudas likumā, tā definīcija normatīvajos aktos nav atrodamā. Tomēr ir definēts jēdziens „zīmols”. Atbilstoši Uzņēmumu ienākuma nodokļa likuma 1. panta divdesmit piektajai daļai ar zīmolu jāsaprot nosaukums, simbols, zīme vai dizainu apvienojums, kas identificē konkrētu preci, ražotāju, pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju.

Foto: © Jacob Lund – stock.adobe.com

Foto: jānis Deīnats



IVO  
CIMDIŅŠ

Zvērinātu  
advokātu  
biroja  
COBALT  
vecākais  
speciālists



JURIJS  
GEORGS  
RUSAKOVS

Zvērinātu  
advokātu  
biroja  
COBALT  
jaunākais  
jurists



Latvijas Zinātņu akadēmijas Terminoloģijas komisija 2003. gada 13. maijā bija lēmusi, ka tolaik jaunajā angļu vārda *brand* nozīmē latviešu valodā priekšroka dodama jaunvārdam „zīmols”. Lēmumā izveidota „zīmola” definīcija, ar to saprotot tēlu, kas saistīts ar prečzīmi, firmas zīmi, logo u.tml. vārdu, vārdkopa, grafisku veidojumu, simbolu vai citu zīmi un kāds indivīdam un sabiedrībai veidojas (tiek veidots) par kādu vienumu – personu, firmu, preci vai pakalpojumu. Turklāt starp citiem ar vārdu „zīmols” saistītiem terminiem ir minēts arī „zīmolvārds”, kas atbilst angļu vārdiem *brand name*.<sup>3</sup>

Latvijas Republikas Augstākā tiesa tiesu prak-

ses apkopojumā „Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi” zīmolvārda (*brand name*) sinonīmam *trade name* sniedza šādu skaidrojumu – nosaukums īsai un vieglai ražojuma vai pakalpojuma identificēšanai tirgū<sup>4</sup>.

Ņemot vērā iepriekšminēto, bija iespējams secināt, ka **ZĪMOLVĀRDS** ir nosaukums, vārds vai vārdkopa, kas īsi un viegli raksturo vai identificē ražotāja, pakalpojuma sniedzēja, firmas vai atsevišķa ražojuma, preces vai pakalpojuma tēlu. Tomēr likumdevējs 2021. gada 20. maijā ar grozījumiem PTAL izvēlējās terminu „zīmolvārds” aizstāt ar terminu „preču zīme”. **PREČU ZĪME** savukārt ir apzīmējums, kuru lieto, lai kādas personas preces vai pakalpojumus atšķirtu no citu personu precēm vai pakalpojumiem<sup>5</sup>. Tomēr PTAC savās vadlīnijās<sup>6</sup> norāda, ka par tādu apzīmējumu var kalpot arī **KREDĪTU DEVĒJA VAI KREDĪTU STARP-NIEKA NOSAUKUMS**, logo, sauklis, kas nesatur aicinājumu saņemt kreditēšanas pakalpojumu.

Kā izņēmumu no PTAL ieviestajiem ierobežojumiem līdz 2021. gada 14. jūnijam kreditēšanas pakalpojumu sniedzējam bija tiesības reklamēt savu

1 Sk. Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.<sup>3</sup> pantu.  
2 Likumprojekta „Grozījumi Patērētāju tiesību aizsardzības likumā” anotācija. Pieejama: <https://titania.saeima.lv/LIVS13/SaeimaLIVS13.nsf/0/8402717C1494731EC225858C002D81EA?OpenDocument>

3 Latvijas Zinātņu akadēmijas Terminoloģijas komisijas lēmums Nr. 23 „Par angļu vārda *brand* atbilstmi latviešu valodā”.

Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/77244-par-anglu-varda-ibrandi-atbilstmi-latviesu-valoda>.

4 Tiesu prakses apkopojums „Par tiesu praksi strīdos par tiesībām uz preču zīmi”, 108. lpp. Pieejams: [https://www.at.gov.lv/files/uploads/files/6\\_Judikatura/Tiesu\\_prakses\\_apkopojumi/galigais%20precu%20zimes%2023%2004%2008.doc](https://www.at.gov.lv/files/uploads/files/6_Judikatura/Tiesu_prakses_apkopojumi/galigais%20precu%20zimes%2023%2004%2008.doc).

5 Preču zīmju likuma 1. panta 8. apakšpunkts.

6 2021. gada 15. decembra vadlīnijas Nr. 14 „Vadlīnijas atbilstoši patērētāju kreditēšanas reklāmai”. Pieejamas: <https://www.ptac.gov.lv/lv/media/2632/download>.

zīmolvārdu televīzijā, pilsētvides reklāmās, presē un citos veidos. Tomēr kredītēšanas pakalpojumu sniedzēja zīmolvārda, tai skaitā sponsorēšanas, reklāma bija aizliegta sabiedriskā pasūtījuma ietvaros radio vai televīzijā īstenotos projektos, kas finansēti no valsts vai pašvaldības budžeta līdzekļiem. Tāds pats reklāmas ierobežojuma izņēmums šobrīd kopš 2021. gada 15. jūnija darbojas attiecībā uz kredīta devēja un kredīta starpnieka preču zīmes reklāmām. Tomēr turpmāk apskatāmie piemēri, lai arī analizē „zīmolvārdu”, ir ņemami vērā, veidojot izpratni par kredītēšanas pakalpojuma reklāmas atšķiršanu no preču zīmju reklāmām. Ir svarīgi nošķirt, vai uz reklāmu attiecas pakalpojumu reklāmas ierobežojumi vai – tieši pretēji – uz to attiecas PTAL paredzētais izņēmums, kas atļauj reklamēt preču zīmi.

2021. gada 5. martā PTAC pieņēma lēmumu Nr. 3–pk pret SIA *VIA SMS* par Reklāmas likuma 3. panta pirmās daļas pārkāpumu, piemērojot sabiedrībai naudas sodu 7000 eiro apmērā. Sabiedrība izplatīja reklāmu:

Vai zini par visām labajām īpašībām, kas piemīt kāpostam? Runā, ka tas labvēlīgi ietekmē gremošanas sistēmu, stimulē vielmaiņu un izvada toksīnus. Taču *viasms.lv* tic, ka kāposts rada prieku un ļauj ikdienu pārvērst svētkos. *Viasms.lv* zina par kāpostu visu, un mēs esam gatavi dalīties zināšanās! Uzzini vairāk – *viasms.lv*. *Viasms.lv* – elastīgs aizdevums.

SIA *VIA SMS* savos paskaidrojumos norādīja, ka „nav pārkāpusi Reklāmas likuma [...] noteiktos aizliegumus, bet, ievērojot Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 8.<sup>3</sup> panta otrās daļas prasības, ir savu reklāmas kampaņu būvējuši ap tās zīmolvārdu *VIASMS.LV* Elastīgais aizdevums.” Tāpat SIA *VIA SMS* norādīja, ka „Sabiedrības reklāmu vēstījums dārzeņos „kāposts” nav nekādā formā saistīts ar aicinājumu aizņemt, proti, nav izmantotas frāzes „paņem kāpostu”, vai „piesakies kāpostam”, no kā būtu skaidri saprotams, ka Sabiedrība, izmantojot žargonu/slengu vārdam „kāposts”, cenšas to izmantot nolūkā, lai aicinātu uz naudas līdzekļu aizņemšanos.” PTAC šajā lietā konstatēja, ka šāda reklāma attiecas uz pašu kredītēšanas pakalpojumu reklamēšanu. Visos tekstos lietots vārds „kāposts”, kura nozīme latviešu literārajā valodā ir dārzeņi, savukārt sarunvalodā, žargonā, tam ir arī citas nozīmes, un viena no tām ir – nauda. Lietas ietvaros tika pieaicināta Latviešu valodas aģentūra, kura norādīja, ka vārds „kāposts” reklāmā tiek lietots ar mērķi izmantot leksisko paņēmieni (izmantojot vārda „kāposts” pārnestās nozīmes iespējas), kas uzskatāms par mērķtiecīgi izmantotu reklāmas paņēmieni.

Papildus PTAC savā lēmumā izskaidro jēdziena „zīmolvārds” definīciju. PTAC ieskatā „par zīmolvārdu būtu uzskatāms kredīta devēja nosaukums, logo un preču zīme. Preču zīme var būt zīmolvārda sastāvdaļa, bet ne visas preču zīmes var būt zīmolvārda



## Ir svarīgi nošķirt, vai uz reklāmu attiecas pakalpojumu reklāmas ierobežojumi vai – tieši pretēji – uz to attiecas PTAL paredzētais izņēmums, kas atļauj reklamēt preču zīmi.

vārda sastāvdaļa.” Būtiski ir tas, ka PTAC nostiprina izpratni, ka „zīmolvārds nedrīkst saturēt saukļus un aicinājumus saņemt kredītēšanas pakalpojumus. Tāpat nav pieļaujama ar kredītēšanu saistītu asociāciju (vizuālu, audiālu) izmantošana zīmolvārdā”.<sup>7</sup>

7 PTAC 2021. gada 5. marta lēmuma Nr. 3–pk par Reklāmas likuma 3. panta pirmās daļas pārkāpumu un soda naudas un tiesiskā pienākuma uzlikšanu, 2.1 punkts.

Pieejams: [https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/via\\_sms\\_05.03.2021.pdf](https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/via_sms_05.03.2021.pdf).

8 PTAC 2021. gada 5. marta lēmuma Nr. 3–pk par Reklāmas likuma 3. panta pirmās daļas pārkāpumu un soda naudas un tiesiskā pienākuma uzlikšanu, 8. punkts.

Pieejams: [https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/via\\_sms\\_05.03.2021.pdf](https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/via_sms_05.03.2021.pdf).

9 PTAC 2021. gada 1. aprīļa lēmuma Nr. 5–pk par Reklāmas likuma 3. panta pirmās daļas pārkāpumu un soda naudas un tiesiskā pienākuma uzlikšanu, 2.1 punkts.

Pieejams: [https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/sia\\_extra\\_credit.pdf](https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/sia_extra_credit.pdf).

Foto: © Jacob Lund – stock.adobe.com

Bet visi krāj uzlīmes, sakrāj piecas – kafija bez maksas, desmit – nomazgā moci. Viss jaunais ir labi aizmirsts vecais, pirmais bez maksas, jo *mino* ir *craazy!* Ienāc *mino.lv* un apskati tieši savu piedāvājumu!

SIA *EXTRA CREDIT* savos paskaidrojumos norādīja, ka „neatziņst pārkāpumu, norādot, ka 2020. gada 11. februārī ir pieteikusi preču zīmes „Pirmais bez maksas! Jo *mino* ir *craazy!*” reģistrāciju Latvijas Republikas Patentu valdē, kas sabiedrības ieskatā ir atļauts izmantot zīmolvārda reklāmās.” Paskaidrojumā SIA *EXTRA CREDIT* arī norādīja, ka preču zīme „Pirmais bez maksas”, ievērojot vārdisko saturu un preču zīmes grafisko noformējumu, pēc Sabiedrības ieskatiem, nav novērojama preču zīmes saistība ar kredītēšanas pakalpojumu.<sup>9</sup>

PTAC savā lēmumā nonāca pie secinājuma, ka šī reklāma nav uzskatāma par zīmolvārda reklāmu, jo tā netieši izraisa asociāciju ar kredītēšanas pa-

Savukārt par pēdējo aktualitāti uzskatāms 2022. gada 24. maijā Administratīvā rajona tiesas spriedums, kurā tiesa atzina par tiesisku un pamatotu 2021. gada 1. aprīļa PTAC pieņemto lēmumu Nr. 5–pk pret SIA *EXTRA CREDIT* par Reklāmas likuma 3. panta pirmās daļas pārkāpumu, piemērojot naudas sodu 2500 eiro apmērā.

SIA *EXTRA CREDIT* bija izplatījis televīzijā reklāmu:

kalpojuma saņemšanu, turklāt preču zīme „Pirmais bez maksas! Jo *mino* ir *craazy!*” bija pieteikta pēc PTAL normas spēkā stāšanās, tādējādi Sabiedrībai bija zināms, ka atbilstoši PTAL 8.<sup>3</sup> panta otrajai daļai, veidojot zīmolvārda saturu, tajā nedrīkstēja iekļaut saukļus, kas tieši/netieši aicina aizņemties.<sup>10</sup>

Šajā lietā Administratīvā rajona tiesa atzinusi, ka kāda paziņojuma vai pasākuma atbilstība reklāmas jēdzienam ir jāvērtē pēc nolūka, ar kādu attiecīgais paziņojums izplatīts un pasākums veikts.<sup>11</sup> Tiesa atzina, ka jau pats jēdziens „zīmolvārds” norāda uz tā saistību ar zīmola ietvertu vārdu jeb zīmola nosaukumu, kurš kopā ar pārējiem zīmola elementiem (simboliem, zīmēm un noteiktu dizainu) tiek izmantots noteiktas preces, pakalpojuma vai komersanta identificēšanai.<sup>12</sup>

Tiesa konstatēja, ka papildus zīmolvārda reklāmai tika pausts arī aicinājums apmeklēt konkrētu interneta vietni un apskatīt piedāvājumu, un, izvērtējot interneta vietnes saturu, tiesa secināja, ka ikvienam vidusmēra patērētājam ir uztverams, ka konkrētā reklāma reklamē patērētāju kredītēšanas pakalpojumu.

Izplatot patērētāju kredītēšanas pakalpojumu reklāmu, kura nav vērtējama kā zīmolvārda reklāma PTAL 8.<sup>3</sup> panta otrās daļas izpratnē, reklāmas devējs pieļāva PTAL 8.<sup>3</sup> panta pirmās daļas un secīgi arī Reklāmas likuma 3. panta pirmās daļas pārkāpumu. Proti, 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. Par šādu pārkāpumu administratīvā atbildība ir paredzēta Reklāmas likuma 20. panta pirmajā daļā, kas noteic, ka uzraudzības iestāde par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu, vai izplatīšanu ir tiesīga uzlikt soda naudu līdz 14 000 eiro. Tā pašā panta trešā daļa paredz apstākļus, kādus uzraudzības iestādei (šajā gadījumā PTAC) jāņem vērā, nosakot naudas sodu.

Ņemot vērā visu iepriekš minēto, secināms, ka PTAL pieļauj kredīta devējam un kredīta starpniekam reklamēt savu preču zīmi (t.sk. arī zīmolvārdu), nevis kredītēšanas pakalpojumus. PTAC stingri pauž nostāju, ka PTAL izņēmums attiecībā uz zīmolvārda vai preču zīmes reklāmu nav bijis absolūts. Tādējādi **reklamētā preču zīme nevar ietvert saukļus, aicinājumu vai pat norādes saņemt kredītēšanas pakalpojumu.** Pretējā gadījumā PTAC būs tiesīga piemērot soda naudu par neatbilstošas reklāmas izplatīšanu.

Jāsecina, ka preču zīme pati par sevi var izveidot atšķirīgu attieksmi pret tirgus dalībniekiem. Piemēram, ja preču zīme ietver vārdus „kredīts” vai „credit”.

Norādāms, ka nav pieļaujama ar kredītēšanu saistītu asociāciju (vizuālu, audiālu) izmantošana preču zīmē, tādēļ tirgus dalībniekiem ir vērts apsvērt reklāmas fona neitralitāti. Reklāmu veidotājiem ir jāapzinās, ka preču zīmes reklāmā nedrīkst parādīties slēpti zemteksti vai pārnestās nozīmes (piemēram, raksturot kāpostu vai lašu labās īpašības). **IP**

10 PTAC 2021. gada 1. aprīļa lēmuma Nr. 5–pk par Reklāmas likuma 3. panta pirmās daļas pārkāpumu un soda naudas un tiesiskā pienākuma uzlikšanu, 2.4 punkts.

Pieejams: [https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/sia\\_extra\\_credit.pdf](https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/sia_extra_credit.pdf).

11 Administratīvās rajona tiesas 2022. gada

24. maija spriedums lietā Nr. A420169521, 7. punkts.

12 Turpat, 8. punkts.