



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Alkoholisko dzērienu reklāmas uzraudzība

**Dainis Platacs, Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta
daļas vadītājs**

**Inese Tērauda, Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta
vecākā eksperte**

17.05.2023.





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

PTAC kompetence

Reklāmas likums

Par Reklāmas likuma pārkāpumu PTAC ir tiesīgs:

uzlikt tiesisku pienākumu –
aizliegt izplatīt, atsaukt reklāmu,
izslēgt elementus, reklāmā
sniegt papildu informāciju
piemērot soda naudu līdz 14 000
EUR

Alkoholisko dzērienu aprites likums

Negodīgas komercprakses aizlieguma likums

(piemēro, ja vērtē ne tikai
reklāmas izplatīšanas faktu un
brīdinājuma uzraksta
izmantošanu, bet arī
komercpraksi)

Par negodīgu komercpraksi PTAC ir tiesīgs:

uzlikt tiesisku pienākumu - izbeigt,
atsaukt, izslēgt elementus, neizplatīt
nākotnē

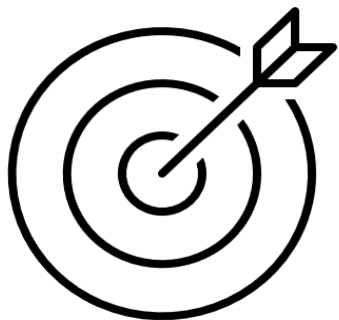
piemērot soda naudu līdz 4% no
apgrozījuma (līdz 300 000 EUR (LV);
2mlj EUR (pārrobežu pārkāpumiem))



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

PTAC uzraudzības prakse

Lietas: pēdējo gadu laikā nav uzsāktas



Iesniegumi:

2022.g. – 2 rakstveida iesniegumi

Konsultācijas:

tiek sniegtas regulāri (galvenokārt komersantu jautājumi par reklāmas maketu atbilstību likuma prasībām)

Preventīvā uzraudzība:

2022./2023.g. – 2 gadījumi



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Galvenie principi reklāmai



- brīdinājums par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi
- reklāmā nedrīkst, piemēram, attēlot personas lietojam alkoholu, izmantot Latvijas valsts simboliku u.c.
- reklāma aizliegta izglītības, ārstniecības iestādēs, uz šo iestāžu ēkām, uz sabiedriskā transporta līdzekļiem un tajos u.tml.
- aizliegta vides reklāma
- reklāmā aizliegts izmantot bērnus



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Papildu principi reklāmai interneta vidē



- patērētāji ir jāinformē par publikāciju komerciālo raksturu, sniedzot skaidras un uzskatāmas norādes:
#reklāma, #apmaksāts, #sponsorēts, #apmaksātasadarbība
- norādēm jābūt viegli uztveramām un pamanāmām
- sniedzot norādes, var tikt izmantoti citi līdzekļi, kas nepārprotami norāda uz informācijas komerciālo raksturu, piemēram, *Instagram Paid partnership* iespējas
- izplatot reklāmas sociālo tīklu platformās būtu jāpārliedzinās, vai reklāmu adresāti nav nepilngadīgas personas



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Konstatētie būtiskākie pārkāpumi



- reklāmās attēlotas personas lietojam alkoholu
- vides reklāma
- nav izvietots brīdinājums
- nav informācija par publikāciju komerciālo raksturu



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Piemērs (1)



reklāmā preses
izdevumos attēlotas
personas lietojam
alkoholu

(2013.gada lieta)



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Piemērs (2)



reklāmā sociālajos tīklos
attēlotas personas
lietojam alkoholu

reklāmā izmantoti arī
bērni

nav brīdinājums

nav informācija par
komerciālo raksturu



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Piemērs (3)



alkoholisko
dzērienu reklāma
veikala skatlogos –
vērsta pret
publisku telpu

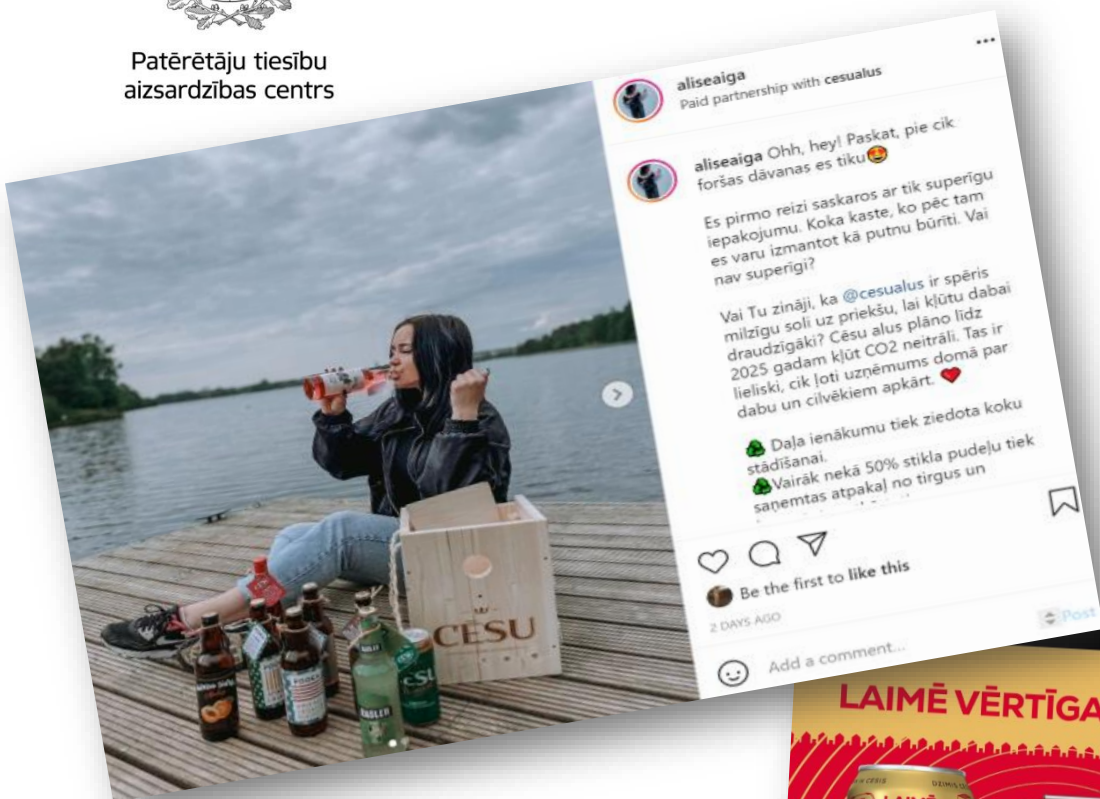




Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Piemērs (4)

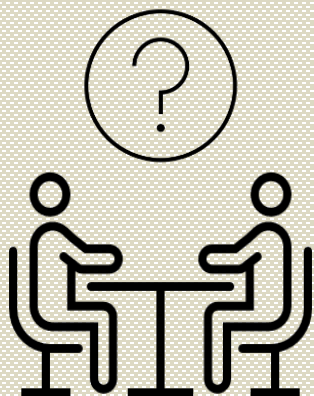
reklāmās sociālajos
tīklos nav izvietots
brīdinājums





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Biežākie konsultatīvie jautājumi



- vides reklāma
- brīdinājuma uzraksta izvietošana
- alkoholiskā dzēriena preču zīmes
- bezalkoholiskā alus reklāma vidē
- veikalu skatlogi / izkārtnes
- reklāmas preču bukletos
- dzērienu kartes
- reklāma interneta vidē, sociālajos tīklos, drukātajos izdevumos



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Vides reklāma

Jēdziens **„vides reklāma”** nav skaidrots normatīvajos aktos.

PTAC ar vides reklāmu saprot **vispārīgu alkohola reklāmas aizliegumu publiskā vietā, kas tiek vērsta pret vidi vai atrodas vidē**, jēdzienu „vide” skaidrojot saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 8.pantu un 17.panta pirmās daļas 1. un 4.punktu.

- reklāmas veikalu skatlogos
- uz transportlīdzekļiem
- gaisa baloniem
- sabiedriskā transporta pieturās
- reklāmu plakāti uz tiem paredzētiem statīviem publiskās ārtelpās u.tml.



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Veikalu izkārtnes/skatlogi – piemēri (nav pārkāpums)





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Veikalu izkārtnes/noformējums – piemērs (aizliegtā reklāma)

preču zīme
«**Rēzeknis
Bryuvers**» var
tikt asociēta ar
konkrētu
alkoholisko
dzērienu

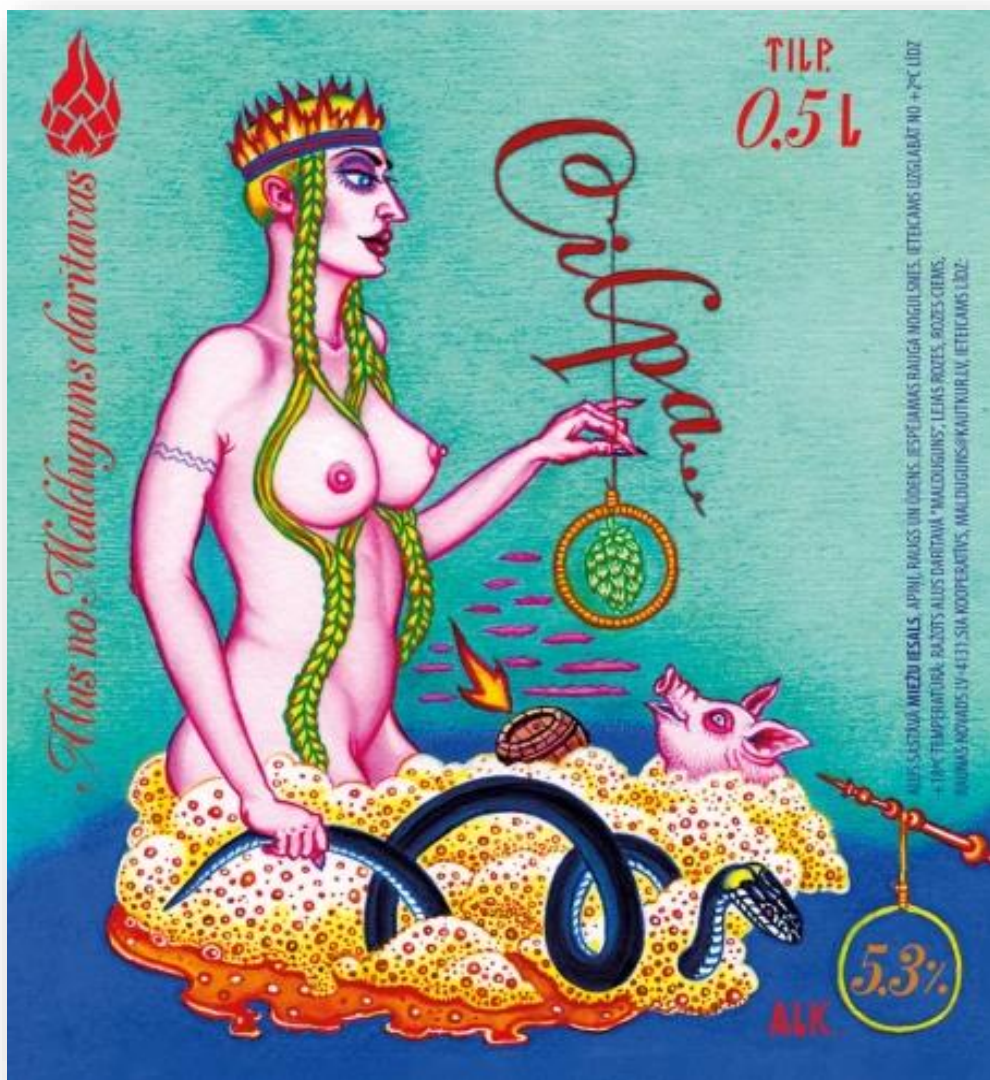


Preču zīmes attēls	Vārdiskā daļa	Preču zīmes veids	Nicas klasifikācijas klase	Statuss
	RĒZEKNIS BRYUVERS	Figurāla	32, 35	Zīme reģistrēta



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Reklāmas preču bukletos - piemērs



Iknedēļas izdevīgo preču piedāvājumu bukletā izvietots alus etiķetes noformējums

Šāda reklāma var tikt vērtēta kā Reklāmas likuma 3.panta otrās daļas pārkāpums, kas saistīts ar **ētikas un tikumības prasībām reklāmā.**



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Reklāma dzērienu kartēs

Mai Tai

Havana Club Especial rums
Cointreau apelsīnu likieris
TEISSEIRE mandeļu sīrups
Laimu sula
Ananasu sula



Dzērienu kartēs bārā tiek reklamēts sīrups. Receptē norādīts arī alkohola nosaukums un kokteiļa cena

Brīdinājums nav jāizvieto (likuma izņēmums)



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Reklāma vidē - video



Vides reklāmas projekts ar aicinājumu pieteikt ekskursijas alus darītavā. Klipa fonā izmantots video ar alus darītavas produkciju

Šāda reklāma varētu būt prettiesiska, jo tajā ir redzama alkoholiskā alus reklāma – **preču zīme, nosaukums, noformējums, alus glāze, uzraksts uz tās “dzīvais alus”**



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Reklāma kalendāros

Pašvaldības prezentācijas materiāls. Šī attēla publicēšanu neviens nav pasūtījis, apmaksājis vai citādi vēlējies izmantot kā reklāmu

Brīdinājums nav jāizvieto, jo:

- nav iespējams konstatēt konkrētu dzērienu
- attēls tiek publicēts kalendārā kā pašvaldības prezentācijas materiālā, kuram nav saimniecisko mērķu, līdz ar to tā nav reklāma



OKTOBRIS 2023

Pirmdiena	Otrdiena	Trešdiena	Ceturtdiena	Piektdiena	Sestdiena	Svētdiena
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2			

SEPTEMBRIS 2023
P O T C P S Sv
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30

NOVEMBRIS 2023
P O T C P S Sv
1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19
20 21 22 23 24 25 26
27 28 29 30

1. oktobris – Starptautiskā senioru diena
1. oktobris – Skolotāju diena
15. oktobris – Valsts valodas diena

Rādīt: Bankas novads



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Reklāma presē un citos izdevumos



ALK OUTLET
DZĒRIENI & VĪNI

**ATCERIES GARŠU
SADERĪBAS
PRINCĪPUS!**

Lai atrastu vīnu, kas harmoniski izceļ konkrētā ēdiena garšas īpatnības, noderēs dažādu garšu saderības pamatnoteikumi. Gan ēdienam, gan vīnam ir četras galvenās garšas: salds, sāļš, skābs un rūgtis.

Ja ēdienā dominē skāba garša, tas vīnu padarīs saldāku un augļaināku, samazinās vīna skābumu un rūgtumu. Te jāpiemēklē vīns ar augstu skābuma līmeni, jo šo garšu mijiedarbība izceļ saldenās nianšas.

Skābu ēdienu var kombinēt arī ar mazliet saldāku vīnu – šo principu bieži izmanto vīna un deserta saderībai.

Saldi ēdieni vīna garšu padara skābāku, rūgtāku un noplicina augļainās nianšas.

SKĀBU ĒDIENU VAR KOMBINĒT AR MAZLIET SALDĀKU VĪNU – ŠO PRINCIPU BIEŽI IZMANTO VĪNA UN DESERTA SADERĪBAI.

Saldi ēdieni vīna garšu padara skābāku, rūgtāku un noplicina augļainās nianšas.

**ZELTA LIKUMI
VĪNA SADERĪBAI
ar ĒDIENU**

**KASKOPĀ
RADĪTS,
SADER KOPĀ!**

Universālākais padoms vīna izvēlē ir reģionalitātes princips – viena reģiona ēdienam piemērotu partneri vislabāk meklēt starp tā paša reģiona vīniem.

IZPROTI ĒDIENU!

Vīna un ēdiena saderība ir pasaule, kam ir divas puses – vīns un ēdiens. Ja saderības jautājumi vēl ir sveši, sāc ar to, ko šajā pārīti pazīsti, proti, ēdienu! Saproti, cik sāļš, treks, pikants vai maigs būs ēdiens. Kādas garšvielas lietoši? Apraksti sev ēdienu, ko plāno baudīt, un tā jau būs puse no darba.

garšas nianšes vīnā, taču kompensē sāļumu un pikantumu, padarot vīna garšu raupjāku. Šādam ēdienam jāizvē-

las vīns ar augstāku skābuma līmeni un tanīniem. Sāļums ēdienā samazina vīna skābumu, izceļ augļu garšas nianšas, kompensē rūgtumu. Savukārt vīna tanīni neitralizē ēdiena treksnību, tāpēc šādam, treksnam cepetim derēs sauss vīns.

Ēdienam, kurā jūtamas rūgto toņu nianšas, ņem rūgtu, ozolkoka mucās izturētu, tanīniem bagātu vīnu. Te izvēlies viegli iesaldētu vīnu ar mazu skābes saturu.

**PIESĀTINĀTS AR
PIESĀTINĀTU,
VIEGLS AR VIEGLU!**

Arī ēdiena struktūra labi norādīs, kāda veida vīns jāmeklē. Sātīgiem cepumiem un blīviem gaļas ēdieniem pietāvēs piesātināts, intensīvs vīns, bet vieglas uzkodas, liesu putna gaļu vai zivi labi papildinās viegls vīns.

**NOVĒRTĒ SAVAS
FINANŠU IESPĒJAS!**

Atceries, ka ražotāji piedāvā plašu kvalitatīvu vīnu klāstu dažādās cenu

Vīna saderība ar ēdienu ir vesela pasaule, tāpēc ir lieliski, ja Tev ir šīs pasaules ceļu karte. Dzērienu un vīnu veikalu tīkls AlkOutlet kopā ar vīnzini Jāni Kalķi piedāvā dažus universālus un viegli iegaumējamus padomus, kā izvēlēties piemērotāko vīnu savai maltītei. Izvēlēs pamatā ir trīs valji: reģionalitāte, garšas īpatnības un ēdiena struktūra.

grupās un pat dārgs vīns kopā ar neīsto ēdienu veidos nebudamu garšu kombināciju, tāpēc – dārgāks ne vienmēr ir labāks.

- reklamēta tirdzniecības vieta nevis konkrēts alkoholiskais dzēriens vai tā preču zīme
- brīdinājuma uzraksts nav jāliek, jo reklāma nav vērtējama kā alkoholiskā dzēriena reklāma



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Bezalkoholiskais alus

Likums "Par akcīzes nodokli":

3.pants (2) Par alu uzskatāms raudzēts alkoholisks dzēriens, kurš pagatavots no iesala un ūdens, pievienojot apiņus, **kurā absolūtā spirta daudzums pārsniedz 0,5 tilpumprocentus** [..]

Kā izriet no definīcijas, bezalkoholisks alus neeksistē, taču reklāmdevēji šo nosaukumu labprāt izmanto reklāmās

Bezalkoholiskā alus reklāma vidē nav aizliegta





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Nākotnes izaicinājumi reklāmas uzraudzībā – izmaiņas regulējumā

Grozījumi Alkoholisko dzērienu aprites likumā (tiek virzīti Saeimā – Nr.217/Lp14):

- **alkoholisko dzērienu cenu un atlaižu reklāmas** būs atļautas tikai mazumtirdzniecības vietās, kurās tiek tirgoti alkoholiskie dzērieni, alkoholiskos dzērienu ražošanas vietās vai ražotāja struktūrvienībās, kā arī tīmekļa vietnēs, tiešsaistē un tiešsaistes saskarnēs kurās norisinās alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecība ar distances līgumu
- mazumtirdzniecības vietās nevarēs kopā ar alkoholisko dzērienu piedāvāt iegādāties ar atlaidi citu preci, alkoholisko dzērienu vai pakalpojumu
- aizliegts piedāvāt alkoholisko dzērienu iegādi ar atlaidi lojalitātes programmas ietvaros
- aizliegts piedāvāt kopā iegādāties vairākas alkoholisko dzērienu vienības



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Paldies par uzmanību!

