Lietas Nr. A420384712
Lietas arhīva Nr. AA43-1573-14/10

**SPRIEDUMS**
**Latvijas tautas vārdā**

Rīgā 2014.gada 16.decembrī

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:
tiesnese referente M.Osmane,
tiesneši V.Poķis un A.Šteinberga

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz akciju sabiedrības „/Nosaukums/" pieteikumu par Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroja 2012.gada 2.februāra lēmuma Nr.1/911 atcelšanu, sakarā ar akciju sabiedrības „/Nosaukums/" apelācijas sūdzību par Administratīvās rajona tiesas 2013.gada 26.septembra spriedumu.

## Aprakstošā daļa

[1] 2010.gada 1.oktobrī Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroja (turpmāk – KNAB) Politisko organizāciju finansēšanas kontroles nodaļa uzsāka pārbaudi saskaņā ar likuma „Par priekšvēlēšanu aģitāciju pirms Saeimas vēlēšanām un Eiropas Parlamenta vēlēšanām" (turpmāk – Aģitācijas likums) 35.pantu un konstatēja, ka Rīgā publiskās vietās (sabiedriskā transporta pieturvietās un reklāmas stendos) tika izvietota vides reklāma, proti, reklāmas plakāti ar uzrakstiem „PAR LABU HOKEJU!", „PAR LABU „/Nosaukums C/"!" (turpmāk – Plakāti). Iepriekš minētais sauklis ir analoģisks partiju apvienības „Par Labu Latviju" (turpmāk – Partija) priekšvēlēšanu aģitācijas sauklim. Turklāt Plakātos ir hokejista /pers. F/ fotogrāfijas ar hokeja kreklu, uz kura ir cipars /numurs/, kas ir Partijas deputātu kandidātu saraksta numurs 2010.gada 2.oktobra Saeimas vēlēšanās. Līdz ar to secināts, ka Plakāti slēptā veidā popularizē Partiju, uz ko norāda arī vairāki iedzīvotāju telefonu zvani KNAB, kuri nepārprotami saista šo reklāmu ar Partiju.

Pamatojoties uz pārbaudē konstatēto, KNAB 2012.gada 2.februārī pieņēma lēmumu Nr.1/911 (turpmāk – Lēmums). Lēmumā secināts, ka pieteicēja AS „/Nosaukums/" veica priekšvēlēšanu aģitāciju par Partiju, pārkāpjot Aģitācijas likuma 31.panta otrajā daļā noteikto pieļaujamo izdevumu apmēru priekšvēlēšanu aģitācijai par Ls 9939,76. Ar Lēmumu uzdots pieteicējai 30 dienu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas pārskaitīt pārsniegto izdevumu apmēru par priekšvēlēšanu aģitācijas izvietošanu Ls 9939,76 apmērā valsts budžetā.

[2] Administratīvajā rajona tiesā saņemts pieteicējas pieteikums par Lēmuma atcelšanu.

[2.1] Priekšvēlēšanu reklāma no ar saimniecisko darbību saistītas reklāmas vispirms ir nošķirama pēc reklāmas objekta, proti, atkarībā no tā, kas tiek reklamēts. Priekšvēlēšanu reklāmas gadījumā saskaņā ar Aģitācijas likuma 2.panta otro daļu reklāmas objekts ir politiskā organizācija, politisko organizāciju apvienība vai deputāta kandidāts. Saimnieciskās darbības gadījumā saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu reklāmas objekts ir jebkāda veida prece vai pakalpojums. Lai Plakātus atzītu par priekšvēlēšanu aģitāciju, ir jākonstatē, ka Plakāti kā priekšvēlēšanu reklāma atbilst abām Aģitācijas likuma 2.panta otrajā daļā noteiktajām pazīmēm, proti, 1) reklāmas objekts ir politiskā organizācija, politisko organizāciju apvienība vai deputāta kandidāts; 2) reklāma satur aicinājumu balsot par vai pret kādu politisko organizāciju, politisko organizāciju apvienību vai deputātu kandidātu.

Lēmumā nav norādīts, vai un kādā veidā ir saskatāma Plakātu atbilstība abām iepriekš minētajām Aģitācijas likuma 2.panta otrajā daļā noteiktajām pazīmēm. Proti, Lēmumā nav konstatēts, kas ir reklāmas objekts (vai tiek reklamēta Partija), Lēmumā nav konstatēts, vai un kā izpaužas netiešs aicinājums balsot par Partiju. Tā vietā KNAB ir aprobežojies tikai ar to, ka konstatējis atsevišķu pieteicējas akcionāru un pārstāvju saistību ar Partiju, un tieši šī saistība ir vienīgais pamats secinājumam, ka Plakāti ir uzskatāmi par Partijas priekšvēlēšanu reklāmu.

[2.2] Pieteicēja kā konkrētās reklāmas kampaņas pasūtītāja un plakāta veidotāja norāda, ka reklāmas objekts Plakātos ir:

1) hokejs kā tāds (saukļi „Par labu hokeju", „Par labu „/Nosaukums C/"" (hokeja komanda) un hokejista /pers. F/ attēls ar viņa kā hokeja komandas „/Nosaukums C/" spēlētāja kreklu);

2) hokeja komanda „/Nosaukums C/";

3) /pers. F/ kā pazīstamākais hokeja komandas „/Nosaukums C/" spēlētājs.

Plakāti nesatur tiešu vai netiešu aicinājumu balsot par vai pret kādu politisko organizāciju, politisko organizāciju apvienību vai deputāta kandidātu.

[2.3] Izteiciens „Par labu..." ir plaši pazīstams un lietots, lai īsā formā apzīmētu kādu lietu vai parādību, kurai pēc šī

izteiciena autora domām piemīt labas īpašības. Tas vislabāk atbilst un tiek lietots tostos, piemēram, „Par labi padarītu darbu!”. Ņemot vērā, ka nevienam nav izņēmuma tiesības uz izteiciena „Par labu...” lietošanu, tad nevienam arī nevar liegt lietot šo izteiciena veidu. Apstāklis, ka pieteicējas reklāmas kampaņas ietvaros Plakātos ietvertie saukļi ir līdzīgi Partijas nosaukumam, nevar būt par pamatu, lai atzītu, ka minētie saukļi pēc sava satura un nozīmes ir tas pats, kas Partijas nosaukums. Atzīstot par pieņemamu KNAB pausto nostāju, būtu jāatzīst, ka priekšvēlēšanu laikā būtu aizliegts vispār lietot izteicienu „Par labu...”, jo, KNAB ieskatā, tas nozīmētu Partijas reklāmu, tādā veidā faktiski piešķirot Partijai izņēmuma tiesības uz šo izteicienu uz visu priekšvēlēšanu periodu.

[2.4] Tāpat par aicinājumu balsot par Partiju nevar tikt uzskatīts Plakātos izmantotais cipars /numurs/, kas bija arī Partijas 10.Saeimas vēlēšanu saraksta numurs. Nevienam nav izņēmuma lietošanas tiesības uz ciparu /numurs/. Šajā sakarā ir būtiski ņemt vērā kontekstu, kādā tika lietots cipars /numurs/. Proti, tas ir numurs, ar kādu hokeja komandā „/Nosaukums C/” spēlē komandas un arī Latvijas pazīstamākais hokeja spēlētājs /pers. F/. Ar šādu numuru /pers. F/ spēlēja ilgi pirms Partijas dibināšanas un spēlē vēl joprojām. Tāpēc cipara /numurs/ izmantošanai Plakātos ir loģisks, saprātīgs un attaisnojams iemesls. Partija saraksta kārtas numuru /numurs/ nevis izvēlējās pati, bet gan ieguva nejauši – izlozes ceļā.

[2.5] Pieteicēja nenoliedz, ka varētu būt saskatāma attāla netieša saistība starp konkrētajiem Plakātiem un Partiju. Taču tieši šāds reklāmas veids tika izvēlēts apzināti, kam par iemeslu bija turpmāk minētie apstākļi.

Sakarā ar priekšvēlēšanu aģitācijas aizliegumu dienu pirms vēlēšanām un vēlēšanu dienā atbrīvojās liels daudzums vides reklāmas stendu, jo tie vairs netika izmantoti priekšvēlēšanu aģitācijai. Šo vides reklāmas stendu īpašnieki piedāvāja izmantot par zemāku cenu nekā parasti. Pieteicēja ir komersants, kura mērķis ir peļņas gūšana. Iespēja izmantot vides reklāmas stendus par zemāku cenu nekā parasti deva iespēju samazināt izdevumus par hokeja komandas „/Nosaukums C/” spēļu popularizēšanu, vienlaikus palielinot ienākumus no spēļu skatītāju skaita. Jebkuras komercdarbības neatņemama sastāvdaļa ir reklāma, ar kuras palīdzību tiek popularizēts un veicināts pieprasījums pēc preces vai pakalpojuma. Konkrētajā gadījumā ar Plakātiem kā reklāmas palīdzību tika popularizēts un veicināts pieprasījums pēc pieteicējas piedāvātās preces – hokeja komandas „Dinamo Rīga” spēlēm un citām ar to saistītām lietām (dažādi pārtikas produkti ar „Dinamo Rīga” simboliku, līdzjutēju atribūti ar „Dinamo Rīga” simboliku u.tml.).

Jāņem vērā reklāmas veidošanas īpatnības. Jebkura kvalitatīva reklāma nereklamē preci vai pakalpojumu pašu par sevi (piemēram, vienkārši informē, ka ir tāda lūpu krāsa vai apdrošināšanas pakalpojums). Parasti reklāma vai pakalpojums tiek saistīts ar kaut ko, kopumā veidojot stāstu ar mērķi radīt interesi par šo preci vai pakalpojumu. Ļoti izplatīts reklāmas veids ir preces vai pakalpojuma sasaistīšana ar kādu konkrētajā brīdī aktuālu sabiedrisku procesu. Šajā gadījumā reklāmas pasūtītāja mērķis ir nevis popularizēt konkrēto aktuālo sabiedrisko procesu, bet gan piesaistīt sabiedrības uzmanību, kas ir vērsta uz konkrēto aktuālo sabiedrisko procesu, novirzīt uz savu preci vai pakalpojumu. Arī konkrētajā gadījumā pieteicēja Plakātus lielā mērā veidoja tieši tādus, kādi tie bija, ņemot vērā, ka tā brīža – 2010.gada 1. un 2.oktobra – aktuālākais sabiedriskais process bija 10.Saeimas vēlēšanas. Pieteicējas mērķis bija sabiedrības galveno uzmanību uz 10.Saeimas vēlēšanām kaut daļēji novirzīt hokeja komandas „/Nosaukums C/” popularizēšanai.

[2.6] Plakāti nav Partijas reklāma, jo Latvijas vēlētājs, kurš ir hokeja/vai hokeja komandas „/Nosaukums C/” atbalstītājs, nebalsotu par Partiju tikai tāpēc, ka to atbalstītu hokeja komanda „/Nosaukums C/”.

[2.7] Pieteicēja atzīst, ka konkrētais /pers. I/ izteikums LTV 7 pārraidītajā raidījumā „Vārds uzņēmējiem” (turpmāk – Raidījums): „Es savu izvēli esmu izdarījis un, protams, es esmu „Par Labu Latviju!”, jo viņā ir apvienojies kodols, kas tiešām domās par Latviju, kā mūsu tautu izvilkt no dziļās krīzes, kas domās, kā mūsu tautu attīstīt 10-20-30-50 gadu garumā. Citas programmas varbūt ir kaut kur līdzīgas, bet es domāju, ka stiprākais, cilvēka intelektuālais, ražīgākais potenciāls, kas Latvijā ir, tomēr viņš atrodas kodolā „Par Labu Latviju!””, satur netiešu aicinājumu balsot par Partiju un tāpēc ir atzīstams par priekšvēlēšanu aģitāciju saskaņā ar Aģitācijas likuma 2.panta otro daļu.

Tajā pašā laikā par priekšvēlēšanu aģitāciju jeb reklāmu nebūtu uzskatāms viss Raidījums. Kā tas jau konstatēts Lēmumā, raidījuma sižets jeb pamattēma bija hokeja komanda „/Nosaukums C/” un 2010.gada 31.jūlijā notikušie hokeja kluba „/Nosaukums C/” svētki „Arēnā „Rīga””. Līdz ar to par priekšvēlēšanu izdevumiem ir atzīstama daļa no izdevumiem par Raidījumu.

[2.8] Par priekšvēlēšanu izdevumiem ir atzīstami nevis visi izdevumi, bet tikai izdevumi par reklāmās izvietošanu jeb publicēšanu.

[3] Administratīvā rajona tiesa ar 2013.gada 26.septembra spriedumu pieteikumu noraidīja. Spriedums pamatots šādi.

[3.1] Aģitācijas likuma 2.panta otrā daļā noteic, ka priekšvēlēšanu aģitācija šā likuma izpratnē ir kādas politiskās organizācijas, politisko organizāciju apvienības vai arī kāda deputāta kandidāta reklamēšana masu informācijas līdzekļos vai citādā veidā, ja tā satur tiešu vai netiešu aicinājumu balsot par vai pret kādu politisko organizāciju, politisko organizāciju apvienību vai arī deputāta kandidātu. 2.panta ($2^1$)daļa noteic, ka, ja par šā panta otrajā daļā minēto aģitāciju ir saņemta samaksa un apmaksātājs pretēji šā likuma noteikumiem nav norādīts, tā uzskatāma par slēpto priekšvēlēšanu aģitāciju. Par samaksu šā likuma izpratnē uzskatāma jebkāda atlīdzība, tai skaitā jebkuri mantiski labumi, pakalpojumi, tiesību nodošana, atbrīvošana no pienākuma, atteikšanās no kādas tiesības par labu citai personai u.c. Likuma 2.panta ($2^2$) un ($2^3$)daļa noteic, ka slēptā priekšvēlēšanu aģitācija ir aizliegta. Slēptajai priekšvēlēšanu aģitācijai iztērētie līdzekļi tiek ieskaitīti attiecīgās politiskās organizācijas, politisko organizāciju apvienības vai šā likuma 28.panta pirmajā daļā minētās personas priekšvēlēšanu izdevumos.

Aģitācijas likuma 28.panta pirmā daļa noteic, ka ar politiskajām organizācijām un to apvienībām nesaistītai personai ir tiesības veikt priekšvēlēšanu aģitāciju atbilstoši šajā likumā noteiktajai kārtībai. 28.panta otrā daļa noteic, ka ar politiskajām

organizācijām un to apvienībām nesaistīta persona šā likuma izpratnē ir fiziskā persona, juridiskā persona vai reģistrēta šādu personu apvienība, kas savā vārdā veic priekšvēlēšanu aģitāciju.

Aģitācijas likuma 2.panta trešā daļa noteic, ka priekšvēlēšanu aģitācijas periods šā likuma izpratnē ir laika posms no 120.dienas pirms vēlēšanām līdz vēlēšanu dienai.

Aģitācijas likuma 31.panta otrā daļa noteic, ka likuma 28.panta pirmajā daļā minētā persona priekšvēlēšanu aģitācijai var izmantot līdzekļus, kas nepārsniedz 15 minimālās mēnešalgas. Ar minimālo mēnešalgu šā likuma izpratnē saprot minimālās mēnešalgas apmēru, kāds bija noteikts attiecīgā kalendārā gada 1.janvārī.

Minimālā mēneša darba alga 2010.gadā saskaņā ar Ministru kabineta 2008.gada 23.septembra noteikumu Nr.791 „Noteikumi par minimālo mēneša darba algu un minimālo stundas tarifa likmi" 2.punktu ir Ls 180. Aģitācijas likuma 33.panta devītā daļa noteic, ja pēc priekšvēlēšanu aģitācijas perioda beigām Korupcijas novēršanas un apkarošanas birojs konstatē šā likuma 31.panta otrās daļas noteikumu pārkāpumu, Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroja priekšniekam ir pienākums uzdot ar politiskajām organizācijām un to apvienībām nesaistītai personai 30 dienu laikā ieskaitīt valsts budžetā finanšu līdzekļus tajā apmērā, kas atbilst pārsniegtajam priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumu apmēram. Pēc attiecīgās personas lūguma Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroja priekšnieks var finanšu līdzekļu ieskaitīšanu sadalīt termiņos, kas kopumā nepārsniedz 90 dienas.

Aģitācijas likuma 35.pants noteic, ka vēlēšanu dienā, kā arī dienu pirms vēlēšanām priekšvēlēšanu aģitācijas materiālu izvietošana radio un televīzijā, publiskās vietās, preses izdevumos, internetā un šā likuma 18.pantā minētajās institūcijās ir aizliegta.

No minētā izriet, ka, juridiskajai personai, reklamējot kādu politisko organizāciju, politisko organizāciju apvienību vai arī kādu deputāta kandidātu masu informācijas līdzekļos vai citādā veidā, ir jānorāda šādas reklāmas apmaksātājs. Ja tas nav norādīts, reklamēšanai iztērētie līdzekļi tiek ieskaitīti šīs juridiskās personas priekšvēlēšanu izdevumos. Ja šie izdevumi pārsniedz Ls 2700, tad KNAB ir pienākums uzdot šai personai ieskaitīt valsts budžetā finanšu līdzekļus tajā apmērā, kas atbilst Ls 2700 pārsniegtajam izdevumu apmēram.

Ņemot vērā minēto, tiesa vispirms vērtēs, vai pieteicēja reklamēja Partiju, un vai reklāma satur tiešu vai netiešu aicinājumu balsot par Partiju.

[3.2] Pieteicēja norāda, ka Plakātos tā reklamēja hokeju, /pers. F/ un hokeja komandu. Tiesa konstatē, ka attiecībā uz Plakātu izvietošanu vienlaikus ar hokeja, /pers. F/ un hokeja komandas reklamēšanu pieteicēja reklamēja Partiju. Tāpat tiesa konstatē, ka Plakāti un Raidījums satur tiešu vai netiešu aicinājumu balsot par Partiju. Šis secinājums tiek pamatots ar sekojošiem apsvērumiem.

[3.2.1] Partija bija 2010.gadā dibināta politisko partiju apvienība. Apvienība tika izveidota 12.jūnijā, kad tajā apvienojās Saeimā pārstāvētās partijas LPP/LC un Tautas partija, reģionālās partijas „Ogres novadam". „Vienota Rēzekne" un „Latgales tauta", kā arī pārsvarā uzņēmēju veidotā tautas kustība „Par Labu Latviju".

No lietas materiāliem un Uzņēmuma reģistra informācijas izriet, ka /pers. K/ ir Partijas deputātu kandidāts, valdes loceklis no 2010.gada 22.jūnija līdz 2011.gada 8.aprīlim, pieteicējas akcionārs un padomes priekšsēdētājs no 2008.gada 7.aprīļa līdz 2010.gada 26.novembrim; /pers. I/ ir Partijas valdes loceklis no 2010.gada 22.jūnija līdz 2011.gada 8.aprīlim, pieteicējas akcionārs un padomes loceklis no 2008.gada 7.aprīļa līdz 2010.gada 26.novembrim, /pers. L/ ir Tautas partijas valdes loceklis no 2001.gada 14.decembra līdz 2008.gada 6.novembrim un pieteicējas akcionārs, /pers. M/ ir Partijas valdes loceklis no 2010.gada 22.jūnija līdz 2011.gada 8.aprīlim un pieteicējas akcionārs.

Ņemot vērā minēto, tiesa konstatē, ka vairāki pieteicējas akcionāri un/vai padomes vai valdes locekļi ir Partijas valdes locekļi, t.i., vairāki pieteicējas un Partijas likumīgie pārstāvji ir vienas un tās pašas personas. Tādējādi ir konstatējama pieteicējas motivācija un ieinteresētība attiecībā uz Partijas rezultātiem 10.Saeimas vēlēšanās.

Šo ieinteresētību apstiprina arī lietas materiālos esošais Partijas priekšvēlēšanu aģitācijas materiāls ar nosaukumu „/pers. K/. Par labu Latviju, par Rīgas „/Nosaukums/", „/pers. K/: „Esmu par Labu Latviju!"", kur ir redzams /pers. F/ fotoattēls ar /pers. K/ un /pers. I/, kā arī tas, ka Partijas pirmsvēlēšanu aģitācijas materiālos tika izmantota pieteicējas simbolika, hokeja kluba spēlētāji un informācija par hokeja komandas panākumiem.

[3.2.2] No SIA „J.G.Projekti" 2010.gada 20.septembra paziņojuma hokeja klubam „/Nosaukums C/" izriet, ka SIA „J.G.Projekti" piedāvāja hokeja klubam no 2010.gada 30.septembra līdz 2010.gada 3.oktobrim bez maksas izvietot tā reklāmas plakātus 330 vides reklāmas stendos, jo politiskās reklāmas plakāti no 2010.gada 30.septembra līdz 2010.gada 3.oktobrim tiek noņemti no stendiem. SIA „J.G.Projekti" norādīja, ka pieteicējas izmaksas sakarā ar šo reklāmu ir plakātu izgatavošanas izmaksas un vides reklāmas nodeva. 2010.gada 20.septembrī pieteicēja noslēdza ar SIA „J.G.Projekti" reklāmas pakalpojuma līgumu, saskaņā ar kuru SIA „J.G.Projekti" apņemas veikt reklāmas izstrādi, plakātu izgatavošanu un druku, kā arī to izvietošanu SIA „JCDecaux Latvija" reklāmas stendos no 2010.gada 30.septembra līdz 2010.gada 2.oktobrim. 2010.gada 27.septembrī SIA „J.G.Projekti" izrakstīja pieteicējai rēķinu Nr.JG2709.1 par vides reklāmas izstrādi, plakātu izgatavošanu un druku, kā arī to izvietošanu SIA „JCDecaux Latvija" reklāmas stendos no 2010.gada 30.septembra līdz 2010.gada 2.oktobrim par kopējo summu Ls 7744, tajā skaitā PVN Ls 1344. 2010.gada 27.septembrī pieteicēja apmaksāja rēķinu. 2010.gada 28.septembrī SIA „JCDecaux Latvija" noslēdza ar SIA „J.G.Projekti" reklāmas līgumu Nr.LV10125, saskaņā ar kuru SIA „JCDecaux Latvija" drukā plakātus par kopējo summu Ls 4866,62, tajā skaitā PVN Ls 844,62. 2010.gada 28.septembrī SIA „JCDecaux Latvija" izrakstīja rēķinu par norādīto summu SIA „J.G.Projekti". 2010.gada 4.oktobrī pieteicēja un SIA „J.G.Projekti" parakstīja pieņemšanas – nodošanas aktu par vides reklāmas izstrādi, plakātu izgatavošanu un druku, kā arī izvietošanu.

Līgumā nav norādes uz reklāmas objektu. Taču no šī līguma kopsakarā ar SIA „J.G.Projekti" 2010.gada 20.septembra

paziņojumu un pieņemšanas-nodošanas aktu izriet, ka SIA „J.G.Projekti" vienojās ar pieteicēju par hokeja kluba reklamēšanu.

[3.2.3] No pieteicējas valdes locekļa /pers. P/ 2011.gada 17.marta paskaidrojuma izriet, ka 2010.gada septembra beigās pieteicējas valde saņēma no SIA „J.G.Projekti" piedāvājumu par reklāmas izvietošanu. Ievērojot SIA „J.G. projekti" izdevīgo piedāvājumu, pieteicēja nolēma pasūtīt vides reklāmu. Plakātu saturu un vizuālo noformējumu izstrādāja pieteicējas valde – /pers. P/, /pers. S/ un /pers. T/, piedaloties pieteicējas IT speciālistam /pers. U/. /pers. P/ norādīja, ka viņiem bija visu hokejistu bildes, bet izvēlējās hokejistu /pers. F/. Vienlaikus /pers. P/ norādīja, ka viņš neatceras, kurš bija autors uz Plakātiem izvietotajam sauklim, tas bija kā parodēšana, jo visur bija izvietota reklāma „Par Labu Latviju", pieteicēja izveidoja „Par labu hokeju". Ar reklāmas vizuālo noformējumu nodarbojās /pers. U/, viņš izvēlējās krāsas, izvietojumu un tekstu.

/pers. U/ 2011.gada 29.martā paskaidroja, ka, veidojot „/Nosaukums C/" reklāmas plakātus, viņš saņēma uzdevumus no pieteicējas valdes locekļa /pers. P/, proti, tika saņemts aptuvenais Plakātu izskats un teksti. Tika izstrādāti trīs Plakātu varianti, kuros kā pamata bildes tika izmantotas hokejistu /pers. V/, /pers. Z/ un /pers. F/ bildes. Plakātos uz augšējās un apakšējās malas tika izmantota sarkanā krāsa, jo komandas mājas spēļu krekli ir tajā pašā krāsā un tas iederas kopējā plakāta izskatā.

Pieteicējas valdes loceklis un tehniskais direktors /pers. T/ 2011.gada 8.aprīlī paskaidroja, ka pēc pirmajām mājas spēlēm pieteicēja vēlējās joprojām pastiprināt sezonas abonementu tirdzniecību un atbalstu no līdzjutējiem savam klubam. Vienā no valdes sēdēm /pers. P/ piedāvāja izveidot vides reklāmas ar /pers. F/. Maketu izstrādāja /pers. U/.

/pers. F/ 2010.gada 15.oktobrī paskaidroja, ka Plakātu veidošanā viņš nebija piedalījies. Saskaņā ar līguma nosacījumiem, kuru viņš ir noslēdzis ar pieteicēju, viņam ir pienākums piedalīties reklāmas pasākumos un komandas popularizēšanas pasākumos. /pers. F/ norādīja, ka viņu bieži fotogrāfē šādiem mērķiem, tāpēc viņš precīzi nevar pateikt, kad bija tapusi reklāmas plakātā redzamā fotogrāfija.

SIA „J.G.Projekti" valdes loceklis /pers. A0/ 2010.gada 22.decembrī paskaidroja, ka sakarā ar to, ka pirms vēlēšanām no stendiem bija jāizņem politiskā aģitācija un stendos atbrīvojās vieta reklāmas izvietošanai, SIA „JCDecaux Latvija" piedāvāja viņam izvietot reklāmu savos reklāmas stendos. /pers. A0/ norādīja, ka viņš sazinājās ar pieteicējas pārstāvi /pers. T/ un piedāvāja izvietot reklāmu pieteicējai. SIA „J.G.projekti" piedāvājumu pieteicējai nosūtīja 2010.gada 20.septembra vēstulē.

SIA „JCDecaux Latvija" saskaņoja reklāmu ar Rīgas pilsētas būvvaldi.

[3.2.4] 2010.gada 20.septembrī SIA „Creative Media Services" nosūtīja hokeja klubam „/Nosaukums C/" piedāvājumu Nr.0001-38/10 izvietot kluba reklāmas plakātus tā popularitātes celšanai un hokeja, kā sporta veida popularizēšanai 10 dienu garumā no 2010.gada 1.oktobra līdz 2010.gada 10.oktobrim reklāmas stendos (pieturvietās). 2010.gada 23.septembrī pieteicēja noslēdza līgumu par reklāmas pakalpojumu sniegšanu un izvietošanu medijos Nr.005-10/10 ar SIA „Creative Media Services", saskaņā ar kuru SIA „Creative Media Services" apņēmās veikt darbības, kas saistītas ar pieteicējas reklāmas plakātu ražošanu un izvietošanu SIA „EuroAWK" stendos no 2010.gada 1.oktobra līdz 2010.gada 2.oktobrim. 2010.gada 22.septembrī SIA „EuroAWK" noslēdza līgumu par reklāmas izvietošanu Nr.174 ar SIA „Creative Media Services", saskaņā ar kuru SIA „EuroAWK" piešķīra SIA „Creative Media Services" reklāmas vitrīnu pieteicējas plakātu izvietošanai no 2010.gada 1.septembra līdz 2010.gada 2.septembrim. 2010.gada 23.septembrī SIA „Creative Media Services" un SIA „EuroAWK" papildus noslēdza līgumu par plakātu nodrukāšanu par kopējo summu Ls 275,88, tajā skaitā PVN Ls 69,22. 2010.gada 24.septembrī SIA „Creative Media Services" izrakstīja pieteicējai rēķinu Nr.1388 par reklāmas plakātu ražošanu un izvietošanu pieturvietās par summu Ls 3455,76, tajā skaitā PVN Ls 599,76. 2010.gada 11.oktobrī SIA „EuroAWK" izrakstīja SIA „Creative Media Services" rēķinu Nr.193 par summu Ls 847, tajā skaitā PVN Ls 147, ar atsauci uz 2010.gada 23.septembra līgumu. SIA „EuroAWK" saskaņoja reklāmu ar Rīgas domi un samaksāja pašvaldības nodevu par reklāmas izvietošanu.

[3.2.5] Pieteicējas ģenerālmenedžeris /pers. S/ 2010.gada 12.novembrī paskaidroja, ka 2010.gada 20.septembrī hokeja klubs „/Nosaukums C/" saņēma uzaicinājumu no SIA „Creative Media Services", kurā viņi piedāvāja reklāmas plakātu izvietošanu Rīgas pilsētā hokeja kluba popularitātes celšanai un hokeja kā sporta veida popularizēšanai kopumā.

Valde sēdes laikā piekrita šim piedāvājumam, un vairākas dienas vēlāk /pers. P/ bija piedāvājis reklāmas maketa paraugu, kuru valde akceptēja.

SIA „Creative Media Services" valdes loceklis /pers. AB/ 2010.gada 20.decembrī paskaidroja, ka kompānija veic tikai mediju vietu pasūtīšanu un plānošanu. Pieteicējas vides stendi tika izvietoti pēc pieteicējas vēlmes, un tā pati noteica reklāmas apjomu, laiku un saturu. Pēc vēlēšanām SIA „Creative Media Services" izsūtīja klientiem piedāvājumu izvietot reklāmu sakarā ar izdevīgu pēcvēlēšanu periodu. Pieteicēja atsaucās uz šo piedāvājumu. Tehniski reklāmas materiālu ražoja SIA „EuroAWK"

[3.2.6] No minētā izriet, ka SIA „J.G. Projekti", SIA „JCDecaux Latvija", SIA „Creative Media Services" un SIA „EuroAWK" nodarbojas ar reklāmas izvietošanu, izgatavošanu, izstrādi un druku, bet Plakāta saturu un vizuālo noformējumu noteica pieteicēja, kā arī apmaksāja šīs reklāmas izvietošanu, izgatavošanu, izstrādi un druku.

10.Saeimas vēlēšanas notika 2010.gada 2.oktobrī. Tādējādi saskaņā ar Aģitācijas likuma 2.panta trešo daļu reklāmas materiāla, proti, Plakātu, izgatavošana, izstrāde, druka un izvietošana tika veikta pēc pieteicējas pasūtījuma priekšvēlēšanu aģitācijas periodā.

No pieteicējas valdes locekļa /pers. P/ 2011.gada 17.marta paskaidrojuma izriet, ka Plakātos norādītais teksts „Par labu hokeju" ir parodija par Partijas nosaukumu. Tiesa atzīst, ka gan Partijas nosaukuma pirmie divi vārdi, gan šī teksta pirmie divi vārdi ir līdzīgi. Partijas nosaukums un šis teksts kopumā sastāv no trijiem vārdiem. Līdz ar to šis teksts kopumā

specifiskajos apstākļos, proti, pirmsvēlēšanu periodā, kad apkārt bija izvietota arī Partijas reklāma, vēlētājiem varētu asociēties ar Partiju. Līdz ar to, izmantojot šo saukli pieteicējas reklāmā, pieteicēja netieši aicināja balsot par Partiju.

Par to, ka pieteicējas mērķis bija vienlaikus ar pieteicēju reklamēt arī Partiju, liecina tas, ka Plakātos ir īpaši izcelts cipars /numurs/, kas ir Partijas saraksta numurs 10.Saeimas vēlēšanās. Plakātos ir redzams, ka /pers. F/ tur rokās savu hokeja tērpa kreklu ar ciparu /numurs/, formas tērpa krekls ar ciparu /numurs/ ir Plakāta tuvplānā. Tiesas ieskatā, ja pieteicējas mērķis būtu reklamēt tikai hokeju, /pers. F/ vai hokeja klubu, tad /pers. F/ uz fotogrāfijas būtu formas tērpā, nevis jakā, un viņam nebūtu jātur rokās savs formas tērpa krekls ar ciparu /numurs/.

Tiesa piekrīt pieteicējas argumentam, ka Partija un pieteicēja nevarēja zināt, izlozējot Partijas deputātu kandidātu saraksta numuru, ka viņi izlozēs numuru /numurs/, kas ir hokeja komandas spēlētāja /pers. F/ numurs. Taču par šo sarakstu numuru bija zināms jau 2010.gada 6.augustā pēc 10.Saeimas vēlēšanām reģistrēto deputātu kandidātu sarakstu numuru izlozes, proti, ilgi pirms Plakātu satura noteikšanas (*http://cvk.lv/pub/public/29646.html*). Līdz ar to pieteicēja, nosakot Plakātu saturu, izdevīgi izmantoja šo sakritību, izvēloties tieši /pers. F/, nevis citus hokeja spēlētājus.

No lietas materiāliem arī izriet, un par to nav strīda, ka hokejists /pers. F/ ir redzams Partijas 2010.gada izdevumā „Par Labu Vidzemi!" ar Partijas deputātu kandidātu /pers. K/, tādējādi veicinot /pers. K/ popularitāti, kurš bija arī Partijas valdes loceklis (laika periodā no 2010.gada 22.jūnija līdz 2011.gada 8.aprīlim) un pieteicējas padomes priekšsēdētājs (laika periodā no 2008.gada 7.aprīļa līdz 2010.gada 26.novembrim), un Plakāta noformējumā izmantotās baltā un sarkanā krāsas ir analoģiskas Partijas logo izmantotajām krāsām.

Turklāt, ja pieteicēja Plakātos reklamētu tikai hokeja komandu, /pers. F/ vai hokeju, tad tā noslēgtu ar SIA „Creative Media Services" līgumu par reklāmas izvietošanu SIA „Creative Media Services" piedāvātajā periodā, proti, no 2010.gada 1.oktobra līdz 2010.gada 10.oktobrim, nevis tikai līdz 2010.gada 2.oktobrim, kas atbilst periodam līdz vēlēšanu dienai ieskaitot.

Papildus tam Plakātu izvietošanas periods sakrīt ar vēlēšanu dienu un dienu pirms 10.Saeimas vēlēšanām, kad saskaņā ar Aģitācijas likuma 35.pantu Partijai un ar Partiju nesaistītajām personām nebija tiesību reklamēt Partiju.

Tiesa uzskata, ka Plakāti satur netiešu aicinājumu balsot par Partiju. Tiesa atzīst, ka katra atsevišķa norādītā pieteicējas reklāmas elementa un reklāmas izvietošanas apstākļa, proti, vairāki pieteicējas un Partijas likumīgie pārstāvji ir vienas un tās pašas personas, sakrīt Partijas kandidātu saraksta numurs un Plakātos izceltā /pers. F/ kā hokeja komandas spēlētāja numurs, Plakātu noformējumā izmantotās krāsas sakrīt ar Partijas logo krāsām, Plakātos iekļautā saukļa divi vārdi no trijiem sakrīt ar Partijas nosaukumā esošajiem diviem vārdiem no trijiem, pieteicējas pasūtītās un apmaksātās reklāmas periods sakrīt ar periodu, kad tika aizliegta priekšvēlēšanu aģitācija, varētu tikt izskaidrota ar nejaušu sakritību. Taču visu šo ar Partiju saistīto pieteicējas reklāmas elementu kopums liecina par apzinātu rīcību, kas ir vērsta uz Partijas reklāmas integrēšanu pieteicējas reklāmā, izmantojot hokeja komandas reputāciju un atpazīstamību.

[3.3] Attiecībā uz Raidījumu tiesa tāpat konstatē, ka vienlaikus ar hokeja komandas reklamēšanu pieteicēja reklamēja Partiju, un Raidījums satur tiešu vai netiešu aicinājumu balsot par Partiju. Šis secinājums tiek pamatots ar sekojošiem apsvērumiem.

[3.3.1] 2010.gada 6.augustā IK „Studija ĀKX" noslēdza līgumu Nr.K-204 ar pieteicēju par informatīvā raidījuma sagatavošanu, proti, 18 minūšu gara sižeta sagatavošanu un pārraidīšanu par pieteicējas aktualitātēm un tā rādīšanu valsts SIA „Latvijas Televīzija" 7.programmas 2010.gada 8.augusta raidījumā „Vārds uzņēmējiem" no plkst.10.10, raidījuma atkārtojums 2010.gada 12.augustā no plkst.9.10. Līguma summa ir Ls 1440.

Tāpat lietas materiālos ir analoģisks līgums, tikai datēts ar 2010.gada 5.aprīli, un tas ir nevis par 18 minūšu gara sižeta sagatavošanu, bet par 17.30 minūšu gara sižeta sagatavošanu un pārraidīšanu par pieteicējas aktualitātēm un tā rādīšanu Latvijas televīzijas 7.programmas 2010.gada 8.augusta raidījumā „Vārds uzņēmējiem" no plkst.10.10, raidījuma atkārtojums 2010.gada 12.augustā no plkst.9.10. Līguma summa ir Ls 1440.

2010.gada 6.augustā IK „Studija ĀKX" izrakstīja pieteicējai rēķinu Nr.K-204 par Raidījumu. Pieteicēja apmaksāja IK „Studija ĀKX" sniegtos pakalpojumus 2010.gada 6.septembrī.

Samaksu par Raidījuma pārraidīšanu veica /pers. AE/, pamatojoties uz valsts SIA „Latvijas Televīzija" 2010.gada 27.jūlija rēķinu Nr.865154, kas izrakstīts, pamatojoties uz Televeikala skatloga pārraides līgumu starp SIA „Latvijas Televīzija" un IK „Studija ĀKX". /pers. AE/ 2010.gada 17.septembrī paskaidroja, ka Raidījums tika veidots pēc pieteicējas pasūtījuma. Pieteicēja to ir apmaksājusi. Raidījumā piedalījās un runāja hokeja kluba dibinātāji, īpašnieki un akcionāri. Tika minēts, ka sabiedriskā organizācija „Par labu Latviju!" (nevis Partija) atbalsta sportu un uzņēmējdarbību. Raidījuma sižeta tēma un intervijas tika veidotas sadarbībā ar /pers. I/, kā arī Raidījuma ieraksts pirms ētera tika nogādāts /pers. I/ birojā saskaņošanai. No minētā izriet, ka pieteicēja ir pasūtījusi minēto Raidījumu, piedalījusies tās satura noteikšanā un apmaksāja šo Raidījumu un tā pārraidīšanu.

No lietas materiāliem izriet, un par to nav strīda, ka Raidījuma laikā tika intervēts /pers. I/, kurš pieminēja Partiju un norādīja: „Es savu izvēli esmu izdarījis un, protams, es esmu „Par labu Latviju!", jo viņā ir apvienojies kodols, kas tiešām domās par Latviju kā mūsu tautu izvilkt no dziļās krīzes; kas domās, kā mūsu tautu attīstīt 10-20-30-50 gadu garumā. Citas programmas varbūt ir kaut kur līdzīgas, bet es domāju, ka stiprākais cilvēka intelektuālais, ražīgākais potenciāls, kas Latvijā ir, tomēr viņš atrodas kodolā „Par labu Latviju!". Tiesas ieskatā, norādītie /pers. I/ vārdi ir atzīstami par tiešu aicinājumu balsot par Partiju un līdz ar to arī par priekšvēlēšanu aģitāciju.

Pieteicēja norāda, ka šie /pers. I/ vārdi nav pamats, lai atzītu visu Raidījumu par priekšvēlēšanu aģitāciju. Tiesa šim argumentam nepiekrīt sekojošo apsvērumu dēļ.

No lietas materiāliem izriet, ka Raidījumā piedalījās un runāja hokeja kluba dibinātāji, īpašnieki un akcionāri. Raidījuma

laikā uz ekrāna varēja redzēt /pers. I/ attēlu ar uzrakstu „Politiskās apvienības dibināšanas forums", Raidījuma vadītājs stāstīja, ka /pers. I/ kopā ar saviem domubiedriem ir nodibinājuši kustību „Par labu Latviju!", uz ekrāna varēja redzēt telti ar uzrakstu „Par labu Latviju!", Partijas logo pa visu ekrānu. /pers. I/ stāstīja, ka viņš priecājas, ka var palīdzēt tādiem vīriem kā /pers. K/ un pārējie. Tiesas ieskatā, tas viss satur netiešu aicinājumu balsot par Partiju, jo uz ekrāna varēja redzēt tās logo, /pers. I/ norādīja, ka atbalsta tādus vīrus kā /pers. K/, kas bija Partijas deputātu kandidāts, Raidījuma pārraidīšanas un pieteicējas un IK „Studija ĀKX" līguma noslēgšanas datumā tautas kustība „Par labu Latviju!" kopā ar citām partijām bija pārtapusi par politisko apvienību „Par labu Latviju!", tika nodibināta Partija, jau tika reģistrēts Partijas saraksts 10.Saeimas vēlēšanām. Līdz ar to Raidījuma pārraidīšanas laikā kustība „Par labu Latviju!" pastāvēja kā Partijas sastāvdaļa, un vēlētāji to uztvēra kā Partiju. Turklāt, tā kā Partijas reklāma tika integrēta hokeja kluba svētkos, nav iespējams strikti nodalīt, kura Raidījuma daļa ir veltīta tikai hokeja kluba svētkiem, un kura – Partijas reklāmai.

Tiesa atzīst visu Raidījumu par Partijas reklāmu.

[3.4] Attiecībā uz priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumiem tiesa konstatē, ka no lietas materiāliem izriet, un lietā par to nav strīda, ka Plakātos un Raidījumā netika norādīts reklāmas apmaksātājs un līdz ar to šī reklāma ir atzīstama par slēpto priekšvēlēšanu aģitāciju, ko veica pieteicēja savā vārdā. Līdz ar to pieteicēja ir atzīstama par ar politiskajām organizācijām un to apvienībām nesaistītu personu Aģitācijas likuma 28.panta otrās daļas izpratnē. KNAB un tiesas konstatētajai Partijas slēptajai priekšvēlēšanu aģitācijai iztērētie līdzekļi ir ieskaitāmi pieteicējas priekšvēlēšanu izdevumos saskaņā ar Aģitācijas likuma 2.panta ($2^1$) un ($2^3$)daļu.

Atsaucoties uz Aģitācijas likuma 31.panta trešās daļas 1.punktu, pieteicēja norāda, ka par priekšvēlēšanu izdevumiem ir atzīstami tikai izdevumi par reklāmas izvietošanu jeb publicēšanu, nevis visi izdevumi, ieskaitot izdevumus par Plakātu izgatavošanu, izstrādi un druku. Tiesa nepiekrīt šādai priekšvēlēšanu reklāmas izdevumu definīcijai, jo visi priekšvēlēšanu aģitācijai iztērētie līdzekļi, tajā skaitā izdevumi par Plakātu izgatavošanu, izstrādi un druku, ir ieskaitāmi priekšvēlēšanu izdevumos. Šis secinājums izriet no sekojošiem apsvērumiem.

Aģitācijas likuma 2.panta ($2^3$)daļā ir norāde uz slēptajai priekšvēlēšanu aģitācijai iztērētajiem līdzekļiem, neizdalot atsevišķi izdevumus par reklāmas izvietošanu. No Aģitācijas likuma 31.panta otrās un trešās daļas izriet, ka priekšvēlēšanu aģitācijai izmantoto līdzekļu apmēru ar politiskajām organizācijām un to apvienībām nesaistīta persona var izmantot priekšvēlēšanu aģitācijai, veido attiecīgās personas izdevumi priekšvēlēšanu aģitācijas periodā neatkarīgi no datuma, kad izrakstīts darījumu apliecinošs dokuments (rēķins, līgums vai cits dokuments), saņemts vai veikts maksājums par: 1) reklāmas izvietošanu (...). Analoģiska norma tika iekļauta arī spēkā esošajā Priekšvēlēšanu aģitācijas likumā (likuma 5.panta trešās daļas 1.punkts).

Pieteicējas norādītās Aģitācijas likuma normas jēga un mērķis ir novērst manipulācijas ar personas izdevumu rašanās periodu un to attiecināmību uz priekšvēlēšanu aģitācijas periodu atkarībā no rēķina izrakstīšanas datuma. Šīs normas mērķis nav ierobežot priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumu definīciju tikai ar reklāmas izvietošanas izdevumiem. Ja likumdevēja griba būtu atzīt par personas priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumiem vienīgi ar reklāmas izvietošanu saistītās izmaksas, tad tas veicinātu manipulācijas ar reklamēšanas pakalpojuma satura noteikšanu un cenu noteikšanu atsevišķajām reklamēšanas procesa darbībām un reklamēšanas pakalpojuma sniegšanas posmiem. Piemēram, personas, kas sniedz reklamēšanas pakalpojumus, būtu ieinteresētas noteikt pēc iespējas zemākas cenas reklāmas izvietošanai, un noteikt lielākas cenas reklāmas izgatavošanai, izstrādei un drukai utt. Šāda norādītās normas interpretācija būtu pretrunā ar likuma mērķi, proti, nodrošināt pilnīgu atklātumu jautājumos, kas saistīti ar politisko partiju aģitāciju pirms Saeimas un Eiropas Parlamenta vēlēšanām.

Pirmsvēlēšanu aģitācijas izdevumu definīcija ir meklējama Politisko organizāciju (partiju) finansēšanas likumā (turpmāk – Finansēšanas likums), kura mērķis ir nodrošināt politisko organizāciju (partiju) finansiālās darbības atklātumu, likumību un atbilstību parlamentārās demokrātijas sistēmai (likuma 2.panta otrā daļa). To apstiprina arī Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma 31.panta trešā daļa, no kuras izriet, ka jautājumus, kas saistīti ar politisko partiju un to apvienību pienākumu ieskaitīt valsts budžetā finanšu līdzekļus gadījumā, kad ir pārsniegti priekšvēlēšanu izdevumu apmēra ierobežojumi, reglamentē Finansēšanas likums. Arī Aģitācijas likuma 32.panta otrajā daļā ar iekļauta atsauce uz Finansēšanas likumu.

Finansēšanas likuma 8.$^2$panta otrā daļa arī ietver līdzīgu atsauci uz rēķinu par reklāmas izvietošanu datumu, nosakot, ka vēlēšanu ieņēmumu un izdevumu deklarācijā norādāmi visi ieņēmumi un izdevumi, kas radušies laika posmā no 120.dienas pirms vēlēšanām līdz vēlēšanu dienai, neatkarīgi no datuma, kad izrakstīts darījumu apliecinošs dokuments (rēķins, līgums vai cits dokuments), saņemts vai veikts maksājums par reklāmas izvietošanu (..). Taču arī šī norma nesašaurina vēlēšanu izdevumu definīciju līdz reklāmas izvietošanas izdevumiem.

No Finansēšanas likuma 8.$^2$panta pirmās daļas izriet, ka politiskās organizācijas (partijas), kas iesniegušas savus deputātu kandidātu sarakstus Saeimas, pašvaldības domes (padomes) vai Eiropas Parlamenta vēlēšanām, 30 dienu laikā pēc Saeimas, pašvaldības domes (padomes) vai Eiropas Parlamenta vēlēšanām Ministru kabineta noteiktajā kārtībā iesniedz Korupcijas novēršanas un apkarošanas birojam attiecīgās politiskās organizācijas (partijas) valdes vai tās pilnvarotas personas parakstītu vēlēšanu ieņēmumu un izdevumu deklarāciju.

Ministru kabineta 2009.gada 10.februāra noteikumu Nr.128 „Politisko organizāciju (partiju) vēlēšanu ieņēmumu un izdevumu deklarācijas aizpildīšanas un iesniegšanas kārtība" (turpmāk – Noteikumi Nr.128), kas izdoti, pamatojoties uz Finansēšanas likuma 8.$^2$panta pirmo daļu un 8.$^3$pantu, 1.punkts noteic, ka noteikumi nosaka politisko organizāciju (partiju) un to apvienību (turpmāk – politiskā organizācija (partija)) vēlēšanu ieņēmumu un izdevumu deklarācijas veidlapas paraugu, kā arī veidlapas aizpildīšanas un iesniegšanas kārtību. Noteikumu Nr.128 6.punkts noteic, ka vēlēšanu ieņēmumu un

izdevumu deklarācijā norāda visus politiskās organizācijas (partijas) priekšvēlēšanu ieņēmumus un izdevumus pa atsevišķiem veidiem atbilstoši Finansēšanas likuma 8.$^2$panta otrajai daļai. Noteikumu Nr.128 9.punkts noteic, ka, ja, izvietojot reklāmu (piemēram, videomateriāli, audiomateriāli, preses izdevumos izvietotie materiāli), politiskā organizācija (partija) izmanto starpnieku un visu samaksu veic šim starpniekam, nevis tiešajiem pakalpojumu sniedzējiem, izdevumus vēlēšanu ieņēmumu un izdevumu deklarācijā norāda pa atsevišķiem Finansēšanas likuma 8.$^2$panta otrās daļas 1.punktā noteiktajiem veidiem, pamatojoties uz starpnieka sagatavoto izmaksu tāmi un samaksas dokumentiem. Noteikumu Nr.128 pielikums ,,Vēlēšanu ieņēmumu un izdevumu deklarācija" ietver ne tikai tādu posteni kā ,,izdevumi par reklāmas izvietošanu" (deklarācijas II nodaļas ,,izdevumi" 1.punkts), bet arī posteni ,,Visu veidu reklāmas materiālu (piemēram, videomateriāli, audiomateriāli, plakāti) sagatavošana, lai tos izplatītu šīs deklarācijas II nodaļas "Izdevumi" 1. un 2.punktā paredzētajā veidā". No minētā izriet, ka, ja saistībā ar reklāmas materiāla izplatīšanu ir radušies izdevumi par šī materiāla sagatavošanu, tad vēlēšanu izdevumos ietilpst ne tikai izdevumi par reklāmas izvietošanu, bet arī izdevumi, kas ir saistīti ar reklāmas materiāla sagatavošanu, tajā skaitā izdevumi, kas ir saistīti ar plakātu izgatavošanu, izstrādi un druku, un videomateriāla sagatavošanu. Līdz ar to visi pieteicējas izdevumi, kas ir saistīti ar Plakātu un Raidījuma sagatavošanu un izvietošanu un pārraidi, ir atzīstami par vēlēšanu izdevumiem un priekšvēlēšanu aģitācijai iztērētajiem līdzekļiem.

[3.5] Saskaņā ar 2010.gada 20.septembra pieteicējas un SIA „J.G.Projekti" reklāmas pakalpojuma līgumu par Ls 7744, SIA „J.G.Projekti" pieteicējai izrakstīto 2010.gada 27.septembra rēķinu Nr.JG2709.1 par Ls 7744, SIA „Creative Media Services" pieteicējai izrakstīto 2010.gada 22.septembra rēķinu Nr.1388 par Ls 3455,75, pieteicējas slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumu apmērs ir Ls 12 639,76 (Ls 7744 + 3455,76 + 1440,00). Norādītie līdzekļi pārsniedz Ls 2700 par Ls 9939,76. Līdz ar to KNAB pamatoti ir uzlicis pieteicējai pienākumu 30 dienu laikā ieskaitīt valsts budžetā finanšu līdzekļus Ls 9939,75 apmērā.

[4] Par Administratīvās rajona tiesas 2013.gada 26.septembra spriedumu pieteicēja iesniedza apelācijas sūdzību.

Apelācijas sūdzībā norādīts, ka tiesa nav norādījusi, vai Plakāti ir tieša vai netieša reklāma atbilstoši Aģitācijas likuma 2.panta otrajai daļai. Minētais liecina, ka tiesa nav pilnībā izvērtējusi Plakātu saturu un ar to izvietošanu saistītos apstākļus, jo pretējā gadījumā spriedumā tiktu norādīts, vai Plakāti ir atzīstami par tiešu vai netiešu priekšvēlēšanu aģitāciju.

Pieteicējas ieskatā, tas vien, ka Partija savos priekšvēlēšanu aģitācijas materiālos ir izmantojusi hokeja kluba „/Nosaukums C/" simboliku, spēlētājus un informāciju par hokeja komandu, nenozīmē, ka hokeja kluba „/Nosaukums C/" simbolika, spēlētāji un informācija par hokeja komandu pati par sevi turpmāk ir uzskatāma par Partijas priekšvēlēšanu aģitāciju.

Pieteicējai nav ne mazāko šaubu, ka hokeja kluba „/Nosaukums C/" simbolika, spēlētāji un informācija par hokeja komandu paši par sevi nesatur ne tiešu, ne netiešu aicinājumu balsot par vai pret kādu 10.Saeimas vai jebkādās citās vēlēšanās, jo pretējā gadījumā būtu jāatzīst, ka par priekšvēlēšanu aģitāciju ir uzskatāma arī, piemēram, hokeja komandas „/Nosaukums C/" pastāvēšana kā tāda, hokeja spēles un to pārraidīšana un atspoguļošana plašsaziņas līdzekļos.

Pieteicēja norāda, ka atbilstoši lietas materiāliem secināms, ka Partijas dibinātāji, atbalstītāji vai deputāta kandidāti – /pers. K/, /pers. I/, /pers. L/ un /pers. M/, kuriem varētu būt motivācija un interese 10.Saeimas vēlēšanu rezultātos, nebija iesaistīti Plakātu tapšanā.

Pieteicējai nav saprotama tiesas argumentācija, novērtējot Plakātu vizuālo izskatu un tā vēstījumu, lielu lomu piešķirot formas tērpa krekla novietojumam Plakātos (proti, ja tas ir uzvilkts mugurā – tad tiktu reklamēts hokeja klubs vai /pers. F/, bet, ja tas tiek turēts rokās – tad tā skaitās priekšvēlēšanu aģitācija).

Tiesa atzinusi, ka Plakāti jebkurā gadījumā ir atzīstami par komerciālu reklāmu, kas reklamē hokeju, /pers. F/ un hokeja komandu. Šādā gadījumā, pieteicējas ieskatā, nav taisnīgi un pamatoti visus ar plakātu izvietošanu saistītos izdevumus uzskatīt tikai par priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumiem, jo tie ir atzīstami arī par komerciālās reklāmas izdevumiem. Līdz ar to, ja šaubu gadījumā nav iespējams šos izdevumus sadalīt nepārprotami atbilstošā proporcijā, tad šie izdevumi par Plakātu izvietošanu ir sadalāmi divās vienādās daļās.

Pieteicēja nepiekrīt tiesas norādītajiem apstākļiem un argumentiem spriedumā, kādēļ viss Raidījums kopumā ir atzīstams par priekšvēlēšanu aģitāciju. Pieteicēja uzskata, ka Raidījums ir atzīstams par priekšvēlēšanu aģitāciju proporcionāli tam, cik daudz no Raidījuma laika ir aizņēmusi informācija par Partiju.

Gadījumā, ja Plakāti un/vai Raidījums vispār atzīstami par Partijas priekšvēlēšanu aģitāciju, tad par priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumiem ir atzīstami tikai tā pieteicējas izdevumu daļa, kas tikusi izlietota Plakātu un Raidījuma izvietošanai, bet ne izdevumi, kas saistīti ar to izveidošanu.

[5] Paskaidrojumos par pieteicējas apelācijas sūdzību KNAB norāda, ka uzskata to par nepamatotu un neatzīst.

[6] Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmo daļu lieta tiek izskatīta rakstveida procesā.

**Motīvu daļa**

[7] Rakstveida procesā pārbaudījusi lietas materiālus un novērtējusi lietā esošos pierādījumus, apgabaltiesa atzīst, ka apelācijas sūdzība nav pamatota un pieteikums ir noraidāms.

[8] Administratīvā procesa likuma 307.panta ceturtā daļa noteic, ja apelācijas

instances tiesa, izskatot lietu, atzīst, ka zemākās instances tiesas spriedumā ietvertais pamatojums ir pareizs un pilnībā pietiekams, tā sprieduma motīvu daļā var norādīt, ka pievienojas zemākās instances tiesas sprieduma motivācijai. Šādā gadījumā šā likuma 251.panta piektajā daļā noteiktos apsvērumus sprieduma motīvu daļā var nenorādīt.

Iepazinusies ar pirmās instances tiesas sprieduma pamatojumu un apelācijas sūdzības argumentiem, apgabaltiesa atzīst, ka pirmās instances tiesas spriedums ir tiesisks, tā pamatojums ir pareizs un pilnībā pietiekams. Pirmās instances tiesa rūpīgi un vispusīgi ir noskaidrojusi visus lietā būtiskos apstākļus un pareizi tos juridiski novērtējusi. Tāpēc atbilstoši iepriekš minētajai tiesību normai apgabaltiesa pievienojas pirmās instances tiesas sprieduma motivācijai, izvērstāku argumentāciju nesniedzot.

[9] Papildus par apelācijas sūdzības argumentiem apgabaltiesa norāda turpmāk minēto.

[9.1] Izskatāmajā lietā KNAB no lietā savāktajiem pierādījumiem noskaidrojis, ka Plakātos izmantotie saukļi, logo, simbolika un krāsas ir līdzīgas Partijas priekšvēlēšanu kampaņā izmantotajai simbolikai un saukļiem, kas tādējādi popularizēja Partiju priekšvēlēšanu periodā. Līdz ar to KNAB secinājis, ka Plakāti satur netiešu aicinājumu balsot par 8.numura sarakstu un Partiju, kas atbilstoši Aģitācijas likuma 2.panta otrajai daļai uzskatāms par priekšvēlēšanu aģitāciju. Vienlaikus KNAB konstatējis, ka vairāki pieteicējas akcionāri un padomes locekļi Plakātu izvietošanas laikā bija arī Partijas valdes locekļi, secinot, ka minētais norāda uz pieteicējas un Partijas iespējamo savstarpējo sadarbību.

Vērtējot Lēmumā ietverto pamatojumu un pierādījumus lietā, pirmās instances tiesa secinājusi, ka Plakāti satur netiešu aicinājumu balsot par Partiju. Tāpat tiesa secinājusi, ka visu ar Partiju saistīto pieteicējas reklāmas elementu kopums liecina par apzinātu rīcību, kas ir vērsta uz Partijas reklāmas integrēšanu pieteicējas reklāmā, izmantojot hokeja komandas reputāciju un atpazīstamību.

Ievērojot minēto, nav pamatots apelācijas sūdzības arguments, ka tiesa spriedumā nav norādījusi, vai Plakāti atzīstami par tiešu vai netiešu priekšvēlēšanu aģitāciju.

[9.2] Apelācijas sūdzībā norādīts, ka no pirmās instances tiesas sprieduma argumentācijas secināms, ja Partija savā priekšvēlēšanu aģitācijā ir izmantojusi hokeja kluba „/Nosaukums C/" simboliku, spēlētājus un informāciju par hokeja klubu, tad arī turpmāk minētais ir Partijas priekšvēlēšanu aģitācija.

Apgabaltiesa norāda, ka šāds secinājums no pirmās instances tiesas sprieduma neizriet, jo tiesa spriedumā ir vērtējusi konkrētu tiesisko un faktisko situāciju un pierādījumus, secinot, ka konkrēti materiāli (Plakāti un Raidījums) saskaņā ar Aģitācijas likuma 2.panta otro daļu ir uzskatāmi par priekšvēlēšanu aģitāciju.

[9.3] Gan KNAB, gan tiesa ir vērtējusi Plakātu saturu kopumā, proti, gan atspoguļoto ciparu 8, gan noformējumā izmantotās krāsas, gan citus Plakātos izvietotos reklāmas elementus. Tāpat tiesa ir vērtējusi to, ka Plakātu izvietošanas periods sakrīt ar vēlēšanu dienu un dienu pirms 10.Saeimas vēlēšanām. Apgabaltiesa pievienojās pirmās instances tiesas secinājumam, ka katra atsevišķa norādītā pieteicējas reklāmas elementa un reklāmas izvietošanas apstākļa, proti, vairāki pieteicējas un Partijas likumīgie pārstāvji ir vienas un tās pašas personas, sakrīt Partijas kandidātu saraksta numurs un Plakātos izceltā /pers. F/ kā hokeja komandas spēlētāja numurs, Plakātu noformējumā izmantotās krāsas sakrīt ar Partijas logo krāsām, Plakātos iekļautā saukļa divi vārdi no trijiem sakrīt ar Partijas nosaukumā esošajiem diviem vārdiem no trijiem, pieteicējas pasūtītās un apmaksātās reklāmas periods sakrīt ar periodu, kad tika aizliegta priekšvēlēšanu aģitācija, varētu tikt izskaidrota ar nejaušu sakritību. Taču visu šo ar Partiju saistīto pieteicējas reklāmas elementu kopums liecina par apzinātu rīcību, kas ir vērsta uz Partijas reklāmas integrēšanu pieteicējas reklāmā, izmantojot hokeja komandas reputāciju un atpazīstamību.

Līdz ar to pieteicējas arguments, ka nav saprotams, kādā veidā Plakāta attēla vēstījums var mainīties atkarībā no attēlā esošo elementu pielietojuma, nav pamatots.

[9.4] Tā kā apelācijas sūdzība tiek iesniegta par pirmās instances tiesas spriedumu un tajā ietverami argumenti pret to, apgabaltiesai ir pienākums atbildēt uz apelācijas sūdzības būtiskajiem argumentiem, tātad sniegt papildu argumentāciju. Taču, kā atzīts Augstākās tiesas judikatūrā, tiesai nav pienākums detalizēti atrunāt jebkuru argumentu. Tiesai ir atļauts izvērtēt argumentus, kurus tā uzskata par nozīmīgiem no tiesību viedokļa (*sk., piemēram, 2010.gada 11.marta sprieduma lietā Nr.SKA-66/2010 14.punktu; 2012.gada 21.februāra rīcības sēdes lēmuma lietā Nr.SKA-186/2012 10.punktu*).

No pārējiem apelācijas sūdzības argumentiem izriet, ka pieteicēja nepiekrīt tiesas veiktajam pierādījumu novērtējumam un izdarītajiem secinājumiem lietā. Apgabaltiesa ir atzinusi pirmās instances tiesas izdarītos secinājumus par pamatotiem un tās spriedumā ietverto argumentāciju par pareizu un pilnībā pietiekamu. Ievērojot iepriekš minēto, apgabaltiesa atkārtoti nesniedz to pašu argumentu izklāstu, kas jau ir ietverts pirmās instances spriedumā, un noraida kā nepamatotus pieteicējas argumentus par to, ka nav konstatējama pieteicējas motivācija un ieinteresētība attiecībā uz Partijas rezultātiem 10.Saeimas vēlēšanās, un ka nav pamatoti visus ar Plakātiem un Raidījumu saistītos izdevumus uzskatīt tikai par priekšvēlēšanu aģitācijas izdevumiem.

**Rezolutīvā daļa**

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmo daļu, 307. un 309.pantu, Administratīvā apgabaltiesa

**nosprieda**

Noraidīt akciju sabiedrības „/Nosaukums C/" pieteikumu par Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroja 2012.gada 2.februāra lēmuma Nr.1/911 atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamentā viena mēneša laikā no sprieduma sastādīšanas dienas, iesniedzot kasācijas sūdzību Administratīvajā apgabaltiesā.

M.Osmane

Tiesnese referente

V.Poķis

Tiesneši

A.Šteinberga