Lieta Nr.130067613

Lietvedības Nr.1-0676-13/9

SPRIEDUMS

Latvijas Republikas vārdā

Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesa

šādā sastāvā: tiesnese A.Ignatjeva

2013.gada 27.novembrī

izskatīja rakstveida procesā Rīgā, Abrenes ielā 3 SIA „SPI Distribution (Latvia)" sūdzības par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2013.gada 18.jūlija lēmumu Nr.E03-PTU-K01-8, un

konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk tekstā - PTAC) ar 2013.gada 18.jūlija lēmumu Nr. E03-PTU-K91-8, konstatēja, ka žurnāla „Privātā dzīve" 2013.gada 14.maija izdevumā un žurnāla „Ieva" 2013.gada 15.maija izdevumā publicēto alkoholiskā dzēriena Bonaparte reklāmās nav ievērotas Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā minētā aizlieguma prasības - attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus, ka SIA „SPI Distribution (Latvia)" ir reklāmas devējs. Ar 2013.gada 18.jūlija lēmumu Nr. E03-PTU-K91-8 (turpmāk tekstā - Lēmums) SIA „SPI Distribution (Latvia)" piemērots administratīvais sods – naudas sods pēc Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.^{13}panta otrās daļas, LVL 1200 apmērā.

2013.gada 30.augustā Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā saņemta SIA „SPI Distribution (Latvia)" sūdzība par Lēmumu, kurā norāda, ka PTAC savā Lēmumā norāda, ka SIA „SPI Distribution (Latvia)" redzējumā PTAC nav piemērojis pareizo interpretācijas metodi Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkta interpretācijai. SIA „SPI Distribution (Latvia)" kategoriski nepiekrīt PTAC viedoklim, ka Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkta nosacījumus ir jāinterpretē tieši un vienīgi pēc teleoloģiskās metodes. PTAC balsta teleoloģiskās metodes izmantošanu uz to apstākli, ka Reklāmas patērētājam rada iespaidu, ka tajās attēlotās personas lieto alkoholisko dzērienu Bonaparte. PTAC redzējumā Reklāmās tika atainota situācija, kad tajās attēloto personu nākamā darbība varētu būt glāžu saskandināšana, kas, ņemot vērā pastāvošās alkoholisko dzērienu lietošanas tradīcijas, rada iespaidu par turpmāko alkoholiskā dzēriena lietošanu. Šajā lietā PTAC pauž subjektīvu viedokli, jo arī patērētāja viedoklis par Reklāmās attēlotajām personām un to iespējamām turpmākajām darbībām ir tikai un vienīgi patērētāja personiskais uzskats. SIA „SPI Distribution (Latvia)" redzējumā asociācijas vai iespaida radīšana sabiedrībai par alkoholiskā dzēriena lietošanu nevar būt par pietiekamu pamatu, lai uzskatītu, ka reklāmā netiek ievērots Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkta prasības. Turklāt, lai saskatītu PTAC konstatēto administratīvo pārkāpumu, būtu svarīgi noteikt, kas tieši tiek saprasts ar alkoholiskā dzēriena lietošanu, proti, noteikt minētās darbības iespējamo sākumu un beigas. Minētais termins ir plaši interpretējams, jo alkoholiskā dzēriena lietošana, dažuprāt, varētu sākties jau ar veikala apmeklējumu un attiecīgā dzēriena iegādi, cituprāt, ar alkoholiskā dzēriena lietošanu tiek saprasts minētā dzēriena patērēšana uzturā (dzēriena glāzes pielikšana pie mutes un padzeršanās). SIA „SPI Distribution (Latvia)" uzskata, ka Reklāmās netiek atspoguļota alkoholiskā dzēriena Bonaparte lietošana Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkta izpratnē. Savukārt iespējamais priekšstats vai iespaids, kas patērētājam varētu rasties no minētajām Reklāmām, ir katra Reklāmu adresāta individuālais viedoklis. Kā rezultātā nav pamata uzskatīt, ka gadījumā, ja Reklāmās attēloto personu roku stāvoklis tikai rada iespaidu, ka nākošā darbība, iespējams, varētu būt glāžu saskandināšana, ir minētās tiesību normas Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkta pārkāpums.

SIA „SPI Distribution (Latvia)" vērš tiesas uzmanību tam faktam, ka Lēmumā pieminētais pagaidām vienīgais līdzīga konteksta spriedums lietā Nr. A42586207, turpmāk tekstā - Spriedums, kurā ir pieminēta teleoloģiskās interpretācijas metodes izmantošana, tika balstīts uz pilnīgi citiem lietas apstākļiem. Tajā lietā tika izvērtēta televīzijas reklāma, kuras sižets bija šāds: "Reklāmā tika attēloti divi latviski runājoši vīrieši, kuri sēž ezera krastā ar makšķerēm. Starp viņiem zemē redzamas noliktas četras pudeles. Sarunas laikā viens no vīriešiem paņem divas no tām un pēc kārtas tās atkorķē. Šīs darbības laikā ir redzama uz pudeles esošā etiķete ar uzrakstu ,,Latvijas alus". Nākošajā kadrā tiek attēlots, kā abi vīrieši saskandina pudeles un pieliek tās pie mutes. Pēc tam reklāmā iekļauts

uzraksts ,,ĪSTS...LATVIJAS ALUS", kuram seko kadrs, kurā tuvplānā attēlots viens no vīriešiem, attālinot no mutes jau nedaudz izdzertu alus pudeli un nepārprotami izgaršojot tikko dzerto alu, ar sejas vaibstiem un kadrā dzirdamo šmaukstināšanu atklājot savu pozitīvo attieksmi pret lietoto dzērienu."". Kā redzams, tad SIA „SPI Distribution (Latvia)" Reklāmas un Spriedumā pieminētā alkoholiskā dzēriena reklāmas ir pārāk atšķirīgas, lai starp tām saskatītu kopīgās pazīmes un vērtētu vienlīdzīgi Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkta kontekstā, turklāt kopš 2010.gada 12.jūlija televīzijas reklāmām jāatbilst Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma prasībām, kas ir speciālais likums. Saskaņā ar SIA „SPI Distribution (Latvia)" rīcībā esošo informāciju minētās tiesvedības apelācijas tiesvedība tika izbeigta pēc prasītāja (AS Aldaris) pieteikuma pirms vairākiem gadiem, kā rezultātā šajā gadījumā nebūtu korekti šo Spriedumu uzskatīt par vienīgo un vispareizāko judikatūru, jo nav zināms, vai apelācijas instance piekristu pirmās instances tiesneša un PTAC interpretācijai.

Tāpat SIA „SPI Distribution (Latvia)" norāda, ka ir svarīgi, ka Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums neparedz aizliegumu audiovizuālos komerciālos paziņojumos attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus, līdz ar to, ja iepriekš pieminētie tiesvedības darbi saistībā ar AS Aldaris reklāmu norisinātos tagad, nevis 2007.gadā, kad vēl nebija pieņemts speciālais Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums, teorētiski aizliegums TV reklāmā attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus, AS Aldaris nebūtu saistošs. Kā tika minēts iepriekš, tad PTAC uzskats par to, Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkta gadījumā jābūt piemērotai tikai un vienīgi teleoloģiskai normatīvā akta interpretēšanas metodei, nav pamatots. Minēto apgalvojumu apliecina kaut vai minētā panta pirmās daļas 7.punkts, kurā likumdevējs ir paredzējis izvērtēt, vai konkrētā reklāma satur tādus elementus, kas rada iespaidu, ka alkoholisko dzērienu lietošana nodrošina panākumus sociālajā vai seksuālajā jomā. Līdzīgu piemēru var saskatīt arī Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 36.panta otrajā daļā, kur likumdevējs arī ir paredzējis nepieciešamības gadījumā izmantot teleoloģisku normatīvā akta interpretēšanas metodi un izvērtēt, vai konkrētā reklāma satur tādus elementus, kas mudina uz pārmērīgu alkohola lietošanu, vai arī rada iespaidu, ka alkoholisko dzērienu lietošana nodrošina panākumus sociālajā vai seksuālajā jomā. SIA „SPI Distribution (Latvia)" uzskata par neloģisku PTAC nostāju, ka alkoholisko dzērienu reklāmās nedrīkstētu būt tādi elementi (piemēram, personas ar konjaka glāzēm rokās), kas rada iespaidu par alkoholiskā dzēriena lietošanu, proti, drukātas reklāmas attēlos nedrīkst attēlot personas ar/bez glāzēm, bet būtu pieļaujams reklamēt tikai, piemēram, pašu produktu, jo cilvēku attēlu klātesamība alkoholiskajam dzērienam jau, iespējams, rada iespaidu par tā lietošanu. SIA „SPI Distribution (Latvia)" redzējumā šāds uzskats nav pareizs, jo likumdevējs Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmajā daļā ir paredzējis vairākus aizliegumus, piemēram, ka alkoholisko dzērienu reklāmā aizliegts paust uzskatus par alkoholiskajiem dzērieniem kā ārstniecības līdzekli, saistīt alkoholisko dzērienu lietošanu ar sporta nodarbībām vai transportlīdzekļa vadīšanu, paust uzskatus, ka alkoholiskajiem tvērieniem piemīt stimulējoša vai nomierinoša ietekme vai ka tie palīdz atrisināt personiskas problēmas, negatīvi atspoguļot atturību vai mērenību alkohola lietošanā utt., kur viennozīmīgi ir skaidrs, ka alkoholisko dzērienu reklāmās bez paša produkta ir pieļaujams attēlot citus elementus, piemēram, fizisko personu ar/bez glāzēm) klātbūtni.

Bez tam, SIA „SPI Distribution (Latvia)" norāda, ka saskaņā ar LAPK 9.pantu par administratīvo pārkāpumu atzīstama prettiesiska, vainojama (ar nodomu vai aiz neuzmanības izdarīta) darbība vai bezdarbība, kura apdraud valsts vai sabiedrisko kārtību, īpašumu, pilsoņu tiesības un brīvības vai noteikto pārvaldes kārtību un par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība. SIA „SPI Distribution (Latvia)" redzējumā Reklāmu izplatīšanu masu informācijas līdzekļos nekādā veidā nevarēja un nevar apdraudēt valsts vai sabiedrisko kārtību, īpašumu, pilsoņu tiesības un brīvības vai noteikto pārvaldes kārtību, jo Reklāmas atbilst normatīvo aktu prasībām. Kā rezultātā SIA „SPI Distribution (Latvia)" nevar uzskatīt par vainojamu normatīvo aktu prasībām neatbilstošas Reklāmas izplatīšanā. SIA „SPI Distribution (Latvia)" uzskata, ka Lēmuma nepareizība ir saistīta ar Atbildētāja materiālo tiesību normu nepareizu piemērošanu un to iztulkošanu. Ņemot vērā augstāk minētos apsvērumus, pārsūdzētais Lēmums ir atzīstams par nepamatotu un prettiesisku, jo neatbilst normatīvo aktu prasībām. Pamatojoties uz augstāk minēto, kā arī LAPK 23A nodaļas prasībām, lūdz tiesu atcelt Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijas PTAC 2013.gada 18.jūlija lēmumu Nr. E03-PTU-K91-8 daļā par administratīvā soda LVL 1200 apmērā uzlikšanu.

2013.gada 18.jūlija lēmumā Nr. N**r.E03-PTU-K01-8 PTAC secina, ka** Reklāmās ir attēlotas 3 un 4 personas pie klāta galda/piknika galda, turot rokās konjaka glāzes ar tajās iepildītu dzērienu. Pacelto roku stāvoklis/pozīcija rada iespaidu, ka nākošā darbība būs/varētu būt glāžu saskandināšana. Saskandināšana tradicionāli notiek pirms dzēriena lietošanas. Reklāmās attēloto personu smaidi, tajās izmantotais sauklis ,,Laiks draugiem" un no tiem izrietošā draudzīgā gaisotne veicina labvēlīgu attieksmi pret reklāmā attēloto – t.i., draugu kopā būšanu, lietojot alkoholisko dzērienu Bonaparte. Minētais PTAC ieskatā ir pretrunā ar Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā minēto aizliegumu reklāmās attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus, kā arī ar minētā likuma reklāmu ierobežojumu mērķi. PTAC paskaidro, ka, ņemot vērā Administratīvā procesa likuma 8.pantā noteikto un 17.pantā skaidroto tiesību normu saprātīgas piemērošanas principu, t.sk., izmantojot teleoloģisko tiesību normu interpretācijas metodi, PTAC konstatē, ka likumdevēja mērķis, iekļaujot Alkoholisko dzērienu aprites likuma aizliegumu attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus, nav bijis izvairīties tikai no tieša un nepārprotama alkoholisko dzērienu lietošanas atainojuma. Reklāmas izvērtēšanā ļoti būtiska ir reklāmas iespējamā ietekme uz mērķauditoriju, kas konkrētajā gadījumā nozīmē, ka svarīgi ir tas, vai reklāmā iekļautais paziņojums rada iespaidu par alkoholiskā dzēriena lietošanu. Reklāmās atainotā situācija, kad tiks saskandinātas glāzes, nepārprotami, ņemot vērā pastāvošās alkoholisko dzērienu lietošanas tradīcijas, rada iespaidu, ka nākošā darbība būs (ir) alkoholiskā dzēriena lietošana. Arī apstāklis, ka aizliegums reklāmā attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus attiecas uz visu veidu/formu reklāmām, t.sk., arī drukātajām, apliecina, ka likumdevēja mērķis ir aizliegt reklāmā iekļaut jebkādus tādus elementus, kas rada iespaidu par alkoholisko dzērienu lietošanu, jo drukātā reklāmā attēlot tiešu alkoholiskā dzēriena lietošanu nemaz nav iespējams. Tādējādi faktiski konkrētajā gadījumā nav iespējams saprātīgi piemērot gramatisko normatīvā akta interpretācijas metodi. Arī SIA „SPI Distribution (Latvia)" vēstulē minētais par nepieciešamību noteikt alkoholisko dzērienu lietošanas darbības attēlojuma iespējamo sākumu un beigas kontekstā ar likumdevēja aizliegumu attēlot reklāmā personas lietojam alkoholiskos dzērienus, nedodot nekādas norādes un nenodalot reklāmas pēc to izplatīšanas vietām un izgatavošanas veidiem, PTAC redzējumā liecina, ka likumdevēja mērķis ir aizliegt reklāmā jebkurus elementus, kas rada/var radīt priekšstatu par alkoholiska dzēriena lietošanu, tādējādi nodrošinot likuma mērķa sasniegšanu - augstāku patērētāju aizsardzības līmeni attiecībā uz alkoholisko dzērienu lietošanas ierobežošanu. Teleoloģiskās interpretācijas metode nodrošina, ka „[..] tiek sasniegts lietderīgākais un taisnīgākais rezultāts, kas izpaužas kā likuma jēgas un mērķa sasniegšana. Pretējā gadījumā Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktais ierobežojums varētu tikt ignorēts formālu apsvērumu dēļ" (2009.gada 20.oktobra Administratīvās rajona tiesas Spriedums Lietā Nr. A 42 5862 07, [12.2] p.).

PTAC Lēmumā norāda, ka nepiekrīt SIA „SPI Distribution (Latvia)" viedoklim, ka minēta atsauce uz Administratīvas rajona tiesas

Spriedumu nav pamatota, jo balstīta uz pilnīgi citiem lietas apstākļiem. Konkrētajā gadījumā Tiesa nav saistījusi savu viedokli par tiesību normas interpretāciju vienīgi ar konkrētās reklāmas saturu. Vienlaicīgi PTAC, komentējot SIA „SPI Distribution (Latvia)" viedokli par reklāmu uztveres subjektīvo raksturu, kas nevar būt par pietiekamu pamatu, lai konstatētu normatīvā akta pārkāpumu, uzsver, ka jebkura reklāma tiek uztverta subjektīvi - pat tad, ja tajā ir iekļauta tikai informācija. PTAC jebkuru reklāmu savas kompetences ietvaros vērtē no vidusmēra patērētāja viedokļa, izvērtējot reklāmas iespējamo ietekmi uz tās konkrēto mērķauditoriju, konkrētajā gadījumā to, vai personas ir saņēmušas normatīvā akta prasībām atbilstošu reklāmu. Ņemot vērā minēto un to, ka SIA „SPI Distribution (Latvia)" sniegto Reklāmu iespējamās negatīvās sekas ir neatgriezeniski iestājušās un to turpmāka sniegšana nav pieļaujama, PTAC, izvērtējot lietas apstākļus, ir konstatējis, ka ir lietderīgi pieņemt Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 3. un 5. punktā minētos lēmumus. Tādējādi PTAC ir pamatoti uzsācis lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par LAPK 166.^{13}panta otrajā daļā minēto pārkāpumu - Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu. Saskaņā ar LAPK 272.pantu institūcijai (amatpersonai), izskatot administratīvā pārkāpuma lietu, jānoskaidro, vai ir izdarīts administratīvais pārkāpums, vai attiecīgā persona ir vainīga tā izdarīšanā, vai šo personu var saukt pie administratīvās atbildības, vai ir atbildību mīkstinoši un pastiprinoši apstākļi, vai ir nodarīts mantisks zaudējums, kā arī jānoskaidro citi apstākļi, kam ir nozīme lietas pareizā izlemšanā. Pamatojoties uz LAPK 21.pantu, ja ziņas par administratīvo pārkāpumu ir pietiekamas, lai konstatētu, ka izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs, institūcija (amatpersona), kurai piekritīga lietas izskatīšana, ir tiesīga neuzsākt administratīvā pārkāpuma lietvedību vai izbeigt uzsākto lietvedību un atbrīvot personu no administratīvās atbildības, aprobežojoties ar mutvārdu aizrādījumu. Saskaņā ar LAPK 9.panta pirmo dalu par administratīvo pārkāpumu atzīstama prettiesiska, vainojama (ar nodomu vai aiz neuzmanības izdarīta) darbība vai bezdarbība, kura apdraud valsts vai sabiedrisko kārtību, īpašumu, pilsoņu tiesības un brīvības vai noteikto pārvaldes kārtību un par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība. Tādējādi vispārējā gadījumā administratīvā pārkāpuma lietā jākonstatē pie atbildības saucamās personas vaina. Ar vainu saprotama fiziskās personas subjektīvā psihiskā attieksme pret nodarījumu. Kā norādīts tiesību literatūrā, juridisko personu atbildības noteikšanā vainas jautājums nevar būt risināms veidā, kādā tiek noteikta fizisko personu vaina. Tāpēc juridiskās personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus, proti, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt normatīvo aktu, par kuru pārkāpšanu paredzēta administratīvā atbildība, ievērošanu, un, vai juridiskā persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo normatīvo aktu ievērošanu (skat. Senāta 2009.gada 5.marta sprieduma lietā. Nr. SKA-19/2009 19.punktu).

Tāpat PTAC Lēmumā norāda, ka no lietas apstākļiem secināms, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), lietā nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu. kā arī konstatētais pārkāpums nav uzskatāms par maznozīmīgu, un tādēļ Sabiedrība konkrētajā gadījumā nav atbrīvojama no administratīvās atbildības (LAPK 21.pants), un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās, PTAC uzskata, ka nepieciešams SIA „SPI Distribution (Latvia)" piemērot administratīvo sodu. PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību SIA „SPI Distribution (Latvia)" tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī LAPK 1.panta pirmā daļa nosaka, ka administratīvo pārkāpumu likumdošanas uzdevums ir aizsargāt sabiedrisko iekārtu, īpašumu un pilsoņu sociāli ekonomiskās, politiskās un personiskās tiesības un brīvības, kā arī komersantu, iestāžu un organizāciju tiesības un likumīgās intereses, noteikto pārvaldes kārtību, valsts un sabiedrisko kārtību, nostiprināt likumību, novērst tiesību pārkāpumus, audzināt pilsoņus likumu precīzas un stingras ievērošanas garā, ieaudzināt viņos cieņas pilnu attieksmi pret citu pilsoņu tiesībām, godu un pašcieņu, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā. Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus. LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem. Saskaņā ar LAPK 166.^{13}panta otro daļu Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu - uzliek naudas sodu fiziskajām personām no divdesmit pieciem līdz piecsimt latiem, bet juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem. LAPK 32.panta otrajā daļā ir paredzēts, ka, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Izskatot lietu, nav konstatēti administratīvo atbildību mīkstinoši un nav konstatēti administratīvo atbildību pastiprinoši apstākļi.

PTAC norāda, ka vērtējot SIA „SPI Distribution (Latvia)" mantisko stāvokli, PTAC ņem vērā pārkāpēja mantisko stāvoklis tikai no tāda aspekta, lai piemērotais sods neradītu pārkāpējam pārmērīgu apgrūtinājumu un neradītu tam maksātnespējas stāvokli. Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu un Reklāmu izplatīšanas apjomu, SIA „SPI Distribution (Latvia)" mantisko stāvokli, to, ka SIA „SPI Distribution (Latvia)" iepriekš nav saukta pie administratīvās atbildības par LAPK 166.^{13} panta otrajā daļā minēto pārkāpumu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu SIA „SPI Distribution (Latvia)" ir uzliekams naudas sods LVL 1200 apmērā, kurš, ņemot vērā lietā esošos materiālus, PTAC ieskatā ir uzskatāms par samērīgu un pamatotu.

Saskaņā ar LAPK 289.^{6}panta noteikumiem 2013.gada 4.septembrī PTAC nosūtīta SIA „SPI Distribution (Latvia)" sūdzība, izskaidrojot LAPK 289.^{6}panta ceturto daļu, ka lietas dalībnieki var iesniegt paskaidrojumus, pieteikt noraidījumu, lūgt izskatīt lietu tiesas sēdē, kā arī iesniegt citus ar lietas izskatīšanu saistītus pieteikumu vai lūgumus līdz 2013.gada 27.septembrim, vienlaikus paziņojot lietas dalībniekiem, pamatojoties uz LAPK 289.^{6}panta pirmo daļu, par lietas izskatīšanu rakstveida procesā 2013.gada 27.novembrī.

2013.gada 30.septembrī tiesā saņemti PTAC paskaidrojums par sūdzību, kurā norāda, ka izvērtējot sūdzībā norādītos argumentus un minētos apstākļus, kādēļ Lēmums ir nepamatots un ir atceļams pilnā apmērā, PTAC konstatē, ka Lēmumā ir detalizēti paskaidrots PTAC viedoklis attiecībā uz sūdzībā minētajiem apstākļiem, sniegts normatīvo aktu pamatojums un izskaidrota to būtība. Ņemot vērā to, ka Lēmumā PTAC ir pamatojis savu viedokli attiecībā uz sūdzībā minētajiem apstākļiem, kā arī to, ka lietā nav jaunatklātu apstākļu un attiecībā uz izskatāmo lietu SIA „SPI Distribution (Latvia)" pēc būtības nav izvirzījusi jaunus argumentus, PTAC ieskatā atsevišķu paskaidrojumu par sūdzībā minēto nav nepieciešams sniegt, jo pilna argumentācija uz SIA „SPI Distribution (Latvia)" izvirzītajiem argumentiem minēta Lēmuma secinājumu daļā. Tā kā SIA „SPI Distribution (Latvia)", ņemot vērā visus lietas apstākļus, ar Lēmumu tika uzlikts naudas sods LVL 1200 apmērā, PTAC uzskata, ka piemērotais naudas sods ir samērīgs un atbilstošs, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtošanās. Turklāt piemērotais sods nav vērtējams kā tāds, kas pārmērīgi apgrūtinātu SIA „SPI Distribution (Latvia)". Ņemot vērā

minēto un Lēmumā norādītos argumentus, PTAC uzskata, ka konkrētajā gadījumā nav pamata Lēmuma atcelšanai un lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā izbeigšanai, jo ar lietas materiāliem ir pierādīts, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums, kas paredzēts LAPK 166.^{13}panta otrajā daļā, un līdz ar to SIA „SPI Distribution (Latvia)" sūdzība ir noraidāma.

Tā kā lietas dalībnieki nav lūguši lietas izskatīšanu tiesas sēdē, kā arī tiesa neuzskatīja par nepieciešamu lietu iztiesāt tiesas sēdē, pamatojoties uz LAPK 289.^{6}panta pirmo daļu, tiesa lietu izskata rakstveida procesā.

Motīvu daļa

Tiesa, pārbaudījusi un novērtējusi lietā esošos pierādījumus un izvērtējusi Lēmumā norādīto pamatojumu, atzīst, ka SIA „SPI Distribution (Latvia)" sūdzība ir noraidāma un Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2013.gada 18.jūlija lēmumu Nr.E03-PTU-K01-8 atstājams negrozīts, pamatojoties uz sekojošiem motīviem.

LAPK 244.pants nosaka, ka institūcija (amatpersona) pierādījumus novērtē pēc savas iekšējās pārliecības, kas pamatota uz vispusīgi, pilnīgi un objektīvi izpētītiem visiem lietas apstākļiem to kopumā, pēc likuma un tiesiskās apziņas.

LAPK 243.panta pirmā daļa paredz, ka pierādījumi administratīvā pārkāpuma lietā ir jebkuras LAPK paredzētajā kārtībā iegūtas un noteiktā procesuālajā formā nostiprinātas ziņas par faktiem, kurus administratīvā pārkāpuma lietvedībā iesaistītās personas savas kompetences ietvaros izmanto, lai pierādītu administratīvā pārkāpuma esamību vai neesamību un noskaidrotu citus apstākļus, kam ir nozīme lietas pareizā izspriešanā.

LAPK 243.panta piektā daļa paredz, kā pierādījumus var izmantot tikai ticamas, attiecināmas un pieļaujamas ziņas par faktiem. No minētā panta astotās daļas izriet, ka iegūtie fakti vai ziņas jāvērtē kopumā un savstarpējā sakarībā.

Saskaņā ar LAPK 243.^{1} pantu pierādīšanas līdzekļi administratīvā pārkāpuma lietā ir pie administratīvās atbildības sauktās personas paskaidrojumi; personu liecības; eksperta atzinums; kompetentās institūcijas atzinums; dokuments, kas satur ziņas par faktiem, rakstveidā vai citā formā; elektroniskie pierādījumi; procesuālajās darbībās rakstveidā vai citā veidā nostiprinātās ziņas par faktiem; lietiskie pierādījumi.

LAPK 166.^{13} panta otrā daļa nosaka, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu — uzliek naudas sodu fiziskajām personām no divdesmit pieciem līdz piecsimt latiem, bet juridiskajām personām — no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem.

Lietā nav strīda par to, ka SIA „SPI Distribution (Latvia)" izplatīja žurnālā „Privātā dzīve" 2013.gada 14.maija izdevumā un žurnāla „Ieva" 2013.gada 15.maija izdevumā reklāmu par alkoholisko dzērienu Bonaparte.

Lietā ir strīds par to, vai SIA „SPI Distribution (Latvia)" izplatītās reklāmas atbilst normatīvo aktu prasībām, vai SIA „SPI Distribution (Latvia)" izplatītās reklāmās tiek atspoguļota alkoholiskā dzēriena Bonaparte lietošana.

Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka 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 10.panta pirmā daļa nosaka, ka reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo vai izplata reklāmu. Savukārt, saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.

Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka alkoholisko dzērienu reklāmā aizliegts attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus.

Administratīvā procesa likuma 8.pants nosaka, ka iestāde un tiesa, piemērojot tiesību normas, izmanto tiesību normu interpretācijas pamatmetodes (gramatisko, sistēmisko, vēsturisko un teleoloģisko metodi), lai sasniegtu taisnīgāko un lietderīgāko rezultātu (17.pants).

Interpretējot Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktu pēc teleoloģiskās metodes, tiesa atzīst, ka žurnāla „Privātā dzīve" 2013.gada 14.maija izdevumā un žurnāla „Ieva" 2013.gada 15.maija izdevumā publicētās alkoholiskā dzēriena Bonaparte reklāmās attēlotās personas, turot rokās konjaka glāzes ar tajā iepildītu dzērienu un attēloto personu roku stāvoklis nepārprotami rada iespaidu, ka nākošā darbība būs alkoholiskā dzēriena lietošana.

Tiesa atzīst, ka PTAC pilnīgi un vispusīgi izvērtējis visus lietā esošus pierādījumus, izskatot administratīvā pārkāpuma lietu atbilstoši Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa prasībām.

Tiesa konstatē, ka lietā ir iegūti pierādījumi, ar kuriem pamatots pārsūdzētais lēmums un pamatojoties uz kuriem iestāde secinājusi, ka SIA „SPI Distribution (Latvia)" ir izdarījis LAPK 166.^{13}panta otrajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu.

Tiesa atzīst, ka PTAC uzliktais administratīvais sods – naudas sods ir piemērots pamatoti, ir pārkāpumam atbilstošs un samērīgs.

LAPK 289.^{13}panta trešā daļa nosaka, ka ja tiesnesis, izskatot sūdzību, atzīst, ka iestādes lēmumā ietvertais pamatojums ir pareizs un pilnībā pietiekams, viņš par sūdzību pieņemtā nolēmuma motīvu daļā var norādīt, ka pievienojas iestādes nolēmuma motivācijai. Šādā gadījumā izvērstāks argumentu izklāsts nav nepieciešams.

Pārbaudījusi lietas materiālus un izvērtējusi iestādes lēmuma pamatojumu kopsakarā ar sūdzības iesniedzēja sniegtajiem paskaidrojumiem un sūdzībā ietvertiem argumentiem, tiesa atzīst, ka iestādes konstatētie faktiskie un tiesiskie apstākļi, uz tiem balstītie secinājumi ir pareizi.

Līdz ar to, tiesa saskaņā ar LAPK 289.^{13} trešo daļu pilnībā pievienojas PTAC 2013.gada 18.jūlija lēmumā Nr.E03-PTU-K91-8 norādītajai motivācijai un atzīst, ka izvērstāks argumentu izklāsts nav nepieciešams, tā kā sūdzībā norādītie apstākļi atspēkoti 2013.gada 18.jūlija lēmumā Nr. E03-PTU-K91-8.

Rezolutīvā daļa:

Pamatojoties uz LAPK 166^{13}.panta otro daļu, 243., 243.^{1}, 244., 288., 289.^{6}, 289.^{7}, 289.^{12}, 289.^{13} pantu tiesa

nosprieda:

noraidīt SIA „SPI Distribution (Latvia)", reģ.Nr. 40003396995, sūdzību un atstāt negrozītu Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2013.gada 18.jūlija lēmumu Nr.E03-PTU-K01-8.

Administratīvās lietas materiālus atgriezt Patērētāju tiesību aizsardzības centram.

Spriedumu var pārsūdzēt 10 (desmit) darba dienu laikā no tā paziņošanas dienas Rīgas apgabaltiesā, iesniedzot sūdzību Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā.

Spriedums sastādīts un pieejams tiesas kancelejā 2013.gada 27.novembrī.

Tiesnese A.Ignatjeva