NORAKSTS
Lieta Nr.A42615607
A1432-09/6

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

Rīgā 2009.gada 7.aprīlī

Administratīvā rajona tiesa
šādā sastāvā: tiesnese E.Apīne,
piedaloties pieteicējas – sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA) „Furors" – pilnvarotajai pārstāvei *I.R.*,
atbildētājas pusē pieaicinātās iestādes – Patērētāju tiesību aizsardzības centra – pilnvarotajai pārstāvei Sarmītei Kapeikai,
atklātā tiesas sēdē Antonijas ielā 6, Rīgā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta pēc sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA) „Furors" pieteikuma par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2007.gada 22.augusta lēmuma Nr.E03-RIG-333 atcelšanu.

## Aprakstošā daļa

[1] 2007.gada 24.septembrī Administratīvajā rajona tiesā saņemts sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Furors" (turpmāk arī – pieteicēja) pieteikums par Patērētāju tiesību aizsardzības centra (turpmāk arī – PTAC) 2007.gada 22.augusta lēmuma Nr.E03-RIG-333 (turpmāk arī – Lēmums) atcelšanu.

2007.gada 18.jūnijā PTAC Reklāmas un e-komercijas uzraudzības daļas vadītāja vietnieks K.Sautiņš sastādīja aktu Nr.130[a] par to, ka 2007.gada 15.jūnijā kinoteātra „Forum cinemas" telpās ir noticis pasākums, kurā kinoteātra darbinieces apmeklētājiem dalījušas kartona žetonus. Uz minēto žetonu vienas puses ir bijis atveidots uzraksts „Europa Club", zem kura atveidoti kāršu masti, savukārt uz otras žetona puses atveidots karaliskam kronim līdzīgs grafisks zīmējums, zem kura novietots cipars „1". Kinoteātra darbinieces, dalot žetonus, apmeklētājiem norādījušas vietu ar diviem galdiem, pie kuriem ir tikusi izspēlēta kāršu spēle „Black Jack". Ar saņemtajiem žetoniem apmeklētāji ir varējuši piedalīties minētās kāršu spēles izspēlē, kurā naudas laimestu vietā tika piedāvātas akciju sabiedrības „Laima" ražotās konfektes „Kazino".

Improvizēto „Black Jack" spēli nodrošināja SIA „Furors" filmas *Ocean's Thirteen* popularizēšanas ietvaros.

[2] Ar PTAC 2007.gada 22.augusta lēmumu Nr.E03-RIG-333 jeb Lēmumu pieteicējai uzlikts naudas sods Ls 2500 apmērā, pamatojoties uz tālāk minēto argumentu pamata.

[2.1] 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.

PTAC konstatējis, ka laika posmā no 2007.gada 13.jūnija līdz 17.jūnijam kinoteātra „Coca-Cola Plaza" telpās noticis pasākums, dalot kinoteātra apmeklētājiem kartona žetonus un norādot uz iespēju piedalīties improvizētas kāršu spēles „Black Jack" izspēlē. Kartona žetoni tika izmantoti kā azartspēlēs obligāti iemaksājamā dalības likme, kas pastiprināja iespaidu par īstu azartspēli īstā azartspēļu norises vietā. Minētais pasākums atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo šāda veida pasākums veicina pieteicējas saimnieciskās darbības (azartspēles un derības) popularitāti un/vai pieprasījumu pēc tām.

Pieteicējas nolūks reklamēt minēto kāršu spēli izriet no lietas faktiskajiem apstākļiem. Vērtējot improvizētās kāršu spēles „Black Jack" izspēles procesu kopumā, secināms, ka pasākumā ir ietvertas vairākas saskanīgas darbības, kuras no loģikas viedokļa ļauj izdarīt slēdzienu, ka pasākuma mērķis bez filmas reklamēšanas ir bijis arī kāršu spēles „Black Jack" (respektīvi – SIA „Furors" klientiem piedāvātā pakalpojuma) reklamēšana. Turklāt konfekšu, kas aizvietoja naudas laimestu, nosaukums ir „Kazino", un uz to iepakojuma atveidoti kāršu masti. Personām, kuras piedalās šādā kāršu spēles izspēlē, var vai varētu tikt radīta papildus interese un stimuls piedalīties īstas azartspēles izspēlē īstā azartspēļu organizēšanas vietā.

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa 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 Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektā daļa nosaka, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām.

Tā kā reklāma tika izplatīta kinoteātra telpās, kuras nav azartspēļu organizēšanas vieta, reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām.

SIA „Furors" atbilst reklāmas devēja statusam Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo tā veica improvizētu kāršu spēles „Black Jack" izspēli kinoteātra telpās.

Organizējot šādu pasākumu, tiek veicināts pieteicējas komerciālais labums, jo uz kartona žetoniem atveidotais uzraksts „Europa Club" ļauj personām identificēt pieteicēju kā iepriekšminētā pasākuma organizētāju vai reklāmas devēju.

Likumā „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanas, publicēšanas, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību" 7.pants nosaka, ka spēkā esošie likumi un Ministru kabineta noteikumi ir saistoši visā Latvijas teritorijā, un neviens nevar aizbildināties ar to nezināšanu. Likumu un Ministru kabineta noteikumu nezināšana neatbrīvo no atbildības.

Pieteicēja nevarēja nezināt, ka ir aizliegts azartspēļu reklāmu izplatīt ārpus azartspēļu organizēšanas vietām.

[2.2] Uz kartona žetoniem attēlots „Europa Club" vizualizēts uzraksts. Ievadot, piemēram, interneta pārlūkprogrammā „Google" minēto uzrakstu „Europa Club", atveras SIA „Furors" interneta mājas lapa, kurā ir vizuāli identisks uzraksts „Europa Club" ar papildus norādi par kazino „Europa Club Casino", kas ir SIA „Furors" filiāle.

Turklāt zem uzraksta „Europa Club" atveidotie kreiča, pīķa, ercena un kārava kāršu mastu simboli konkrētajā gadījumā tika vērtēti kontekstā ar citiem konkrētās

reklāmas ietvaros veiktajiem pasākumiem, un tie neapšaubāmi norāda uz to saistību ar azartspēlēm, ko pieteicēja attiecībā uz konkrēto gadījumu nav apstrīdējusi.

[2.3] PTAC piekrīt, ka filmas popularizēšanas ietvaros izmantotā spēle nav uzskatāma par azartspēli Azartspēļu un izložu likuma 1.panta izpratnē, tomēr, organizējot šādas spēles publisku izspēli, tiek reklamētas īstas azartspēles. Minētais pants izdala kāršu spēli kā vienu no azartspēļu veidiem, tātad kāršu spēle „Black Jack" uzskatāma par azartspēli. PTAC nevar vērtēt pieteicējas apgalvojumu, ka minētā spēle, kas pazīstama ar nosaukumu „Acīte", ir populāra tautā kā vienkārša galda spēle, jo tas neattiecas uz administratīvā pārkāpuma lietas priekšmetu.

[2.4] Izvērtējot lietderības apsvērumus un ņemot vērā to, ka reklāmas izplatīšana vairs nenotiek, PTAC secina, ka lietderīgi ir saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, uzsākot lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā.

Pieteicēja ir izplatījusi azartspēļu reklāmu ārpus azartspēļu organizēšanas vietas, kas ir aizliegts ar Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piekto daļu, pieļaujot Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk arī – LAPK) 166.$^{13}$panta otrajā daļā noteikto administratīvo pārkāpumu.

Nosakot pieteicējai uzliekamo naudas soda apmēru, tika ņemti vērā tālāk minētie apstākļi:

[2.4.1] nav konstatēti administratīvo atbildību pastiprinoši apstākļi, taču konstatēti atbildību mīkstinošs apstāklis, proti, pieteicējas pārstāve izteica nožēlu par izdarīto pārkāpumu, kas izdarīts neapzināti;

[2.4.2] reklāmas izplatīšanas laiks un vieta – kinoteātrī „Forum cinemas" no 2007.gada 13. līdz 17.jūnijam no plkst.18.00- 21.00 – bijusi pieejama tai sabiedrības daļai, kas šajā laikā apmeklējusi kinoteātri;

[2.4.3] administratīvā pārkāpuma raksturu – organizējot šādus prezentācijas pasākumus kinoteātra apmeklētājiem, tai skaitā bērniem un pusaudžiem, reklāmas izplatīšanas laikā tiek radīta nepārprotama interese par kāršu spēli „Black Jack" un veicināta tās popularitāte un/vai pieprasījums pēc tās. Ar administratīvo sodu var tikt sasniegts leģitīms mērķis – aizstāvētas sabiedrības intereses reklāmas jomā, kā arī pieteicēja tiek motivēta šādu pārkāpumu neatkārtot.

[3] Pieteikumā norādīts, ka 2007.gada 15.jūnijā SIA „Forum cinemas" kinoteātrī „Coca-Cola Plaza" tika rīkota filmas *Ocean's Thirteen* reklāmas kampaņa ar mērķi veicināt pieprasījumu pēc kino pakalpojumiem, konkrēti, veicināt kino apmeklētāju interesi par filmu. Tā kā filmas scenārijā paredzētais norisinās Lasvegasā (ASV), SIA „Forum cinemas" noslēdza sadarbības līgumu ar pieteicēju, kas kinoteātra telpās nodrošināja improvizētu „Black Jack" spēli ar neīstiem kartona žetoniem. Spēlē varēja piedalīties ikviens kinoteātra apmeklētājs bez maksas, kā arī spēles laimestos tika piedāvātas konfektes.

Pieteicēja lūdz atcelt Lēmumu, pamatojoties uz tālāk minētiem argumentiem.

[3.1] PTAC, pieņemot Lēmumu, ir nepareizi interpretējis lietas faktiskos apstākļus, kā arī nepareizi piemērojis tiesību normas. PTAC ir pārkāpis Administratīvā procesa likuma (turpmāk arī – APL) 8.pantu, piemērojot tiesību normas, nav izmantojis tiesību normu interpretācijas pamatmetodes, lai sasniegtu taisnīgāko un lietderīgāko rezultātu. Tāpat nav ievērots APL 9.pants, kas paredz, ka

administratīvo aktu var pamatot ar faktiem, kuri nepieciešami lēmuma pieņemšanai, un no tiem izrietošiem objektīviem un racionāliem juridiskiem apsvērumiem.

Tāpat pieteicēja uzskata, ka PTAC nav ievērojis APL 59.panta pirmo un otro daļu, kas nosaka, ka pēc administratīvās lietas ierosināšanas iestāde iegūst informāciju, kas nepieciešama lēmuma pieņemšanai, un, iegūstot informāciju, iestāde var izmantot visas tiesiskās metodes. Pārkāpta arī APL 60.panta otrā daļa, kas nosaka iestādei aizliegumu vākt un administratīvajā procesā izmantot ar prettiesiskām metodēm iegūtu informāciju. Pieteicēja vērš tiesas uzmanību uz Lēmuma pieņemšanas termiņu.

[3.2] Ne ar kādiem pierādījumiem nav pamatots PTAC apgalvojums, ka iespēja piedalīties bezmaksas „Black Jack" spēlē pildīja arī kāršu spēles „Black Jack" reklamēšanas funkciju un veicināja tās popularitāti un/vai pieprasījumu pēc tās.

Attiecinot Reklāmas likuma 1.pantā norādīto reklāmas definīciju uz lietas faktiskajiem apstākļiem, ir jāņem vērā tas, ka, lai uzskatītu konkrētu pasākumu, kas saistīts ar saimniecisko vai profesionālo darbību, par reklāmu, viena no pamata pazīmēm ir nolūks, t.i., personas subjektīvā attieksme pret pasākumā sasniedzamo mērķi, tajā skaitā arī personas griba un vēlme, lai attiecīgais pasākums veicinātu preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Lēmumā nav konkrēti norādīts, no kādiem lietas faktiskajiem apstākļiem izriet pieteicējas nolūks reklamēt kāršu spēli „Black Jack".

Nevar piekrist, ka jebkāda darbība, kas līdzīga kādas personas saimnieciskajai darbībai, var tikt automātiski pasludināta par attiecīgās personas saimnieciskās darbības reklāmu.

Tikai filmas izplatītājs ir tiesīgs pieņemt lēmumu, kādā veidā tas savu pakalpojumu reklamēs un popularizēs. Pieteicējas veiktais pasākums kinoteātrī bija tikai un vienīgi filmas reklāma. Likumā nav noteikti ierobežojumi kino pakalpojumu sniedzējiem attiecībā uz personām, kuras būtu atļauts vai aizliegts pieaicināt kino pakalpojumu reklāmas pasākumu izpildē.

Nav ņemtas vērā pieteicējas un SIA „Forum cinemas" liecības, kā arī to noslēgtajā līgumā un PTAC adresētajās vēstulēs norādītais.

[3.3] Nekorekti un neatbilstoši faktiskajiem apstākļiem Lēmumā norādīts, ka žetoni tika izmantoti kā azartspēlēs obligāti iemaksājamā likme. Pieteicēja nekad nav organizējusi azartspēles ārpus to organizēšanas vietām. PTAC nav tiesīgs paust subjektīvu, uz pierādītiem faktiem nebalstītu viedokli, kā tika pastiprināts iespaids par īstu azartspēli īstā azartspēļu norises vietā.

[3.4] 2006.gada 22.jūnijā Patentu valdē ir iesniegta preču zīme „Europa Club" šādu pakalpojumu reģistrēšanai – audzināšana, apmācība, izpriecas, sporta un kultūras pasākumi, apgāde ar uzturu, viesu izmitināšana. Minētā preču zīme netiek lietota saistībā ar azartspēlēm. Savukārt preču zīme „Europa Club Casino" ir vizuāli atšķirīga un tiek lietota saistībā ar azartspēļu pakalpojumiem.

Ievadot interneta pārlūkprogrammā, piemēram, „Google" uzrakstu „Europa Club", neatveras SIA „Furors" mājas lapa, bet gan tiek piedāvāta „Europa Club" vārdus saturošu nosaukumu ar tiešsaisti attiecīgajai mājas lapai virkne.

[3.5] PTAC nekorekti interpretē Azartspēļu un izložu likuma 1.pantu un nepamatoti apgalvo, ka jebkura kāršu spēle „Black Jack" uzskatāma par azartspēli.

Minētā panta 1.punkts nosaka, ka azartspēle ir spēle, kurā fiziska persona, iemaksājot dalības likmi, var iegūt laimestu, kas pilnīgi vai daļēji ir atkarīgs no veiksmes gadījuma vai apstākļiem, kuri iepriekš nav zināmi. Savukārt panta 10.punkts nosaka, ka kāršu spēle ir azartspēle, kurā laimests ir atkarīgs no izliktajām kārtīm (to kombinācijas) un spēles noteikumos noteiktā laimesta koeficienta un kura nav aprīkota ar īpašu elektronisku programmu spēles vadīšanai un laimesta lieluma noteikšanai.

Filmas popularizēšanas ietvaros izmantotā spēle nav uzskatāma par azartspēli un nekur likumā nav norādīts, ka kāršu spēle „Black Jack" pati par sevi būtu uzskatāma par azartspēli. „Black Jack" ir pazīstama arī ar nosaukumu „Acīte" un ir populāra tautā kā vienkārša galda spēle.

Pieteicēja savās vēstulēs PTAC ir apstrīdējusi uz žetoniem atveidoto kāršu mastu simbolu saistību ar azartspēlēm.

[3.6] Nav pamata uzskatīt, ka pieteicēja kvalificējama kā azartspēļu reklāmas devējs Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē. Konkrētajā gadījumā pieteicējas rīcībā nav saskatāmas azartspēļu reklāmas pazīmes, jo netika reklamētas azartspēles. Faktiski pieteicēja sniedza pakalpojumu SIA „Forum cinemas".

[4] 2007.gada 29.oktobrī Administratīvajā rajona tiesā saņemtajos paskaidrojumos PTAC pieteikumu uzskata par nepamatotu un noraidāmu.

[4.1] Pieteicēja nav motivējusi un argumentējusi, kādā veidā, pieņemot Lēmumu, ir izpaudies APL 8.,9., 59.panta pirmās daļas un 60.panta otrās daļas normu pārkāpums.

[4.2] PTAC nepiekrīt pieteicējas norādei par Lēmuma pieņemšanas termiņa neievērošanu. Administratīvā lieta tika ierosināta saistībā ar Reklāmas likuma pārkāpumiem, tāpēc lieta tika izvērtēta saskaņā ar Reklāmas likuma 14.pantā noteiktajiem termiņiem.

Konkrētajā gadījumā lieta tika uzsākta 2007.gada 18.jūnijā, bet, tā kā bija nepieciešams iegūt papildus informāciju par lietas faktiskajiem apstākļiem, 2007.gada 6.jūlijā pagarināts reklāmas izvērtēšanas termiņš līdz 2007.gada 1.augustam, kad tika pieņemts lēmums par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā.

[4.3] Lēmuma motīvu daļā pilnīgi un vispusīgi ir vērtēti visi lietas faktiskie apstākļi, kā arī sniegts izsmeļošs piemēroto tiesību normu uzskaitījums.

[5] Tiesas sēdē pieteicējas pārstāve prasību uzturēja un papildus paskaidroja, ka lietā nav pierādījumu, ka cilvēki, kas spēlēja improvizēto kāršu spēli „Black Jack", to saistītu ar pieteicējas saimniecisko darbību. Netika veikts nekāds pētījums saistībā ar minēto, kā arī netika pieaicināti eksperti, lai novērtētu, vai reklāma radījusi sekas.

Pārstāve atzīt, ka par līguma izpildi netika veikti naudas maksājumi, tas bijis kā barteris, jo SIA „Forum cinemas" rīkoja ballīti pieteicējai piederošajās telpās.

„Europa Club Casino" tika atvērts 2006.gadā. Tika saražots liels daudzums žetonu, kas bija paredzēti iekšējo pasākumu organizēšanai. Tā kā uz žetoniem uzdrukāta nepareizā preču zīme, proti, „Europa Club", tad tie arī netika izmantoti saistībā ar azartspēlēm. Minētā preču zīme pieder citam uzņēmuma, kas

nenodarbojas ar azartspēļu pakalpojumiem. Tā kā žetoni neidentificē azartspēles, tad tie tika izmantoti filmas reklāmas pasākumā. Ārzemēs šādus žetonus izmanto gan kā numuriņus, gan kā ieejas biļetes. No SIA „Forum cinemas" nebija pieprasījums izmantot filmas simboliku, jo tad viņiem pašiem būtu jānodrošina šādi žetoni.

[6] Tiesas sēdē PTAC pārstāve prasību neatzina un papildus paskaidroja, ka žetoni izskatās tādi paši, kādi tie attēloti pieteicējas interneta mājas lapā, tikai kāršu masta zīmes vietā rakstīts „Casino".

Tā kā pasākuma atmosfēra bija kā īstā kazino un tas arī cilvēkiem asociējās ar azartspēlēm, tad SIA „Forum cinemas" nekādā gadījumā šādā veidā nevarēja reklamēt filmu. Arī SIA „Forum cinemas" ir saukti pie atbildības, ir samaksāta uzliktā soda nauda Ls 1500 apmērā.

Šāds soda naudas apmērs piemērots, ievērojot vienlīdzības principu, jo līdzīgās lietās arī citām personām šāda summa piemērota. Taču soda nauda SIA „Forum cinemas" un pieteicējai atšķiras, jo pirmā uzskatāma par reklāmas izplatītāju, bet pieteicēja – par reklāmas devēju ar nolūku gūt komerciālu labumu.

## Motīvu daļa

[7] Tiesa, uzklausot pieteicējas pārstāves, kā arī atbildētāja pārstāves paskaidrojumus, iepazīstoties ar rakstveida paskaidrojumiem un pārbaudot lietas materiālus, tajā skaitā, lietisko pierādījumu, atzīst, ka pieteikums ir nepamatots un noraidāms.

[8] Ar Lēmumu pieteicēja saukta pie administratīvās atbildības par LAPK $166.^{13}$ panta otrās daļas pārkāpumu, t.i., *„par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu – uzliek naudas sodu fiziskajām personām līdz divsimt piecdesmit latiem, bet juridiskajām personām – līdz desmittūkstoš latiem"*.

Tā kā pieteicēja Lēmumu uzskata par prettiesisku un pilnībā nepamatotu, tiesai jāpārbauda pieņemtā Lēmuma tiesiskums un atbilstība procesuālo un materiālo tiesību normām.

[9] Vērtējot pieteicējas iebildes par APL 64.panta pirmajā daļā norādītā lēmuma pieņemšanas termiņa ievērošanu, tiesa secina, ka primāri LAPK lietās ir vērtējams LAPK 37.pantā noteiktais administratīvā soda uzlikšanas termiņš, bet reklāmas jomā arī tie procesuālie termiņi, kas noteikti Reklāmas likuma 14.pantā.

Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.panta 7.punkts paredz, ka lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā nevar iesākt, bet iesāktā lietvedība ir jāizbeidz, ja līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas brīdim ir pagājuši Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 37.pantā paredzētie termiņi. Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 37.panta pirmā daļa noteic, ka administratīvo sodu var uzlikt ne vēlāk kā četru mēnešu laikā no pārkāpuma izdarīšanas dienas, bet, ja pārkāpums ir ilgstošs, - četru mēnešu laikā no tā atklāšanas dienas.

Izskatāmajā gadījumā jēdzienu „pārkāpuma atklāšanas diena" konkretizē Reklāmas likuma 14.panta trešā daļa kopsakarā ar 15.panta ceturtās daļas 5.punktu. Šīs tiesību normas noteic, ka uzraudzības iestāde, izvērtējot reklāmu un konstatējot,

ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, pieņem lēmumu par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un par administratīvā soda piemērošanu likumā noteiktajā kārtībā. Tātad pārkāpuma atklāšanas diena reklāmas pārkāpumu lietās ir uzraudzības iestādes lēmuma pieņemšanas diena par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā.

Izskatāmajā lietā iespējamais reklāmas pārkāpums konstatēts 2007.gada 18.jūnijā par notiekošu pasākumu kinoteātrī „Forum cinemas" 2007.gada 15.jūnijā. Lēmumu par lietvedības uzsākšanu pēc lietas apstākļu pārbaudes pabeigšanas PTAC pieņēma 2007.gada 1.augustā, bet lēmums par administratīvā soda uzlikšanu tika pieņemts 2007.gada 22.augustā. No minētā tiesa secina, ka atbildētājs ir ievērojis LAPK 37.pantā minētos termiņus.

Tāpat atbildētājs kopumā ir ievērojis arī Reklāmas likuma 14.panta otrajā daļā norādītos termiņus, kas noteikti tieši attiecībā pret reklāmas pārbaudi un izvērtēšanu.

Reklāmas likuma 14.panta otrā daļa noteic, ka *„Uzraudzības iestāde izvērtē reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām 20 dienu laikā [..] no dienas, kad tā pēc savas iniciatīvas uzsākusi izvērtēt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām. Ja objektīvu iemeslu dēļ šajā termiņā nav iespējams izvērtēt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pagarināt reklāmas izvērtēšanas termiņu uz laiku līdz četriem mēnešiem, skaitot termiņu no dienas, kad [..] Uzraudzības iestāde pēc savas iniciatīvas uzsākusi izvērtēt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām. Par reklāmas izvērtēšanas termiņa pagarināšanu Uzraudzības iestāde rakstveidā informē personu, kas iesniegusi iesniegumu, vai iestādi, kas sniegusi attiecīgo informāciju".* Lai arī likumdevējs nav norādījis, ka informācija par reklāmas izvērtēšanas termiņa pagarinājumu jāsūta iespējamajam administratīvā akta adresātam, tiesas ieskatā šāda rīcība atbilstu labas pārvaldības principam.

Tomēr, neskatoties uz to, ka PTAC nav paziņojis pieteicējai lēmumu par reklāmas izpētes lietas termiņa pagarinājumu, pieteicēja ir informēta par lietas virzību 2007.gada 17.jūlija pieprasījuma vēstulē Nr.21-06/5597 „Par viedokļa izteikšanu", no kā tiesa secina, ka šāds procesuālais pārkāpums nav būtisks un Lēmuma tiesiskumu ietekmējošs.

Tāpat secināms, ka atbildētājs ir ievērojis LAPK 37.pantā noteiktos termiņus personas administratīvai sodīšanai, t.i., Lēmums pieņems mazāk kā četru mēnešu laikā no pārkāpuma atklāšanas brīža, un pieteicējas iebildumi par termiņu neievērošanu izskatāmajā lietā nav pamatoti.

[10] Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.panta 1.punkts paredz, ka lietvedība administratīvā pārkāpuma lietā ir jāizbeidz, ja notikumā nav administratīvā pārkāpuma sastāva. Tādēļ pārbaudāms, vai izskatāmajā lietā ir pārkāpuma sastāvs.

Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa jeb LAPK 166.$^{13}$pants paredz administratīvo atbildību par reklāmas noteikumu pārkāpšanu. Pants sadalīts divās daļās. Pirmā daļa paredz tiesiskas sekas (administratīvo atbildību) par reklāmas sniegšanas vai izplatīšanas kārtības pārkāpumiem. Panta otrā daļa paredz administratīvo atbildību par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.

Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa noteic, ka *"papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos"*. Tātad aizliegumu uzskaitījums Reklāmas likumā nav izsmeļošs un likumdevējs ir noteicis, ka aizliegumi reklāmas jomā var būt atrodami arī citās tiesību normās.

Tā Azartspēļu un izložu likuma 41.pants noteic ierobežojumus azartspēļu organizēšanai, t.sk., *"azartspēļu organizētājam ir aizliegts organizēt azartspēles, ja pastāv vismaz viens no šādiem nosacījumiem: azartspēlēs piedalās personas, kuras nav sasniegušas 18 gadu vecumu* (41.panta pirmās daļas 6.punkts); *azartspēles nav atļauts organizēt: publisko pasākumu rīkošanas vietās šo pasākumu norises laikā, izņemot totalizatoru un derības* (41.panta otrās daļas 5.punkts); *veikalos, kultūras iestādēs, dzelzceļa stacijās, autoostās, lidostās, ostās, izņemot spēļu zāles, totalizatoru vai derību likmju pieņemšanas vietas, kas izveidotas ar būvkonstrukcijām norobežotās telpās ar atsevišķu ieeju tikai no ārpuses*; (41.panta otrās daļas 7.punkts), kā arī *„azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi"* (41.panta piektā daļa) un „*aizliegts piedāvāt piedalīšanos azartspēlē par velti, kā dāvanu vai balvu vai kā kompensāciju par preces iegādi vai pakalpojumu saņemšanu"* (41.panta sestā daļa).

No minētā panta piektās daļas nepārprotami ir secināms, ka jebkāda azartspēļu reklāma ārpus azartspēļu organizēšanas vietām ir aizliegta. Tātad, ja persona veic azartspēļu reklamēšanu ārpus azartspēļu organizēšanas vietas, minētais uzskatāms par aizliegtu reklāmu.

Lietā nav strīda par to, ka kinoteātra „Forum Cinemas" telpās neatrodas pieteicējas azartspēļu organizēšanas vieta, kas noteiktā kārtībā ir iekļauta pieteicējas rīcībā esošajās atļaujās par azartspēļu rīkošanu konkrētajam komersantam.

Vērtējot to, vai kinoteātris „Forum cinemas" varētu būt uzskatāms par azartspēļu rīkošanas vietu, tiesa secina, ka šāds viedoklis nevar tikt apstiprināts, jo, *pirmkārt*, tiesas ieskatā kinoteātris ir uzskatāms par kultūras iestādi, kas tiek apliecināts ar sekojošu juridisku siloģismu, t.i., kino ir kultūras nozare, kura veidojas no scenogrāfijas, režisūras, mūzikas, tēlotājas mākslas, aktierspēles, kā arī – kino filmas ir kultūras vērtība un katras tautas kultūras mantojuma sastāvdaļā. Tā kā kinoteātrī „Forum cinemas" tiek demonstrētas kino filmas, pastāv pamats uzskatīt, ka kinoteātris „Forum cinemas" ir kultūras iestāde.

Tātad kinoteātris „Forum cinemas" nevar būt azartspēļu organizēšanas vieta Azartspēļu un izložu likuma 41.panta otrās daļas 7.punkta izpratnē.

*Otrkārt*, tiesa secina, ka kinoteātris ir publisku pasākumu rīkošanas vieta, kā to noteic Publisku izklaides un svētku pasākumu drošības likuma 1.panta 1.punkts, t.i., *„publisks pasākums ir fiziskās vai juridiskās personas plānots un organizēts sabiedrībai pieejams svētku, piemiņas, izklaides, sporta vai atpūtas pasākums publiskā vietā neatkarīgi no īpašuma piederības"* un $1^1$.punkts, t.i., *„publiska vieta šā likuma izpratnē ir jebkura vieta, kura neatkarīgi no tās faktiskās izmantošanas vai īpašuma formas kalpo sabiedrības kopējo vajadzību un interešu nodrošināšanai un kura par maksu vai bez maksas ir pieejama ikvienai fiziskajai personai, kas nav attiecīgās vietas īpašnieks, tiesiskais valdītājs, turētājs, algots darbinieks vai cita*

*persona, kuras atrašanās attiecīgajā vietā ir saistīta ar darba pienākumu izpildi, pasākuma organizēšanu vai ir uz uzņēmuma līguma pamata".*

Tātad kinoteātris „Forum cinemas" nevar būt azartspēļu organizēšanas vieta arī Azartspēļu un izložu likuma 41.panta otrās daļas 7.punkta izpratnē. Ja pieteicēja ir veikusi azartspēļu reklamēšanu kinoteātra telpās, tad pieteicēja ir saucama pie administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 166.[13]panta otro daļu.

[11] Sākotnēji tiesa uzskata par nepieciešamu noskaidrot, vai kāršu spēle „Black Jack" jeb „acīte", kā to norāda pieteicēja, ir uzskatāma par azartspēli.

Pieteicēja savos paskaidrojumos norāda, ka minētā spēle ir tikai tautā iecienīta galda spēle, taču tiesa secina, ka šāds pieteicējas viedoklis nav pamatots.

Azartspēļu un izložu likuma 1.panta 1.punkts noteic, ka azartspēle ir *„spēle, kurā fiziskā persona, iemaksājot dalības likmi, var iegūt laimestu, kas pilnīgi vai daļēji ir atkarīgs no veiksmes gadījuma vai apstākļiem, kuri iepriekš nav zināmi. Par azartspēli nav uzskatāma tāda spēle spēļu automātā, kurā vienīgais laimests ir bezmaksas spēle šajā spēļu automātā, kā arī spēle spēļu automātā ar mantiska rakstura laimestu (izņemot laimestu naudā), kura vērtība nav lielāka par 10 latiem."*

Savukārt, minētā panta 10.punkts noteic, ka kāršu spēle ir *„azartspēle, kurā laimests ir atkarīgs no izliktajām kārtīm (to kombinācijas) un spēles noteikumos noteiktā laimesta koeficienta un kura nav aprīkota ar īpašu elektronisku programmu spēles vadīšanai un laimesta lieluma noteikšanai".*

Lietā nav noliegts secinājums, ka „acīte" jeb „Black Jack" ir kāršu spēle. Ja par pamatotu uzskata pieteicējas viedokli, ka „acīte" jeb „Black Jack" nav azartspēle, bet gan vienkārša un tautā iecienīta galda spēle, tad nav saprotams, kālab pieteicēja minēto spēli iekļāvusi savā kazino pakalpojumu piedāvājumā. Minēto informāciju tiesa ieguva, ieskatoties pārklūkprogrammā google.lv, lai noskaidrotu, kādi ir minētās spēles noteikumi. Meklējot pēc atslēgas vārda „black jack noteikumi", pirmais atrastais ieraksts bija pieteicējas mājas lapa ar norādi uz minētās spēles noteikumiem, kāršu kombinācijām, to vērtību (http://www.google.lv/search?hl=lv&q=black+jack+noteikumi&meta=lr%3Dlang_lv).

Spēlējot „Black Jack", personas veiksme ir atkarīga no nejaušības principa jeb izliktajām kārtīm un to kombinācijas, tāpēc tiesai ir pamats uzskatīt, ka šī spēle ir azartspēle Azartspēļu un izložu likuma 1.panta 1. un 10.punktu izpratnē, jo pieteicējas rīkotās spēles kinoteātrī „Forum cinemas" nav organizētas ar spēļu automātu palīdzību un neatbilst Azartspēļu un izložu likuma 1.panta 1.punktā norādītajiem izņēmumiem.

Ja personas kādu no kāršu spēlēm spēlē sadzīves apstākļos, savās mājas, minētais nemaina spēles būtību, t.i., šī spēle ir azartspēle, tomēr, lai konstatētu atbildības priekšnoteikumus par šādas spēles rīkošanu, piedalīšanos vai reklamēšanu, ir jākonstatē citi priekšnoteikumi, ko tiesa arī veiks šīs lietas ietvaros attiecībā uz pieteicēju.

[12] Reklāmas likuma 1.pants noteic, 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".*

Pieteicēja uzskata, ka nav saucama pie administratīvās atbildības, jo komersanta darbībās nav bijis nolūks kaut ko reklamēt, kamēr Reklāmas likumā ietvertais reklāmas jēdziens ietver nolūka nepieciešamību.

Vērtējot šo pieteicējas argumentu, tiesa to noraida kā nepamatotu šādu iemeslu dēļ:

[12.1] vērtējot Reklāmas likuma 1.panta saturu, secināms, ka likumdevējs ir norādījis tajā „paziņojuma vai pasākuma" nolūku jeb mērķi. Tiesa nesaskata iemeslus, kālab šī tiesību norma būtu izprotama tikai kā reklāmas devēja, izplatītāja vai izgatavotāja, t.i., subjekta nolūks, kā to uzsver pieteicēja.

Tiesa uzskata, ka jebkādas darbības pamatā vienmēr ir nolūks – mērķis, kālab šī darbība tiek plānota, uzsākta un realizēta. Šāds secinājums izdarāms arī attiecībā uz pasākumiem, jo to rīkošanas mērķi var būt dažādi, piemēram, darbinieku motivācijas un komersanta sadarbības attiecību uzlabošanai, rīkojot korporatīvu pasākumu, atzinības izteikšanai, rīkojot bērnu svētkus par sekmīgu mācību gada pabeigšanu, kā arī daudzi un dažādi iemesli. Tomēr vienlaikus ar pasākuma rīkošanas pamatmērķi jeb nolūku ir sasniedzami arī citi mērķi, tajā skaitā, neplānoti.

Nav noliedzams, ka primāri 2007.gada 15.jūnija pasākums kinoteātra „Forum cinemas" telpās tika rīkots ar mērķi popularizēt kinoteātra jauno filmu – *Ocean's Thirteen*, palielinot par to kinoteātra apmeklētāju interesi un piesaistot potenciālo skatītāju interesi. Tomēr, neskatoties uz to, tiesa uzskata, ka konkrētajā gadījumā, veidojot sadarbību ar citiem komersantiem, kinoteātrī varēja tikt popularizēta arī cita komersanta darbība, pakalpojums vai prece.

Reklāma ne vienmēr ir tieši komersanta *firmas* prezentēšana. Reklāmas saturs var būt arī pakalpojuma vai preces popularizēšana. Minētais panākams arī ar tādu darbību veikšanu, kā, piemēram, azartspēļu organizēšanu, kad personām publiskā vietā ir brīvi pieejama iespēja izmēģināt spēli „Black Jack", kas piesaista interesi kā izklaides pasākums, bet var arī radīt personas vēlmi atrast kādu no azartspēļu organizēšanas vietām, lai izmēģinātu veiksmi, piedaloties spēlē ar naudas līdzekļiem. Minētais tiklab attiecināms arī uz citiem pasākumiem, kā piemēram, dažādas degustācijas, kas tiek rīkotas, lai ieinteresētu potenciālos pircējus un radītu viņos vēlmi piedāvāto produktu iegādāties. Produkta piegādātājam šajā gadījumā nav nozīmes, pie kura komersanta prece vēlāk tiks pirkta, jo interese par preci jau ir radīta kopumā. Šādus apstākļus tiesa secina arī no izskatāmās lietas, t.i., ja apstiprinās pieteicējas apgalvojums, ka ar pasākumu kinoteātrī „Forum cinemas" pieteicēja nav reklamējusi tieši savu komercdarbību, minētais neizslēdz faktu, ka pieteicēja ir reklamējusi azartspēles kā produktu. Pie tam, jāņem vērā, ka arī pieteicēja piedāvā šo produktu Latvijas tirgū.

[12.2] vērtējot pieteicējas norādītā nolūka vai vainas esamību (subjektīvā puse) pieteicējas darbībās izskatāmās lietas ietvaros, tiesa secina, ka minētajā lietā šim faktam nav izšķirošas nozīmes.

No LAPK 9.panta pirmās daļas izriet, ka par administratīvo pārkāpumu atzīstama vainojama (ar nodomu vai aiz neuzmanības izdarīta) darbība vai bezdarbība. 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. Šķērslis tam ir apstāklis, ka nekāda juridiskās personas psihiskā darbība nepastāv. Ja tiesībpārkāpumu izdara juridiska persona, tad konstatējams un pierādāms tiesībpārkāpums, bet tajā netiek ietverta vaina. Juridiskās personas administratīvās atbildības pamatojumā varētu likt konstatēto juridiskās personas faktisko darbību vai bezdarbību, kas atzīta par prettiesisku un sodāmu, bez jebkādas norādes uz vainu (*sk. Krastiņš U. Konceptuāli par vainu administratīvajās tiesībās. Jurista Vārds Nr. 23 (476), 2007.gada 5.jūnijs*).

Līdz ar to tiesa atzīst, ka juridiskās personas izdarīta administratīvā pārkāpuma gadījumā nav nepieciešams konstatēt pie atbildības saucamās personas vainu un ka administratīvo sodu ir pamats piemērot, konstatējot un pierādot pašu tiesībpārkāpumu.

Tādējādi LAPK 166.[13]panta otrās daļas izpratnē tiesai ir jākonstatē, ka kinoteātrī „Forum cinemas" ir konstatēta aizliegtas reklāmas sniegšana vai izplatīšana.

Tiesa uzskata, ka šīs lietas ietvaros, pārbaudot atbildētāja Lēmumu un vērtējot kopsakarā ar atbildētāja argumentiem, ir pierādīts, ka azartspēles „Black Jack" reklāma ir uzskatāma par aizliegtu reklāmu un ka kinoteātrī "Forum cinemas" filmas *Ocean's Thirteen* reklāmas kampaņas ietvaros ir reklamētas arī azartspēles.

[13] Atbildētājs ar Lēmumu ir konstatējis, ka pieteicēja ir uzskatāma par reklāmas devēju, jo, izmantojot spēļu žetonus, uz kuriem ir uzraksts „Europa Club", pieteicēja gūst arī komerciālu labumu.

Savukārt, SIA „Forum cinemas" Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē ir uzskatāma par izplatītāju un arī saukta pie administratīvās atbildības piemērojot naudas sodu Ls 1500. Kā atbildētāja pārstāve norādīja tiesas sēdē, tad SIA „Forum cinemas" lēmumu par administratīvā soda uzlikšanu nav pārsūdzējusi, atzīstot sevi par reklāmas izplatītāju, kas vainojams administratīvā pārkāpuma izdarīšanā.

Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa noteic, 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."*

Atbilstoši Reklāmas likuma 11.pantam *reklāmas izgatavotājs ir persona, kas pēc reklāmas devēja pasūtījuma izgatavo, pārveido vai adaptē reklāmu* (11.panta pirmā daļa), bet Reklāmas likuma 12.pantā paredzēts, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam* (12.panta pirmā daļa).

No aplūkotajām Reklāmas likuma tiesību normām kopsakarā ar LAPK 166.[13]panta otrās daļas saturu izriet, ka atbildīgs par reklāmas noteikumu ievērošanu ir gan reklāmas devējs (10.panta otrā un trešā daļa), gan izgatavotājs (11.panta otrā daļa), gan izplatītājs (12.panta otrā un ceturtā daļa).

Tātad LAPK 166.[13]pantā ir paredzēta reklāmas devēja, izgatavotāja un izplatītāja administratīvā atbildība par reklāmas noteikumu pārkāpumiem.

Tiesa, pārbaudot lietas materiālus un procesa dalībnieku paskaidrojumus, secina, ka atbildētājs pamatoti ir Lēmumā atzinis pieteicēju par reklāmas devēju.

Kaut arī pieteicēja norāda, ka tās darbībās nav bijis nolūks gūt komerciālu labumu, tiesa jau secināja, ka juridiskai personai, atšķirībā no fiziskās personas,

kurai ir apziņa un subjektīvā griba, šāds nolūks nav identificējams, bet nosakāms, vērtējot komersanta veiktās darbības.

Atbildētājs pamatoti ir konstatējis, ka sadarbības līguma ietvaros pieteicēja ir pielīgusi sev ekskluzīvu tiesību būt par SIA „Forum cinemas" partneri „Black Jack" spēles organizēšanai (lietas 30.lapa, līguma 2.1.punkts), kas apliecina pieteicējas kā komersanta interesi gūt labumu šīs sadarbības ietvaros.

Piedaloties firmas reklāmas kampaņā pieteicēja ir ieguvusi ekskluzīvas tiesības reklamēt azartspēļu pakalpojumu, t.i., SIA „Forum cinemas" nodrošināja pieteicējai iespēju būt vienīgajam komersantam, kurš organizē spēli „Black Jack" kinoteātra telpās laika posmā no 2007.gada 23.-17.jūnijam, no plkst.18:00 – 21:00.

Tā kā pieteicējas komercdarbība, par ko lietā nav strīda, ir cieši saistīta arī ar azartspēļu biznesu, tad secināms, ka pieteicējai šajā laika posmā bija iespēja reklamēt (dot) savu produktu (azartspēles) kinoteātra apmeklētājiem, kā rezultātā radot iespēju izraisīt kādā no kinoteātra apmeklētājiem arī noturīgu interesi par azartspēlēm. Protams, ka minētais apstāklis par noturīgas intereses esamību ir pieņēmums, jo lietā nav iegūti pierādījumi par to, vai kāds no kinoteātra apmeklētājiem pēc improvizētās spēles ir apmeklējis kazino, taču tiesa to uzskata par sekundāru. Pirmkārt, nav noliedzams, ka azartspēles izraisa atkarību, kas tiek klasificēta kā slimība, un, otrkārt, pieteicējai, kas nodarbojas ar azartspēļu organizēšanu šāda iespējamība bija jāparedz un jāveic darbības, lai pārkāpumu nepieļautu. Reklamējot azartspēles kā jebkuru citu produktu, ir jārēķinās ar to, ka produkts izraisa potenciāla patērētāja interesi.

Lietā ir strīds par to, kāda nozīme ir spēļu žetoniem, kas tikuši izmantoti „Black Jack" spēlē. Vērtējot lietisko pierādījumu (lietas 59.lapa), tiesa konstatē, ka atbildētājs precīzi norādījis Lēmumā to informāciju, kas atspoguļota uz žetona, tajā skaitā, uzrakstu „Europa Club".

Pieteicēja norāda un par to lietā nav strīda, ka pieteicējai pieder divas preču zīmes – „Europa Club" un „Europa Club Casino", no kurām tikai „Europa Club Casino" ir saistīta ar kazino darbību un azartspēlēm.

Tiesa, novērtējot procesa dalībnieku paskaidrojumus kopsakarā ar lietisko pierādījumu, secina, ka atbildētāja Lēmumā atspoguļotais viedoklis par preču zīmes izmantošanu ir pamatots. Pie tam, starp preču zīmēm, kas pieder pieteicējai nav būtiskas atšķirības, izņemot vārda „Casino" izmantošanu. Tiesai nav šaubu, ka pēc žetoniem, kas tika izmantoti 2007.gada 15.jūnija spēlē, ir identificējama un atrodama tieši pieteicēja, kā arī pieteicējas sniegtais pakalpojums. Tādējādi, organizējot spēli „Black Jack", pieteicēja ir sniegusi informāciju arī par sevi.

Pieteicēja nepiekrīt, ka veicot meklēšanu kādā no pārlūkprogrammām ar atslēgvārdiem „Eiropa Club", ir atrodama informācija par pieteicējas darbībām azartspēļu jomās, jo „Eiropa Club" preču zīme attiecas uz dažādu pasākumu organizēšanu, izmitināšanu, bāra pakalpojumiem.

Tomēr, ieskatoties pārlūkprogrammā google.lv un veicot informācijas meklēšanu ar atslēgvārdiem „Eiropa Club" tiesa ir guvusi apstiprinājumu atbildētāja viedoklim, t.i., pirmais no atrastajiem ierakstiem ir „Eiropa Club Casino", kā arī tālākā informācija šajā lapā ir tieši par preču zīmi „Eiropa Club Casino", nevis „Eiropa Club" (http://www.google.lv/search?hl=lv&q=Europa+Club&meta=).

Minētais tiesai liek secināt, ka ikvienai personai, kuras rokās nonāca spēļu žetons ar uzrakstu „Eiropa Club" ir bijušas visas iespējas identificēt pieteicēju kā pakalpojuma sniedzēju kinoteātrī „Forum cinemas". Un, ja šādai personai radās interese par azartspēlēm, tad attiecīgi pēc informācijas uz žetona bija iespējams atrast spēļu zāli, kazino vai citādi dēvētu azartspēļu organizēšanas vietu, kur pieteicēja sniedz savus pakalpojumus.

Tādējādi tiesa uzskata, ka PATC ir pierādījis, ka pieteicēja ir reklāmas devēja, kura saucama pie administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 166.[13]panta otro daļu un pieteicējas darbībās ir administratīvā pārkāpuma sastāvs.

[14] LAPK 166.[13]panta otrās daļas sankcija paredz naudas sodu juridiskām personām līdz desmittūkstoš latiem.

Nosakot administratīvā soda apmēru iestāde saskaņā ar LAPK 32.panta otrajā daļā noteikto *„ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus".* Atbildību mīkstinošo apstākļu uzskaitījums ir dots LAPK 33.pantā, bet pastiprinošo apstākļu – LAPK 34.pantā.

Ar Lēmumu pieteicējai piemērots naudas sods Ls 2500 apmērā, ko tiesa uzskata par samērīgu un adekvātu.

Administratīvā rajona tiesa uzskata, ka konkrētā administratīvā pārkāpuma kontekstā ir *būtisks* tas apstāklis, ka azartspēles tika reklamētas publiskā vietā un laikā, kad šī vieta ir pieejama nepilngadīgām personām. Pieteicēja, kas darbojas azartspēļu biznesā nevar neapzināties nepieciešamību aizsargāt nepilngadīgas personas no azartspēļu kaitīgās ietekmes, kas, citstarp, ir nostiprināta arī tiesību normās. Laiks, kad tika organizētas azartspēles, atbilst tam laikam, kad nepilngadīgas un arī mazgadīgas personas drīkst atrasties publiskās telpās bez vecāku uzraudzības, kas kontrolētu viņu rīcību. Tāpat arī kinoteātra telpās tiek vienlaikus demonstrētas vairākas filmas, tajā skaitā, bērnu un izklaides filmas bez vecuma ierobežojuma, kas ļauj šādiem apmeklētājiem brīvi pārvietoties kinoteātra telpās.

Minētais atbilst LAPK 34.panta pirmās daļas 3.punktā norādītajam atbildību pastiprinošam apstāklim.

Tāpat pieteicēja nevarēja neapzināties, ka reklāmas pasākums, kas tika organizēts tādā veidā, kā konstatēts lietā, nav pieļaujams attiecībā uz azartspēļu reklāmu.

Tiesa uzskata, ka ar piemēroto sodu vienlaikus tiek sasniegts LAPK 22.pantā norādītā administratīvā soda mērķis, t.i., *„administratīvais sods ir atbildības līdzeklis un tiek piemērots, lai personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, audzinātu likumu ievērošanas un sadzīves noteikumu cienīšanas garā, kā arī lai tiklab tiesību pārkāpējs, kā citas personas neizdarītu jaunus pārkāpumus".*

Administratīvā rajona tiesa secina, ka atbildētājs ir vispusīgi izskatījis administratīvā pārkāpuma lietu, ir ieguvis pierādījumus, uzklausījis pieteicēja paskaidrojumus, kā arī veicis lietderības apsvērumus, kas attiecas uz vainu mīkstinošiem un pastiprinošiem apstākļiem, nosakot sodu tiesību normā noteiktās sankcijas apmērā. Pieņemtais Lēmums atbilst procesuālo un materiālo tiesību normām, kādas piemērojamas, izskatot konkrēto administratīvo lietu.

Tādējādi Lēmums ir atzīstams par tiesisku un nav atceļams, bet pieteicējas pieteikums ir noraidāms.

**Rezolutīvā daļa**

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246. – 251., 289. – 291.pantu, Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 286.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā rajona tiesa

**nosprieda:**

noraidīt sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA) „Furors" pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2007.gada 22.augusta lēmuma Nr.E03-RIG-333 atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt apelācijas kārtībā Administratīvajā apgabaltiesā, iesniedzot apelācijas sūdzību Administratīvās rajona tiesas Rīgas tiesu namā divdesmit dienu laikā no sprieduma sastādīšanas dienas.

Tiesnese /paraksts/ E.Apīne

NORAKSTS PAREIZS
Administratīvā rajona tiesas
tiesnese _____E. Apīne
Rīgā, 2009.gada 7.aprīlī