

D Ó M U R

Héraðsdóms Reykjaness mánudaginn 4. júní 2007 í máli nr. S-338/2006:

Ákærvaldið

(Karl Ingi Vilbergsson ftr.)

gegn

Karli Garðarssyni

(Björgvin Þorsteinsson hrl.)

Mál þetta, sem dómtekið var 14. maí s.l., er höfðað með ákæru lögreglustjórans í Kópavogi 24. febrúar 2007 gegn Karli Garðarssyni, kt. 000000-0000, Lindarbergi 66, Hafnarfirði „fyrir áfengislagabrot, með því að hafa, sem ritstjóri dagblaðsins Blaðsins, sem gefið er út af Ár og degi ehf., kt. 000000-0000, Bæjarlind 14-16, Kópavogi, birt í blaðinu neðangreindar auglýsingar á áfengi.

- a) í 10. tbl. útg. 20. maí 2005, bls. 30, bjór af gerðinni Carlsberg,
- b) í 82. tbl., útg. 1. september 2005, bls. 22, bjór af gerðinni Carlsberg,
- c) í 83. tbl., útg. 2. september 2005, bls. 22, gosdrykki af gerðinni Woody's og WKD, og
- d) í 169. tbl., útg. 19. desember 2005, bls. 20 og 21, vín af gerðinni Fresita.

Háttsemi ákærða telst varða við 20. gr., sbr. 27. gr. áfengislaga nr. 75,1998, sbr. 15. gr. laga nr. 57,1956 um prentrétt.

Þess er krafist að ákærði verði dæmdur til refsingar.”

Af hálfu ákærða er þess aðallega krafist að málinu verði vísað frá dómi en til vara að ákærði verði dæmdur til vægustu refsingar er lög leyfa. Málsvarnarlauna er krafist.

I.

Ákæruliður a.

Með bréfi Lýðheilsustöðvar 30. maí 2005 var þess farið á leit við lögregluna í Reykjavík að hún kannaði hvort áfengisauglýsing eða kynning á bjór af tegundinni Carlsberg, sem birtist í 10. tbl. Blaðsins 20. maí 2005 á bls. 30, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998.

Umrædd auglýsing eða kynning er fjórðungur af síðu og ber eftirfarandi yfirskrift: „Blaðið kynnir: Líklega besti bjór í heimi klár í kælinn.” Síðan segir: „Nú eru Carlsberg 33 cl dósir fáanlegar í skemmtilegum 10 dósa kössum sem taka lítið pláss í ísskápnnum og eru afar þægilegir í ferðarlagið. Kassinn er opnaður að framan og dósirnar rúlla á móti manni. Kassinn kostar aðeins 1.350 kr. í næstu vínbúð.” Fyrir neðan þennan texta er mynd af Carlsberg bjór þar sem stillt hefur verið upp þremur bjórkössum og tveimur dósnum af tegundinni Carlsberg. Við rannsókn málsins tók lögreglan myndir af samskonar kassa og birtist í Blaðinu og kemur þar fram að alkóhólmagn þess bjórs, sem kynning Blaðsins tók til, er 4,5%.

Ákæruliður b.

Með bréfi Lýðheilsustöðvar 5. september 2005 var þess óskað að lögreglan í Reykjavík kannaði hvort auglýsing í Blaðinu, sem birtist í 82. tbl. þann 1. september 2005 á bls. 22, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998. Þessi auglýsing eða kynning er samskonar þeirri sem ákært er fyrir í ákærulið a.

Ákæruliður c.

Með bréfi Lýðheilsustöðvar 5. september 2005 var þess farið á leit við lögregluna í Reykjavík að hún kannaði hvort auglýsing, sem birtist í 83. tbl. Blaðsins þann 2. september 2005 á bls. 22, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998.

Þessi auglýsing eða kynning tekur fjórðung úr síðu og ber yfirskriftina: „Blaðið kynnir nýja áfenga gosdrykki frá Woody's og WKD.” Síðan segir: „Woody's ruddi leiðina í vínbúðum fyrir áfenga gosdrykki á sínum tíma með Woddy's Strawberry lemon og Woody's Mexican lime. Nú kynnum við til sögunnar nýja og ferska drykki frá sama framleiðanda. Við bendum á að mjög gaman er að bjóða upp á þessa drykki í veislum af öllum stærðum og gerðum. Og þeir gera litrófið í góðum veislum enn glæsilegra. Woody's og WKD drykkirnir eru gerðir úr þríeimuðum vodka sem gefur extra mildan keim. Gerið verðsamanburð, því Woody's og WKD eru á töluvert betra verði en sambærilegir drykkir.” Fyrir neðan þennan texta er mynd af fjórum flöskum, ljósrauðri, dökkrauðri, fjólublárrí og ljósblárrí. Í texta þar fyrir neðan segir: „Woody's ICE Raspberry er ljósrauður með þéttum þægilegum berjakeim. Verð 290 kr. Woody's ICE Passionfruit er fallegur fjólublár drykkur úr ástaraldini. Passionfruit er einstaklega ferskur og glæsilegur í glasi. Verð 290 kr. WKD Red og Blue eru gerðir úr blöndu af

suðrænum ávöxtum. Gríðarlega frískir drykkir og fást þeir bæði í 275 ml flöskum á 290 kr. og 700 ml flöskum á 690 kr.”

Fram kemur á mynd þeirri sem birtist af flöskunum að alkóhólinnihald Woody's drykkjanna er 5,5% og í framlögðum bæklingi Vínbúðarinnar kemur fram að alkóhólinnihald WKD drykkja er 5%.

Ákæruliður d.

Með bréfi Lýðheilsustöðvar 20. desember 2005 var þess farið á leit við lögregluna í Reykjavík að hún kannaði hvort auglýsing, sem birtist í 169. tbl. Blaðsins þann 19. desember 2005 á bls. 20 og 21, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998.

Þessi auglýsing er yfir heila opnu á rauðum fleti. Á hægri hluta myndflatarins er mynd af áfengisflösku af gerðinni Fresita, með orðunum „ferskt“, „exotískt“ og „náttúrulegt“. Á vinstri síðu er mynd af fjórum stúlkum sem eru að ganga yfir götu, ein með flösku af tegundinni Fresita í hendinni. Í texta þar fyrir neðan stendur eftirfarandi: „Strawberry feels forever. Á heitu sumarkvöldi á því herrans ári 1717, rakst landkönnuðurinn Amedee Frezier á blóðrauðan ávöxt, þar sem hann var á ferðum sínum um hið nýfundna land Chile. Frakkanum forvitna þótti ávöxturinn fagurrauði hafa einstaklega sætan og höfugan ilm og bragðast yndislega. Hann var ákaflega uppnuminn yfir fundi sínum og færði frönsku konungshirðinni fyrstu jarðarberjaplönturnar, sem Spánverjar nefndu Fresita, við heimkomu sína. Franska drottningin tók miklu ástföstri við berin blómlegu og kaus að njóta þeirra með daglegu kampavínsglasi sínu. Komst þessi samsetning í tísku og nú hafa Chilemenn sameinað þessi tvö dýrðlegu hráefni í einum drykk. Fresita er ferskt og mjúkt vín með einstaka bragðfyllingu og hentar vel sem fordrykkur eða með eftirréttum. Það er 100% náttúruafurð og er lágt í alkóhóli, eða 7,9%. Verð í vínbúðum 890 kr. í 750 ml flöskum og 239 kr. í 187 ml smáflöskum.”

Hjá lögreglu og fyrir dómi skýrði ákærði svo frá að hann hafi verið ritstjóri og ábyrgðarmaður Blaðsins á þessum tíma en útgefandi hafi verið Ár og dagur ehf. Hann kvaðst bera ábyrgð á kynningu á áfengi í blaðinu. Hann taldi að meint brot samkvæmt ákæruliðum a til c væru kynningar á bjór og víni sem lengi hafi tíðkast á fjölmiðlum með ýmsum hætti. Ákærði sagði að umboðsaðili greiddi fyrir slíkar kynningar og texti og myndir væru útbúnar af umboðsaðila. Starfsmenn blaðsins sæju aðeins um uppsetningu. Varðandi kynningu á bjór af gerðinni Carlsberg, sbr. ákærðuliðir a og b, sagði ákærði að Vífilfell ehf. hafi átt frumkvæðið að kynningunni en Blaðið sett kynninguna upp samkvæmt þeirra ósk og hugmyndum. Ákærði taldi hins vegar ljóst að um auglýsingu væri að ræða samkvæmt ákærulið d þar sem auglýst væri vín af tegundinni Fresita, en umboðsaðili þess vins, Globus ehf., hafi greitt fyrir auglýsinguna.

II.

Ákærði er sakaður um áfengislagabrot með því að hafa sem ritstjóri dagblaðsins Blaðsins, sem gefið er út af Ár og degi ehf., birt í blaðinu fjórar nánar tilgreindar auglýsingar. Er brotið talið varða við 20. gr., sbr. 27. gr. áfengislaga nr. 75/1998, sbr. 15. gr. laga nr. 57/1956 um prentrétt.

Ákærði krefst frávísunar málsins á þeim grunni að málið sé ekki nægilega rannsakað. Telur ákærði að liggja þurfi fyrir hvort viðkomandi vörumerki séu skráð og hvernig efninu hafi verið komið til blaðsins. Þá telur ákærði að yfirheyra hefði þurft auglýsendur. Ekki verður fallist á með ákærða að þessi atriði skipti máli eins og málið liggur fyrir og verður því talið að málið sé rannsakað á fullnægjandi hátt.

Þær kynningar eða auglýsingar, sem ákæruliðir a til c beinast að, bera yfirskriftina „kynning“. Þær eru eins hvað ákæruliði a og b varðar, þar sem kynntur er bjór af gerðinni Carlsberg. Samkvæmt c-lið ákæru eru kynntir áfengir gosdrykkir af gerðinni Woody's og WKD. Ákærði hefur viðurkennt að kynning á víni af gerðinni Fresita, sbr. ákærulið d, sé klárlega auglýsing. Fram hefur komið hjá ákærða að greitt hafi verið fyrir kynningarnar og auglýsinguna af hálfu umboðsaðila og umboðsaðilar hafi útbúið texta og myndir. Þáttur starfsmanna Blaðsins hafi einungis verið uppsetning.

Samkvæmt 2. gr. áfengislaga nr. 75/1998 telst áfengi hver sá neysluhæfur vökvi sem í er að rúmmáli meira en 2,25% af hreinum vínanda. Samkvæmt 1. mgr. 20. gr. sömu laga eru hvers konar auglýsingar á áfengi og einstökum áfengistegundum bannaðar og skv. 2. mgr. sömu greinar er það meðal annars talin auglýsing ef sýndar eru í máli eða myndum áfengistegundir í tilkynningu til almennings vegna markaðssetningar. Samkvæmt 3. mgr. greinarinnar tekur bannið með sama hætti til auglýsinga sem eingöngu fela í sér firmanafn eða firmamerki áfengisframleiðanda. Þó er þeim sem auk áfengis framleiðir aðrar drykkjarvörur heimilt að nota firmanafn eða merki í tengslum við auglýsingu þeirra drykkja, enda megi augljóst vera að um óáfenga drykki sé að ræða í skilningi laganna og ekki vísað til hinnar áfengu framleiðslu.

Engum blöðum er um það að fletta, og því er reyndar ekki mótmælt af hálfu ákærða, að kynningar Blaðsins á Carlsberg séu kynningar á bjór en ekki léttöli. Í rannsóknargögnum kemur fram að umrædd kynning er kynning á bjór með alkóhólmagni 4,5%. Sama er að segja um kynningu á gosdrykkjum skv. c-lið ákæru. Í þeim kynningum kemur fram að um sé að ræða áfenga gosdrykki með vodka og upplýst er að alkóhólinnihald þeirra er 5-5,5%. Í auglýsingu á víni af gerðinni Fresita, sbr. ákærulið d, kemur fram að alkóhólinnihald er 7,9%.

Samkvæmt framansögðu er fullljóst að umfjöllun Blaðsins samkvæmt öllum ákæruliðum voru auglýsingar í merkingu 20. gr. áfengislaga enda upplýst að greiðsla kom fyrir birtingu auglýsinganna. Þessar auglýsingar voru birtar í þeim tilgangi að markaðssetja viðkomandi vöru. Þá liggur fyrir að framleiðsluvaran, sem auglýst var, var áfengi í merkingu 2. gr. áfengislaga.

Hæstiréttur Íslands hefur komist að þeirri niðurstöðu í dómi sínum frá 25. febrúar 1999 í málinu nr. 415/1998 að auglýsingar njóti verndar tjáningarfrelsisákvæðis 73. gr. stjórnarskrárinnar en að heimilt sé, með skírskotun til heilsuverndarsjónarmiða, á grundvelli 3. mgr. þeirrar greinar og 2. mgr. 10. gr. mannréttindasáttmála Evrópu, að setja tjáningarfrelsinu slíkar skorður með lögum sem gert hefur verið með ákvæði 20. gr. áfengislaga. Segir jafnframt í þessum dómi Hæstaréttar að alkunna sé að ofneyslu áfengis fylgi vandamál af ýmsum toga sem m.a. varði alsherjarreglu, siðgæði og heilsu. Þessi vandamál hafi í för með sér mikla byrði fyrir þjóðfélagið í heild. Tilgangur löggjafans með banni á áfengisauglýsingum sé að vinna gegn misnotkun áfengis og þeim vandamálum sem af henni hljótask.

Af hálfu ákærða er því haldið fram að ákvæði 20. gr. áfengislaga fari í bága við samningsskuldbindingar íslenska ríkisins samkvæmt EES samningnum, með því að nýir aðilar á markaði standi höllum fæti gagnvart þeim sem fyrir eru og því sé jafnræðis ekki gætt. Hér áðan var vísað í dóm Hæstaréttar þar sem fram kemur m.a. að vilji löggjafans og stefna í heilbrigðismálum á alþjóðavísu sé sú að vinna gegn misnotkun áfengis. Hvatning til áfengisdrykkju, einkum til ungs fólks, með áfengisauglýsingum, vinni gegn þessum markmiðum.

Í þessu máli hefur ekki verið sýnt fram á að unnt sé með öðrum aðferðum, sem hefðu minni áhrif á markaðsfrelsið, að ná fram sömu heilsuverndarmarkmiðum og liggja að baki ákvæði 20. gr. áfengislaga. Verður því ekki fallist á þessi rök fyrir sýknukröfu ákærða.

Samkvæmt öllu framansögðu verður talið að auglýsingar þær, sem ákært er fyrir, brjóti í bága við 20. gr. áfengislaga um auglýsingar á áfengi.

Varðandi heimfærslu brota til refsíákvæða í ákæru er einnig vísað til 15. gr. laga nr. 57/1956 um prentrétt. Samkvæmt 2. gr. laganna ber höfundur refsíábyrgð á efni rits ef hann hefur nafngreint sig og er annaðhvort heimilisfastur á Íslandi þegar ritið kemur út eða undir íslenskri lögsögu þegar málið er höfðað. Ef enginn slíkur höfundur hefur nafngreint sig ber útgefandi rits eða ritstjóri ábyrgðina, því næst sá sem hefur ritið til sölu eða dreifingu og loks sá er hefur annast prentun þess eða letrun. Samkvæmt dómum Hæstaréttar falla auglýsingar undir

skilgreininguna „efni rits”. Þá hefur Hæstiréttur markað þá stefnu að minni kröfur eru gerðar til að höfundur teljist hafa nafngreint sig í skilningi 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/1956 þegar auglýsingar eigi í hlut en ella gildir um annað efni. Í auglýsingum þeim sem ákært er fyrir koma aðeins fram nöfn á vörumerkjunum Carlsberg, Woody's, WKD og Fresita en ekki er vísað til umboðsaðila hér á landi, hvorki beint né óbeint. Verður því talið að höfundur auglýsinganna hafi ekki auðkennt sig í merkingu 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/1956. Samkvæmt 3. mgr. 15. gr. laganna telst því ákærði ábyrgur fyrir birtingu umræddra auglýsinga í Bláinu.

Ákveða ber ákærða refsingu samkvæmt 27. gr. áfengislaga nr. 75/1998. Við ákvörðun refsingar verður að taka tillit til þess að ákærði hefur ekki áður hlotið refsingu. Hins vegar verður að líta til þess að brotin eru framin í ávinningskyni og varða mikilvæga hagsmuni eins og að framan er rakið. Að þessu virtu þykir refsing ákærða hæfilega ákveðin sekt í ríkissjóð að fjárhæð 1.000.000 krónur sem greiðist innan fjögurra vikna frá birtingu dómsins en ella sæti ákærði fangelsi í 40 daga.

Þá greiði ákærði allan sakarkostnað sem er málsvarnarlaun skipaðs verjanda, Björgvins Þorsteinssonar hrl., 250.000 krónur að meðtöldum virðisaukaskatti.

Gunnar Aðalsteinsson héraðsdómari kveður upp dóm þennan.

DÓMSORÐ

Ákærði, Karl Garðarsson, greiði 1.000.000 króna í sekt til ríkissjóðs innan fjögurra vikna frá birtingu dóms þessa en sæti ella fangelsi í 40 daga.

Ákærði greiði málsvarnarlaun skipaðs verjanda síns, Björgvins Þorsteinssonar hæstaréttarlögmans, 250.000 krónur.

Gunnar Aðalsteinsson

