



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

ALKOHOLISKO DZĒRIENU APRITES LIKUMA GROZĪJUMI^{*} NO 2025. GADA 1. AUGUSTA

^{*} Likumprojekts

2025. gada 1. augustā kļuva piemērojami **grozījumi Alkoholisko dzērienu aprites likumā**. Grozījumos tiek ierobežota nevis paša alkoholiskā dzēriena piedāvāšana ar atlaidi vai noteikts aizliegums piedāvāt preces ar atlaidi, bet gan tieši cenu un atlaižu reklāma. Tāpat grozījumi paredz arī aizliegumu alkoholisko dzērienu tirdzniecības veicināšanas pasākumiem.

Cenu un atlaižu reklāma no 2025. gada 1. augusta **ir atļauta tikai alkoholisko dzērienu ražošanas vietās un ražotāju telpās**, kur tiek veikta alkoholisko dzērienu tirdzniecība.



Citās **mazumtirdzniecības vietās**, kurās tirgo alkoholiskos dzērienus, tā ir **aizliegta**.

Grozījumi attiecas uz **visām mazumtirdzniecības vietām, kur tirgo alkoholiskos dzērienus** (t.sk., bāriem, restorāniem, alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecību vilcienos, lidmašīnās un uz kuģiem, ja šie transportlīdzekļi ir reģistrēti Latvijā u.tml.)

Grozījumi attiecināmi gan uz mazumtirdzniecības vietām klātienē, gan arī uz tirdzniecību distancē.

Ņemot vērā minētos grozījumus, PTAC ir sagatavojis **informatīvu materiālu** par PTAC kompetencē esošajiem jautājumiem, tajā ietverot arī apkopojumu ar biežāk uzdotajiem jautājumiem un atbildēm, kas tiks papildināti un aktualizēti.

Alkoholisko dzērienu cenu un atlaižu reklāmas ierobežojumi



Sākotnējā cena un akcijas cena **ir atļauta**.

Ja alkoholiskie dzērieni novietoti atsevišķi (piemēram, uz paletes, krājumā u.tml.), nevis plauktā, tad **pieļaujams novietot** tāda izmēra cenu zīmi, kura nodrošina patērētājiem normatīvajos aktos noteikto informāciju par produktu un tā cenu. Šāda cenu zīme nedrīkst saturēt patēriņu veicinošus efektus.

Alkoholisko dzērienu cenu un atlaižu reklāma alkoholisko dzērienu ražošanas vietās un ražotāju telpās **ir atļauta** [11. panta sestā daļa].



Cenu un akciju zīmes alkoholiskajiem dzērieniem noformējamās vienotā vizuālā stilistikā ar pārējo preču sortimentu mazumtirdzniecības vietā!



Aizliegta alkoholisko dzērienu cenu un atlaižu REKLĀMA

[11. panta piektā daļa]:



- **preses izdevumos;**
- **drukātos** reklāmas izdevumos un patērētājiem paredzētās publikācijās;

Aizliegts izmantot tiešas un netiešas norādes par konkrētās preces izdevīgumu, piemēram, bukleta attiecīgās lapas virsrakstā izmantot saukļus “izdevīga cena”, “izdevīgi piedāvājumi kvalitatīviem dzērieniem”, “populāri dzērieni par zemām cenām”, “akcija” u.tml., ja šajos bukletos iekļauta informācija par alkoholiskajiem dzērieniem, pat ja šī informācija ir bez cenas, attēla veidā, un ja attiecīgajiem alkoholiskajiem dzērieniem mazumtirdzniecības vietā vai distances tirdzniecības vietnē ir īpaša vai samazināta cena.

- **kinoteātros;**
- **tīmekļvietnēs un tiešsaistē** (tai skaitā tiešsaistes saskarnēs);
- izmantojot **pasta** (arī elektroniskā pasta) pakalpojumus;
- **mazumtirdzniecības vietās**, kurās notiek alkoholisko dzērienu **tirdzniecība** (tai skaitā ar distances līgumu tīmekļvietnē un mobilajā lietotnē).

Cenu zīmē **aizliegts norādīt:**



- cenas **procentuālo samazinājumu** (-35 %).
- **saukļus** – akcija, atlaide, lētāk, izdevīgs piedāvājums, iespējams zemākā cena, ieskaties, samazināta cena, sulīga cena, zema cena utt. arī tad, ja šādi saukļi tiek lietoti pārējam preču sortimentam.
- patēriņu veicinošus efektus – **krāsas, formas, gaismas, skaņas un citus efektus**, kas atšķiras no mazumtirdzniecības vietas vienotā vizuālā noformējuma, kas tiek izmantots pārējam sortimentam. Alkoholisko dzērienu regulāro un atlaižu cenu zīmju veidiem izstrādājams mazāk uzkrītošais variants vai lietojams regulārās cenas formāts.



- 
- Papildus cenu zīmei **aizliegts izvietot** vizuālus, tirdzniecību veicinošus materiālus, piemēram, atšķirīgas krāsas cenu zīmes, plakātus, bannerus, reklāmas standus ar atlaižu informāciju, specializētos bukletus, kuros iekļauta informācija par atlaidēm u.tml.
 - Nedrīkst izcelt alkoholisko dzērienu regulārās un atlaižu cenas.
 - Akciju cenu noformējumi nedrīkst būt dažādos veidos un izmēros. Ja veikalā tiek izmantoti dažādi cenu zīmju veidi un izmēri, alkoholiskajiem dzērieniem jāpiemēro vismazāk uzkrītošais variants vai regulārās cenas formāts.
 - Akcijas alkoholiskos dzērienus nedrīkst novietot izceltā plauktā, standā, uz paletes (piemēram, norādot virs plaukta “akcija”).

BIEŽĀK UZDOTIE JAUTĀJUMI PAR 1. SADAĻU

Vai alkoholiskā dzēriena cenu zīmē sākotnējās cenas un akciju cenas norādīšana ir uzskatāma par cenas komunikāciju?

Jā, tā ir uzskatāma par cenas komunikāciju. Atbilstoši Ministru kabineta 2021. gada 14. decembra noteikumiem Nr. 178 “Kārtība, kādā nosakāmas preču un pakalpojumu cenas”, cenu zīmē ir atļauts norādīt sākotnējo cenu un akcijas cenu (t.sk. cenas samazinājumu).

Vai mazumtirgotāju mājaslapās un sociālo mediju profilos drīkst izvietot informāciju par konkrētu alkoholisko dzērienu cenām un atlaidēm?

Informāciju par alkoholisko dzērienu cenām un atlaidēm tīmekļvietnēs un tiešsaistē drīkst izvietot tikai interneta veikalos pie konkrētā alkoholiskā dzēriena pirms tā iegādes, izpildot patērētāja informēšanas pienākumu pirms preces iegādes.

Vai alkoholisko dzērienu akcijas cenas norādīšana citās krāsās cenu zīmē būs uzskatāma par akcijas reklāmu, ja precēm, kas netiek piedāvātas kā akcija, cena tiks norādīta uz baltas cenu zīmes?

Krāsa pati par sevi nav kritērijs reklāmas identificēšanai, tomēr, ja tiek izmantots konsekvents vizuāls kodējums, kas apzīmē akciju, tās mērķis ir uzsvērt atšķirīgo cenu ar mārketinga nolūku un veicināt minētās preces patēriņu. Līdz ar to PTAC ieskatā nav pieļaujams izmantot akcijas vizuālo kodējumu alkoholiskajiem dzērieniem, kurš atšķiras no tirdzniecības vietas pārējo preču vizuālā kodējuma.

Vai alkoholisko dzērienu cenu un atlaižu norādīšana mazumtirdzniecības vietās uz jebkura izmēra cenu zīmēm, kā arī cenu un to atlaižu norādīšana mazumtirdzniecības tīmekļvietnēs zem pārdošanā esošo produktu attēlojuma netiks uzskatīta par cenas atlaides reklamēšanu?

Cenu zīmē ir atļauts norādīt sākotnējo cenu un akcijas cenu (t.sk. cenas samazinājumu, bet izņemot cenas procentuālo samazinājumu). Vienlaikus, izvietojot informāciju par preces cenu un tai piemēroto atlaidi, nebūtu atļaujams izmantot dažādus tirdzniecības veicināšanas pasākumus/efektus, piemēram, krāsas vai formas (A4 formas dzeltens plakāts u.tml.), kas atšķiras no pārējā sortimenta izmantotajām krāsām un formām un kas varētu atbilst Reklāmas likumā noteiktajai reklāmas definīcijai.

Vai preces cenas procentuālā samazinājuma norādīšana uz preču zīmēm mazumtirdzniecības vietās vai tiešsaistes tirdzniecības platformās zem pārdošanā esošo produktu attēliem ir cenas atlaides reklamēšana?

Preces cenas procentuālā samazinājuma norādīšana (piemēram, -15%) nav atļauta, jo norāda uz potenciālo ieguvumu pircējam, iegādājoties minēto produktu un mudina to iegādāties.

Vai ir pieļaujams mazumtirdzniecības vietā piedāvāt vienai (vai vairākām) alkoholiskā dzēriena vienībai (pudelei) atlaidi?

Alkoholisko dzērienu piedāvāšana ar atlaidi nav aizliegta. Tas ir atļauts, ja informācija par preces cenu vai tai piemēroto atlaidi ir izvietota, piemēram, uz plaukta pie konkrētās preces. Vienlaikus, izvietojot informāciju par preces cenu un tai piemēroto atlaidi, nebūtu pieļaujams izmantot dažādus patēriņu veicinošus efektus (vārdus, saukļus, formas, attēlus, gaismas, skaņas efektus, krāsas, kas atšķiras no pārējā sortimenta izmantotajām krāsām, formām, izmēriem u.tml.), jo tā var tikt uzskatīta par reklāmu. Ja, piemēram, tiek izvietots plakāts, kur vienai alkoholiskā dzēriena pudelei tiek norādīta atlaide, šāda norāde var tikt uzskatīta par cenu vai atlaižu reklāmu, jo tās mērķis ir uzsvērt atšķirīgo cenu ar mārketinga nolūku un veicināt minētās preces patēriņu.

Vai alkoholiskā dzēriena, kuram drīz beigsies derīguma termiņš, marķēšana ar cenu zīmi citā krāsā ir uzskatāma par cenas komunikāciju vai cenas reklāmu?

Informējot patērētājus par preci, kurai drīz beidzies derīguma termiņš, ir jāievēro, lai netiktu izmantoti dažādi patēriņu veicinoši efekti, krāsas vai formas u.tml., jo tie ir uzskatāmi par cenu un atlaižu reklāmu.

Vai Alkoholisko dzērienu aprites likuma normas par reklāmas ierobežojumiem piemēro beznodokļu tirdzniecības vietām, t.sk. lidmašīnās, kurās tiek piedāvāti alkoholiskie dzērieni?

Alkoholisko dzērienu aprites likuma 2.panta otrā daļa nosaka, ka šis likums piemērojams arī alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecībai vilcienos, lidmašīnās un uz kuģiem, ja šie transportlīdzekļi ir reģistrēti Latvijā. Līdz ar to minētās mazumtirdzniecības vietas ir pakļautas tam pašam regulējumam, kas piemērojams citām mazumtirdzniecības vietām, piemēram, bāriem, veikaliem, u.c., ja vien atsevišķās likuma normās nav noteikti izņēmumi šā regulējuma piemērošanai.

Vai atlaidi var piemērot vienai (vai vairākām) alkoholisko dzērienu vienībai vai alkoholisko dzērienu kategorijai?

Alkoholisko dzērienu piedāvāšana ar atlaidi nav aizliegta. Mazumtirdzniecības vietās ir pieļaujams piedāvāt vienu alkoholisko dzērienu vienību par samazinātu cenu, ja tas netiek darīts lojalitātes programmas ietvaros un tiek ievērotas visas pārējās normatīvajos aktos noteiktās prasības.

Vai mājaslapās, kurās netiek tirgoti alkoholiskie dzērieni, bet tiek sniegta informācija par alkoholiskajiem dzērieniem vai šo produktu zīmolu, drīkst norādīt alkoholisko dzērienu cenas un cenu atlaides?

Nē, nav atļauts. Informāciju par alkoholisko dzērienu cenām un atlaidēm tīmekļvietnēs un tiešsaistē drīkst izvietot tikai interneta veikalos pie konkrētā alkoholiskā dzēriena pirms tā iegādes, izpildot patērētāja informēšanas pienākumu pirms preces iegādes.

Vai, organizējot akciju vairākiem alkoholiskajiem dzērieniem, kas atrodas vienā plauktā, akcijas cenas drīkst norādīt informatīvajā plakātā, kas izvietots plaukta galā?

Informācija par preces cenu un tai piemēroto atlaidi ir pieļaujama tikai mazumtirdzniecības vietā, piemēram, uz plaukta pie konkrētās preces. Tirdzniecību veicinoši vizuāli materiāli, piemēram, plakātu izvietošana plaukta galā, ir uzskatāmi par reklāmas materiāliem, uz kuriem attiecas likumā noteiktie alkoholisko dzērienu cenu un atlaižu reklāmas ierobežojumi.

Vai beznodokļu tirdzniecības vietām, t.sk. lidmašīnās, drīkst piedāvāt alkoholiskos dzērienus iegādāties komplektā ar ēdienu vai citu preci par samazinātu cenu?

Alkoholisko dzērienu aprites likuma 11.panta septītajā daļā nav paredzēti izņēmumi šīs normas piemērošanai lidmašīnās vai beznodokļu tirdzniecības vietās. Tādējādi arī minētajās tirdzniecības vietās nav pieļaujama tāda prakse, kurā alkoholiskie dzērieni tiek piedāvāti ar atlaidi, ja tie iegādāti kopā ar citām precēm vai pakalpojumiem.

Vai uz alkoholiska dzēriena iepakojuma drīkst uzlīmēt krāsainu uzlīmi ar tekstu: „SAMAZINĀTA CENA”, jo precei drīz beigsies derīguma termiņš vai precei ir defekts (piem., sabojāts iepakojums, nepilnīgs iepakojums)?

Nē, jo vārda „SAMAZINĀTA CENA” norādīšana uz alkoholiskā dzēriena iepakojuma varētu tikt vērtēta kā cenu un atlaižu reklāma, jo tā norāda uz ekonomisko ieguvumu pircējam iegādājoties minēto produktu un mudina to iegādāties.

Vai cenu zīmēs vai pie tām drīkst norādīt uzrakstu “nenokavē” vai “laba cena”, ja tāds pats noformējums tiek izmantots arī pārējo sortimentā esošo preču atļaidēm?

Nē, jo uzraksti “nenokavē”, “laba cena” vai līdzīgi uzraksti cenu zīmēs vai pie tām, var tikt vērtēti kā patēriņu veicinošs efekts, kas saskaņā ar Alkoholisko dzērienu aprites likumu ir aizliegts.

Vai atļauts izmantot dažāda izmēra alkoholisko dzērienu cenu zīmes?

Normatīvie akti nekonkretizē cenu izmēru. Tomēr nosakot cenu zīmju izmēru, ir jāņem vērā Alkoholisko dzērienu aprites likuma noteiktie ierobežojumi cenu un atlaižu reklāmai. Proti, nav pieļaujams, ka alkoholisko dzērienu cenu izmērs atšķiras no mazumtirdzniecības vietas vienotā cenu izmēra noformējuma, kas tiek izmantots pārējam sortimentam. Ja mazumtirdzniecības vietā tomēr tiek izmantoti dažādi cenu zīmju veidi un izmēri, alkoholiskajiem dzērieniem jāpiemēro vismazāk uzkrītošais variants vai regulārās cenas formāts. Attiecībā uz cenu zīmju izmēriem produktiem, kuri nav novietoti plauktos, bet atsevišķi lielos daudzumos uz paletēm, krājumos u.tml., pieļaujams novietot tāda izmēra (samērīga izmēra) cenu zīmi, kura nodrošina patērētājiem normatīvajos aktos noteikto informāciju par produktu un tā cenu. Cenu zīmes nedrīkst saturēt patēriņu veicinošus efektus.

Vai pie vai uz cenu zīmēm var norādīt apbalvojumus (piemēram, medaļas izskatā), kurus attiecīgais alkoholiskais dzēriens ir saņēmis?

Nē, jo tie var tikt vērtēti kā patēriņu veicinošs efekts, kas saskaņā ar Alkohola aprites aizlieguma likumu ir aizliegts.

2 Alkoholisko dzērienu tirdzniecības veicināšanas pasākumu ierobežojumi

Mazumtirdzniecības vietās (tai skaitā ar distances līgumu tīmekļvietnē un mobilajā lietotnē) ir **aizliegti alkoholisko dzērienu tirdzniecības veicināšanas pasākumi** [11. panta septītā daļa].

Alkoholisko dzērienu tirdzniecības veicināšanas pasākumi – izpārdošanas, akcijas, atlaides, apjoma atlaides (cenas samazināšana, pērkot lielāku iegādāto vienību skaitu), piedāvājumi kopā ar alkoholisko dzērienu ar atlaidi iegādāties/saņemt bezmaksas vai dāvanā citu alkoholisko dzērienu, precī vai pakalpojumu un otrādi, kā arī piedāvājumi, kas popularizē patērētāja lojalitātes programmas ietvaros iegādāties alkoholiskos dzērienus ar atlaidi, reklāmas stendi ar atlaižu informāciju.

Tirdzniecības veicināšanas pasākumu mērķis – veicināt produktu iegādi, tai skaitā lielākos apjomos, veicināt jaunu produktu izmēģināšanu, rosināt vēlmi veikt spontānus pirkumus.

Tirdzniecības veicināšanas pasākumi var tikt uzskatīti par reklāmu, jo saskaņā ar Reklāmas likuma 1. pantu 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.

AIZLIEGTS:

- Piedāvāt **kopā ar alkoholisko dzērienu** ar atlaidi iegādāties citu alkoholisko dzērienu, preci vai pakalpojumu.
- Piedāvāt **kopā ar citu preci vai pakalpojumu** ar atlaidi iegādāties alkoholisko dzērienu.



Tiek piedāvāts iegādāties **produktu komplektu** (iepakojumu), kurā ietilpst alkoholiskais dzēriens un **cits produkts**, piemēram, glāzes, suvenīri, zīmola produkti, un komplekta cena ir lielāka nekā alkoholiskā dzēriena cena un citas preces vai produkta cena, pērkot to atsevišķi.

Tiek piedāvāts iegādāties **produktu komplektu** (iepakojumu), kurā ietilpst alkoholiskais dzēriens un **cits produkts**, piemēram, glāzes, suvenīri, zīmola produkti, un komplekta cena ir lielāka nekā alkoholiskā dzēriena cena, pērkot to atsevišķi.



Tiek piedāvāts **saņemt atlaidi vai citu izdevīgumu** citu produktu iegādei vai pakalpojumu saņemšanai (piemēram, krājot uzlīmes, punktus, iegādājoties noteiktu skaitu alkoholisko dzērienu u.tml.)

- **Iegādāties kopā** (tai skaitā vienā iepakojumā) **vairākas alkoholisko dzērienu vienības par zemāku cenu** (izņemot piedāvājumu iegādāties vairākas alkoholisko dzērienu vienības vienā iepakojumā, ja cena par vienu iepakojumā esošo vienību nav zemāka kā cena, kas būtu maksājama, pērkot vienu alkoholisko dzērienu vienību atsevišķi).
- **Ražotāja sakomplektēti piedāvājumi** - vienas vienības cena komplektā nedrīkst būt lētāka, nekā iegādājoties atsevišķi, kā arī citas pievienotās preces nedrīkst būt bezmaksas.



Tiek piedāvāts iegādāties iepakojumu ar alkoholiskajiem dzērieniem, par katru dzēriena vienību **maksājot tādu pašu cenu kā pērkot tikai vienu dzēriena vienību.**

Tiek piedāvāts iegādāties iepakojumu ar alkoholiskajiem dzērieniem, kura cena sastāda **atsevišķi iegādātu tāda paša daudzuma dzērienu cenu.**



Tiek piedāvāts iegādāties iepakojumu ar dzērieniem, par katru dzēriena vienību **maksājot mazāk nekā iegādājoties vienu dzēriena vienību atsevišķi.**

Tiek piedāvāts iegādāties dzērienu **lētāk, iegādājoties vairākas dzēriena vienības uzreiz.**



5 EUR



2 EUR

- Alkoholisko dzērienu iegāde **ar atlaidi patērētāja lojalitātes programmas ietvaros:**



NAV ATĻAUTAS ATLAIDES (arī vienai vienībai (pudelei)).

- Atlaide **visiem viena veida alkoholiskajiem dzērieniem**, piemēram, atlaide visiem sortimentā esošajiem baltvīniem.
- Atlaide visiem alkoholiskajiem dzērieniem lojālajam **klientam dzimšanas/vārda dienā.**
- Atlaide visiem alkoholiskajiem dzērieniem īpašajiem klientiem, piemēram, **senioriem, studentiem.**

Grozījumi attiecas uz **visām mazumtirdzniecības vietām**, kur tirgo alkoholiskos dzērienus (t.sk., **bāriem, restorāniem u.tml.**)

Sabiedriskās ēdināšanas iestādēs nav atļauts:



- **bezmaksas piedāvājumi** ("komplimenti no bāra" jeb bezmaksas alkoholiskie dzērieni klientiem)
- **akcijas un atlaides** ("pērc vienu, saņem divus", "laimīgās stundas" ar īpašiem alkoholisko dzērienu piedāvājumiem)
- alkoholisko dzērienu **cenu un atlaižu reklāma** (piem., izvietojot uz galda)
- **īpašie piedāvājumi** klientiem (dzimšanas dienas atlaides)



Nedrīkst aizmirst par tiem reklāmas ierobežojumiem, **kuri jau iepriekš bija un ir spēkā!**

Alkoholisko dzērienu aprites likums

Alkoholisko dzērienu reklāmā ietverama informācija, kas brīdina sabiedrību par **alkohola lietošanas negatīvo ietekmi**, kā arī informē par alkoholisko dzērienu pārdošanas, iegādāšanās un nodošanas **aizliegumu nepilngadīgām personām**. Šādai informācijai atvēlami vismaz 10 procenti no konkrētās reklāmas apjoma.

Informācija jāsniedz reklāmas **apakšējā daļā ar melniem burtiem uz balta fona**, turklāt burtu izmēram jābūt tādām, lai uzraksts aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.

* Brīdinājuma tekstā vārda **„pārmērīgs” iekļaušana neatbilst Likuma prasībai** un jēgai. Jēdziens „pārmērīgs”, būdams neizmērāms un subjektīvs, PTAC ieskatā mazina/var mazināt brīdinošās informācijas iedarbību un tādad arī tās mērķa sasniegšanu.

* **Brīdinājuma uzraksts nav jāsniedz**, ja alkoholisko dzērienu tirdzniecības, ražošanas un uzglabāšanas vietās tiek izvietotas tikai alkoholisko dzērienu preču zīmes un/vai tiek sniegta pamatinformācija par alkoholiskajiem dzērieniem (piemēram, alkoholiskā dzēriena nosaukums, cena, tilpums un cita patērētājam svarīga informācija), kā arī brīdinājuma uzraksts nav jāsniedz uz sadzīves priekšmetiem, ja tie izmantoti par reklāmas nesējiem (piemēram, lampām).

Jāievēro likumā noteiktie alkoholisko dzērienu reklāmas ierobežojumi, tostarp aizliegums **vides reklāmās**.

PIEMĒRAM:

Ir aizliegts alkoholisko dzērienu reklāmā **attēlot personu lietojam alkoholisko dzērienu**.

BIEŽĀK UZDOTIE JAUTĀJUMI PAR 2. SADAĻU

Vai ierobežojumi ir attiecināmi uz multipakām, kas tiek patstāvīgi realizētas vienā vai vairākās tirdzniecības vietās ar atsevišķu svītru kodu un par cenu, kas noteikta par multipaku kā par atsevišķu preces vienību?

Noteicošais faktors nav tas, kā šāda prece tiek identificēta tirdzniecībā (piemēram, ar atsevišķu svītrkodu), bet gan tas, vai tiek piemērots tirdzniecības veicināšanas mehānisms, kurā vienas vienības cena šādā komplektā kļūst zemāka (izdevīgāka pircējam) nekā iegādājoties to atsevišķi. Likumā nav noteikts ierobežojums attiecībā uz preču ražošanas intensitāti, biežumu vai ražošanas līniju raksturu, bet gan uz tirdzniecības veicināšanas pasākumu kā reklāmas sastāvdaļu, kas var veicināt alkoholisko dzērienu patēriņu neatkarīgi no tā, vai produkts tiek piedāvāts mazumtirdzniecībā kā pastāvīgs vai īslaicīgs piedāvājums.

Vai jēdziena “tirdzniecības veicināšanas pasākumi” tvērums ir attiecināms uz iepakojumiem, kuros tirgo vairākas vienības (multipakas), patstāvīgi dažādās tirdzniecības vietās?

Ar ierobežojumiem nav atļauts piemērot atlaidi piedāvājumos, kuros, iegādājoties vienā iepakojumā iepakotas vairākas alkoholisko dzērienu vienības, piedāvātā cena par vienu vienību (pudeli) ir zemāka nekā pērkot alkoholiskā dzēriena vienu vienību atsevišķi. Tāpat aizliegts piedāvāt lētāku cenu par vienu alkoholisko dzēriena vienību (pudeli), ja patērētājs pērk uzreiz vairākas vienības (pudeles). Līdz ar to vairāku alkoholisko dzērienu iepakojumu vienības nebūs aizliegtas, ja to kopējā cena nebūs izdevīgāka (lētāka) nekā tad, ja tiek pirktā viena vienība. Būtiska ir nevis iepakojuma forma, bet gan par ekonomiskais stimul, ko šāds iepakojuma veids rada patērētājam. Tādējādi jebkura formāta piedāvājums, kurā apvienotas vairākas alkoholisko dzērienu vienības (tai skaitā multipakas) ir uzskatāms par tirdzniecības veicināšanas pasākumu tikai tad, ja iepakojuma kopējā cena būs izdevīgāka (lētāka), nekā, ja tiek pirktā viena vienība atsevišķi.

Vai ierobežojumi attiecināmi uz multipakām, kurās kopā ar dzērienu tiek pievienota glāze?

Komplekti, kuros papildus alkoholiskajiem dzērieniem pievienots papildu elements (piemēram, glāzes, suvenīri, zīmola produkti vai citi priekšmeti) ir uzskatāmi par tirdzniecības veicināšanas pasākumu. Šādi komplekti ir atļauti, ja alkoholiskais dzēriens kopā ar glāzi (vai citiem priekšmetiem) maksā dārgāk nekā pērkot šo alkoholisko dzērienu un citu preci vai produktu atsevišķi.

Vai ir atļauta atlaide vienam dzērienam lojalitātes programmas ietvaros?

Alkoholisko dzērienu aprites likums neparedz iespēju piemērot atlaidi ne vienam, ne vairākiem dzērieniem lojalitātes programmu ietvaros, un jebkāda veida komplektu piedāvājumi (piemēram, "ēdiens + dzēriens" par kopēju samazinātu cenu) kvalificējami kā aizliegti tirdzniecības veicināšanas pasākumi. Vienlaikus mazumtirdzniecības vietās ir pieļaujams piedāvāt alkoholiskos dzērienus par samazinātu cenu, ja tas netiek darīts lojalitātes programmas ietvaros un tiek ievērotas visas pārējās normatīvajos aktos noteiktās prasības.

Vai lojalitātes programmu lietotāji uzkrātos bonusa punktus par nopirktam precēm, tai skaitā par alkoholiskiem dzērieniem, var izmantot norēķinos par visām precēm (izņemot alkoholiskus dzērienus)?

Nav atļauts īstenot tādus alkoholisko dzērienu tirdzniecības veicināšanas pasākumus, kuros tiek piedāvāts saņemt atlaidi vai citu izdevīgumu citu produktu iegādei vai pakalpojumu saņemšanai (piemēram, krājot uzlīmes, punktus, iegādājoties noteiktu skaitu alkoholisko dzērienu u.tml.). Vispārējā gadījumā lojalitātes programmas ietvaros uzkrātos bonusu punktus ir pieļaujams izmantot pirkumu apmaksai vai uzkrāt nākamajam pirkumam, ja vien šāda bonusu sistēma neveicina alkoholisko dzērienu tirdzniecību (piemēram, bonusa punkti netiek piešķirti par alkoholisko dzērienu iegādi, ar bonusu punktiem nevar apmaksāt alkoholisko dzērienu iegādi).

Vai alkoholiskajiem dzērieniem, kuriem tuvojas derīguma termiņa beigas, var piemērot cenas samazinājumu?

Jā, var, taču vienlaikus jāņem vērā, ka šādā cenu komunikācijā nedrīkst izmantot kādus patēriņu veicinošus elementus (tostarp procentuālo samazinājumu, cenu samazināšanu izceļošus saukļus, atšķirīgas krāsas no pārējā preču sortimenta u.tml.). Ja dzērieni ir novietoti citviet un marķēti ar neitrālas krāsas svītru kodu un informāciju (piemēram, „Saīsināts derīguma termiņš” vai līdzīgiem uzrakstu), ka precei tuvojas derīguma termiņa beigas, neminot cenu samazināšanu izceļošus saukļus, šāda tirdzniecība ir atļauta.

Ja katalogs/e-avīze nav izvietota interneta veikalā, bet, piemēram, vietnē, kas nav uzskatāma par interneta veikalu, kurā notiek preču tirdzniecība, tad e-avīzē un katalogā drīkst norādīt alkoholisko dzērienu cenas un atlaides?

Nē, nav atļauts. Katalogos vai e-avīzēs drīkst būt tikai vispārējā alkoholisko dzērienu reklāma, t.sk. konkrētu zīmolu reklāma.

Vai Alkoholisko dzērienu aprites likuma normas par reklāmas ierobežojumiem piemēro bāriem un restorāniem?

Alkoholisko dzērienu aprites likuma 2. panta otrā daļa noteic, ka šis likums piemērojams alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecībai visās mazumtirdzniecības vietās, ja vien likumā nav noteikti izņēmumi. Tādējādi arī bāri un restorāni ir uzskatāmi par mazumtirdzniecības vietām likuma izpratnē, un uz tiem ir attiecināmi visi vispārīgie likumā noteiktie pienākumi, ja vien likumā nav tieši paredzēts citādi.

Vienlaikus joprojām tāpat kā klātienē mazumtirdzniecības vietās, tā arī bāros un restorānos, kur alkoholiskie dzērieni tiek piedāvāti izlejamā veidā, var turpināt piedāvāt vienu dzērienu ar samazinātu cenu.

Vai sociālo tīklu postos drīkst norādīt alkoholisko dzērienu cenas un atlaides?

Nē, sociālo tīklu postos alkoholisko dzērienu reklāmā nav atļauts norādīt alkoholiskā dzēriena cenu un atlaidi, jo sociālie tīkli nav uzskatāmi par interneta veikalu, kurā tiek veikta šo produktu tirdzniecība. Informāciju par alkoholisko dzērienu cenām un atlaidēm tīmekļvietnēs un tiešsaistē drīkst izvietot tikai interneta veikalos pie konkrētā alkoholiskā dzēriena pirms tā iegādes, izpildot patērētāja informēšanas pienākumu pirms preces iegādes.

Vai atļauts alkoholisko dzērienu cenu zīmēs izcelt produkta ražošanas valsti?

Cenu zīmē preces ražotājvalsts norādīšana uz cenu zīmes ir pieļaujama tikai informatīvā formā, bez izcelšanas vai reklāmas nolūka. Ja kāda ražotājvalsts uz cenu zīmes tiek vizuāli izcelta, tas tiek uzskatīts par patēriņu veicinošu efektu un nav pieļaujams.

Vai atļauts izmantot veikala logo vai citu veikala kodējumu, norādot uz akcijas piedāvājumu?

Cenu zīmēs ir atļauts norādīt veikala logo, taču alkohola tirdzniecības stendā nevar tikt izvietoti komersanta saukļi, piemēram, "zemāko cenu līderis", "izcila kvalitāte un zema cena" u.tml.

Vai alkoholisko dzērienu distances tirdzniecībā atļauts piedāvāt bezmaksas piegādi, ja tiek sasniegta noteikta pirkuma summa?

Nemot vērā, ka preču piegāde ir uzskatāma par pakalpojumu, attiecīgajā gadījumā veidojas piedāvājums iegādāties alkoholiskos dzērienus, vienlaikus saņemot ar atlaidi (bezmaksas) citu pakalpojumu. Līdz ar to bezmaksas piegāde, kas tiek nodrošināta par noteikta apjoma alkoholisko dzērienu iegādi, ir uzskatāma par patēriņu veicinošu pasākumu, kas ir aizliegts.