



Lietas Nr. A420263516
Lietas arhīva Nr. AA43-1027-17/16

SPRIEDUMS Latvijas tautas vārdā

Rīgā

2017.gada 6.aprīlī

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:
tiesnese referente I.Meldere,
tiesneses I.Kaļiņina un L.Vīnkalna

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz SIA „Medicom Alliance” pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 29.aprīļa lēmuma Nr.12-pk atcelšanu, sakarā ar SIA „Medicom Alliance” apelācijas sudzību par Administratīvās rajona tiesas 2016.gada 30.novembra spriedumu.

Aprakstošā daļa

[1] SIA „Medicom Alliance” no 2015.gada augusta līdz 2016.gada martam izplatījusi reklāmas materiālus „Veselības lappuses”, aicinot uz dažādu uztura bagātinātāju izstādēm-pārdošanām dažādās Latvijas vietās.

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) saņēma informāciju no Pārtikas un veterinārā dienesta par, iespējams, pieļautiem pārkāpumiem uztura bagātinātāju reklamēšanā, pēc kā PTAC uzsāka administratīvo lietvedību un konstatēja pārkāpumus pieteicējas rīcībā, reklamējot uztura bagātinātājus 2015.gada novembrī (turpmāk – Reklāma Nr.1) un 2016.gada martā (turpmāk – Reklāma Nr.2).

[2] PTAC ar 2016.gada 29.aprīļa lēmumu Nr.12-pk (turpmāk – Lēmums) pieteicējai aizliedza īstenot negodīgu komercpraksi, kā arī uzlika soda naudu 2617 euro apmērā.

Lēmums citastarp pamatots ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu un otrās daļas 1. un 2.punktu, 6.pantu, 7.panta pirmo daļu un otrās daļas 1.punktu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 11.panta 17.punktu, 15.panta otro daļu un astotās daļas 3. un 5.punktu, 15.2panta pirmo daļu.

Lēmumā norādīts, ka pieteicēja īstenojusi negodīgu, profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, jo reklāmās nav ievērotas Ministru kabineta 2005.gada 20.septembra noteikumu Nr.725 „Noteikumi par uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi Nr.725) 21.2.punkta un Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 „Prasības uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi Nr.685) 26. un 27.punkta prasības (reklāmā jānorāda informācija „uztura bagātinātājs” un „uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”), kā arī reklāmās ir ietvertas uzturvērtības un veselīguma norādes, kas ir pretējas Eiropas Savienības tiesību normu prasībām (Eiropas Parlamenta un Padomes regula Nr.1924/2006 par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem).

Pieteicēja īstenojusi arī maldinošu komercpraksi, jo gandrīz visu Reklāmā Nr.1 reklamēto uztura bagātinātāju aprakstos izmantoti apgalvojumi, kas norāda vai pēc to pasniegšanas veida var secināt, ka tie var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus. Lēmumā norādīti piemēri: uztura bagātinātājam „Čaga-Reiši” ir ļoti stipras pretvēža īpašības, „Desmitspēks no Altaja” balzamu var lietot aknu un aizkuņģa dziedzera saslimšanas gadījumā, par eļļu „Živica” nav sniegta neviena veselīguma norāde, bet tiek ieteikts „profilaktiskais kurss” un „hronisko saslimšanu” kurss u.c.

Pieteicēja ir sniegusi arī maldinošu komercpraksi attiecībā par produktu cenu samazinājumu (produktu pārdošanu par akcijas cenām), jo pieteicēja nav iesniegusi pierādījumus par produktu pārdošanas cenu pirms atlažu piemērošanas.

Pieteicējai piemērota soda nauda 2617 euro apmērā, kas ir 1,5% no 2014.gada neto apgrozījuma, kas Lēmuma pieņemšanas brīdī bija pēdējais finanšu gada pārskats, par ko iesniegtas ziņas publiskajā datu bāzē. Pieteicējas pieļautais pārkāpums vērtējams kā smags, tāpēc piemērotā soda nauda ir samērīga ar izdarīto pārkāpumu.

[3] Nepiekrītot Lēmumam, pieteicēja vērsās Administratīvajā rajona tiesā, lūdzot Lēmumu atcelt turpmāk minēto apsvērumu dēļ.

[3.1] Pēc PTAC vēstuli saņemšanas pieteicēja pilnībā pārskatīja reklāmas materiālu saturu attiecībā uz vēstulēs norādītajām nepilnībām, līdz ar to reklāmās ir norādīta tikai tāda informācija, kas ir atļauta un ņemta no oficiāliem aktualizētiem marķēšanas tekstiem, kas apstiprināti Pārtikas un veterinārajā dienestā. No šīs iestādes interneta vietnes arī redzams, ka visai pieteicējas izplatītajai produkcijai marķēšanas teksts ir aktualizēts, līdz ar to pieteicēja varēja minēt informāciju izmantot savās reklāmās.

[3.2] Pieteicēja vērsās PTAC ar iesniegumu, lūdzot iestādei izskaidrot, kādus pierādījumus ir nepieciešams iesniegt pieteicējas izplatīto produktu cenu un atlažu patiesuma pierādīšanai, tomēr mēneša laikā atbildi nesaņēma, un tikai no Lēmuma uzzināja par pierādījumu izvēles un iesniegšanas brīvību. Līdz ar to nav pamata uzskatīt, ka pieteicēja neiesniedza pierādījumus, tādējādi maldinot patērētājus. Saņemot PTAC atbildi uz iesniegumu, pieteicēja iesniegtu visu nepieciešamo informāciju. Pieteikumam pievienotie čeki pierāda produkcijas sākotnējo cenu.

[3.3] Pretēji Lēmumā norādītajam, ka uztura bagātinātājiem „Chili Kromi2+Cayanne”, „Visomax”, „Mumijo” nav visas nepieciešamās norādes, pieteicēja vērs uzmanību, ka faktiski tikai vienam produktam – „Chili Kromi2+Cayanne” nav norādīts, ka „uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”, bet pārējiem produktiem ir sniegta informācija, kuras iekļaušanu nosaka tiesību normas. Tādējādi Lēmumā kļūdaini norādīts, ka

Reklāmā Nr.2 gan „Visomax”, gan „Mumijo” nav norādīta nepieciešamā informācija. Tādējādi pieteicējas pieļautais pārkāpums nav būtisks.

Pieteicēja uzskatījusi piemērus, kādus konstatējusi citu uztura bagātinātāju izplatītāju, tostarp aptieku, reklāmās.

[3.4] Saistībā ar jautājumu par uztura bagātinātāju aprakstos izmantoto informāciju, kas sava pasniegšanas veida dēļ rada iespaidu, ka uztura bagātinātājs var palīdzēt izārstēt slimības, pieteicēja paskaidrojusi, ka Noteikumu Nr.685 24.1.punktu var interpretēt tādā veidā, ka jebkādu uzturu bagātinātāju reklamēšana un pārdošana nav pieļaujama, jo jebkāda sniegtā/izmantotā informācija sava pasniegšanas veida dēļ var radīt iespaidu, ka uztura bagātinātāji var palīdzēt izārstēt slimības. Tas tādējādi dod iespēju aizliegt reklamēt jebkādu uztura bagātinātāju.

[3.5] Pieteicēja norādījusi, ka savā reklāmā izmanto/publicē cilvēku viedokļus, nevis atsauksmes. Pieteicējas ieskatā tiek aizsargāta jebkura izteiksmes forma visdažādākajos izpausmes veidos neatkarīgi no satura. Cilvēku viedoklis nav reklāma, ziņas vai atsauksmes, līdz ar to tas nav pakļauts patiesības pārbaudei. Pieteicēja vienkārši publicēja cilvēku viedokli, viņu uzskatus par produkciju un to, ko paši cilvēki lūdza publicēt, parakstot attiecīgu piekrišanas veidlapu.

[3.6] 2015.gada novembrī kļūdas dēļ publicētā nekorektā Reklāma Nr.1 bija izplatīta tikai vienu mēnesi. PTAC rīcībā nav pierādījumu, kas apstiprina Reklāmas Nr.1 ar nekorektu tekstu publicēšanu no 2015.gada februāra.

[3.7] Ar Lēmumu uzliktais naudas sods ir 1,5% no 2014.gada pieteicējas neto apgrozījuma. PTAC nebija tiesības par pamatu ņemt vērā apstiprināto gada pārskatu par 2014.gadu, jo šajā gadā netika konstatēti pārkāpumi pieteicējas izplatītajā reklāmā. 2015.gada pārskats Lēmuma pieņemšanas brīdī vēl nebija apstiprināts, bet tajā redzamais apgrozījums ir krietni mazāks nekā 2014.gadā. Pārkāpumi pieteicējas rīcībā konstatēti par 2015.gadu.

Pieteicēja atzīst, ka ir atbildīga par kļūdainas reklāmas izplatīšanu (Reklāmu Nr.1), tomēr, izplatot laboto Reklāmu Nr.2, pieteicēja nav īstenojusi negodīgu (profesionālajai rūpībai neatbilstošu vai jebkuros apstākļos maldinošu) komercpraksi vai negodīgu (maldinošu) komercpraksi, sniedzot informāciju par preču cenu samazinājumu.

[4] PTAC paskaidrojumā par pieteikumu norādījis, ka uzskata to par nepamatotu un noraidāmu Lēmumā minēto argumentu dēļ. Papildus PTAC norādīja tumāko.

[4.1] Pieteicējai ir jāzina, kādā veidā ir pamatojamas un pierādāmas tās piedāvāto produktu cenas, turklāt PTAC pieprasījumā bija iekļautas konkrētas norādes, kādi faktiskie apstākļi saistībā ar pieteicējas piedāvātajām cenām bija jāpierāda. Pieteikumam pievienotie kases čeki, pirmkārt, nav iesniegti par visiem Lēmumā minētajiem produktiem, otrkārt, tie nevar kalpot par pierādījumiem lietā, jo ar tiem saistītie preču pārdošanas darījumi nav veikti tajās tirdzniecības vietās, kurām ir saistība ar reklāmā iekļauto aicinājumu. Arī preču pārdošanas laiks 2014.gada decembris, 2015.gada marts un jūnijs, laika ziņā nav attiecināms uz reklāmā iekļautajiem piedāvājumiem, kuri izplatīti 2016.gada martā.

[4.2] Pirms Lēmuma pieņemšanas PTAC vairākkārt veica saziņu ar pieteicēju, nodrošinot tās informēšanu par normatīvo aktu prasībām un tās rīcības neatbilstību.

[4.3] Pieteicējas veiktā Noteikumu Nr.685 24.1.punkta piemērošanas analīze nav attiecināma uz Lēmumu, jo pieteicējas skaidrojums ir saistīts nevis ar Lēmumā secināto, bet ar vispārīgiem iebildumiem par normatīvo aktu prasībām.

[4.4] Pieteicējas rīcība saistībā ar reklāmās izmantotajām personu atsauksmēm ir vērtēta no komercprakses īstenošanas un vidusmēra patērētāja uzveres viedokļa, nevis no personu, kuras izsaka viedokli, tiesībām. Šī lieta ir saistīta ar pieteicējas kā komercprakses īstenošanas rīcības neatbilstību, nevis ar citu personu tiesībām izteikt viedokli. PTAC ieskatā pieteicēja tās produktu popularizēšanas un pārdošanas nolūkos nav tiesīga izmantot tādus, tai skaitā citu personu sniegtus apgalvojumus, kuru pamatotību un ticamību pieteicēja nevar pierādīt.

[4.5] Pieteicēja lietā nav sniegusi paskaidrojumus par to, kādēļ kļūdaini nodrukātā Reklāma Nr.1 tika izplatīta patērētājiem, kādi ir attiecīgās kļūdas rašanās iemesli un kādēļ pieteicējai nav bijis iespējams izvairīties no attiecīgās kļūdas rašanās, savukārt pieteikuma norāde par 2015.gadā pirms pieļautās kļūdas izplatīto reklāmas materiālu atbilstību normatīvo aktu prasībām nav apstiprināta ar konkrētiem pierādījumiem.

[4.6] Nosakot soda naudas apmēru, PTAC ir ievērojis visus Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.2.panta nosacījumus, tai skaitā nodrošinot pieteicējas materiālā stāvokļa izvērtēšanu un dodot iespēju pieteicējai iesniegt pēdējā, nevis pārkāpuma izdarīšanas, gada, kā to norāda pieteicēja, finanšu pārskata gada neto apgrozījumu.

[5] Ar Administratīvās rajona tiesas 2016.gada 30.novembra spriedumu pieteikums noraidīts. Spriedums motivēts šādi.

[5.1] Pārbaudot PTAC kompetenci Lēmuma pieņemšanā, tiesa atzinusi, ka tā atbilst Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 25.panta ceturrtās daļas 6.1.punktā noteiktajam, proti, PTAC veic arī negodīgas komercprakses un reklāmas uzraudzību, izņemot zaļu un veterināro zaļu jomu. Tā kā lietā nav strīda par to, ka pieteicējas produkcija nav zāles, tad attiecīgi PTAC, pieņemot Lēmumu, ir rīkojies savas kompetences ietvaros. PTAC ir nodrošinājis pieteicējas uzklaušanu, veicis objektīvo izmeklēšanu un pierādījumu iegūšanu, kopumā procesuāli pareizi nodrošinot administratīvās lietas virzību iestādē.

[5.2] Pieteicēja ir norādījusi, ka PTAC nav sniedzis precīzas atbildes uz pieteicējas uzdoto jautājumu par pierādījumiem. Tiesa norādījusi, ka pieteicējai kā personai, kura ir konkrētās preces realizētāja un reklamētāja, ir vislabāk zināms, kādi pierādījumi apstiprina tās rīcības un paskaidrojumu patiesumu. Tas apstāklis, ka PTAC nav norādījis uz konkrētiem pierādīšanas līdzekļiem, tostarp jautājumā par preču cenu izmaiņām, nav pietiekams, lai uzskatītu, ka pieteicējas tiesības kādā veidā būtu ierobežotas.

Arī lietas izskatīšanas laikā pieteicēja nav iesniegusi tādas pierādījumus, kas atspēkotu PTAC secinājumus, piemēram, par preces cenām (izņemot trīs pirkuma čekus) vai par reklāmu tirāžas apjomiem ar tajā norādīto, laboto informāciju. Pieteicēja nav iesniegusi pierādījumus par to, kādi ir bijuši tirāžas apjomi, kāda daļa no tirāžas ir bijusi kļūdaina, kā arī ka kļūdas faktiski ir izlabotas. Pieteicējas pašrocīgi sagatavotā informācija, ka kļūda ir novērsta, nerada pamatu atzīt, ka minētā informācija ir tikusi iekļauta maketā, ir veikti tā labojumi un patērētājiem izplatīta korekta informācija, jo ne pieteicēja, ne arī PTAC citus reklāmu eksemplārus, kā vien lietā esošos, nav tiesai iesniegusi. Savukārt PTAC iegūtie pierādījumi un to novērtējums tiesas ieskatā ir pietiekams pamatojums Lēmuma pieņemšanai.

[5.3] Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrā daļa noteic negodīgas komercprakses jēdzienu, proti, „komercprakse ir negodīga, ja iestāties vismaz viens no šādiem nosacījumiem: 1) tā neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas patērētāju grupas vidusmēra pārstāvja ekonomisko rīcību attiecībā uz precī vai pakalpojumu, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar; 2) tā ir maldinoša; 3) tā ir agresīva”.

PTAC Lēmumā ir norādījis, ka patērētājiem sniegta maldinoša un normatīvajiem aktiem neatbilstoša informācija par preču īpašībām, par piedāvāto preču sākotnējo cenu un netiek ievērotas Noteikumu Nr.685 prasības, kas skar uztura bagātinātāju reklamēšanu. Tātad kopsakarā ar minēto tiesību normu PTAC ir norādījis, ka pieteicējas komercprakse neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību attiecībā pret precī, kā arī tā ir maldinoša.

PTAC pamatoti saista apsvērumus par patērētāja izvēli ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 7.panta pirmo daļu, kas noteic, ka „par patērētāja ekonomisko rīcību būtiski negatīvi ietekmējošu uzskata tādu komercpraksi, kura būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu un kuras rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis”, un otrās daļas 1.punktu, kas noteic, ka „par patērētāja pieņemtu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības”.

Faktiski normu kopsakarā ir izdarāms secinājums, ka tās darbības, kuras neatbilst tiesību normu prasībām un kuru rezultātā patērētājs nesāņem visu izvēlei nepieciešamo vai pilnīgi pareizu informāciju par preci vai pakalpojumu, bet izvēlas šo preci vai pakalpojumu, ir tās, kuras būtiski negatīvi ietekmē patērētāja rīcību.

Savukārt Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 9.panta pirmās daļas 1.punkts noteic, kas ir maldinoša komercprakse, jo arī maldinoša komercprakse piepilda negodīgas komercprakses jēdzienu, proti, „komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. Komercpraksi uzskata par maldinošu šādos gadījumos: 1) tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza”. Minētais jēdziens katrā gadījumā normas piemērotājam ir jāpiepilda ar konkrētu faktisko apstākļu saturu, kamēr minētā likuma 11.panta 17.punkts viennozīmīgi noteic, ka komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs sniedz patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus.

Tātad, ja tiek konstatēts, ka preces vai pakalpojuma reklāmā ir nepamatota norāde uz spēju izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus, katrā šādā gadījumā komercprakse ir atzīstama par maldinošu, neatkarīgi no citu apstākļu pastāvēšanas. Tādējādi lietas ietvaros ir pārbaudāmi PTAC apsvērumi, kas skar pieteicējas komercpraksi.

[5.4] Par preču informācijas neatbilstību tiesību normu prasībām PTAC ir norādījis jau Pārtikas un veterinārais dienests kā attiecīgās nozares uzraudzības iestāde, 2015.gada 22.decembrī nosūtot PTAC vēstuli Nr.1.1-14.1/3174. Vēstulē norādīts, ka Reklāma Nr.1 satur ziņas, kas neatbilst Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr.1169/2011 prasībām, vērstot uzmanību uz produktiem „Čaga-Reiši” un „Kastokrin”.

Pirmās instances tiesas sēdē PTAC pārstāves paskaidroja, ka PTAC nevērtē reklāmas saturu no medicīniskā viedokļa, bet pārbauda, vai par uztura bagātinātāju sniegtā informācija atbilst reģistrētajām ziņām, un vērtē visus pierādījumus kopumā.

Pārbaudot Lēmumā ietvertos secinājumus kopsakarā ar reklāmu saturu, tiesa tos atzinusi par pamatotiem. Attiecībā par produktu „Čaga-Reiši” ietvertā norāde, ka šis preparāts ir „vēl viena papildu metode efektīvai cīņai ar onkoloģiskajām kaitēm un onkoloģijas profilaksē ir tādu preparātu lietošana, kas ar savu sastāvu nonāvē jebkura audzēja veidošanos”, arī tiesas ieskatā ir pretēja likumam un ir maldinoša komercprakse. Tajā ne tikai ir ietverts apgalvojums, ka līdzeklis palīdz un ārstē onkoloģisku saslimšanu gadījumā, bet arī iztrūkst obligātā norāde par to, ka uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu uzturu. „VisoMAX” ir norāde, ka tas domāts redzes traucējumu gadījumā „tuvredzība, tālredzība, astigmatism(am), vecuma acu slimībām, glaukoma, katarakta, konjunktivīts, acs lēcas slimības utt.”. Nozīme piešķirama arī tam, ka katrs no produktiem tiek reklamēts kopā ar atsauci uz kādu personu un tās viedokli par preparātu, kas satur informāciju par spēju izārstēt slimības.

[5.5] Nav šaubu, ka personām ir tiesības uz vārda brīvību un sava viedokļa paušanu, uz ko norāda pieteicēja. Tomēr jāņem vērā, ka šajā gadījumā personu viedoklis ir ietverts pieteicējas reklāmas izdevumā, proti, pieteicēja ir atbildīga par reklāmas saturu, ko tā izplata, tāpat kā jebkurš preses izdevums, kurā tiek publicētas nepatiesas ziņas vai pārkāptas citas tiesību normu prasības. Turklāt konkrētie viedokļi pieteicējas izdevumā ievietoti tādā veidā, kas kalpo pieteicējas preču reklamēšanai, proti, tie nav tikai viedokļi, bet gan līdzeklis pārējo patērētāju intereses radīšanai un preces pārdošanas apjomu palielināšanai.

Pārbaudot reklāmu saturu, tiesa secinājusi, ka informācija par preci kopā ar šiem viedokļiem sniedz informāciju, ka, lietojot šos preparātus, ir iespējams izārstēt tādas slimības kā audzējus, sirds un asinsvadu slimības, aknu un aizkuņģa dziedzera slimības.

Jebkuram vidusmēra patērētājam, protams, būtu saprotams, ka uztura bagātinātāji nespēj izārstēt prostatas vēzi, kataraktu, samazināt psoriāzi līdzīgus izsitumus un izkaisīto sklerozī. Taču, kā redzams arī no pierādījumiem, vairāki viedokļu pautēji ir pirmspensijas un pensijas vecuma cilvēki, kuru uzticēšanās nereti ir lielāka, nekā gados jauniem patērētājiem. Ir jāņem vērā, ka ar savu produktu pieteicēja vērsās pie to patērētāju grupas, kam ir veselības problēmas, kuru risināšanā savā ziņā šie cilvēki cer uz brīnumu, kā arī dārgo medicīnas pakalpojumu vietā izvēlas lētākas alternatīvas. Tas nozīmē, ka nereti patērētāji, noticot šādam viedoklim, cer uz to, ka arī viņu slimības tiks izārstētas. Tas arī ietekmē šo personu izvēli iegādāties tieši pieteicējas preci. Tāpēc tieši pieteicējai kā preces pārdevējai ir personai, kam ir jānodrošina patērētāju interešu ievērošana, ir jāpiepilda produktu reklāmas ar tādu informāciju, kas ir patiesa un nemaldina pārējos patērētājus par preču īpašībām, tostarp, kritiski un no tiesību normu viedokļa izvērtējot personu atsauksmes, kas tiek paustas sakarā ar produktu.

[5.6] Kā pirmās instances tiesas sēdē norādīja PTAC, tad tam, ka atsevišķos gadījumos reklāmai nav pievienota norāde par to, ka uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu uzturu, nav noteicošā nozīme Lēmuma pieņemšanā. Ja minētais būtu vienīgais trūkums, tad, iespējams, iestādes lēmums būtu citāds. Taču, vērtējot visus pierādījumus kopsakarā, arī šīs norādes trūkums ir viens no argumentiem Lēmuma pamatojumā.

Pieteicējas atsaukšanās uz citiem izdevumiem savas rīcības attaisnošanai nav atzīstama par pamatu Lēmuma atcelšanai, jo katrs komersants primāri atbild par savu rīcību un par to, lai tā darbība atbilstu tiesību normu prasībām. Ja kāds cits tirgus dalībnieks attiecīgajā periodā ir pieļāvis līdzīgu pārkāpumu un nav ziņu par šo personu saukšanu pie atbildības, tas nav pamats atbrīvot no atbildības pieteicēju.

[5.7] Pieteicēja norāda, ka informācija par preci satur tikai tās ziņas, kas bijušas reģistrētas Pārtikas un veterinārajā dienestā, kā arī tur iesniegtā informācija ir tikusi aktualizēta.

Pārbaudot produktus, piemēram, „Čaga-Reiši”, ir redzams, ka Reklāmā Nr.2 informācija atbilst Uztura bagātinātāju reģistrā norādītajai, taču Reklāmā Nr.1 informācijas apjoms pārsniedz saskaņoto (http://reg.pvd.gov.lv/lat/lab_izvne/registri/uztura_bagatinataji/uztura_bagatinataju_registrs). Turklāt būtiski ir tas, ka reklāma katram konkrētam produktam ir vērtējama kopumā. Piemēram, Reklāmā Nr.1 un arī Reklāmā Nr.2, pretēji pieteicējas apgalvotajam, ka visa informācija ir labota, produktam „Kastokrin” sniegtā informācija sakrīt ar reģistrēto, taču Reklāmā Nr.2 satur arī papildus norādes. Kopumā informācija ir vēsta uz to, ka „Kastokrin” lietošanas gadījumā var pāriet onkoloģisku saslimšanu radītās sāpes vai pazust citi simptomi, kas uzskatāma par patērētāju maldinošu informāciju, jo uztura bagātinātāji nav zāles un ar tiem neārstē onkoloģiskas saslimšanas.

Preparātam „Živica”, lai arī tajā ietvertā informācija sakrīt ar reģistrēto, papildus reklāmas laukumā ir ietverti trīs dažādu personu viedokļi. Proti, Dzintra (69 gadi) informē, ka viņai no šī preparāta ir samazinājušās locītavu sāpes, sāpes kuņģa un zarnu traktā – gastrīts un aizkuņģa dziedzera, Biruta (63 gadi) informē, ka viņai asinīs samazinājies holesterīna līmenis, bet Broņislavam (69 gadi) – asinsspiediens. Savukārt pie preparāta „Flexosan” Reklāmā Nr.2 ir Ingas (50 gadi) viedoklis, kurā norādīta šāda informācija: „Apmēram divus gadus ļoti sāpēja kāju ceļi, pat nezīnu iemeslu; pie ārsta negāju, izmēģināju dažādus preparātus locītavām, nekas nepalīdzēja. Pārsteidzoši, ka dabiskais hondroprotektors „Flexosan” palīdzēja jau tad, kad

izlietoju pirmo tā iepakojumu. Esmu ļoti apmierināta”.

Arī tad, ja persona patiešām domā, ka slimības ir ārstējamas ar uztura bagātinātāju palīdzību (diagnoze nav zināma, jo pie ārsta nav būs, bet sāpes, iespējams, ir kādas slimības simptomi), pieteicējai kā pārdevējai jeb personai, no kuras salīdzinājumā ar patērētāju tiek sagaidīta profesionalitāte, bija jānovērtē šāds apgalvojums, apsverot, cik pamatoti ir apmaksāt šādu ziņu izvietojumu reklāmas saturā. Ja tas arī nav ticis darīts, pieteicēja ir atbildīga par tās apmaksāto izdevumu saturu.

[5.8] PTAC iebildumu pamatā ir arī Reklāmā Nr.1 un Reklāmā Nr.2 ietvertās norādes par to, ka produkcija tiek pārdota ar atlaidēm jeb par akcijas cenām. Arī tiesas ieskatā PTAC pamatoti veica pārbaudi par to, vai minētās cenas patiešām ir akcijas cenas, ja reklāmu saturā ziņas par akciju atkārtojas.

Vērtējot preču piedāvājuma saturisko nozīmi no vidusmēra patērētāja viedokļa, ir saprotams, ka patērētāja interesi raisa akciju vai atlaizu cenas, proti, iespēja iegādāties precī lētāk par to parasto ikdienas pārdošanas cenu.

Attiecībā par pieteicēju PTAC ir norādījis, ka tā rīcībā nav informācijas par to, ka preces, kas tiek reklamētas Reklāmā Nr.2, būtu tikušas pārdotas par augstāko norādīto cenu, proti, ka faktiski būtu noticis cenas pazeminājums, aicinot pieteicēju iesniegt minētajam pierādījumus.

Pieteicēja kā pierādījumus ir iesniegusi trīs kases čekus, no kuriem visi ir izdrukāti izbraukuma tirdzniecībā. Nav konstatējams, kādā tirdzniecības vietā šādas preces cenas ir bijušas noteiktas. Turklāt, kā pamatoti norāda PTAC, minētie pirkuma čeki ir par datumiem, kas ir stipri pirms pārkāpuma konstatēšanas, proti, iebildumi ir par 2015.gada novembra Reklāmu Nr.1, bet kases čeki ir no 2014.gada 13.decembra („Živica”), 2015.gada 12.marta („Kastokrin”, „Desatisil”) un 2015.gada 9.jūnija („Desatisil”), kamēr Reklāmā Nr.2 ir atlaide „Desmitspēks no Altaja”, „Kastokrin”, „Maximizer+”, „VisoMAX”, bet Reklāmā Nr.1 „Desmitspēks no Altaja”, „Živica”, „Kastokrin”, „Maximizer+”, „VisoMAX”, „Molfāra noslēpumi”, proti, reklāmās atkārtoti tiek norādīts uz akcijas cenas esību.

Tiesa piekritusi PTAC viedoklim, ka šie trīs čeki, kas iesniegti ilgāku laiku pirms reklāmu izplatīšanas, neapstiprina pieteicējas paskaidrojumus par to, ka pastāvīgā preču cena ir bijusi augstāka. Tiesas vērtējumā nav ticams, ka pārdošanas gadījumu skaits ir bijis tik neliels, ka pieteicējai nav bijusi iespēja iesniegt pierādījumus par periodu pirms akcijas uzsākšanas, piemēram, 2015.gada septembris, oktobris, un pierādīt preces faktiski cenas samazinājumu.

Turklāt pati pieteicēja papildus paskaidroja, ka preču cena bijusi mainīta jau iepriekš, tādēļ no minētā var secināt, ka preces cena faktiski mainīta jau gada sākumā un pastāvīgi šīs preces ir iegādājamas par pazemināto cenu. Taču tādā gadījumā pieteicējai nebija pamata norādīt, ka minētā cena ir akcijas cena.

Līdz ar to, ja produkcija pastāvīgi tiek pārdota par akcijas cenu, minētais nepamatoti ietekmē patērētāja izvēli un pastiprina vēlēšanos iegādāties produkciju tieši tagad, domājot, ka cena vēlāk atkal tiks paaugstināta. Minētais vērtējams kopsakarā ar to, ka, ja persona zinātu, ka cena ir nemainīga, tad palielinātos gan apdomāšanās laiks, gan arī izvēli neietekmētu pirkuma izdevīgums.

[5.9] Ir pamatots PTAC norādītais, ka pieteicēja faktiski ir sākusi trūkumu novēršanu tikai pēc lietas izskatīšanas iestādē sākuma. Turklāt, neskatoties uz rakstiski izrādīto gatavību novērst nepilnības un neatbilstības tiesību normu prasībām, kas sākotnēji konstatētas novembrī, vēl reklāmas marta izdevumā šīs nepilnības nebija novērstas. Kā arī pieteicēja nav iesniegusi pierādījumus par to, ka reklāmas izdevumos trūkumi būtu novērsti, kā arī nav spējusi uzrādīt maketus vai citus dokumentus, kas bijuši pamatā SIA „Beta Press” sagatavotajiem apjomiem un kas apstiprinātu, ka tālākās tirāžas faktiski ir ar izlabotu saturu.

Līdz ar to pamatots ir Lēmumā secinātais, ka pieteicējai ir nosakāms ne tikai pienākums pārtraukt negodīgo komercpraksi, bet arī piemērotas sodošā rakstura sankcijas saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.2.panta pirmo daļu. Tiesa nav konstatējusi pārkāpumus soda naudas apmēra noteikšanā, jo uz Lēmuma pieņemšanas brīdi publiskajā datubāzē bija pieejams tikai 2014.gada pārskats.

[5.10] Pieteicēja iebilst pret to, ka Lēmums ir pamatots ar 2014.gada apgrozījumu, jo, tā kā Lēmums ir pieņemts 2016.gadā, bija jāņem vērā 2015.gada apgrozījums, kas ir mazāks. Tiesai pieteicēja ir iesniegusi Gada pārskata par 2015.gadu kopiju, norādot, ka 2015.gada apgrozījums ir zemāks un iestādei bija iespēja to izmantot, lai piemērotu pieteicējai labvēlīgāko režīmu.

Lēmums ir parakstīts 2016.gada 29.aprīlī, taču saskaņā ar tiesību normām 2015.gada pārskats varēja tikt iesniegts līdz 2016.gada 2.maijam, proti, Lēmums ir pieņemts periodā, kad personām vēl bija tiesības iesniegt un precizēt gada pārskata datus. Pieteicējas sagatavotajā eksemplārā ir norāde, ka tas parakstīts 2016.gada 21.aprīlī, taču uz pārskata nav norādes par to, kad tas faktiski iesniegts, pieņemts un iekļauts publiski pieejamās informācijas datu bāzē. Līdz ar to PTAC, Lēmuma pieņemšanas laikā publiskā datu bāzē konstatējot tikai 2014.gada pārskata esību, pamatoti ir noteicis aprēķinu, izmantojot 2014.gada datus.

[6] Par Administratīvās rajona tiesas spriedumu pieteicēja iesniedza apelācijas sūdzību. Apelācijas sūdzībā atreferēti pieteikumā minētie argumenti, kā arī norādīts, ka pieteicēja vēlas precizēt pieteikuma priekšmetu. Pieteicēja atzīst, ka Reklāma Nr.1 ir kļūdaina un ka pieteicēja ir gatava uzņemties par to atbildību, taču nepiekrīt, ka Reklāma Nr.2 ir nekorekta. Tā atbilst normatīvo aktu prasībām. Tādēļ pieteicēja lūdz tiesu izvērtēt Reklāmas Nr.2 atbilstību normatīvajiem aktiem un samazināt uzlikto naudas sodu.

Pieteicēja apgabaltiesai iesniegusi papildu paskaidrojumu, kam pievienoti vēl divi kases čeki par pieteicējas reklamēto uztura bagātinātāju pārdošanu.

[7] PTAC paskaidrojumā par apelācijas sūdzību norādījis, ka uzskata to par nepamatotu, pamatojoties uz Lēmumā norādītajiem argumentiem.

[8] Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 304.panta pirmo daļu Administratīvā apgabaltiesa lietu izskata rakstveida procesā.

Motīvu daļa

[9] Izvērtējusi Lēmumā, pieteikumā, apelācijas sūdzībā norādītos argumentus, kā arī lietas materiālus, Administratīvā apgabaltiesa secina, ka apelācijas sūdzība nav pamatota.

Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pirmās instances tiesa spriedumā pareizi konstatējusi lietas faktiskos un tiesiskos apstākļus, spriedumā ietvertā motivācija ir pareiza un pietiekama, tādēļ apgabaltiesa saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 307.panta ceturto daļu pievienojas sprieduma motivācijai, to neatkārtojot.

[10] Apgabaltiesa nepiekrīt pieteicējas argumentam, ka pieteikumā pieteicēja atzinusi pārkāpumus, izplatot Reklāmu Nr.1, ka pirmās instances tiesa to ir nepamatoti vērtējusi. Tagad pieteicēja precīzē, ka atzīst Reklāmā Nr.1 konstatētos pārkāpumus, par tiem ir gatava samaksāt sodu un lūdz apgabaltiesu sodu samazināt.

No Lēmuma, kā arī no PTAC 2016.gada 21.janvāra vēstules Nr.3.2-1-K-4/420 secināms, ka pieteicējas Reklāmā Nr.1 ir konstatēti šādi pārkāpumi: 1) gandrīz visu reklamēto uztura bagātinātāju aprakstos tiek izmantoti apgalvojumi, kas norāda vai pēc to pasniegšanas veida patērētāji var secināt, ka šie uztura bagātinātāji var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus, 2) pieteicēja komercpraksē lieto veselīguma norādes, kuras ir aizliegtas ar Eiropas Parlamenta un Padomes regulas 1924/2006 par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem 10.panta 1.punktu, 3) Reklāmā Nr.1 nav ievērotas Noteikumu Nr.725 21.2.punkta prasības par to, ka reklāmā iekļauj norādes, ka produkts ir uztura bagātinātājs, un piebilda, ka uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu.

Lēmumā norādīts, ka ir iegūti pierādījumi, ka Reklāma Nr.1 izplatīta 10 000 eksemplāru apjomā, bet nav ziņu par 20 000 eksemplāru, ko pieteicēja ir izdevusi un kas izplatīti laikā no 2015.gada 1.augusta līdz 2016.gada 31.janvārim, saturu.

No pieteikuma konstatējams, ka pieteicēja, lai gan paskaidro, ka Reklāma Nr.1 nodrukāta un izplatīta ar kļūdainu tekstu, tomēr nepiekrīt visam Lēmumam, prasot to pilnībā atcelt, tātad nepiekrīt arī konstatētajiem pārkāpumiem, izplatot Reklāmu Nr.1. Pamatojoties uz minēto, apgabaltiesa secina, ka pirmās instances tiesa pamatoti izvērtēja pieteicējas pieļautos pārkāpumus, izplatot Reklāmu Nr.1 un Reklāmu Nr.2.

Neskatoties uz to, vai pieteicēja atzīst, vai neatzīst pārkāpumus, kas pieļauti, izplatot Reklāmu Nr.1, apgabaltiesai jāpārbauda tas, vai ar Lēmumu pieteicējai piemērotais sods ir pamatots. Soda naudas apmērs ir noteikts, ņemot vērā pārkāpumus gan Reklāmā Nr.1, gan Reklāmā Nr.2. Izskatot lietu apelācijas kārtībā, apgabaltiesa nesaskata iemeslus soda naudas samazināšanai. Pievienojoties pirmās instances tiesas sprieduma motivācijai, apgabaltiesa atzīst, ka pieteicējai piemērotais naudas sods 2617 euro apmērā ir pamatots.

[11] Pārējie apelācijas sūdzības argumenti nav pamatoti.

[11.1] Apgabaltiesa pilnībā piekrīt PTAC un pirmās instances tiesas argumentam, ka pieteicējai pašai vislabāk zināms, ar kādiem pierādījumiem tā var pierādīt pārdoto preču cenu. Pieteicēja ir komersants, kas strādā jau no 2009.gada, kārtu grāmatvedību un, visticamāk, zina, kādi dokumenti jāiekļauj grāmatvedībā par preču cenām. Kā redzams no pieteikumam un apelācijas sūdzībai pievienotajiem kases čekiem, pieteicēja ir sapratusi, ka to, par kādu cenu preces ir faktiski pārdotas, var pierādīt ar kases čekiem. Apgabaltiesas vērtējumā pieteicējas jautājums PTAC par to, kādā formā iesniedzami pierādījumi pieteicējas īstenoto cenu atlaīžu piemērošanai, ir lieks, un tas neattieko fakti, ka pieteicēja PTAC noteiktajā termiņā šādus pierādījumus neiesniedza. Apgabaltiesa pieļauj, ka pierādījumu apjoma dēļ var nebūt pietiekami laika savākt visus pierādījumus no grāmatvedības reģistriem un iesniegt PTAC, jo PTAC pieprasījums par pierādījumu iesniegšanu sagatavots 2016.gada 16.martā, bet pierādījumu iesniegšanas termiņš bija noteikts jau 25.marts. Taču no pieteicējas vēstules „Atbilde uz pieprasījumu Nr.3.2-1-K-4/1910” (šai vēstulei pat nav norādīts tās sagatavošanas datums) nav redzams, ka pieteicēja norādītu uz nesamērīgi īsu laiku pierādījumu savākšanā un šā iemesla dēļ būtu lūgusi pagarināt šo termiņu. No pieteicējas argumentiem arī nav secināms, ka tā, ņemot vērā īsos termiņus, kādi pastāv šajā lietā administratīvajā procesā iestādē, izmantotu kādus citus saziņas ar iestādi līdzekļus, lai noskaidrotu, ko PTAC no pieteicējas sagaida.

Pamatojoties uz minēto, apgabaltiesa noraida pieteicējas argumentu, ka tā nesaprata, kādus pierādījumus PTAC ir jāiesniedz.

Apgabaltiesa vērs pieteicējas uzmanību, ka šajā lietā netiek pārbaudīts tas, vai PTAC ir pārkāpis Iesniegumu likuma normas par atbildes sniegšanu pieteicējai. Turklāt atbilstoši Iesniegumu likuma 10.panta otrajai daļai pieteikumam par administratīvo aktu vai faktisko rīcību (neatbildot uz iesniegumu) var iesniegt Administratīvajā rajona tiesā. Tiesas spriedums nav pārsūdzams. Tādējādi apgabaltiesas kompetencē nav pārbaudīt, vai PTAC ir pārkāpis Iesniegumu likuma normas.

[11.2] Apgabaltiesa atzīst par pamatotu PTAC un pirmās instances tiesas secinājumu, ka pieteicējas iesniegtie trīs чеки nepierāda faktu, ka uztura bagātinātāju akcijas cena, kāda norādīta reklāmās, faktiski arī bijusi akcijas cena. Pieteikumam pievienotie trīs чеки, kur prece tirdzniecībā par pilnu cenu, attiecas uz periodu, kas ir bijis krietni pirms 2015.gada novembra un 2016.gada marta. Tas pats attiecas uz apelācijas instances tiesā iesniegtajiem diviem kases čekiem par uztura bagātinātājiem „Molfar” un „Živica”. Šie kases чеки izdoti 2014.gada decembrī (norādīta preces pilnā cena 16 euro) un 2015.gada jūnijā (prece pārdota par akcijas cenu). Lietā iesniegtie чеки nepierāda, ka pieteicēja īstenojusi preču pārdošanas akciju, kur preces tiek pārdotas par pazeminātu cenu.

No Reklāmas Nr.1 izdevuma satura redzams, ka pieteicēja aicina pircējus iegādāties produktus par „Jaunām akcijas cenām”, piemēram, uztura bagātinātāju „Živica” iegādāties par 13 euro, nevis 16 euro. Arī Reklāmā Nr.2 norādīts, ka uztura bagātinātāju „Živica” var iegādāties par akcijas cenu 13 euro. Taču apelācijas instances tiesā iesniegtais чеks par 2015.gada jūniju liecina, ka jau tad izbraukuma tirdzniecībā šī prece pārdota par 13 euro. Tāpat uztura bagātinātājs „Molfara noslēpumi” reklamēts, ka nopērkams par akcijas cenu 12 euro, nevis 16 euro. Taču jau 2015.gada jūnijā šis produkts pārdots par 12 euro. Tas neliecina, ka pieteicēja ir rīkojusi īslaicīgu akciju, kuras ietvaros patērētāji produktus var iegādāties par pazeminātu cenu. Savukārt par Reklāmā Nr.2 reklamēto produktu „VISO MAX” joprojām nav pierādījumu, ka tas jebkad būtu pārdots par pilnu cenu.

Patī pieteicēja arī nenoliedz, ka preces par pazeminātu cenu tiek pārdotas jau ilgāku laiku, turklāt visās tirdzniecības vietās (ne tikai preču izstādēs-pārdošanās vai kādās citās īpašās vietās, kur tiek īstenota preču pārdošanas akcija). Pie preču cenām vienkārsi ir norādīta produktu sākotnējā cena. Apelācijas sūdzībā pieteicēja pat ir norādījusi, ka tiesību normas neaizliedz pie produkta norādīt gan cenu, par kādu tas tika pārdots sākumā, gan pazemināto cenu. Taču apgabaltiesa vērs pieteicējas uzmanību, ka tieši šāda rīcība arī ir patērētājus maldinoša, jo vērs patērētāju uzmanību uz to, ka cena, iespējams, ilgi vairs nebūs tāda, kāda norādīta reklāmās. Patērētāji neuztver, ka Reklāmā Nr.2 vai Reklāmā Nr.1 norādītā pārsvītrotā produktu cena ir produkta sākotnējā cena, bet norādītās samazinātās cenas uztver kā akcijas cenas. Nevieni neaizliedz pieteicējai pārdot produktu par zemāku cenu, nekā tas sākotnēji pārdots, bet šādā gadījumā ir nepamatoti norādīt, ka zemākā cena ir akcijas cena, jo no vidusmēra patērētāja viedokļa akcija ir īslaicīgs pasākums vai arī pasākums, kas tiek īstenots kādā īpašā tirdzniecības vietā. Norādot pie produkta augstāko cenu, par kādu produkts vairs tāpat netiek pārdots, vienlaikus norādot samazināto cenu kā akcijas cenu, patērētāji tiek maldināti.

Apgabaltiesa atzīst, ka nav pamata salīdzināt pieteicējas reklamēto uztura bagātinātāju cenas ar tām cenām, par kādām šie produkti tiek pārdoti aptiekās, jo aptiekas, iespējams, piemēro savu uzcenojumu. Tādējādi aptieku cenas nepierāda to, ka pieteicēja pārdod produktu par akcijas cenām. Līdz ar to apgabaltiesai nav pamata izprasīt informāciju no apelācijas sūdzībā norādītajām aptiekām par uztura bagātinātāju cenām.

[11.3] Apgabaltiesas ieskatā pieteicēja nav sapratusi Lēmumā ietvertos PTAC argumentus par pieteicējas reklāmu tirāžu. No Lēmuma redzams, ka PTAC, piemērojot sodu, ir ņēmis vērā tirāžas apjomu 20 000 reklāmas bukletus. Kā jau iepriekš apgabaltiesa norādīja, sods ir piemērots par Reklāmas Nr.1 un Reklāmas Nr.2 izplatīšanā pieļautajiem pārkāpumiem. PTAC ir ieguvis pierādījumus, ka 2015.gada novembrī pieteicēja izplatījusi 10 000 kļūdainos bukletus (Reklāmu Nr.1), ko nenoliedz arī pieteicēja. Arī 2016.gada martā pieteicēja izplatījusi 10 000 bukletus (Reklāmu Nr.2), ko apliecina SIA „Beta Press” 2016.gada 3.marta pavadzīme Nr.ME/04. Lēmuma [17] punkta 9.rindkopā norādīts, ka nepieļaujama ir pieteicējas komercprakse, izplatot „lielu daudzumu (20 000 eksemplāru)” normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu. Izlasot visu Lēmumu, secināms, ka PTAC ir ņēmis vērā tikai to izplatīto bukletu apjomu, par kuru ir iegūti pierādījumi, ka šie bukleti ir tiesību normām neatbilstoši. Tie ir Reklāmas Nr.1 (10 000 bukleti) un Reklāmas Nr.2 bukleti kopā. Par pārējiem 20 000 bukletiem, kas izplatīti no 2015.gada augusta līdz 2016.gada janvārim, nav pierādījumu,

ka tie ir neatbilstoši vai atbilstoši tiesību normām. Iespējams, Lēmuma [6] punktā norādītie PTAC argumenti izraisījuši pieteicējas neizpratni par to, ka nemī vērā arī tie 20 000 bukleti, par kuriem nav pierādījumu, ka tie neatbilst tiesību normām. Tomēr, izvērtējot Lēmuma saturu kopumā, apgabaltiesai nerodas šaubas, ka PTAC Lēmuma pieņemšanā ņēmis vērā tikai to Reklāmas Nr.1 un Reklāmas Nr.2 apjomu, par kuru ir pierādījumi. To PTAC apstiprinājis arī paskaidrojums par apelācijas sūdzību. Tādēļ ir noraidāms pieteicējas arguments, ka Lēmums izdots uz pieņēmumu pamata.

Apgabaltiesa piekrīt PTAC, ka 20 000 tiesību normām neatbilstoši bukleti ir liels apjoms, kas nonāk patērētāju rīcībā. No pieteicējas argumentiem pieteikumā, kur pieteicēja aprakstījusi bukletu iespiešanas un izplatīšanas sistēmu pieteicējas praksē, secināms, ka visi izdotie bukleti nonākuši pie patērētājiem, jo tiek ielikti pastkastītes. Pie pieteicējas neglabājas neviens buklets, tādēļ pieteicēja PTAC nevarēja iesniegt citus bukletus, kur būtu iekļauta tiesību normām atbilstoša reklāma. Apgabaltiesas ieskatā nav nozīmes tam, vai adresāti faktiski izlasa reklāmu, vai arī to iznīcina, tomēr pieteicējas mērķis, izplatot reklāmas, ir bijis informēt par savu produkciju pēc iespējas lielāku patērētāju skaitu.

Pieteicēja norādījusi, ka „Mēness aptieka” daudz lielākā apjomā tirāžējusi tiesību normām neatbilstošas reklāmas – 625 000 bukletus. Apgabaltiesa pēc būtības nevērtē pieteicējas argumentus par to, cik lielā tirāžā ir izdoti „Mēness aptiekas” bukleti, kuros reklamēti tādi produkti, kas pēc pieteicējas domām pārkāpj tiesību normas. Šīs lietas ietvaros tiek vērtēti pieteicējas, nevis „Mēness aptiekas” pielauti pārkāpumi. Taču apgabaltiesa piekrīt, ka 625 000 reklāmu bukleti, ko pieteicējas ieskatā nelikumīgi izplatījusi „Mēness aptieka”, ir daudz lielāks skaits, nekā 20 000 bukleti. Tomēr apgabaltiesa vērs uzmanību, ka izplatītās reklāmas apjoms ir viens no kritērijiem, kas novērtējams, nosakot soda apmēru (sk. Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.2panta otro daļu). Kā redzams no Lēmuma, pieteicējai soda naudas apmērs noteikts 1,5% apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma iespējamo 10% vietā (sk. Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.2panta pirmo daļu).

[11.4] Apgabaltiesa nepiekrīt pieteicējai, ka pirmās instances tiesa ņēmusi vērā tikai Reklāmā Nr.1 norādīto nepareizo informāciju, bet nav ņēmusi vērā, ka Reklāmā Nr.2 tā ir labota.

Apgabaltiesa iepriekš jau norādīja, ka pirmās instances tiesai bija pamats vērtēt gan Reklāmā Nr.1, gan Reklāmā Nr.2 atspoguļoto informāciju, jo pieteicēja bija pārsūdzējusi Lēmumu pilnībā. Tomēr no pirmās instances tiesas sprieduma redzams, ka tiesa ir vērtējusi arī Reklāmas Nr.2 saturu, salīdzinot to ar Pārtikas un veterinārajā dienestā reģistrēto saturu, un to, kas faktiski norādīts Reklāmā Nr.2 2016.gada martā. Turklāt Lēmumā norādīts, ka tikai „daži” uztura bagātinātāju reklamēšanā Reklāmas Nr.2 bukletos joprojām ir konstatējami pārkāpumi, nevis „gandrīz visu” produktu reklamēšanā, kā tas bija par Reklāmā Nr.1 konstatētajiem pārkāpumiem. Piemēram, uztura bagātinātājam „Chili Kromi2+Cayenne” Reklāmā Nr.2 joprojām nebija norādīts, ka tas ir uztura bagātinātājs un ka tas neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu. Apgabaltiesa piekrīt pieteicējai, ka Reklāmā Nr.2 uztura bagātinātājam „VisoMAX” un „Mumijo” ir ietverta norāde, ka tas ir uztura bagātinātājs, un ka uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu.

Apgabaltiesa vērs pieteicējas uzmanību, ka ar Lēmumu vērtēta ne tikai pati informācija, kas norādīta par uztura bagātinātājiem, bet arī reklāmas pasniegšanas veids. Šajā gadījumā Reklāmā Nr.2 ietvertā informācija par uztura bagātinātāju pastiprināta gan ar Wikipedia skaidrojumu par produktu labajām īpašībām, gan ar privātpersonu viedokļiem. Tas kopsakarā ar reklamēto informāciju norāda, ka konkrētais uztura bagātinātājs var palīdzēt kādu slimību ārstēšanā.

Apgabaltiesa nenoliedz, ka ikvienai personai ir tiesības paust savu viedokli. Taču tieši pieteicēja ir atbildīga par tāda personu viedokļa, kas apgalvo, ka ar kādu no uztura bagātinātājiem ir izārstējis slimību, samazinājis asinsspiedienu, holesterīna līmeni, publicēšanu. Šādu apgalvojumu publicēšana pie paša uztura bagātinātāja, kaut arī viedoklis ir atdalīts un ierāmēts atsevišķā rāmī, tik un tā patērētājiem ļauj noprast, ka konkrētais produkts var palīdzēt tieši pieminēto slimību ārstēšanā. Pieteicējai neviens neuzspiež publicēt tādas privātpersonu viedokļus, kas var maldināt citus patērētājus. Apgabaltiesa arī atzīst, ka pieteicēja nav publicējusi privātpersonu viedokļus tāpat vien, bet šo viedokļu mērķis ir bijis reklamēt atbilstošu uztura bagātinātāju, sniegt informāciju par šā produkta labajām īpašībām un spējām.

[11.5] Apgabaltiesa piekrīt Lēmumā un pirmās instances tiesas spriedumā norādītajam, ka sods 1,5% apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma ir samērīgs. Iepriekš jau secināts, ka izvērtētais apjoms, par kuru ir piemērots sods, ir 20 000 bukletu izplatīšana par abām reklāmām kopā. No Lēmuma arī secināms, ka pieteicēja turpinājusi pielaut pārkāpumus produktu reklamēšanā, jo līdzīgi pārkāpumi pieteicējas darbībā tika konstatēti jau 2015.gada februārī.

[11.6] Apgabaltiesa piekrīt arī pirmās instances tiesas argumentiem, kas attiecas uz 2014.gada pārskata datu izmantošanu Lēmuma pieņemšanā.

[12] Pamatojoties uz iepriekš minēto, Administratīvā apgabaltiesa secina, ka Lēmums ir tiesisks, bet pieteikums ir noraidāms.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 307. un 309.pantu, 329.panta pirmo daļu, Administratīvā apgabaltiesa

nosprida

noraidīt SIA „Medicom Alliance” pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 29.aprīļa lēmuma Nr.12-pk atcelšanu.

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

Tiesnese referente	(personiskais paraksts)	I.Meldere
Tiesneses	(personiskais paraksts)	I.Kaļiņina
	(personiskais paraksts)	L.Vīnkalna