



## Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67388624, fakss 67388634, e-pasts ptac@ptac.gov.lv, www.ptac.gov.lv

**SIA „Lotos pharma”**  
**Reģ. Nr. 40103638962**  
**Pērnavas ielā 1-39**  
**Rīgā, LV-1012**

**LĒMUMS**  
**patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā**  
**Rīgā**

2016.gada 28.decembrī

Nr.24–pk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 25.panta ceturtās daļas 6.<sup>1</sup>punktu un Ministru kabineta 2006.gada 1.augusta noteikumu Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums” 4.11.apakšpunktu, ir izvērtējis SIA „Lotos pharma” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, sniedzot informāciju par uztura bagātinātājiem, atbilstību Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) prasībām.

[1] Ņemot vērā 2016.gada februārī/martā konstatēto, ka VSIA „Latvijas Televīzija” programmā LTV1 tiek izplatīta normatīvajiem aktiem neatbilstoša uztura bagātinātāja *Hepasan Forte* reklāma (turpmāk – reklāma1), kuras sniedzējs ir Sabiedrība, kā arī to, ka Sabiedrība vairākkārt ir saņēmusi PTAC konsultācijas un viedokli par uztura bagātinātāju reklāmu/ komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, PTAC uzsāka administratīvo lietu saistībā ar reklāmā1 sniegto informāciju.

[2] Par šī lēmuma [1] punktā minēto PTAC 2016.gada 12.aprīlī nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 3.2.-1-K-32/2546 (turpmāk – vēstule1), kurā informēja par šādiem pirmšķietami konstatētajiem pārkāpumiem:

a) reklāmā1 nav ievērots Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 “Prasības uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi) 26.punktā noteiktais, ka *uztura bagātinātāja reklāmā ietver norādi “Uztura bagātinātājs”, kā arī 27.punktā noteiktais, ka norāde “Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu” aizņem ne mazāk kā piecus procentus no reklāmas apjoma. Burtu lielums ir tāds, lai norāde aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.* Reklāmā1 netiek sniegta informācija, ka produkts ir uztura bagātinātājs, bet norāde “Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu” tiek sniegta no aptuveni divpadsmitās sekundes no kopējā septiņpadsmit sekunžu garā reklāmas laika.

b) reklāmā1 izmantotās veselīguma norādes neatbilst EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES REGULAS (EK) Nr. 1924/2006 (2006. gada 20. decembris) par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem (turpmāk – Regula) prasībām, kā arī reklāmā1 ir izteikti pirmšķietami maldinoši apgalvojumi par produkta ātru iedarbību. Reklāmas1 sākumā tiek sniegta informācija par aknu bojājumu rašanās cēloņiem, tādējādi nepārprotami norādot uz reklamētā produkta lietošanas saistību ar aknu veselību, turklāt visi minētie aknu bojājumu

iemesli ir katram vidusmēra patērētājam labi saprotami, jo tie ir apstākļi, ar kuriem saskaras vairums cilvēku (asa, taukaina pārtika, medikamenti, alkohols, sadzīves ķīmija). Nākošais teikums – “*aknām nepieciešama ātra palīdzība*”, ietver apsolījumu saistībā ar produkta labvēlīgu iedarbību aknu aizsargāšanā, savukārt audio frāze “*Hepasan – ātra un efektīva aizsardzība jau no pirmās kapsulas*” ar fonā attēlotām produkta sastāvdaļām sniedz nepārprotamu norādi, ka aknas tiks aizsargātas no reklāmas sākumā minētajiem aknu bojājumu iemesliem, un to nodrošinās reklāmā1 attēlotās sastāvdaļas.

Ņemot vērā minēto, PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otrās daļas 1.punktu, pieprasīja Sabiedrībai iesniegt:

- rakstveida pierādījumus par reklāmā1 sniegtā apgalvojuma “*Hepasan - ātra un efektīva aizsardzība jau no pirmās kapsulas*” patiesumu;
- attiecīgo veselīguma norāžu ierakstu numurus konsolidētajā sarakstā, kas iesniegts novērtēšanai Eiropas Pārtikas nekaitīguma iestādē (turpmāk – EFSA) par uztura bagātinātājiem, uz kuru pamata izveidots reklāmas1 saturs;
- dokumentārus pierādījumus par reklāmas1 izplatīšanas vietām, laiku un apjomu.

[3] 2016.gada 26.aprīlī PTAC tika saņemta Sabiedrības 2016.gada 22.aprīļa vēstule (turpmāk – atbilde1), kurā Sabiedrība paskaidroja turpmāk minēto:

- apgalvojums “*Hepasan – ātra un efektīva aizsardzība jau no pirmās kapsulas*” ir paties, jo salīdzinājumā ar tabletēm produkta apvalks ātrāk atbrīvo tajā esošās aktīvās vielas. Par minēto Sabiedrība sniegusi norādes uz atsaucēm avotos angļu valodā. Vienlaicīgi Sabiedrība norāda uz vārda “*efektivitāte*” skaidrojumu, izmantojot Latvijas Zinātņu akadēmijas terminoloģijas komisijas Ekonomikas apakškomisijas terminus;
- Sabiedrības lietotā terminoloģija nerada iespaidu, ka “*Hepasan Forte tiek uzskatīts par labāku preparātu nekā citi aknu grupas produkti*”;
- Sabiedrība ir iesniegusi pierādījumus veselīguma norāžu izmantošanai, taču tie nav pilnībā precīzi un pamatoti;
- Sabiedrība nodrošinās reklāmas1 izplatīšanas pārtraukšanu, ja PTAC to atzīs par maldinošu.

Vienlaikus kā pierādījums reklāmas1 izplatīšanas apjomam, vietai un laikam Sabiedrība iesniedza reklāmas1 izplatītāja izziņu par reklāmas1 izplatīšanu Latvijas televīzijas 1.kanālā 2016.gada janvārī un februārī – kopā 367 reizes.

[4] 2016.gada 9.maijā PTAC pirmšķietami konstatēja negodīgas komercprakses īstenošanu, Sabiedrībai sadarībā ar žurnāla “Māja” (2016.gada izdevums #17) redakciju sniedzot uztura bagātinātāja *Sinunorm DUO* reklāmu (turpmāk – reklāmas materiāls2). Reklāmas materiāls2 sastāv no reklāmraksta un atsevišķi izvietotas uztura bagātinātāja *Sinunorm DUO* reklāmas, kurā nav ievērotas Regulā un Noteikumu 27.punktā minētās prasības. Reklāmraksta daļā patērētājiem netiek sniegta informācija, ka *Sinunorm DUO* ir uztura bagātinātājs, tādējādi Sabiedrībai neievērojot Noteikumu 26.punkta prasības, kā arī sniedzot atsaucē uz slimību iespējamu novēršanu. Reklāmā ir iekļautas norādes “*augšējiem elpceļiem*” un “*apakšējiem elpceļiem*”, kā arī aicinājums “*ievelc elpu*”, tādējādi patērētājiem liekot domāt, ka uztura bagātinātājam ir sevišķas īpašības attiecībā uz tā lietotāja elpceļiem, taču neievērojot Regulas 10.panta 3.punkta noteikumu, ka *atsauces uz uzturvielas vai pārtikas produkta vispārēju, nekonkrētu labvēlīgu ietekmi uz labu vispārējo veselību, labsajūtu var izdarīt tikai kopā ar īpašu veselīguma norādi, kas ietverta 13. un 14. pantā minētajos sarakstos*.

[5] Par šī lēmuma [4] punktā minēto PTAC informēja Sabiedrību, 2016.gada 11.maijā nosūtot vēstuli Nr. 3.2.-1-K-32/3145 (turpmāk – vēstule2), kurā cita starpā norādīja, ka Sabiedrības īstenoto komercpraksi vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa. Vienlaikus vēstulē2 PTAC informēja, ka reklāmraksta daļā ir pirmšķietami konstatējis NKAL 11.panta 17.punkta, kas nosaka, ka komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenošana sniedz patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus, pazīmes.

PTAC ieskatā reklāmraksta tēma ir vērsta uz to, lai sniegtu informāciju par elpceļu infekciju izraisītāju atvairīšanu un slimības novēršanu cilvēkiem, kuriem elpceļu iekaisums attīstās strauji (piemēram, vājas imunitātes gadījumos), tādējādi norādot uz ātrāku izārstēšanās iespēju. Reklāmrakstā tiek izmantoti, piemēram, šādi apgalvojumi: *“Ja cilvēks jau zina, ka viņam šis process parasti attīstās strauji, tad Sinunorm DUO ir īpaši piemērots. Laikus sākot to lietot, varbūt pat izdosies nenonākt līdz sausajam klepum”*; *“Tādēļ vajag mazināt iekaisumu, un to var izdarīt ar dabas vielu palīdzību”*; *“Akūtu iesnu gadījumā ar vienu iepakojumu pietiks vienai reizei”*; *“Ja vīruss jau iekļuvis šūnā, plūškoka ekstraktā esošās vielas neļauj vīrusam vairoties, un līdz ar to vīrusa toksīni nevar pasliktināt inficētā cilvēka veselību”*. Reklāmrakstā tiek arī norādīts, ka pētījumi pierāda, ka plūškoka sula padara *“izārstēšanu ātrāku”*. Tādējādi vidusmēra patērētājs uztver/var uztvert tam sniegto informāciju par uztura bagātinātāju kā informāciju par profilaktisku un ārstniecisku līdzekli slimības novēršanai un saslimšanas gadījumā, tādējādi saņemot maldinošu informāciju par uztura bagātinātāja īpašībām, kā rezultātā patērētāji var pieņemt tādu lēmumu saistībā ar darījumu, kādu nebūtu pieņēmuši, ja viņu rīcībā būtu patiesa informācija par reklamēto preci.

Reklāmrakstā tiek norādīts uz tādu vielu esamību uztura bagātinātāja *Sinunorm DUO* sastāvā esošajā acerola augļu ekstraktā, kuras netiek norādītas produkta marķējumā (A provitamīns, B grupas vitamīni, dzelzs, kalcijs, fosfors), tādējādi liekot saprast, ka minētās vielas ir arī uztura bagātinātājā. Šai sastāvdaļai tiek arī piedēvētas īpašības, kas nav atļautas saskaņā ar Regulas noteikumiem (antioksidants). Arī veselīguma norādes, kas sniegtas par uztura bagātinātāja sastāvā esošo cinku, nav iekļautas atļauto veselīguma norāžu sarakstā (piemēram, *“var efektīvi mazināt saaukstēšanās simptomu smagumu un slimības ilgumu”*), turklāt šādu apgalvojumu sniegšana ir klasificējama kā jebkuros apstākļos maldinoša komercprakse saskaņā ar iepriekš minēto NKAL 11.panta 17.punktu.

Vienlaicīgi vēstulē<sup>2</sup> PTAC, vispusīgai Sabiedrības īstenotās komercprakses izvērtēšanai, pamatojoties uz NKAL 15.panta otrās daļas 1.punktu, pieprasīja Sabiedrībai iesniegt pierādījumus (norādot reklāmas materiālā izmantoto veselīguma norāžu par gaiļbikšišu ekstraktu, priežu mizas ekstraktu un apiņu ekstraktu attiecīgos ieraksta numurus konsolidētajā sarakstā, kas iesniegts novērtēšanai EFSA par uztura bagātinātājiem) par reklāmas materiālā<sup>2</sup> izmantoto veselīguma norāžu atbilstību normatīvo aktu prasībām.

[6] 2016.gada 26.maijā PTAC tika saņemta Sabiedrības atbilde (turpmāk – atbilde<sup>2</sup>) uz šī lēmuma [5] punktā minēto PTAC vēstuli, kurā Sabiedrība skaidro turpmāk norādīto:

- Noteikumu 26.punkta neievērošana reklāmraksta daļā nevar maldināt patērētāju, jo divas reizes reklāmas materiālā<sup>2</sup> ir norāde *“Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”*, kā arī pie produkta reklāmas ir sniegta informācija, ka produkts reģistrēts kā uztura bagātinātājs;
- Sabiedrība atbildē<sup>2</sup> citē marķējuma tekstu, kurā ir minēta viena veselīguma norāde saistībā ar elpceļu darbību, bet konkrētu ar reklāmas materiālā<sup>2</sup> izmantotajām veselīguma norādēm saistītu skaidrojumu un to atbilstību apliecinošus pierādījumus Sabiedrība nesniedz;
- Sabiedrība apgalvo, ka norādi par ietekmi uz augšējo elpceļu veselību pierāda vairākas produkta sastāvā esošās vielas, kurām ir veselīguma norādes par piemērotību respiratorās sistēmas atbalstam, savukārt norāde par iespēju izvairīties no sausa klepus, lietojot uztura bagātinātāju, ir patiesa, jo produktā ir vielas, kurām ir labvēlīga ietekme uz imūnsistēmu, un tādējādi ir iespējams palielināt organisma neuzņēmību pret infekciju ierosinātājiem, kas var progresēt un izraisīt sausu klepu;
- apgalvojumu par iespēju mazināt iekaisumu ar dabas vielām Sabiedrība pamato ar laikmetīgo iekaisuma definīciju un imunitātei labvēlīgu vielu esamību uztura bagātinātājā;
- Sabiedrības ieskatā apgalvojums *“akūtu iesnu gadījumā viens iepakojums pietiks vienai reizei”* jāskatās kontekstā ar rakstā ietverto informāciju, ka produkts jālieto tikai

- divas reizes dienā, bet saskaņā ar zinātnisko informāciju akūtas iesnas ilgstot minimāli 7 dienas, un tādējādi produkts pietiks pilnām 7 dienām, jeb vienam lietošanas kursam;
- Sabiedrība uzskata, ka reklāmraksta pēdējās trīs daļas sniedz patērētājiem viegli saprotamu informāciju par dabas vielām, par to izmantošanu tautas medicīnā, par pasaulē veiktiem pētījumiem. Sabiedrība, aprakstot Norvēģijā veiktu pētījumu, norāda uz pētījumu par *acerolas* augļa sastāvu, kā arī, skaidrojot vārda “*antioksidants*” nozīmi, norāda, ka reklāmrakstā minētais pētījums par cinku nav attiecināms uz uztura bagātinātāja *Sinunorm DUO* sastāvā esošo cinku, un tādēļ apgalvojumiem saistībā ar šo pētījumu nevar piedēvēt veselīguma norādes definīciju;
  - Sabiedrība norāda, ka raksta daļa, kas ir atdalīta no kopējā raksta satura un apraksta četru augu ekstraktu īpašības, satur informāciju, kas ir plaši pazīstama un iesakņojusies tautas medicīnā, taču šī informācija netiek saistīta ar uztura bagātinātāju *Sinunorm DUO*. Raksta sagatavošanas gaitā ir radusies nepilnība sadaļas nosaukuma formulējumā. Sabiedrība nav vēlējusies maldināt patērētājus, jo rakstā nav minēta atsevišķi norādīto augu esamība produktā.
  - Vēstules pielikumā ir veselīguma norāžu saraksts (vairākas norādes nav attiecināmas uz reklāmas materiālu2).

[7] 2016.gada 13.maijā PTAC pirmšķietami konstatēja negodīgas komercprakses īstenošanu, Sabiedrībai sadarbībā ar žurnālā “Māja” (2016.gada izdevums #18) redakciju sniedzot uztura bagātinātāja *Sinunorm DUO* reklāmu (turpmāk – reklāmas materiāls3), kura virsraksts ir “*Ja saaukstēšanās sezona ieilgusi*” un tam blakus izvietots ārsta Kaspara Ivanova, proti, Sabiedrības vadītāja, apgalvojums, ka “*Sinunorm lietošana patiešām palīdz izvairīties no iesnu komplikācijām, piemēram, no deguna blakusdobumu iekaisuma*”. Reklāmas materiālā3 tiek aprakstītas iesnas, kas nosauktas par izplatītāko slimību pasaulē. Domājot par iesnām, ticis izveidots *Sinunorm*. Aprakstā tiek izmantotas veselīguma norādes, kuras tiek piedēvētas produktam, nevis tā sastāvdaļām (tās ir minētas aprakstā). Tekstā ir iekļauts ārsta Kaspara Ivanova ieteikums: “*Šis produkts kursa veidā ieteicams cilvēkiem, kuriem bieži ir iesnas, un arī tiem, kuriem iesnu rezultātā rodas komplikācijas, kas saistītas ar deguna blakusdobumiem vai ausīm. Lietojot Sinunorm, samazinās komplikāciju veidošanās risks*”. Ārstniecības augu aprakstos izmantotas ar Regulu aizliegtas veselīguma norādes, piemēram, ka *gaiļbiksīšu ekstraktam piemīt pretiekaisuma, urīndzenoša, izteikta sekrēciju veicinoša un spazmolītiska iedarbība, ka priežu ekstraktam piemīt spēcīgas pretiekaisuma, baktericīdas, imūnsistēmu stimulējošas īpašības, tas pasargā asinsvadus no apkārtējās vides faktoru radītās kaitīgās ietekmes, stiprina asinsvadu sienīgas, palīdzot atjaunot tajās kalogēna slāni, piemīt asinsspiedienu pazeminošas īpašības, ka plūškoka ekstrakts mazina uzņēmību pret vīrusu, baktēriju, mikrobu un alergēnu iedarbību*. Reklāmraksta sadaļā par sadarbību ar kaimiņvalstīm, tiek minēts, ka “*tur daudzi ārsti iesaka pacientiem lietot šo produktu [..]*”, bet nav norādīts, ka produkts ir uztura bagātinātājs (pārtikas produkts), tādējādi neievērojot Noteikumu 26.punkta prasības.

[8] 2016.gada 27.maijā, 10.jūnijā un 6.jūlijā PTAC konstatēja, ka Sabiedrība sadarbībā ar žurnāla “Māja” (2016.gada izdevums #20, #22, #24) redakciju sniedz uztura bagātinātāja *Hepasan forte* reklāmas materiālus (turpmāk – reklāmas materiāli4), kuru produkta reklāmas daļā izmantotas veselīguma norādes, neievērojot Regulas noteikumus, t.i. – veselīguma norādes tiek attiecinātas uz produktu, nevis tā sastāvdaļām, kurām veselīguma norādes ir iesniegtas izvērtēšanai EFSA. Žurnāla “Māja” #20 Sabiedrības pārstāvis apgalvo, ka “*salīdzinot ar tiem preparātiem, kuri jau ilgāku laiku pazīstami Latvijas tirgū, mēs katrā sava produkta kapsulā esam iekļāvuši vairāk nekā divu esenciālo fosvolipīdu kapsulu devas un divu silimarīna tablešu devas*”. Žurnāla #24 izdevuma reklāmas materiāla aprakstošajā daļā tiek norādīts: “[..] tomēr kopumā, lai aknas varētu uzlabot savu darbu, asins plazmā vai ap aknu šūnām ir jābūt pietiekami lielam aktīvo vielu daudzumam, un tas savu maksimumu sasniedz 4-8 nedēļās”, tādējādi nepārprotami norādot, ka, lietojot uztura bagātinātāju vismaz 4-8 nedēļas, aknas uzlabos savu darbu.

[9] 2016.gada 3.jūnijā PTAC konstatēja, ka Sabiedrība sadarbībā ar žurnāla “Māja” (2016.gada izdevums #21) redakciju sniedz uztura bagātinātāja *AteroLip* reklāmas materiālu (turpmāk – reklāmas materiāls), kura produkta reklāmas daļā izmantota veselīguma norāde, neievērojot Regulas noteikumus, t.i. – veselīguma norāde ir pārveidota, pastiprinot tās ietekmi (lietojot vārdu “*normalizēšanai*” vārdu “*palīdz uzturēt*” vietā), tiek attiecināta uz produktu, nevis tā sastāvdaļu atbilstoši reģistrētajai veselīguma norādei un neievērojot norādes izmantošanas nosacījumu (minimālās devas norāde). Savukārt reklāmas materiāla5 aprakstošajā daļā tiek izmantotas veselīguma norādes par berberīnu, proti, „*tā labvēlīgā ietekme uz asinsvadu sienīņu elastību un ietekme uz sliktā holesterīna daudzuma pazemināšanu pierādīta pētījumos*”, kas ir aizliegta ar Regulu. Reklāmas materiāla5 sadaļā “*vienkārša lietošana*” sniegta informācija: “*lietošanas indikācijas ir ļoti skaidras – kad ir paaugstināts holesterīna līmenis, nesabalansēta holesterīnu attiecība, paaugstināts triglicerīdu līmenis vai vajadzība pēc sintētisko statīnu devu samazināšanas to nepanesības gadījumos*”, kas faktiski uzskatāma par veselīguma norādi, kura norāda uz iespēju samazināt holesterīna līmeni un kas ir aizliegta ar Regulu.

[10] PTAC 2016.gada 11.jūlijā nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 3.2.-1/4448/K-32, kurā informēja par Sabiedrības īstenotās komercprakses izvērtējumu un konstatētajiem pārkāpumiem, kā arī pieprasīja Sabiedrībai līdz 2016.gada 29.jūlijam sniegt PTAC rakstveida informāciju par visu vēstulē minēto reklāmu izplatīšanas vietām un apjomu laika posmā no 2016.janvāra, kā arī informēja Sabiedrību par to, ka saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu un 62.panta pirmo daļu Sabiedrībai ir tiesības izteikt viedokli un argumentus rakstveida formā administratīvajā lietā. Rakstveida viedokli, paskaidrojumus un argumentus PTAC lūdza iesniegt līdz 2016.gada 29.jūlijam.

[11] 2016.gada 1.augustā PTAC tika saņemta Sabiedrības 2016.gada 29.jūlija vēstule Nr.22/06/16, kurā Sabiedrība norāda, ka nepiekrīt PTAC viedoklim, ka tā ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, un par minēto Sabiedrība jau ir sniegusi viedokli tās 22.aprīļa, 26.maija atbildes vēstulēs. Vienlaikus Sabiedrība vēstulē sniedz nepilnīgu atbildi par reklāmu izplatīšanas laiku un apjomu, solot sniegt papildu informāciju. Papildu informācija tika sniegta vēstulē, kura PTAC saņemta 2016.gada 4.oktobrī. Tajā norādīts, ka žurnāla “Māja” viena numura tirāža ir 20000 eks., un “*Hepasan Forte*” reklāma, par kuru PTAC ir uzsācis administratīvo lietu, laika periodā no 01.03.2016.līdz 29.09.2016. tika pārraidīta 49 reizes laikā no 01.05.2016. līdz 05.05.2016.”.

[12] PTAC, iepazīstoties ar atbildi1, konstatēja, ka Sabiedrības norādītie argumenti attiecībā uz apgalvojumu “*Hepasan – ātra un efektīva aizsardzība jau no pirmās kapsulas*” nav uzskatāmi par pamatotiem, jo, kā jau minēts iepriekš, komercprakse tiek vērtēta no vidusmēra patērētāja viedokļa, kurš minēto vārdu salikumu neuztver vai varētu neuztvert kā produkta apvalka salīdzinājumu ar tabletēm, bet gan kā skaidru un nepārprotamu norādi uz uztura bagātinātāja ātru un labvēlīgu (aizsardzība) ietekmi uz konkrēto orgānu – aknām. Savukārt vārda “*efektivitāte*” skaidrojumam PTAC ieskatā konkrētajā gadījumā nav nozīmes, jo tas netiek vērtēts atsevišķi.

Iepazīstoties ar Sabiedrības iesniegtajiem pierādījumiem veselīguma norāžu izmantošanai, PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība tajos ir norādījusi tādas veselīguma norādes, kuras:

- nav izmantotas reklāmā1,
- nav attiecināmas uz uztura bagātinātāju *Hepasan forte*,
- pierāda veselīguma norāžu izmantošanu reklāmā1 neatbilstoši Regulas prasībām, t.i. – piedēvējot uztura bagātinātājam tā sastāvdaļu īpašības, turklāt palielinot to iedarbību, jo atļautā veselīguma norāde attiecībā uz mārdadžu sēklu ekstraktu ietver vārdu “*palīdz*”, kas nenorāda uz obligāti sasniedzamu rezultātu, pretēji Sabiedrības sniegtajam apgalvojumam “*ātra un efektīva aizsardzība jau no pirmās kapsulas*”.

[13] PTAC nav konstatējis lietā vērtēto reklāmu turpmāku izplatīšanu.

### **Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC norāda un secina:**

[14] Atbilstoši NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktam komercprakses īstenotājs ir *jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita fiziskā vai juridiskā persona, kas rīkojas komercprakses īstenotāja vārdā vai uzdevumā, savukārt komercprakse ir darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam. Sabiedrības rīcība, sniedzot patērētājiem adresētas reklāmas, ir uzskatāma par komercprakses īstenošanu NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē, bet Sabiedrība saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu un lietā esošo informāciju ir uzskatāma par minētās komercprakses īstenotāju.*

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar NKAL 4.panta otro daļu 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.*

Saskaņā ar NKAL 6.pantu *komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispārāztītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam.*

Saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu *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, ja 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.*

No minētā izriet, ka komercprakse ir vērtējama kā maldinoša, ja tās ietvaros patērētājam sniegtā informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju un tās ietekmē tiek vai var tikt negatīvi ietekmēta vidusmēra patērētāja lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu pieņemšana, tādējādi ietekmējot patērētāja ekonomisko rīcību.

NKAL 11.panta 17.punkts 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.*

Saskaņā ar NKAL 7.panta pirmo daļu *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. Savukārt saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu par patērētāja pieņemtu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmumus iegādāties precī vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības. Tātad, pietiek vien, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties precī vai atturēties no šādas rīcības, kā arī pieņem lēmumu iegādāties to uz konkrētiem noteikumiem, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, uzsāk preces iegādes darbības, un konkrētā patērētāja rīcība jau ir atzīstama par komercprakses sekām, kuras ietvaros var tikt ietekmēta patērētāja ekonomiskā rīcība.*

Konkrētā Sabiedrības īstenotā komercprakse ir vērtējama no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko

groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”), un Eiropas Kopienas tiesas praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši ziņošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērtīgs un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.paragrāfs; C-44/01, 55.paragrāfs; C-356/04, 78.paragrāfs; C-381/05, 23.paragrāfs).

No iepriekš minētā izriet, ka Sabiedrības rīcība, informējot patērētājus par tās piedāvāto produktu īpašībām, kuras attiecīgajiem uztura bagātinātājiem nepiemīt, tai skaitā veselīguma norādēm, kuras Sabiedrība nav tiesīga izmantot, negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāju ekonomisko rīcību, pieņemot NKAL 7.panta pirmajā daļā norādīto lēmumu saistībā ar darījumu.

[15] Saskaņā ar Regulas 2.panta otrās daļas 5.punktu „veselīguma norāde” ir jebkura norāde, kas pauž, liek domāt vai netieši norāda, ka pastāv saikne starp pārtikas produktu kategoriju, pārtikas produktu vai kādu tā sastāvdaļu un veselību.

No Regulas 3.panta izriet, ka uzturvērtības un veselīguma norādes Kopienas tirgū laisto pārtikas produktu (*saskaņā ar Noteikumu 6.punktu uztura bagātinātāji ir pārtikas produkti parastā uztura papildināšanai*) marķēšanai, noformēšanai un reklāmai var izmantot tikai tad, ja tās atbilst šīs regulas noteikumiem. Savukārt, atbilstoši Regulas 10.panta pirmajai daļai, veselīguma norādes aizliedz, ja tās neatbilst II nodaļas vispārējām prasībām un šīs nodaļas īpašajām prasībām un ja par tām nav izsniegtas atļaujas saskaņā ar šo regulu, un tās nav iekļautas 13. un 14.pantā paredzētajā sarakstā ar norādēm, par kurām izsniedz atļaujas. Tādējādi secināms, ka produktu (uztura bagātinātāju) reklāmā ir izmantojamas tikai tādas veselīguma norādes, kādas ir atļautas saskaņā ar Regulu, savukārt cita veida norādes, tostarp norādes ar paplašinātu saturu, kā arī norādes, kurās uztura bagātinātājiem tiek piedēvētas ārstnieciskās īpašības, nav pieļaujamas un ir aizliedzamas. PTAC uzsver, ka veselīguma norāžu izmantošana ir brīvprātīga. Tomēr, ja komercprakses īstenotājs izvēlas lietot šādas norādes saviem produktiem, tad tas ir jādara atbilstoši attiecīgo normatīvo aktu prasībām.

[16] PTAC, iepazīstoties ar atbildi<sup>2</sup> saistībā ar reklāmas materiālu<sup>2</sup> (*Sinunorm DUO*), uzskata, ka Sabiedrības minētais arguments par Noteikumu 26.punkta neievērošanu nav pamatots, jo norādes “*Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu*” izvietošana nevar novērst patērētāju maldināšanu. PTAC ieskatā informācijas “*uztura bagātinātājs*” noklusējums rada situāciju, kurā patērētāji tiek vai var tikt maldināti par konkrētā produkta īpašībām, proti, piederību uztura bagātinātājiem. Vienlaikus Sabiedrības rīcība, noklusējot minēto atbilstoši normatīvajiem aktiem obligāti sniedzamo informāciju, ir vērtējama kā profesionālajai rūpībai neatbilstoša un pastiprina attiecīgās reklāmas negatīvo ietekmi, patērētājiem pieņemot uz Sabiedrības sniegtās, tai skaitā nepatiesas informācijas pamata balstītu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu.

Papildus minētajam PTAC secina, ka Sabiedrības reklāmas materiālā<sup>2</sup> sniegtā informācija, kas aicina konsultēties ar ārstu vai farmaceitu par produkta iedarbību, maldina vai var maldināt patērētājus par produkta īpašībām, jo no reklāmtrakstā sniegtās informācijas par produkta ārstnieciskajām īpašībām (sk. šī lēmuma [4] un [5] punktu) patērētāji saprot vai varētu saprast, ka konkrētais produkts ir zāles, bet no aicinājuma konsultēties ar ārstu, var gūt tam apstiprinājumu. PTAC ieskatā pārtikas produkta, proti, konkrētā uztura bagātinātāja reklāmā izteikts aicinājums konsultēties ar ārstu vai farmaceitu patērētājiem rada vai var radīt neskaidrību un neizpratni par konkrētā produkta īpašībām. Savukārt aicinājums, kas ir pielīdzināms vai līdzīgs tam, ko normatīvais akts paredz izvietot zāļu reklāmā, rada vai var radīt maldinājumu attiecībā uz uztura bagātinātāja klasifikāciju un tā īpašībām.

Izvērtējot atbildē<sup>2</sup> minēto, PTAC secina, ka Sabiedrības sniegtais skaidrojums par vispārīgajām veselīguma norādēm nav atbilstošs un neattaisno Sabiedrības rīcību, pārkāpjot Regulas 10.panta 3.punkta noteikumus. PTAC ieskatā Sabiedrības izmantotās veselīguma norādes saistībā ar vispārīgiem ar ietekmi uz veselību saistītiem paziņojumiem neatbilst normatīvo aktu prasībām. PTAC uzskata, ka Sabiedrības atbildē<sup>2</sup> sniegtie argumenti par

reklāmraķstā sniegtās informācijas patiesumu un atbilstību ir noraidāmi, jo konkrētais pārkāpums ir konstatēts, vērtējot Sabiedrības sniegto veselīguma norāžu atbilstību reģistrētajām veselīguma norādēm, to izmantošanu produkta popularizēšos nolūkos un pasniegšanas veidu. PTAC ieskatā konkrētajam produktam saskaņā ar normatīvajiem aktiem nav izmantojama neviena samazināta slimības riska norāde, tādēļ atbildē<sup>2</sup> sniegtajam Sabiedrības skaidrojumam par imunitātes nozīmi un iekaisuma raksturu lietā nav nozīmes. Ņemot vērā iepriekš minēto, patērētāji varēja pieņemt tādu lēmumu par uztura bagātinātāja *Sinunorm DUO* iegādi, kādu tie nebūtu pieņēmuši, ja viņu rīcībā būtu pilna un patiesa informācija par produktu, un saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu, Sabiedrība īsteno maldinošu komercpraksi.

Saistībā ar reklāmas materiālu<sup>3</sup> PTAC par būtiskiem uzskata Regulas 12.panta c) punkta noteikumus, kas noteic, ka *nav atļautas [...] veselīguma norādes par ieteikumiem, ko snieguši individuāli ārsti vai veselības speciālisti [...]*, kuriem neatbilst Sabiedrība reklāmas materiālā<sup>3</sup> (sk. šī lēmuma [7] punktu) iekļautā Sabiedrība vadītāja un ārsta ieteikums lietot konkrēto produktu, kā arī maldinoša veselīguma norāde par slimības riska samazināšanos, lietojot produktu. Ņemot vērā minēto, kā arī šī lēmuma [7] punktā norādītos Sabiedrības sniegtos apgalvojumus, PTAC secina, ka Sabiedrība, sniedzot informāciju par produkta izmantošanu slimības ārstēšanai, saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu un 11.panta 17.punktu īsteno negodīgu (jebkuros apstākļos maldinošu) komercpraksi.

Attiecībā uz reklāmas materiālu<sup>4</sup> papildus šī lēmuma [8] punktā minētajam PTAC secina, ka Sabiedrības sniegtā informācija: *“salīdzinot ar tiem preparātiem, kuri jau ilgāku laiku pazīstami Latvijas tirgū, mēs katrā sava produkta kapsulā esam iekļāvuši vairāk nekā divu esenciālo fosvolipīdu kapsulu devas un divu silimarīna tablešu devas”*, ir uzskatāma par patērētājiem sniegtu nepietiekoši skaidru un nepietiekoši saprotamu informāciju par produkta īpašībām. Šādas informācijas sniegšana būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, kā rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Sabiedrības rīcība, sniedzot attiecīgo informāciju, saskaņā ar NKAL 6.pantu ir atzīstama par profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

Ievērojot iepriekš minēto, PTAC konstatē, ka lietā izvērtējamajās reklāmās izmantotās veselīguma norādes neatbilst Regulas 3.panta noteikumiem, jo nav iekļautas Regulas 13. un 14.pantā paredzētajā sarakstā ar norādēm, par kurām izsniedz atļaujas, un tādējādi tās ir aizliegtas saskaņā ar Regulas 10.panta pirmo daļu (sk. šī lēmuma [2] b), [4], [5], [7], [8], [9], [12] punktu). Vienlaicīgi saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu kontekstā ar NKAL 11.panta 17.punktu ir konstatējams, ka Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu (jebkuros apstākļos maldinošu) komercpraksi, jo ir sniegusi ar normatīvo aktu aizliktu, patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka prece var palīdzēt izārstēt slimības vai novērst disfunkciju (sk. šī lēmuma [4], [5], [7], [13] punktu), kas kontekstā ar Regulas 12.panta c) punkta pārkāpumu, iekļaujot reklāmā veselīguma norādes par ieteikumiem, ko snieguši individuāli ārsti (sk. šī lēmuma [7] un [13] punktu), pastiprina reklāmas negatīvo ietekmi.

Tāpat, ņemot vērā šī lēmuma [2] a), [4] un [7] punktā norādīto, konstatējams, ka Sabiedrība nav ievērojusi Noteikumos noteiktās prasības, proti, reklāmās nav bijušas ietvertas norādes *„Uztura bagātinātājs”* un *„Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”*.

Par patērētāju, kuram adresēta konkrētā Sabiedrības īstenojama komercprakse ir uzskatāms tāds patērētājs, kurš iegādājas vai var iegādāties tādas pārtikas preces, kā Sabiedrības piedāvātie uztura bagātinātāju produkti. Tādējādi patērētāji, nesaņemot patiesu informāciju par produktiem, t.sk. to, ka reklamētie produkti ir uztura bagātinātāji, varēja pieņemt tādu lēmumu par produktu iegādi, kādu tie nebūtu pieņēmuši, ja viņu rīcībā būtu skaidra un pilnīga informācija par reklamētajiem uztura bagātinātājiem. Līdz ar to, ievērojot iepriekš minēto, Sabiedrības īstenojama komercprakse ir vērtējama kā profesionālajai rūpībai neatbilstoša komercprakse saskaņā ar NKAL 6.pantu.

Ņemot vērā šī lēmuma [2] b) un [5] punktā minēto, Sabiedrība komercpraksē informāciju par produktiem ir sniegusi veidā, kas maldina vai var maldināt patērētājus par



uztura bagātinātāju īpašībām, kā rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

Tādējādi Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu (maldinošu) komercpraksi saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu kontekstā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu.

Ņemot vērā iepriekš minēto un saskaņā ar NKAL 6.pantu, 7.panta pirmo daļu, 7.panta otrās daļas 1.punktu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 11.panta 17.punktu kontekstā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punktu, PTAC secina, ka Sabiedrība ir pārkāpusi NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu.

[17] Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 66.panta pirmajā daļā noteikto, *apsverot administratīvā akta izdošanas vai tā satura lietderību (65.pants), iestāde lemj: 1) par administratīvā akta nepieciešamību, lai sasniegtu tiesisku (leģitīmu) mērķi; 2) par administratīvā akta piemērotību attiecīgā mērķa sasniegšanai; 3) par administratīvā akta vajadzību, tas ir, par to, vai šo mērķi nav iespējams sasniegt ar līdzekļiem, kuri mazāk ierobežo administratīvā procesa dalībnieku tiesības vai tiesiskās intereses; 4) par administratīvā akta atbilstību, salīdzinot privātpersonas tiesību aizskārumu un sabiedrības interešu ieguvumu un ņemot vērā, ka privātpersonas tiesību būtisku ierobežošanu var attaisnot tikai ievērojams sabiedrības ieguvums.*

NKAL 2.pants noteic, ka *likuma mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenošanai izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem.* No lietā esošajiem materiāliem PTAC konstatē, ka Sabiedrība ir pārkāpusi patērētāju tiesību regulējošos normatīvos aktus, proti, pārkāpums ir būtisks, jo Sabiedrības īstentā komercprakse ir adresēta daudziem patērētājiem. Tādējādi Sabiedrības izdarītais pārkāpums, neievērojot profesionālo rūpību un nesniedzot patērētājiem ar normatīvo aktu noteiktu informāciju, kā arī sniedzot patērētājiem maldinošu informāciju par piedāvājumiem uztura bagātinātājiem, rada/var radīt apdraudējumu ar likumu aizsargātajām patērētāju kolektīvajām ekonomiskajām interesēm.

[18] No lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība nav veikusi nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu tās sniegto reklāmu atbilstību normatīvo aktu prasībām. PTAC rīcībā nav informācijas par to, ka Sabiedrība šādas darbības kādu objektīvu apstākļu dēļ nevarēja izpildīt. Pārkāpumi tika atkārtoti arī pēc PTAC Sabiedrībai sniegtās informācijas par konstatētajām neatbilstībām. Tādējādi nav konstatējama Sabiedrības vēlme sadarboties ar iestādi.

Vērtējot Sabiedrības lomu pārkāpumā, PTAC ņem vērā, ka Sabiedrība ir komercprakses īstenoātāja, tā pati piedalās reklāmu satura veidošanā un pasūta to izplatīšanu.

Ņemot vērā konstatētos faktus un pierādījumus lietā, secināms, ka Sabiedrības darbības atbilst NKAL 4.panta pirmajā daļā, NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punktā, NKAL 6.panta, NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktā un NKAL 11.panta 17. punktā noteiktā aizlieguma tiesiskajam sastāvam. Proti, pārkāpums izpaužas apstākļi, ka Sabiedrība ir maldinājusi patērētājus par piedāvāto preču īpašībām, nav sniegusi patērētājiem ar normatīvo aktu noteikto informāciju, kā arī nav ievērojusi profesionālo rūpību, veidojot uztura bagātinātāju aprakstus.

NKAL 15.panta astotā daļa nosaka: *ja Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) nosaka komercprakses īstenošanai pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) nosaka komercprakses īstenošanai pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) nosaka komercprakses īstenošanai pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraktei atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norādīta labotā informācija, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) uzliek naudas sodu šā likuma 15.<sup>2</sup> pantā noteiktajā kārtībā; 6) nosaka par labas prakses kodeksu atbildīgajai personai pienākumu izdarīt labojumus kodeksā, lai novērstu negodīgu komercpraksi.*

PTAC uzskata, ka, ņemot vērā to, ka konkrētā Sabiedrības īstentā komercprakse ir atzīstama par negodīgu, šīs komercprakses raksturu un būtību, kā arī ņemot vērā ar

normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu izplatīšanas ilgumu un apjomu (416 reizes televīzijā un 6 reklāmas materiāli žurnālā „Māja”, kura katra izdevuma tirāža saskaņā ar Sabiedrības sniegto informāciju ir 20000 eksemplāru), kā arī to iespējamo negatīvo ietekmi uz plašu personu loku, t.sk. negatīvu ietekmi uz slimu personu rīcību, Sabiedrībai par izdarītajiem pārkāpumiem nebūtu lietderīgi pieņemt NKAL 15.panta astotās daļas 1., 2., 4. un 6.punktā noteiktos lēmumus, bet gan konkrētajā gadījumā Sabiedrībai par izdarīto pārkāpumu saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 3.punktu ir lietderīgi aizliegt negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama (ņemot vērā iepriekš konstatēto regulāro reklāmu izvietojumu), kā arī saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu ir piemērojama soda nauda šā likuma 15.<sup>2</sup> pantā noteiktajā kārtībā.

PTAC ieskatā ar soda naudas palīdzību Sabiedrība tiks sodīta par izdarīto pārkāpumu, kā arī tiks motivēta savā turpmākajā komercpraksē nepieļaut līdzīga rakstura pārkāpuma izdarīšanu.

NKAL 15.<sup>2</sup> panta pirmā daļa paredz, ka *Uzraudzības iestāde ir tiesīga par negodīgu komercpraksi uzlikt komercprakses īstenotājam soda naudu līdz 10 procentiem no tā pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma, bet ne vairāk kā 100 000 euro. Soda naudas apmērs ir nosakāms samērīgs ar izdarīto pārkāpumu, ņemot vērā komercprakses īstenotāja veiktos pasākumus pārkāpuma novēršanai un zaudējumu atlīdzināšanai.*

Saskaņā ar SIA „LURSOFT IT” (kuram ar normatīvo aktu noteiktas tiesības sniegt LR Uzņēmumu reģistra datu bāzē publicēto informāciju) Sabiedrības neto apgrozījums 2015.gadā bija 402854.00 EUR.

Papildus tam, vērtējot Sabiedrības atbildību par izdarīto pārkāpumu, PTAC no lietā sniegtās informācijas nav konstatējis apstākļus, kas būtu par pamatu soda naudas samazināšanai vai palielināšanai.

Ievērojot pārkāpuma apjomu, raksturu, ilgumu, iespējamo radīto ietekmi, Sabiedrības lomu pārkāpumā, šajā lēmumā analizētos pārkāpuma izdarīšanas apstākļus, Sabiedrības atbildību, kā arī mantisko stāvokli, PTAC secina, ka Sabiedrības nodarītais pārkāpums ir vērtējams kā smags pārkāpums. Tādējādi kopējais soda naudas apmērs Sabiedrībai nosakāms 6000,00 EUR apmērā. Procentos soda naudas apmērs ir 1.5% no 2015.gada neto apgrozījuma, kas uzskatāms par samērīgu soda naudas apmēru, ņemot vērā Sabiedrības izdarīto pārkāpumu.

#### **Ņemot vērā minēto, PTAC nolemj:**

pamatojoties uz NKAL 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.punktu un 5.punktu, NKAL 15.<sup>2</sup> panta pirmo daļu, PTAL 25.panta ceturtais daļas 6.<sup>1</sup> punktu, Noteikumu 26. un 27. punktu, Regulas 2.panta otrās daļas 5.punktu, 3.pantu, 10.panta 3.punktu, 10.panta pirmo daļu, 12.panta c) punktu, Noteikumu 24.1. apakšpunktu, 26. un 27.punktu, Administratīvā procesa likuma 4.pantu, 7.pantu, 51.pantu, 55.panta 2.punktu, 65.panta ceturto daļu, 66.panta pirmo daļu, 67.pantu,

#### **SIA „Lotos pharma”**

juridiskā adrese: Pērnavas iela 1-39, Rīga, LV-1012

reģistrācijas numurs: 40103638962

- 1. aizliegt negodīgu komercpraksi, kuras ietvaros tiek sniegta maldinoša un normatīvajiem aktiem neatbilstoša informācija par uztura bagātinātāju īpašībām, un netiek ievērotas Noteikumu prasības, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama.**
- 2. uzlikt soda naudu 6000,00 EUR (seši tūkstoši) apmērā.**

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 70.panta pirmo daļu, 79.panta pirmo daļu un NKAL 19.panta pirmo daļu šis lēmums ir spēkā ar dienu, kad tas kļūst zināms Sabiedrībai, un

Sabiedrība to var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā Administratīvā procesa likuma noteiktajā kārtībā. Lēmuma pārsūdzēšana daļā par tiesisko pienākumu neaptur tā darbību.

Soda nauda jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:  
Saņēmējs: Valsts kase Reģistrācijas numurs 90000050138  
Saņēmēja iestāde: Valsts kase BIC kods TREL LV22  
Konts (IBAN) LV12TREL1060121019400  
Maksājuma mērķis: Lēmums Nr.24-pk  
Pieņemšanas datums: 28.12.2016.

Atbilstoši NKAL 15.<sup>2</sup> trešajai daļai uzraudzības iestādes uzlikto soda naudu komercprakses īstenotājs samaksā mēneša laikā no dienas, kad stājas spēkā lēmums par soda naudas uzlikšanu. Ja lēmums par soda naudas uzlikšanu nav izpildīts labprātīgi, tā piespiedu izpildi veic tiesu izpildītājs.

Direktore (personiskais paraksts)

B.Vītoliņa

[..]

**IZRAKSTS PAREIZS**