



Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

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

**Sabiedrībai ar ierobežotu
atbildību „MEDICOM
ALLIANCE”
Reģ. Nr. 40103220257
Slokas ielā 52
Rīgā, LV-1007**

**LĒMUMS
patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā
Rīgā**

2016.gada 29.aprīlī

Nr.12–pk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 25.panta ceturtās daļas 6.¹punktu, Ministru kabineta 2006.gada 1.augusta noteikumu Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums” 4.11.punktu, ir izvērtējis Sabiedrības ar ierobežotu atbildību „MEDICOM ALLIANCE” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, sniedzot informāciju par uztura bagātinātājiem, atbilstību Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) prasībām.

[1] Ņemot vērā 04.01.2016. no Pārtikas un veterinārā dienesta saņemto informāciju par virkni normatīvo aktu pārkāpumu, kas konstatēti reklāmas materiālā „Veselības lappuses”, kurš aicina uz uztura bagātinātāju izstādēm-pārdošanām dažādās Latvijas vietās 2015.gada novembrī un kurā tiek reklamēti uztura bagātinātāji, t.sk. Sabiedrības izplatīti (turpmāk – reklāma), kā arī ņemot vērā PTAC 25.02.2015. vēstulē Nr.3.2.-1-K-19/1357 (turpmāk – vēstule1) Sabiedrībai sniegto informāciju par konstatētajiem normatīvo aktu pārkāpumiem reklāmas materiālā „Veselības lappuses”, kas tika sniegts/izplatīts 2015.gada februārī Rīgā, PTAC uzsāka administratīvo lietu par reklāmā pieļautajiem normatīvo aktu pārkāpumiem saistībā ar uztura bagātinātāju aprakstos sniegto informāciju.

[2] Ņemot vērā minēto, PTAC 21.01.2016. nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.2.-1-K-4/420, kurā informēja Sabiedrību par konstatēto:

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. Tālāk minēti daži piemēri no informācijas, kas sniegta par uztura bagātinātājiem:

- „[...] ir ļoti stipras pretvēža īpašības” (“Čaga-Reiši”);
- „Balzamu var lietot aknu un aizkuņģa dziedzera saslimšanas gadījumā” (“Desmitspēks no Altaja”);
- „Eļļu var lietot, ja ir problēmas pacientiem ar cukura diabētu un citām slimībām” (“Živica”);

- „Bebru strūklas lietošana medicīnā vispirms ir ļoti ieteicama uroģenitālo saslimšanu – prostatīta, prostatas adenomas, apgrūtinātas urinēšanas, nierakmeņu, impotences u.c. ārstēšanā” (Kastokrin).

2. Sabiedrība komercpraksē lieto veselīguma norādes, kuru izmantošana ir aizliegta saskaņā ar EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES REGULAS (EK) Nr. 1924/2006 (2006. gada 20. decembris) par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem (turpmāk – Regula) 10.panta 1.punktu, piemēram: „Maximizer+ stiprina erekciju; uzlabo asinsriti dzimumorgānu rajonā”; „Flexosan jebkurā stadijā apstādina tālāko skrimšļaudu bojāšanos”; „lecitīns ir nepieciešams intensīvam vielmaiņas procesam galvas un muguras smadzeņu audos, tas samazina holesterīna līmeni asinīs”.

3. Reklāmā1 nav ievērotas tās izplatīšanas laikā spēkā esošo Ministru kabineta 2005.gada 20.septembra noteikumu Nr.725 „Noteikumi par uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi1) 21.2 punkta, kas noteic, ka uztura bagātinātāja reklāmā iekļauj norādes „Uztura bagātinātājs” un „Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”, un 21.3 punkta, kas noteic, ka norāde „Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu” aizņem ne mazāk kā piecus procentus no reklāmas apjoma. Burtu izmērs ir tāds, lai norāde aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma, prasības.

[3] PTAC norādīja, ka, ņemot vērā [2] 3.punktā minēto, Sabiedrības īstenotā komercprakse pirmšķietami ir vērtējama kā profesionālajai rūpībai neatbilstoša saskaņā ar NKAL 6.pantu. Savukārt saskaņā ar NKAL 11.panta 17.punktu un ņemot vērā [2] 1.punktā minēto, Sabiedrības īstenotā komercprakse uzskatāma par jebkuros apstākļos maldinošu komercpraksi. ņemot vērā [2] 2. punktā minēto, Sabiedrības īstenotā komercprakse saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu ir vērtējama kā maldinoša, jo reklāmā izmantotās ar Regulu aizliegtās veselīguma norādes var maldināt patērētāju par produktu īpašībām, kas tiem nav piedēvējama, vai maldināt par to ietekmi uz veselību. Turklāt minētā informācija var likt patērētājam pieņemt lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu (piemēram, lēmumu par produktu iegādi), ko situācijā, ja tiktu ievērotas tiesību normās noteiktās prasības, patērētājs nebūtu pieņēmis.

[4] 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 konstatēja, ka Sabiedrība ir pārkāpusi NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu.

ņemot vērā Sabiedrības praksi ar reklāmas materiālu palīdzību regulāri aicināt patērētājus uz preču pārdošanu, PTAC informēja Sabiedrību, ka tā ieskatā Sabiedrībai, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 3. un 5.punktu, ir jāaizliedz īstenot negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama, kā arī jāuzliek naudas sods NKAL 15.² pantā noteiktajā kārtībā.

Vienlaicīgi PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, pieprasīja Sabiedrībai līdz 01.02.2016. sniegt PTAC rakstveida informāciju/pierādījumus par reklāmas izplatīšanas laiku, vietām un apjomu, kā arī samērīgas NKAL 15.² pantā paredzētās soda naudas piemērošanai PTAC lūdza Sabiedrību iesniegt normatīvajos aktos noteiktā kārtībā apliecinātu Sabiedrības 2015.gada pārskata „Peļņas vai zaudējumu aprēķina” kopiju, kā arī dalībnieku sapulces protokola izrakstu ar lēmumu par gada pārskata apstiprināšanu. Gadījumā, ja Sabiedrībai 2015.gada pārskats vēl nav apstiprināts, PTAC lūdza apliecināt, ka Sabiedrības 2014.gada pārskats ir pēdējais apstiprinātais gada pārskats, kā arī darīja zināmu – ja iepriekš minētā informācija noteiktajā termiņā netiks saņemta, PTAC vadīsies pēc tā rīcībā esošās informācijas lēmuma pieņemšanas brīdī. PTAC arī informēja Sabiedrību, ka saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 59.panta pirmo daļu, 61.pantu un 62.panta pirmo daļu Sabiedrībai ir tiesības izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā rakstveida formā.

[5] 01.02.2016. PTAC saņēma Sabiedrības atbildes vēstuli, kurā Sabiedrība informēja, ka pēc vēstules1 saņemšanas ir veiktas korekcijas reklāmu tekstos un ka 2015.gada novembrī drukātais (pielikumā 29.10.2015. pavadzīme par reklāmas izgatavošanu) un izplatītais reklāmas

materiāls kļūdas dēļ tapis, izmantojot veco maketu (failu). Sabiedrība nepaskaidro, kādēļ izplatījusi kļūdaini nodrukātos materiālus. Vēstulei pievienotas reklāmas lapu kopijas, kurām saskaņā ar Sabiedrības sniegto informāciju bija jābūt nodrukātām reklāmas1 vietā.

Sabiedrība informēja, ka vēl tikai gatavo pārskatu par tās darbību 2015.gadā un iesniedza 2014.gada pārskata kopiju.

Sabiedrība informēja, ka ir apturējusi reklāmas darbību un produkcijas izstāžu-pārdošanu rīkošanu, kā arī lūdza lēmuma pieņemšanā ņemt vērā dažādus apstākļus, no kuriem uz lietas izskatīšanu ir attiecināms tikai lūgums ņemt vērā, ka Sabiedrība “aktīvi cenšas novērst neprecizitātes”.

[6] Lietas izpētes gaitā PTAC ir ieguvis pierādījumus, ka Sabiedrība laika posmā no 01.08.2015. līdz 31.01.2016. ir sniegusi/izplatījusi 30000 eksemplāru „Veselības lappuses”, bet reklāma1 izplatīta 10000 eksemplāros. Lietā nav iegūti pietiekoši pierādījumi par kļūdu, izgatavojot reklāmu1, kā arī nav iegūta informācija par 20000 eksemplāru „Veselības lappuses” saturu, jo Sabiedrība ir sniegusi informācija, ka tā nesaglabā reklāmas materiālus. Arī no reklāmu izgatavotāja saņemta informācija par signāleksemplāru neglabāšanu.

Sabiedrības iesniegtos “koriģētos” reklāmas materiālus PTAC nevērtē lietderības apsvērumu dēļ, jo tādi patērētājiem izplatīti netika.

[7] 15.03.2016. PTAC konstatēja, ka Ogrē iedzīvotāju pasta kastītēs tiek izplatītas „Veselības lappuses”, kurās cita starpā patērētāji tiek aicināti uz uztura bagātinātāju izstādēm-pārdošanām martā (turpmāk – reklāma2).

[8] Izvērtējot reklāmas2 satura atbilstību normatīvo aktu prasībām, PTAC konstatēja, ka:

1. dažām precēm norādīts cenu samazinājums, kurš ir tāds pats, kāds norādīts reklāmā1 (piemēram, uztura bagātinātāja “Desmitspēks no Altaja” cena piedāvājumos ir 13 EUR, bet kā iepriekšējā cena norādīta 16 EUR, analogi norādītas cenas eļļai “Živica”);

2. dažu uztura bagātinātāju aprakstos nav sniegta informācija, kuras iekļaušanu nosaka Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 „Prasības uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi2) 26. un 27.punkta prasības, kas noteic, ka *uztura bagātinātāja reklāmā ietver norādes “Uztura bagātinātājs” un “Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”*. *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*” (piemēram, uztura bagātinātājiem “Chili Kromi2+Cayanne”, “VISOMAX”, “Mumijo”);

3 uztura bagātinātāju aprakstos izmantota informācija, kas sava pasniegšanas veida dēļ rada iespaidu, ka uztura bagātinātājs var palīdzēt izārstēt slimības. Piemēram, par eļļu “Živica” nav sniegta neviena veselīguma norāde, bet tiek ieteikts “profilaktiskais kurss” un “hronisko saslimšanu” kurss, savukārt saistībā ar “Chili Kromi2+Cayanne” sastāvā esošo hromu tiek sniegta “Wikipedia” informācija, kura tieši norāda uz slimības (cukura diabēta) novēršanas iespējamību. Blakus uztura bagātinātāja “Čaga-Reiši” aprakstam, kurā tā sastāva raksturošanai izmantots apzīmējums “nemirstības sēne”, tiek sniegta informācija, ka “[..] papildu metode efektīvai cīņai ar onkoloģiskajām kaitēm un onkoloģijas profilaksē ir tādu preparātu lietošana, kas ar savu specifisko sastāvu nonāvē jebkura veida audzēju veidošanos”. Reklāmā2 (tāpat arī reklāmā1) tiek izmantotas personu atsauces par uztura bagātinātājiem, iekļaujot tajās veselīguma norādes, kas ir aizliegtas ar Regulas 10.panta 1.punktu un Noteikumu2 24.1.punktu, kas noteic, ka *uztura bagātinātāja marķējumā, noformējumā un reklāmā nedrīkst ietvert norādi, ka uztura bagātinātājs novērš, ārstē vai izārstē slimības, vai minēt šādu iespēju*. Piemēram reklāmā2 par uztura bagātinātājiem tiek sniegta informācija, no kuras izriet, ka tie var palīdzēt izārstēt slimības un novērst disfunkciju (“Visomax” – katarakta, “Mumijo” – skleroze, paaugstināts asinsspiediens, balzams “Dešatisil 10 Altajsky” – hronisks tonsilīts, plaušu karsonis, ceļgalu sāpes, paaugstināts asinsspiediens);

4. uztura bagātinātāja “Maximizer+” aprakstā veselīguma norādes netiek izmantotas atbilstoši normatīvo aktu prasībām (norādes tiek attiecinātas uz produktu, nevis tā attiecīgo sastāvdaļu).

[9] 16.03.2016. vēstulē Nr.3.2.-1-K-4/1910 vispusīgai un objektīvai Sabiedrības īstenotās komercprakses izvērtēšanai PTAC pieprasīja iesniegt dokumentārus pierādījumus par reklāmas2 tirāžu, kā arī sniegt informāciju ar pierādījumiem par reklāmas2 izplatīšanas vietām un skaidrojumu un pierādījumus saistībā ar reklāmā2 izmantoto personu atsauksmju iegūšanas kārtību (iesniedzot konkrētu personu atsauksmes un kontaktinformāciju). PTAC arī pieprasīja iesniegt dokumentārus pierādījumus par reklāmas materiālā norādīto atlaižu patiesumu.

[10] 29.03.2016. PTAC tika saņemta Sabiedrības vēstule, kurai pievienotas personu atsauksmju kopijas.

[11] 30.03.2016. PTAC tika saņemta Sabiedrības vēstule, kurā sniegta pieprasītā informācija par reklāmas2 apjomu un izplatīšanu, kā arī pircēju aptaujas veidlapu kopijas. Sabiedrība nav iesniegusi pierādījumus par reklāmā2 norādītajām preču cenām pirms atlaides piemērošanas, vienlaicīgi uzdodot jautājumu par veidu, kādā iesniedzami pierādījumi. Ņemot vērā, ka normatīvie akti nenosaka pierādījumu iesniegšanas veidu, un PTAC savā pieprasījumā nenorādīja pierādījumu iesniegšanas veida ierobežojumus, PTAC uzskata, ka Sabiedrība brīvi varēja izvēlēties pierādījumu iesniegšanas veidu. Turklāt Sabiedrība kā komersants, kurš tieši nodarbojas ar mazumtirdzniecību, nevar nebūt informēta par dokumentiem, kas uzskatāmi par darījumu apliecinājumiem. Tādējādi Sabiedrība varēja izvēlēties vienkāršāko pierādījumu iesniegšanas formu, iesniedzot tādu pirkumu čeku kopijas, kurās preces cena atbilst reklāmā2 norādītajai pirms atlaides piemērošanas.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC norāda un secina:

[12] 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 reklāmu1 un reklāmu2, 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.

[13] 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 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 preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības.* Tātad, pietiek vien, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties preci 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.

[14] Sabiedrības īstenoto komercpraksi PTAC vērtē 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 (turpmāk – EKT) 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).

[15] PTAC konkrētās lietas ietvaros, izvērtējot reklāmu1 un reklāmu2, secina, ka:

1. Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu (profesionālajai rūpībai neatbilstošu) komercpraksi (sk. šī lēmuma [2] 3.p.,[8] 2.p. un [8] 4.p.) saskaņā ar NKAL 6.pantu;
2. Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu (jebkuros apstākļos maldinošu) komercpraksi saskaņā ar NKAL 11.panta 17.punktu (sk. šī lēmuma [2] 1.p. un [8] 3.p.);
3. Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu (maldinošu) komercpraksi, sniedzot informāciju par preču cenu samazinājumu. PTAC norāda, ka NKAL 15.panta otrajā daļā ir noteikts, ka *uzraudzības iestāde, izvērtējot komercprakses atbilstību šā likuma prasībām, ir tiesīga pieprasīt un saņemt no komercprakses īstenotāja un citām fiziskajām un juridiskajām personām visu lietas būtības noskaidrošanai nepieciešamo informāciju, dokumentus un citus pierādījumus, kā arī mutvārdu paskaidrojumus par komercpraksē izmantotās informācijas patiesumu, darbības atbilstību šā likuma prasībām, kā arī noteikt informācijas, dokumentu un pierādījumu iesniegšanas termiņu un informācijas sniegšanas veidu, bet šī panta trešā daļa nosaka, ka ja komercprakses īstenotājs nesniedz Uzraudzības iestādes pieprasīto informāciju vai sniedz to nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa.* No minētā izriet, ka reklāmā2 sniegtās informācijas par piedāvāto preču sākotnējo (standarta) cenu patiesuma pierādīšana ir Sabiedrības kā komercprakses īstenotāja pienākums. Tomēr pieprasītos pierādījumus Sabiedrība nav iesniegusi, līdz ar to PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta trešo daļu, ir pamats uzskatīt, ka Sabiedrības sniegtā informācija par preces standarta cenu nav patiesa.

Ievērojot iepriekš minēto, kā arī apstākli, ka Sabiedrība nav iesniegusi pierādījumus par reklāmā2 ietverto preču sākotnējo cenu, secināms, ka Sabiedrība, sniedzot informāciju par preču sākotnējo (standarta) cenu, maldina patērētājus. PTAC uzskata, ka šāda maldinoša informācija būtiski negatīvi ietekmē vai var ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, veicinot patērētājus pieņemt tādu lēmumu par piedāvājumiem ar norādītu cenas pazeminājumu, kādu, zinot patieso informāciju par cenu, patērētāji nepieņemtu, piemēram, lēmumu iegādāties konkrētas preces.

Tādējādi Sabiedrības īstenotā komercprakse ir uzskatāma par maldinošu komercpraksi saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu.

Saskaņā ar NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīga komercprakse ir aizliegta, savukārt saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punktu par negodīgu komercpraksi ir atzīstama profesionālajai rūpībai neatbilstoša un maldinoša komercprakse. Līdz ar to, īstenojot negodīgu komercpraksi, Sabiedrība ir pārkāpusi NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanas aizliegumu.

[16] 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 piedāvātajiem uztura bagātinātājiem un preču sākotnējo (standarta) cenu, no kuras piemērota atlaide, rada/var radīt apdraudējumu ar likumu aizsargātajām patērētāju kolektīvajām ekonomiskajām interesēm.

[17] No lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, sniedzot maldinošu informāciju par piedāvāto preču īpašībām un norādītajām sākotnējām preču (standarta) cenām, sniedzot reklāmu1 un reklāmu2.

Ņemot vērā PTAC vēstulē1 minēto, secināms, 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. Turklāt no lietas materiāliem nav konstatējams, ka Sabiedrība neturpina neievērot patērētāju tiesības (sk. šī lēmuma [7] p.).

Vērtējot Sabiedrības lomu pārkāpumā, PTAC ņem vērā, ka Sabiedrība ir komercprakses īstenoātāja, jo tā pati veido reklāmu saturu, veic darbības to izgatavošanai, iesniedzot pašas sagatavotus materiālus drukāšanai, kā arī nosaka izgatavoto reklāmas materiālu izplatīšanas vietas un laiku. Reklāmas materiāli satur informāciju ne vien par aptiekām, kurās iegādājami piedāvātie produkti, bet arī aicina uz konkrētām piedāvāto preču izstādēm-pārdošanām. PTAC nav pamata uzskatīt, ka šajās speciāli organizētajās tirdzniecības vietās patērētājiem tiek sniegta tāda informācija par produktu īpašībām, kas atšķirtos no reklāmā1 un reklāmā2 minētajām. Tādējādi negodīgās (maldinošās) komercprakses negatīvā ietekme tiek paplašināta, jo ieinteresētie patērētāji saņem papildus viņiem personīgi sniegtu informāciju. Ņemot vērā reklāmā1 un reklāmā2 iekļautās personu atsauksmes, var secināt, ka Sabiedrības mērķauditorija ir pensijas vecuma cilvēki, kuru veselības stāvoklis tos īpaši rosina atsaukties uz aicinājumu iegādāties dabiskas izcelsmes produktus ar tiem piedēvētām ārstnieciskām īpašībām (īpaši reklāmā1).

Ņemot vērā vēstulē1 minēto, kā arī konkrētajā lietā esošo informāciju, ir secināms, ka reklāmas materiāli ar maldinošu informāciju par uztura bagātinātāju īpašībām patērētāju rīcībā ir jau no 2015.gada februāra. Ir iespējams, ka ieinteresētie patērētāji tos izplatīja, piemēram, savu paziņu lokā, tā vairojot maldinošas informācijas negatīvo ietekmi.

No lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība uzsāka tās reklāmās sniegtās informācijas izvērtēšanu tikai tad, kad saņēma ziņu, ka PTAC uzskata par lietderīgu piemērot Sabiedrībai NKAL 15.panta astotās daļas 3. un 5.punktā minētos lēmumus. Tādējādi faktiski nav konstatējama Sabiedrības vēlme sadarboties ar iestādi, pretēji Sabiedrības vēstulēs vairākkārt

paustajai apņēmībai nodrošināt tās komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām. Turklāt no lietā esošās informācijas izriet, ka Sabiedrība ir sniegusi ziņas par savas saimnieciskās darbības apturēšanu, kas neatbilst patiesībai.

Papildus tam, vērtējot citus Sabiedrību atbildību raksturojošos apstākļus, PTAC no lietā sniegtās informācijas nav konstatējis apstākļus, kas būtu par pamatu soda naudas samazināšanai vai palielināšanai.

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 izpaudies apstākļi, ka Sabiedrība ir maldinājusi/maldina patērētājus par piedāvāto preču īpašībām un par preču sākotnējo (standarta) cenu, 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 īstenotājam pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraksi atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norādīta labotā informācija, atsaucot negodīgu komercpraksi; 5) uzliek naudas sodu šā likuma 15.² 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 īstenotā komercprakse ir atzīstama par negodīgu, šīs komercprakses raksturu un būtību, kā arī konstatējot, ka Sabiedrība turpina neievērot patērētāju tiesības, Sabiedrības komercprakse, kas tiek īstenota, sniedzot/izplatot lielu daudzumu (20000 eks.) normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu, kuru maldinošā rakstura dēļ tās ir vai varētu būt saistītas ar būtiskiem patērētājiem radītiem zaudējumiem, 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 aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; kā arī saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu ir piemērojama soda nauda šā likuma 15.² pantā noteiktajā kārtībā.

PTAC ieskatā ar soda naudas palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercpraksē nepieļaut līdzīga rakstura pārkāpuma izdarīšanu.

NKAL 15.² 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.*

Uz PTAC informācijas pieprasījumu Sabiedrība iesniedza 2014.gada pārskatu, līdz ar to uz šī lēmuma pieņemšanas brīdi pēdējais apstiprinātais, PTAC rīcībā esošais, Sabiedrības gada pārskats ir par 2014.gadu. Saskaņā ar Sabiedrības 2014.gada pārskatu Sabiedrības neto apgrozījums 2014.gadā bija 174462.00,00 EUR.

Ievērojot pārkāpuma apjomu, raksturu, ilgumu, 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 2617,00 EUR apmērā. Procentos soda naudas apmērs ir 1.5% no 2014.gada neto apgrozījuma, kas uzskatāms par samērīgu soda naudas apmēru, ņemot vērā Sabiedrības izdarīto pārkāpumu.

Nemot 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 15.² panta pirmo daļu, PTAL 25.panta ceturtās daļas 6.¹ punktu, Noteikumu1 21.2 un 21.3 punktu, Noteikumu2 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,

Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „MEDICOM ALLIANCE”

juridiskā adrese: Slokas iela 52, Rīga, LV-1007

reģistrācijas numurs: 40103220257

- 1. aizliegt negodīgu komercpraksi, kuras ietvaros tiek sniegta maldinoša un normatīvajiem aktiem neatbilstoša informācija par preču īpašībām, par piedāvāto preču sākotnējo (standarta) cenu un netiek ievērotas Noteikumu2 prasības, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama.**
- 2. uzlikt soda naudu 2617,00 EUR (divi tūkstoši seši simti septiņpadsmit) 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 stājas 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.12–pk
Pieņemšanas datums:	2016.gada 29.aprīlis

Soda nauda jāsamaksā ne vēlāk kā 30 dienu laikā pēc dienas, kad saņemts lēmums.

Direktore

(personiskais paraksts)

B.Vītoliņa

[..]

IZRAKSTS PAREIZS