



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
„PRAETOR”
Reģ.Nr.50103219461
Dzelzavas ielā 120G
Rīgā, LV-1021**

**LĒMUMS
patērētāju kolektīvo interešu pārkāpuma lietā
Rīgā**

2017.gada 12.jūlijā

Nr.19-pk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 14.panta pirmo daļu un 15.panta pirmās daļas 1.punktu, ir izvērtējis sabiedrības ar ierobežotu atbildību „PRAETOR” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, sniedzot reklāmas par uztura bagātinātājiem, atbilstību normatīvo aktu prasībām.

[1] Administratīvās lietas ietvaros PTAC 2015.gada 30.oktobrī konstatēja, ka laikraksta „Diena” 2015.gada 29.oktobra izdevumā Nr.207 tiek sniegta reklāma par uztura bagātinātāju „LYL love your life® immunUP” (turpmāk – Reklāma1), kurā tiek izmantotas veselīguma norādes, kas pirmšķietami neatbilst normatīvo aktu prasībām attiecīgajā jomā.

[2] Pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta pirmo daļu un 12.panta sesto daļu, PTAC 2015.gada 3.novembrī nosūtīja sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība Dienas Mediji” vēstuli Nr.3.2.-1-K-160/8151, kurā pieprasīja sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība Dienas Mediji” sniegt informāciju par Reklāmas1 devēju/iesniedzēju, vienlaikus pieprasot iesniegt starp sabiedrību ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība Dienas Mediji” un Reklāmas1 devēja/iesniedzēja noslēgtā sadarbības līguma par Reklāmas1 sniegšanu kopiju.

[3] 2015.gada 19.novembrī PTAC saņēma sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība Dienas Mediji” 2015.gada 9.novembra vēstuli Nr.4.1/40 (DM) un tai pievienoto sadarbības līguma par reklāmas izplatīšanu kopiju. Minētajā vēstulē sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Izdevniecība Dienas Mediji” informēja, ka Reklāmas1 devējs ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību „1 to 1 mārketinga komunikāciju aģentūra”.

Ievērojot minēto, PTAC 2015.gada 14.decembrī nosūtīja sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „1 to 1 mārketinga komunikāciju aģentūra” vēstuli Nr.3.2.-1-K-160/9114 (turpmāk – Pieprasījums1), kurā norādīja uz to, ka Reklāmā1 minētajos apgalvojumos ir izmantotas veselīguma norādes, kuras pirmšķietami neatbilst Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (EK) Nr.1924/2006 (2006.gada 20.decembris) *par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem* (turpmāk – Regula Nr.1924/2006), Komisijas Regulas (ES) Nr.432/2012

(2012.gada 16.maijs) ar ko izveido sarakstu ar atļautajām veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem, kuras neattiecas uz slimības riska samazināšanu un uz bērnu attīstību un veselību (turpmāk – Regula Nr.432/2012) un Komisijas Regulas (ES) Nr.536/2013 (2013.gada 11.jūnijs) ar kuru groza Komisijas Regulu (ES) Nr.432/2012, ar ko izveido sarakstu ar atļautajām veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem, kuras neattiecas uz slimības riska samazināšanu un uz bērnu attīstību un veselību (turpmāk – Regula Nr.536/2013) prasībām, tostarp rada/var radīt maldinošu iespaidu par uztura bagātinātāja „LYL love your life® immunUP” ārstnieciskajām īpašībām vai tā izmantošanu noteiktu slimību novēršanā/profilaksē. Piemēram, „17 aktīvās vielas mazina saaukstēšanās risku, bet pirmajiem saaukstēšanās simptomiem sākoties, ļauj organismam tos vieglāk un ātrāk izslimot”, „LYL immunUP®” sastāvā ir vielas, kas spēs aizsargāt organismu pret gandrīz 200 dažāda veida vīrusiem!”, „LYL immunUP®” sastāvā ir efektīvākā no ehinācijas sugām rinovīrusu gadījumā *Echinacea purpurea*”, „Šī auga ekstrakts palīdz arī tad, kad sajūtami pirmie saaukstēšanās simptomi”, „Uzsākta „LYL immunUP®” lietošana var mazināt slimošanas ilgumu un saaukstēšanās simptomu smagumu”, „Profilaktiska C vitamīna lietošana mazina slimošanas laiku un simptomu smagumu”, „Grupa, kura lietoja C vitamīna maisījumu kopā ar ehinācijas un propolisa bioloģiski aktīvajām vielām, slimības epizožu skaits bija par 55 % zemāks. Arī individuāli slimoja par 50 % retāk un par 62 % mazāks bija noslimoto dienu skaits”, „LYL immunUP®” (..) ir radīts ar domu pasargāt no katra pretīm nākošā vīrusa un saaukstēšanās, profilaktiskai lietošanai un, ja gadījies saslimt!”. Ņemot vērā minēto PTAC pieprasīja sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „1 to 1 mārketinga komunikāciju aģentūra” līdz 2015.gada 30.decembrim iesniegt:

- rakstveida skaidrojumu par Reklāmu1;
- informāciju par citām Reklāmas1 izplatīšanas vietām (tostarp interneta vietnēm), kā arī Reklāmas1 izplatīšanas apjomu un laika periodu;
- citu informāciju, kas varētu būt svarīga lietā.

[4] 2016.gada 15.janvārī PTAC saņēma sabiedrības ar ierobežotu atbildību „1 to 1 mārketinga komunikāciju aģentūra” un Sabiedrības kopīgo atbildes vēstuli uz Pieprasījumu1 (turpmāk – Atbilde1), kurā norādīts, ka sabiedrība ar ierobežotu atbildību „1 to 1 mārketinga komunikāciju aģentūra” ir noslēgusi līgumu ar Sabiedrību, pamatojoties uz kuru sabiedrība ar ierobežotu atbildību „1 to 1 mārketinga komunikāciju aģentūra” apņemas sniegt reklāmas izvietojamas pakalpojumus Sabiedrībai, savukārt Sabiedrība uzņemas visu atbildību par izvietojamās reklāmas saturu un tā atbilstību tiesību normu prasībām. Sabiedrība patstāvīgi rada izvietojamās reklāmas saturu un nodot to sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „1 to 1 mārketinga komunikāciju aģentūra” tālākai noformēšanai reklāmas izvietojamas vajadzībām. Papildus tam tiek uzsvērts, ka Reklāmā1 nav iekļauts neviens apgalvojums, kas tieši norādītu, ka uztura bagātinātājs „LYL love your life® immunUP” var palīdzēt izārstēt slimības. Arī tad, ja tiktu uzskatīts, ka slimības simptomu mazināšana vai atvieglošana vai slimības laika samazināšana ir tas pats, kas slimības izārstēšana, Sabiedrības ieskatā normatīvo aktu pārkāpums varētu tikt konstatēts tādā gadījumā, ja attiecīgie apgalvojumi nebūtu patiesi. Tāpēc Reklāmā1 ietvertie apgalvojumi ir patiesi un pierādāmi ar pētījumu rezultātiem, kā arī tie nevar radīt maldinošu iespaidu par uztura bagātinātāja „LYL love your life® immunUP” ārstnieciskajām īpašībām vai tā izmantošanu noteiktu slimību ārstēšanā vai profilaksē, jo visas īpašības, kas piedēvētas minētajam uztura bagātinātājam vai tā sastāvdaļām, ir patiesas. Sabiedrība vērš uzmanību uz to, ka Regulas Nr.432/2012 9.apsvēruma nosaukums nosaka, ka viens no Regulas Nr.1924/2006 mērķiem ir nodrošināt, lai veselīguma norādes būtu patiesas, skaidras, uzticamas un lietderīgas patērētājam. Tāpēc jāņem vērā šādu norāžu formulējums un noformējums. Ja norāžu formulējums patērētājam nozīmē to pašu, ko atļautā veselīguma norāde, jo tas norāda, ka pastāv tāda pati saikne starp pārtikas produktu kategoriju, pārtikas produktu vai kādu tā sastāvdaļu un veselību, uz norādēm jāattiecinā tādi paši izmantošanas nosacījumi, kādi norādīti attiecībā uz atļautajām veselīguma norādēm. Tādējādi Sabiedrība uzskata, ka gadījumos, ja veselīguma norādes izteiktas citiem vārdiem, ne tiem, kas paredzēti Regulā Nr.432/2012 un Regulā

Nr.536/2013, bet apzīmē to pašu, šādu norāžu lietošana ir atļauta, ja tādas pašas nozīmes veselīguma norādes lietošana ir atļauta, atbilstoši Regulas Nr.432/2012 vai Regulas Nr.536/2013 noteikumiem.

Attiecībā uz Reklāmā1 minētajiem apgalvojumiem, tiek norādīts, ka tie veidoti, pamatojoties uz apstiprinātajām veselīguma norādēm, kas minētas Regulas Nr.1924/2006 13.panta 3.punktā un veselīguma norādēm, kuru apstiprināšana vēl nav pabeigta un kuras drīkst turpināt izmantot saskaņā ar Regulas Nr.1924/2006 27.panta 5.punktu un 6.punktu, kā arī meta analizēm no Kohreina datu bāzes, vairākiem pētījumiem par katru no uztura bagātinātāja „LYL love your life® immunUP” sastāvā esošās vielas efektivitāti (piemēram, par cinka lomu saaukstēšanās profilaksē un ārstēšanā u.c.). Vienlaikus Sabiedrība apstiprina, ka ir izbeigusi konkrēto komercpraksi, sniedzot Reklāmu1 un informē, ka Reklāmā1 tika izplatīta tikai vienu reizi. Tāpat Sabiedrība informē, ka aņņemas turpmāk ņemt vērā PTAC norādījumus, lai nodrošinātu Sabiedrības īstenotās komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām.

[5] Par Reklāmā1 izmantotajām veselīguma norādēm PTAC vairākkārt veica saziņu ar Sabiedrību, nodrošinot Sabiedrības informēšanu gan par normatīvo aktu prasībām, gan par Sabiedrības prettiesisko rīcību (2016.gada 18.jūlija vēstulē Nr.3.2.-1/4622/K-160 un 2016.gada 22.septembra vēstulē Nr.3.2.-1/6124/K-160).

[6] 2016.gada 7.novembrī PTAC saņēma Sabiedrības 2016.gada 7.novembra atbildes vēstuli uz PTAC 2016.gada 22.septembra vēstuli Nr.3.2.-1/6124/K-160 (turpmāk – Atbilde2), kurā attiecībā uz Reklāmā1 ietvertajiem apgalvojumiem, Sabiedrība atkārtoti norādīja argumentus, kuri jau minēti Atbildē1 (sk. šīs vēstules [4] punktu). Vienlaikus Sabiedrība informēja, ka konkrētā komercprakse ir izbeigta un Sabiedrība aņņemas turpmāk ņemt vērā PTAC norādījumus, lai nodrošinātu Sabiedrības īstenotās komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām.

[7] Lietas ietvaros laika posmā no 2016.gada septembra līdz 2016.gada decembrim PTAC konstatēja, ka Sabiedrība ir sniegusi vairākas citas reklāmas par uztura bagātinātājiem:

[7.1] 2016.gada 28.septembrī konstatēts, ka žurnāla „Ieva” 2016.gada 28.septembra izdevumā Nr.39 sniegta reklāma par uztura bagātinātāju „LYL love your life® BIOTIC” (turpmāk – Reklāma2);

[7.2] 2016.gada 5.oktobrī konstatēts, ka žurnāla „O.K!” novembra izdevumā Nr.71 sniegta reklāma par uztura bagātinātāju „LYL love your life® BIOTIC” (turpmāk – Reklāma3);

[7.3] 2016.gada 17.novembrī konstatēts, ka laikraksta „Diena” 2016.gada 17.novembra numurā Nr.224 sniegta reklāma par uztura bagātinātāju „LYL love your life® immunUP” (turpmāk – Reklāma4);

[7.4] 2016.gada 23.novembrī konstatēts, ka žurnāla „Ieva” 2016.gada 23.novembra izdevumā Nr.47 sniegta reklāma par uztura bagātinātāju „LYL love your life® BIOTIC” (turpmāk – Reklāma5);

[7.5] 2016.gada 8.decembrī konstatēts, ka laikrakstā „Diena” 2016.gada 8.decembra numurā Nr.238 sniegta reklāma par uztura bagātinātājiem „LYL love your life® Krila eļļa”, „LYL love your life® ASTAXANthin”, „LYL love your life® LYLBOTIC”, „LYL love your life® immunUP”, „LYL love your life® LYL Krila eļļa WINTER”, „LYL love your life® Krila eļļa KID”, „LYL love your life® Krila eļļa B.ACTIV”, „LYL love your life® Krila eļļa” (turpmāk – Reklāma6).

[8] 2017.gada 3.februārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.2.-1/758/K-160 (turpmāk – Pieprasījums2), kurā norādīja uz to, ka Reklāmā2, Reklāmā3, Reklāmā4, Reklāmā5 un Reklāmā6 minētajos apgalvojumos ir izmantotas veselīguma norādes, kuras pirmšķietami neatbilst Regulas Nr.1924/2006, Regulas Nr.432/2012 un Regulas Nr.536/2013 prasībām, tostarp norādes, kuras rada/var radīt maldinošu iespaidu, ka reklamētajiem uztura bagātinātājiem piemīt ārstnieciskās vai slimību profilaktiskās īpašības. Piemēram, Reklāmā2 un Reklāmā3 sniegtā informācija: „It īpaši cinks der akūtas caurejas laikā, jo veicina rehidratāciju jeb cilvēks ātrāk spēj atjaunot šķidrums organismā. (..) Pilnībā pierādīts, ka

probiotikas ir vajadzīgas, kamēr lieto antibiotikas, akūtu vīrusu infekciju laikā. Pētījumi atzīst, ka samazināta baktēriju daudzveidība var būt iemesls kuņģa-zarnu trakta traucējumiem, aptaukošanās un autoimunām slimībām (..) pienskābā baktērija Lactobacillus gasseri ir efektīva aptaukošanās profilaksē un ārstēšanā”. Reklāmā4 ietvertie apgalvojumi: „A vitamīns. Pretinfekciju vitamīns” (..) B12 vitamīns (sirds slimību profilaksei). Selēna trūkums var mazināt imūnfunkciju, paaugstināt uzņēmību pret vīrusu saslimšanām. Pietiekošs dzelzs līmenis organismā nodrošina, ka šūnas iegūst skābekli, kas tām nepieciešams, lai pilnvērtīgi darbotos pret slimībām”. Reklāmā6 ietvertie apgalvojumi: „D vitamīna deficīts var būt saistāms ar lielāku noslieci uz infekcijām. (..) Ja trūkst B12 vitamīns, mazāks ir leikocītu daudzums, un tas var būt iemesls organisma lielākai uzņēmībai pret infekcijām un slimībām. (..) Cinka lietošana pirmo 24 stundu laikā pēc saaukstēšanās pazīmju parādīšanās, var mazināt saaukstēšanās simptomus, smagumu un ilgumu. Seniori pat ar nelielu cinka deficītu var būt vairāk pakļauti vīrusu infekcijām un alerģiskām slimībām. Bērniem uztura papildināšana ar cinku par 15% var mazināt saslimšanu ar akūtām apakšējo elpceļu infekcijām. (..) Probiotiskās baktērijas „māca” imūnsistēmai atšķirt draugus no ienaidniekiem, bloķē iekaisuma vielu ražošanu, veicina imūnaizsardzībai domāto šūnu skaitu zarnas gļotādā un veicina ātrāku imūno reakciju”.

Tāpat konstatēts, ka Reklāmā2 un Reklāmā3 ir ietverts uztura speciālistes Lindas Šlēziņas viedoklis par to, kā izvēlēties atbilstošu probiotiķi. Tādējādi minētā informācija ir pretrunā ar Regulas Nr.1924/2006 12.panta c) punktu, proti, *nav atļautas veselīguma norādes par ieteikumiem, ko snieguši individuāli ārsti vai veselības speciālisti un tādas asociācijas, kas nav minētas 11.pantā.*

Vienlaikus cita starpā PTAC pieprasīja Sabiedrībai līdz 2017.gada 15.februārim iesniegt PTAC pierādījumus/skaidrojumu (norādot attiecīgos ieraksta numurus konsolidētajā sarakstā, kas iesniegts novērtēšanai EFSA) par Reklāmā5 ietvērto veselīguma norāžu „*Saccharomyces boulardii, Lactobacillus acidophilus un Bifidobacterium bifidum mazina risku piedzīvot caureju vides maiņas dēļ*” un Reklāmā2 un Reklāmā5 ietvērto veselīguma norāžu par probiotikām: „*Tās pārvalda svarīgus procesus organismā: veicina gremošanu un uzturvielu uzsūkšanos. (..) Tās mazina arī kuņģa-zarnu trakta traucējumus. Tā, piem., pienskābā baktērija Lactobacillus reuteri uzlabo vēdera izeju pie dažādas izcelsmes caurejām. (..) Prebiotikas ir nesagrejojamas balastvielas, kas labvēlīgi iedarbojas uz organismu, veicinot organismam labvēlīgo baktēriju augšanu un aktivitāti. Prebiotikas pabaro kuņģa-zarnu traktā esošās probiotikas, veicina to augšanu un aktivitāti, tāpēc ir labvēlīgas veselībai. (..) Netieši tās novērš caureju un aizcietējumus, veido zarnu vielmaiņu, veicina tauku vielmaiņu, piesaista zarnu gļotādai minerālvielas, veido imunitāti”* atbilstību Regulas Nr.1924/2006, Regulas Nr.432/2012, Regulas Nr.536/2013 un citu attiecīgo normatīvo aktu prasībām.

[9] 2017.gada 14.februārī PTAC saņēma Sabiedrības lūgumu pagarināt atbildes sniegšanas termiņu uz Pieprasījumu2 līdz 2017.gada 27.februārim, vienlaikus izsakot lūgumu 2017.gada 23.februārī organizēt tikšanos ar Sabiedrības pārstāvjiem, lai izrunātu neskaidros jautājumus un saņemtu PTAC konsultāciju. Izskatot Sabiedrības izteikto lūgumu, PTAC atļāva Sabiedrībai izpildīt Pieprasījuma2 minētās darbības līdz 2017.gada 27.februārim, kā arī aicināja Sabiedrību uz tikšanos 2017.gada 23.februārī. Sabiedrības pārstāvji uz tikšanos PTAC neieradās. Tāpat PTAC nesaņēma Sabiedrības atbildi uz Pieprasījumu2.

[10] 2017.gada 28.martā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.3.2.-1/2097/K-160 (turpmāk – Pieprasījums3), kurā atkārtoti pieprasīja Sabiedrībai līdz 2017.gada 7.aprīlim sniegt Pieprasījuma2 minēto informāciju. Papildus tam PTAC pieprasīja Sabiedrībai cita starpā iesniegt arī informāciju par Reklāmas2, Reklāmas3, Reklāmas4, Reklāmas5, Reklāmas6 izplatīšanas apjomu un laika periodu, kā arī informāciju par Reklāmas2, Reklāmas3, Reklāmas4, Reklāmas5 un Reklāmas6 izplatīšanas vietām (tostarp interneta vietnēm). Sabiedrības atbildi uz Pieprasījumu3 PTAC nav saņēmis.

[11] 2017.gada 24.maijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai uz tās juridisko adresi Dzelzavas ielā 120G, Rīgā, ierakstītu vēstuli Nr.3.2.-1/3449/K-160 (turpmāk – Pieprasījums4), kurā aicināja Sabiedrību līdz 2017.gada 9.jūnijam iesniegt rakstveida viedokli, paskaidrojumus un

argumentus administratīvajā lietā, kā arī normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā apliecinātu Sabiedrības pēdējā finanšu gada pārskata „Peļņas vai zaudējumu aprēķina” kopiju. Viedokli, paskaidrojumus un argumentus, kā arī Pieprasījumā⁴ minēto informāciju par Sabiedrības pēdējā finanšu gada neto gada pārskatu Sabiedrība nav iesniegusi.

[12] PTAC nav konstatējis lietā vērtēto Sabiedrības sniegto reklāmu turpmāku izplatīšanu drukātajos preses izdevumos.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC norāda turpmāk minēto:

[13] Saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu *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*, ir komercprakse. Savukārt NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura fiziskā vai juridiskā persona, kas rīkojas komercprakses īstenošanā vārdā vai uzdevumā*, ir komercprakses īstenoātājs.

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka reklāmas, informācijas sniegšana par uztura bagātinātājiem ir atzīstama par komercpraksi NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē, jo šāda darbība ir tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu un attiecīgo preču pārdošanu patērētājam, savukārt, saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenoātāju, kas konkrēto komercpraksi īsteno savas saimnieciskās darbības ietvaros.

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;*

3) *tā ir agresīva.*

NKAL 6.pants nosaka, ka 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 vispārārtītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam.*

Saskaņā ar 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 patērētājiem 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 pieņemšanu, tādējādi ietekmējot patērētāja ekonomisko rīcību.

NKAL 11.panta 17.punkts nosaka, ka *komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenoātājs sniedz patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus.* Savukārt Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 „Prasības uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi) 24.1.apakšpunktā ietvertais regulējums paredz, ka *uztura bagātinātāja*

marķējumā, noformējumā un reklāmā nedrīkst ietvert norādi, ka uztura bagātinātājs novērš, ārstē vai izārstē slimības, vai minēt šādu iespēju.

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.punkts paredz, ka *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.

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 Kopienų tiesas praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērīgs un piesardzīgs (skat. Negodīgas komercprakses 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).

[14] Saskaņā ar Regulas Nr.1924/2006 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 Nr.1924/2006 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 Nr.1924/2006 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 Nr.1924/2006, savukārt cita veida norādes, tostarp norādes ar paplašinātu saturu, kā arī norādes, kurās produktiem 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.

[15] PTAC konkrētās lietas ietvaros ir konstatējis, ka Reklāmā1, Reklāmā2, Reklāmā3, Reklāmā4, Reklāmā5 un Reklāmā6 izmantotās veselīguma norādes neatbilst Regulas Nr.1924/2006 3.panta noteikumiem, jo nav iekļautas Regulas 13. un 14.pantā paredzētajā sarakstā ar norādēm, par kurām izsniedz atļaujas, tādējādi tās ir aizliegtas saskaņā ar Regulas Nr.1924/2006 10.panta pirmo daļu. Turklāt, iekļaujot Reklāmā1, Reklāmā2, Reklāmā3, Reklāmā4, Reklāmā5 un Reklāmā6 apgalvojumus par samazinātu slimības riska norādi (sk. šī lēmuma [3], [8] punktu), Sabiedrība nav ievērojusi Noteikumu 24.1.apakšpunktā norādīto prasību, kā arī Regulas Nr.1924/2006 noteikumus, jo minētie apgalvojumi vidusmēra patērētājam rada/var radīt maldinošu iespaidu, ka popularizētajam konkrētajam uztura bagātinātājam piemīt slimību profilaktiskās/ārstnieciskās īpašības. Tādējādi Sabiedrības rīcība, informējot patērētājus par tās piedāvāto uztura bagātinātāju 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.

Vienlaikus attiecībā uz Reklāmā2 un Reklāmā3 iekļauto uztura speciālistes viedokli par to, kā izvēlēties atbilstošu probiotiķi, PTAC par būtiskiem uzskata Regulas Nr.1924/2006 12.panta c) punkta noteikumus, kas nosaka, ka *nav atļautas veselīguma norādes par ieteikumiem, ko snieguši individuāli ārsti vai veselības speciālisti [..].* Minētais uztura speciālistes viedoklis kontekstā ar pārējo Reklāmā2 un Reklāmā3 sniegto informāciju, proti, aizliegtām veselīguma norādēm, PTAC ieskatā pastiprina Reklāmas2 un Reklāmas3 negatīvo ietekmi uz patērētājiem.

Tādējādi Sabiedrības īstenotā komercprakse ir vērtējama kā profesionālajai rūpībai neatbilstoša un jebkuros apstākļos maldinoša komercprakse saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.punktu kontekstā ar NKAL 6.pantu un NKAL 11.panta 17.punktu.

Izvērtējot Sabiedrības sniegtos skaidrojumus lietā, PTAC uzskata, ka Sabiedrības argumenti par Reklāmā1 norādīto apgalvojumu patiesumu un to atbilstību normatīvo aktu prasībām nav pamatoti un neattaisno Sabiedrības prettiesisko rīcību, pārkāpjot Regulas 3.punkta noteikumus. Attiecībā uz Sabiedrības argumentu par to, ka Reklāmā1 nav iekļauts neviens apgalvojums, kas tieši norādītu, ka bagātinātājs „LYL love your life® immunUP” var palīdzēt izārstēt slimības, PTAC norāda, ka Noteikumu 24.1.apakšpunktā minētā prasība „uztura bagātinātāja markējumā, noformējumā un reklāmā nedrīkst ietvert norādi, ka uztura bagātinātājs novērš, ārstē vai izārstē slimības, vai minēt šādu iespēju” nav tulkojama sašaurināti, proti, uzskatot, ka reklāmā ir jābūt ietvertai tikai tiešai norādei vai atsaucei uz to, ka uztura bagātinātājs ārstē, novērš vai izārstē slimības. Ir pilnīgi pietiekami konstatēt, ka no sniegtās informācijas satura, kaut netieši izriet, ka konkrētais uztura bagātinātājs ārstē, novērš vai izārstē slimības.¹

Turklāt konkrētās lietas ietvaros, izvērtējot Reklāmas1, Reklāmas2, Reklāmas3, Reklāmas4, Reklāmas5 un Reklāmas6, tika ņemts vērā gan minēto reklāmu saturiskais noformējums, gan pasniegšanas veids un radītais iespaids uz vidusmēra patērētāju. PTAC ieskatā Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3, Reklāma4, Reklāma5 un Reklāma6 to vispārējās pasniegšanas ziņā ir vērtējamas kā maldinošas, jo minētajās reklāmās izmantotās ar Regulu Nr.1924/2006 aizliegtās veselīguma norādes, kā arī uztura bagātinātāju piedāvāšanas/popularizēšanas veids, rada/var radīt maldinošu iespaidu par uztura bagātinātāju īpašībām vai to ietekmi uz veselību, kas konkrētajiem uztura bagātinātājiem nav piedēvējama. Tādējādi minētajās reklāmās sniegtā informācija var likt patērētājiem pieņemt lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, ko situācijā, ja tiktu ievērotas tiesību normās noteiktās prasības, patērētājs nebūtu pieņēmis. Piemēram, lēmumu iegādāties un lietot konkrēto uztura bagātinātāju. Līdz ar to, saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu, Sabiedrība īsteno maldinošu komercpraksi.

PTAC paskaidro, 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.*

Ņemot vērā to, ka Sabiedrība nav iesniegusi paskaidrojumus/pierādījumus par Reklāmā2, Reklāmā3, Reklāmā4, Reklāmā5 un Reklāmā6 izmantoto veselīguma norāžu atbilstību normatīvo aktu prasībām, PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta trešo daļu, ir pamats uzskatīt,

¹ Sk. Administratīvās rajona tiesas 2015.gada 25.marta spriedumu lietā Nr.A420420714

ka Sabiedrības sniegtā informācija par konkrētajām Reklāmā2, Reklāmā3, Reklāmā4, Reklāmā5 un Reklāmā6 minētajām veselīguma norādēm nav patiesa.

Vērtējot lietas apstākļus, PTAC norāda, ka jau 2013.gadā citas administratīvās lietas ietvaros, izvērtējot Sabiedrības sniegto reklāmu par uztura bagātinātāju, PTAC informēja Sabiedrību (PTAC 2013.gada 24.aprīļa vēstulē Nr.3.2.-1/3008-K-48) par normatīvo aktu prasībām, kuras būtu jāievēro veselīguma norāžu izmantošanā. Tāpat minētās lietas ietvaros PTAC aicināja Sabiedrību turpmāk savā darbībā, īstenojot komercpraksi, t.sk. sniedzot reklāmas, ievērot normatīvo aktu prasības.

Saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1. un 2.pantu maldinoša un konkrētajā gadījumā konstatētā profesionālajai rūpībai neatbilstoša komercprakse ir negodīga komercprakse, bet NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikts negodīgas komercprakses aizliegums. Ņemot vērā konstatētos faktus un pierādījumus lietā, secināms, ka Sabiedrība, īstenojot maldinošu un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kura būtiski negatīvi ietekmē vai var ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, ir īstenojusi negodīgu komercpraksi un tādējādi pārkāpusi NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses 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 īstenošana komercprakse ir adresēta daudziem patērētājiem. Tādējādi Sabiedrības izdarītais pārkāpums, neievērojot profesionālo rūpību, kā arī sniedzot patērētājiem maldinošu informāciju par piedāvātajiem uztura bagātinātājiem, rada/var radīt apdraudējumu ar likumu aizsargātajām patērētāju kolektīvajām ekonomiskajām interesēm.

[17] No lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība nav veikusi visus 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. Sabiedrības prettiesiskā rīcība tika turpināta, neraugoties uz to, ka lietas ietvaros Sabiedrība vairākkārt tika informēta par konstatētajiem pārkāpumiem. Tādējādi faktiski nav konstatējama Sabiedrības vēlme sadarboties ar iestādi un vēlme nepieļaut konkrētu pārkāpumu izdarīšanu, kā arī to novēršanu, pretēji Sabiedrības vēstulēs vairākkārt paustajai apņēmībai nodrošināt tās komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām (sk. šī lēmuma [4], [6] punktu).

Papildu tam, PTAC norāda, ka PTAC nav konstatējis, ka šobrīd tiek izdarīti Sabiedrības pārkāpumi, Sabiedrībai sniedzot reklāmas par uztura bagātinātājiem drukātajos preses izdevumos.

Vērtējot Sabiedrības lomu pārkāpumā, PTAC ņem vērā, ka Sabiedrība kā Reklāmas1, Reklāmas2, Reklāmas3, Reklāmas4, Reklāmas5 un Reklāmas6 devējs ir uzskatāma par komercprakses īstenošanu, tā pasūta reklāmas izplatīšanu un piedalās reklāmas satura veidošanā.

Vienlaikus, vērtējot citus Sabiedrības atbildību raksturojošus apstākļus, PTAC lietā ir konstatējis apstākļus, kas būtu par pamatu soda naudas palielināšanai. Proti, PTAC ir pamats uzskatīt, ka Sabiedrība ir kavējusi lietas izskatīšanu, jo Sabiedrība vairākkārt nav sniegusi atbildes uz PTAC pieprasīto informāciju lietā, kā arī nav ieradusies uz tikšanos ar PTAC pārstāvjiem, kas tika organizēta pēc Sabiedrības izteiktā lūguma (sk. šī lēmuma [9], [10] un

[11] punktu).

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 komercprakti atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norādīta labotā informācija, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) uzliedz 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.

Izvērtējot lietas apstākļus, PTAC uzskata, ka, ņemot vērā to, ka konkrētā Sabiedrības īstenotā komercprakse ir atzīstama par negodīgu, šīs komercprakses raksturu un būtību, kā arī ņemot vērā 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., 3., 4. un 6.punktā noteiktos lēmumus, bet gan konkrētajā gadījumā Sabiedrībai par izdarīto pārkāpumu saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu ir lietderīgi uzliedz tiesisko pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi (ņemot vērā lietā konstatēto reklāmu regulāro izvietošanu drukātajos preses izdevumos) un saskaņā ar NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu piemērot soda naudu šā likuma 15.² pantā noteiktajā kārtībā.

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

NKAL 15.² panta pirmā daļa paredz, ka *Uzraudzības iestāde ir tiesīga par negodīgu komercpraksi uzliedz 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.*

Ņemot vērā to, ka Sabiedrība neiesniedza PTAC pieprasīto pēdējā finanšu gada neto apgrozījumu, uz šī lēmuma pieņemšanas brīdi pēdējais apstiprinātais PTAC rīcībā esošais Sabiedrības gada pārskats ir par 2016.gadu. Saskaņā ar minēto 2016.gada pārskatu Sabiedrības neto apgrozījums 2016.gadā bija 299460,00 EUR.

Ievērojot Sabiedrības izdarītā pārkāpuma apjomu, raksturu, ilgumu, ietekmi uz patērētāju tiesiskajām interesēm, Sabiedrības lomu pārkāpumā, šajā lēmumā analizētos pārkāpuma izdarīšanas apstākļus, kā arī mantisko stāvokli, PTAC secina, ka Sabiedrības nodarītais pārkāpums ir vērtējams kā smags patērētāju kolektīvo interešu pārkāpums. Tādējādi, ņemot vērā soda naudas piemērošanas mērķi un pamatojumu, kā arī NKAL 15.² panta pirmajā daļā noteikto ierobežojumu, kopējā soda nauda Sabiedrībai nosakāma 7000,00 EUR (procentos soda naudas apmērs ir 2,33% no 2016.gada neto apgrozījuma), kas uzskatāms par samērīgu soda naudas apmēru, ņemot vērā Sabiedrības izdarīto pārkāpumu un tā raksturu.

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, 14.panta pirmo daļu, 15.panta pirmās daļas 1.punktu, otro daļu un astotās daļas 2. un 5.punktu, 15.² panta pirmo daļu, Regulas Nr.1924/2006 2.panta otrās daļas 5.punktu, 3.pantu, 10.panta 3.punktu, 10.panta pirmo daļu, 12.panta c) punktu, Noteikumu 24.1.apakšpunktu, Administratīvā procesa likuma 4.pantu, 7.pantu, 51.pantu, 55.panta 2.punktu, 65.panta ceturto daļu, 66.panta pirmo daļu, 67.pantu,

uzlikt Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „PRAETOR”

juridiskā adrese: Dzelzavas ielā 120G, Rīgā, LV-1021

reģistrācijas numurs: 50103219461

- 1) **pienākumu nekavējoties izbeigt īstenot negodīgu komercpraksi, kuras ietvaros tiek sniegta maldinoša un normatīvajiem aktiem neatbilstoša informācija par uztura bagātinātāju īpašībām un netiek ievērotas Noteikumu prasības.**
- 2) **soda naudu 7000,00 EUR (septiņi tūkstoši eiro, 00 centi) 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.19-pk
Pieņemšanas datums:	2017.gada 12.jūlijs

Atbilstoši NKAL 15.² panta 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.

Direktora p.i.

(personiskais paraksts)

K.Riekstiņa

(..)

IZRAKSTS PAREIZS