



LATVIJAS REPUBLIKAS EKONOMIKAS MINISTRIJA
PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 ♦ tālr. (+371) 67388624 ♦ fakss (+371) 67388634 ♦ e-pasts: ptac@ptac.gov.lv

LĒMUMS

Rīgā

2012.gada 6.septembrī

Nr. E03-PTU-K56-43

Par administratīvā soda un tiesiskā pienākuma uzlikšanu

Par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu, par kuru administratīvais sods paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā, un par negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta trešajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa
pedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Veikals JUMS”
juridiskā adrese: K.Valdemāra iela 109-7, Rīga, LV-1013
reģistrācijas numurs: 40103265948
pilnvarotajam pārstāvim
vārds, uzvārds: (..)
personas kods: (..)

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir izvērtējis SIA „Veikals JUMS” (turpmāk – Sabiedrība) īstenošas komercprakses, sniedzot reklāmas (izplatītas žurnāla “Māja” Nr.12 (556) 2012.gada 23. – 29.marta (turpmāk – Reklāma1), Nr.16 (560) 27.aprīļa – 10.maija (turpmāk – Reklāma2) un Nr.23 (567) 2012.gada 22. – 28.jūnija izdevumā (turpmāk – Reklāma3)), kurās ir izteikti piedāvājumi iegādāties kopumā 67 preces, atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo, NKAL un citu normatīvo aktu prasībām (Reklāma1, Reklāma2, Reklāma3 kopā turpmāk – Reklāmas).

Izvērtēšanas gaitā PTAC ir konstatējis turpmāk norādīto:

[1] Pirmšķietami konstatējot normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu (Reklāma1 un Reklāma2) sniegšanu un negodīgas komercprakses īstenošanas pazīmes, PTAC, pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, 2012.gada 21.maija vēstulē Nr.21-06/3336-K-56 (turpmāk – Vēstule1) pieprasīja Sabiedrībai līdz 2012.gada 13.jūnijam sniegt PTAC informāciju par Vēstulē1 norādītajiem produktiem, vienlaicīgi pieprasot iesniegt dokumentārus pierādījumus, piemēram, veiktus zinātniskus pētījumus, par Vēstulē1 norādīto

apgalvojumu, kas sniegti par Sabiedrības piedāvātajām precēm, patiesumu. Papildus PTAC līdz minētajam datumam pieprasīja sniegt informāciju par Reklāmā1 un Reklāmā2 izteikto piedāvājumu izplatīšanas vietām un laikiem.

[2] 2012.gada 14.jūnijā PTAC saņēma Sabiedrības 2012.gada 12.jūnija vēstuli (turpmāk – Vēstule2), kurā Sabiedrība paskaidro, ka Sabiedrība saskaņā ar Preču un pakalpojumu drošuma likuma 2.panta trešo daļu ir konkrēto preču izplatītājs, nevis ražotājs, līdz ar to Sabiedrības darbība, piedāvājot patērētājam minētās preces, neietekmē šo preču drošumu. Sabiedrība Vēstulē2 norāda, ka, sniedzot informāciju par Reklāmā1 un Reklāmā2 iekļautajiem produktiem, Sabiedrība ir izmantojusi tikai un vienīgi konkrēto ražotāju instrukcijas, kas ir pievienotas precēm, kā arī informāciju, kas izvietota uz iepakojuma un atrodama ražotāju mājas lapās, vienlaicīgi par to informējot patērētājus, izvietojot atsauci Reklāmā1 un Reklāmā2. Sabiedrība vērš PTAC uzmanību uz to, ka produktu reģistrācija Pārtikas un veterinārajā dienestā (turpmāk – PVD) ir importētāju pienākums, nevis Sabiedrības, kā arī uz to, ka Sabiedrība neuzņemas atbildību par to, ka PVD datu bāzē (turpmāk – Datu bāze) nav sniegta izsmeļoša informācija par produktiem, vienlaicīgi paskaidrojot, ka neatkarīgi no tā, vai Sabiedrība, sniedzot reklāmas, norāda informāciju, kura ir atbilstoša Datu bāzē ietvertajai vai nē, patērētājs, iegādājoties kādu no Sabiedrības izplatītajām precēm, var iepazīties ar informāciju par preces lietošanu, izlasot to uz preces iepakojuma vai precei pievienotā ražotāja instrukcijā. Sabiedrība Vēstulē2 norāda, ka ņems vērā PTAC rekomendācijas un to PTAC būs iespējams konstatēt sākot ar 2012.gada 25.jūniju kārtējā Sabiedrības reklāmā. Sabiedrība Vēstulē2 norāda, ka turpmākajā darbībā pievērsīs lielāku uzmanību PTAC uzdotajiem jautājumiem un aņņemas ieņņemt *stingrāku pozīciju attiecīgi uz preču ražotāja informāciju par precēm*. Sabiedrība PTAC pieprasīto informāciju par Reklāmā1 un Reklāmā2 izteikto piedāvājumu izplatīšanas vietām un laikiem PTAC noteiktajā laikā neiesniedza.

[3] 2012.gada 22.jūnijā PTAC konstatēja, ka žurnāla „Māja” izdevumā Nr.23 (567) (2012.gada 22.-28.jūnijs) un žurnāla „Mājas viesis” izdevumā Nr.12 (472) (2012.gada 22.06-05.07) Sabiedrība ir sniegusi informāciju par dažādām precēm, t.sk., neizmainītu informāciju par atsevišķiem produktiem, kuri tika norādīti Vēstulē1, tādējādi neizpildot savu Vēstulē2 izteikto aņņemšanos, proti, ņņemt vērā PTAC norādīto. Vienlaicīgi PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība iepriekš minētajos izdevumos sniedz iepriekš nesniegtu uztura bagātinātāja *ARTRO-ACTIV®* reklāmu.

[4] 2012.gada 6.jūlijā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/4488-K-56 *par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicinājumu uz lietas izskatīšanu*, kurā Sabiedrība tika informēta par PTAC konstatētajiem faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem, iespējamo pārkāpumu, administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu, kā arī par tiesībām izteikt viedokli un argumentus konkrētajā administratīvajā lietā.

[5] 2012.gada 12.jūlijā PTAC saņēma Sabiedrības 2012.gada 12.jūlija vēstuli Nr.P-5/12 (turpmāk – Vēstule3), kurā Sabiedrības papildus Vēstulē2 sniegtajiem paskaidrojumiem, informē PTAC, ka Sabiedrība ir uzsākusi aktīvu komunikāciju ar Sabiedrības izplatīto preču ražotājiem, lai saņemtu pilnīgu informāciju, t.sk., pētījumus, par visām precēm, ko Sabiedrība piedāvā Latvijas pircējiem. Tā kā Sabiedrība Vēstulē3 izteica lūgumu PTAC pārcelt administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu uz 2012.gada septembra sākumu, PTAC 2012.gada 16.jūlijā nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/4681-K56 *par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laika maiņu*, kurā Sabiedrība tika informēta par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laiku un vietu.

[6] 2012.gada 6.septembrī Sabiedrības pārstāvis ieradās uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un paskaidroja, ka pārkāpumi tika izdarīti normatīvo aktu neizpratnes dēļ, kā arī norādīja, ka Sabiedrība ir centusies sazināties ar konkrēto preču ražotājiem, lai iegūtu Vēstulē1 norādīto informāciju. Vienlaicīgi Sabiedrības pārstāvis uzsvēra, ka, norādot informāciju par konkrētajiem Vēstulē1 norādītajiem produktiem, precēm, Sabiedrība par pamatu ir ņņemusi konkrēto ražotāju sniegto informāciju un informēja par to, ka Sabiedrība ir

gatava turpmāk sadarboties ar PTAC, sniedzot reklāmas, ka Sabiedrība vērsīsies pie PVD, lai risinātu jautājumus, kas saistīti ar informācijas norādīšanu par uztura bagātinātājiem, un to, ka turpmāk Sabiedrības sniegtajās līdzīga satura reklāmās tiks ietverts brīdinājums, proti, „*Ieteicams konsultēties ar ārstu!*”. Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvis iesniedza ražotāju sniegtās informācijas par precīzajiem tulkojumiem, elektroniskās sarakstes ar atsevišķiem ražotājiem, kā arī informāciju (pētījumu) par uztura bagātinātāju ARTRO-ACTIV® svešvalodā. Sabiedrības pārstāvis izteica lūgumu PTAC neuzlikt Sabiedrībai naudas sodu, jo tas nebūtu samērīgs ar izdarīto administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

[7] Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka *reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.* Sabiedrības sniegtās Reklāmas atbilst reklāmas jēdzienam minētā likuma izpratnē, jo nepārprotami veicina Reklāmās ietvērto preču popularitāti un pieprasījumu pēc tām.

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem.*

Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo un izplata reklāmu.* Sabiedrība saskaņā ar Reklāmās un Vēstulē2 rakstiski sniegto informāciju ir reklāmas devējs Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē. Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.

Oficiālo publikāciju un tiesiskās informācijas likuma (turpmāk – Likums) 2.panta otrā daļa nosaka, ka *oficiālā publikācija ir publiski ticama un saistoša. Nevienam nevar aizbildināties ar oficiālajā izdevumā publicēto tiesību aktu vai oficiālo paziņojumu nezināšanu.*

PTAC norāda, ka Reklāmas likuma 7.panta otrā daļa nosaka, ka *papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu vai izplatīšanas kārtību (arī reklāmas izplatīšanas kārtību atsevišķos masu informācijas līdzekļos) nosaka Ministru kabinets.* Ministru kabineta 2005.gada 20.septembra noteikumu Nr.725 „Noteikumi par obligātajām nekaitīguma un marķējuma prasībām uztura bagātinātājiem un uztura bagātinātāju reģistrācijas kārtību” (turpmāk – Noteikumi) 4.punkts nosaka, ka *uztura bagātinātāji ir pārtikas produkti parastā uztura papildināšanai. Tie ir koncentrētas uzturvielas (vitamīni un minerālvielas) vai citas vielas, kurām ir uzturvērtība vai fizioloģiska ietekme, atsevišķi vai kombinācijās, un tos izplata un realizē devās.* Noteikumu 21.punkts nosaka, ka *uztura bagātinātāju normatīvi tehniskajos dokumentos, marķējumā, lietošanas instrukcijā, noformējumā un cita veida informācijā, kā arī uztura bagātinātāju reklāmā nedrīkst izvietot vai lietot norādes vai atsauces par to, ka uztura bagātinātājs novērš saslimšanu, ārstē vai izārstē slimības, vai atsauces uz šādu iespēju un nedrīkst ietvert jebkādas tiešas vai netiešas atsauces par to, ka līdzsvarots un daudzveidīgs uzturs nespēj nodrošināt pietiekamu uzturvielu daudzumu.* Vienlaicīgi PTAC norāda uz Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 1924/2006 (2006. gada 20. decembris) par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem (turpmāk – Regula), kura reglamentē kārtību, kādā lietojamas uzturvērtības un veselīguma norādes. „Veselīguma norāde” Regulas izpratnē 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 (Regulas 2.panta otrās daļas 5.punkts).

Saskaņā ar PVD Uztura bagātinātāju reģistrā esošo informāciju produkti – VUKA VUKA®, Žeņšeņa ekstrakts, BIAFIŠENOL ZIVJU EĻĻA AR LINU UN KVIEŠU DĪGSTU EĻĻĀM (Reklāmā1 ar nosaukumu „BIAFIŠENOL (ZIVJU EĻĻA OMEGA 3 AR KVIEŠU

ASNU UN LINU EĻĻU”)), BIORITM™ LOCĪTAVAS 24 (Reklāmā2 ar nosaukumu „BIORITM SUSTAVI 24”), GINKGO BILOBA C (Reklāmā2 ar nosaukumu „GINKGO BILOBA”), ZVEZDNAJA OČANKA® (Reklāmā2 ar nosaukumu „ZVAIGŽŅU ŽIBULĪTIS”) un ARTRO-ACTIV® (turpmāk kopā saukti – Produkti) ir uztura bagātinātāji. Saskaņā ar Datu bāzē esošo informāciju par uztura bagātinātājiem – VUKA VUKA ®, BIAFIŠENOL ZIVJU EĻĻA AR LINU UN KVIEŠU DĪGSTU EĻĻĀM, ZVEZDNAJA OČANKA® un ARTRO-ACTIV® – nav iesniegtas veselīguma norādes, savukārt par uztura bagātinātājiem – Žeņšeņa ekstrakts, BIORITM™ LOCĪTAVAS 24 un GINKGO BILOBA C – ir iesniegtas veselīguma norādes, kuras saskaņā ar Regulas noteikumiem ir izmantojamas uztura bagātinātāju reklāmā.

Izvērtējot Reklāmās un Datu bāzē norādīto informāciju, PTAC norāda tālāk minēto:

1. Par uztura bagātinātāju VUKA VUKA ® Reklāmā1 ir sniegti apgalvojumi – „Vuka-Vuka veicina dzimumfunkcijas atjaunošanos un pastiprināšanos, stimulē seksuālo enerģiju un izturību (..)”, kuri nav iekļauti Datu bāzē kā veselīguma norādes.
2. Par uztura bagātinātāju Žeņšeņa ekstraktu Reklāmā1 ir sniegti apgalvojumi – „Mūsdienu medicīnā to izmanto (..) sirds, asinsvadu sistēmas funkcionālo saslīmšanu, anēmijas, neirastēnijas, dzimumfunkciju pavājināšanās, impotences un aterosklerozes gadījumos”, kuri neatbilst Datu bāzē iekļautajām veselīguma norādēm, proti, žeņšeņa ekstraktu lieto kā tonizējošu un stimulējošu līdzekli, kas stiprina organisma pretestību pret nelabvēlīgajiem ārējās vides faktoriem, veicina fizisko un garīgo spēju uzlabošanu.
3. Par uztura bagātinātāju BIAFIŠENOL ZIVJU EĻĻU AR LINU UN KVIEŠU DĪGSTU EĻĻĀM Reklāmā1 ir sniegti apgalvojumi – „(..) ietekmē trombu veidošanās procesus, asinsvadu tonusu, arteriālo spiedienu un imunitāti. Linēļa veicina asinsvadu sistēmas normālu darbību, bet kviešu asnu eļļa, kas satur E vitamīnu, darbojas kā antioksidants, pastiprinot preparāta pozitīvo ietekmi uz sirdsasinsvadu un dzimumorgānu funkcijām un stimulē organisma pretošanās spējas”, kuri nav iekļauti Datu bāzē kā veselīguma norādes.
4. Par uztura bagātinātāju ZVEZDNAJA OČANKA® Reklāmā2 ir sniegti apgalvojumi – „(..) Preparāts sniedz noturīgu pozitīvu rezultātu slimniekiem ar dažādām acu slimībām un pie redzes asuma pasliktināšanās. (..) tiek pasargāta tīklene no bojājumiem, nostiprinās asinsvadi, uzlabojas krāsu uztvere, mazinās acu nogurums un sasprindzinājums”, kuri nav iekļauti Datu bāzē kā veselīguma norādes.
5. Par uztura bagātinātāju BIORITM™ LOCĪTAVAS 24 Reklāmā2 ir sniegts apgalvojums – „(..) dienas tabletes – ārstniecisku augu apvienojums iekaisuma procesa mazināšanai (..)”, kurš neatbilst Datu bāzē iekļautajām veselīguma norādēm, proti, uzlabo kustību un balsta aparāta funkcionālo stāvokli. Dienas formula satur bosvēlijas, kurkumas ekstraktus un E vitamīnu, kuri sekmē vieglākas un nesāpīgākas kustības no rīta, veicina locītavu kustīgumu, elastību dienā. Nakts formula satur hondroitīnu, glikozamīnu un B grupas vitamīnus, kuri sekmē skrimšļu atjaunošanos un barošanu naktī.
6. Par uztura bagātinātāju GINKGO BILOBA C Reklāmā2 ir sniegti apgalvojumi – „(..) uzlabo dzirdi, redzi, runas funkcijas (..) efektīva aterosklerozes un insulta profilakse”, kuri neatbilst Datu bāzē iekļautajām veselīguma norādēm, proti, konstatēts, ka Divdaivu ginka ekstrakts uzlabo smadzeņu un perifēro asinsriti, uzlabo atmiņu. Divdaivu ginka lietošana uzlabo koncentrēšanās spējas, noņem nogurumu, sasprindzinājumu, kavē novecošanas procesus, palielina fizisko aktivitāti, darba spējas.
7. Par uztura bagātinātāju ARTRO-ACTIV® Reklāmā3 ir sniegti apgalvojumi – „Artro-aktiv” – jauns mūsdienīgs preparāts locītavām ar unikālu iekaisuma

bloķēšanas sistēmu (..). Ieteicams lietot osteoartrozes (osteoartrīta), sinovīta, mugurkaula osteohondrozes, spondiloartrozes, Behtereva slimības gadījumā. Palīdz mazināt iekaisuma procesu, sāpīgumu, tūsku, aktivizē asinsriti un uzlabo bojāto locītavu kustīgumu un funkcijas (..)”, kuri nav iekļauti Datu bāzē kā veselīguma norādes.

PTAC, ņemot vērā iepriekš minēto, t.sk., Reklāmās par Produktiem iekļautos apgalvojumus (turpmāk – Apgalvojumi), norāda, ka Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto reklāmas likumīguma prasību kontekstā ar Noteikumu 21.punktu, kā arī Regulas 3.pantā noteiktos veselīguma norāžu vispārējos principus, jo Apgalvojumi nepārprotami norāda uz Produktu ārstnieciskajām īpašībām, proti, tiek radīts iespaids, ka tie var uzlabot veselību. Vienlaicīgi PTAC norāda, ka Sabiedrība Reklāmās izmanto atsevišķus apgalvojumus, kas nav iesniegti PVD kā veselīguma norādes par konkrētiem uztura bagātinātājiem.

[8] 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 *ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā ir komercprakses īstenotājs*. Vienlaicīgi PTAC norādot, ka *citi šā likuma termini un jēdzieni lietoti [Patērētāju tiesību aizsardzības likuma](#) izpratnē* (NKAL 1.panta otrā daļa).

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Sabiedrības darbības, sniedzot Reklāmas, ir atzīstamas par komercpraksi NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkta izpratnē, jo šādas darbības ir tieši saistītas ar tirdzniecības veicināšanu un attiecīgo preču pārdošanu patērētājam, savukārt saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu Sabiedrība, kas atbilst Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 1.panta 5.punktā noteiktajai pārdevēja definīcijai, ir atzīstama par komercprakses īstenotāju, kas konkrēto komercpraksi īsteno savas saimnieciskās darbības ietvaros.

[9] NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu komercprakse ir negodīga, ja tā ir maldinoša, savukārt NKAL 11.panta 17.punkts nosaka, ka komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja tās īstenotājs sniedz patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus*. NKAL 15.panta trešā daļa nosaka, ka, *ja komercprakses īstenotājs nesniedz saskaņā ar šā panta otro daļu pieprasīto informāciju vai sniedz to nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa, tādējādi PTAC secina, ka, atsevišķa informācija par tālāk norādītajām precēm ir uzskatāma par maldinošu (nepatiesu)* NKAL 11.panta 17.punkta izpratnē, jo Sabiedrība ne līdz lietas izskatīšanai, ne lietas izskatīšanas laikā netika pilnīgi iesniegusi Vēstulē1 pieprasīto informāciju un dokumentārus pierādījumus.

PTAC, iepazīstoties ar Reklāmās piedāvāto preču aprakstu un ņemot vērā Sabiedrības PTAC iesniegtās informācijas saturu, to, ka Sabiedrība nav iesniegusi pilnīgus pierādījumus, kas norādītu uz attiecīgo apgalvojumu patiesumu (tostarp lietā nav iesniegti atbilstoši normatīvo aktu prasībām noformēti pētījumi, kas pierādītu attiecīgo par precēm sniegto apgalvojumu patiesumu), ir konstatējis, ka vairākām precēm (turpmāk – Preces) tiek piedēvētas tām neatbilstošas, t.sk., ārstnieciskas īpašības, tādējādi sniedzot maldinošu, nepatiesu informāciju:

1. Plāksteri „KINOKI-DETOKS”. „(..) plāksteris toksīnu izvadīšanai no organisma. (..) atvērš nieres. Plākstera lietošana veicina labu miegu, vairo dzīves enerģiju, kā arī (..) uzlabo kāju pēdu stāvokli”.

2. Magnētiskā apakle. „Palīdz ātri atbrīvoties no sāpēm, iztiekot bez pretsāpju preparātiem”.
3. Gēls-balzāms „ČUDO HAŠ”. „Tas uzlabo fosfora-kalcija apmaiņu skrimšļaudos, paātrina tā atjaunošanos. Purva vārnkāja – spēcīgs pretiekaisuma līdzeklis artrīta, reimatisma, artrozes, osteohondrozes, ostioporozes un podagras gadījumos. (..) līdzeklis ātri un dziļi iesūcas, kairinot nervu galiņus un bloķējot sāpes”.
4. Biomagnētiskās zolītes. „(..) dod spēcīgu atveseļošanās efektu daudzu slimību gadījumos (..). Tās pazemina nogurumu; stabilizē sirds darbību; veicina imūnsistēmas darbību; izvada no organisma toksīnus; uzlabo redzi”.
5. ANTISEDINS – Jūsu sākotnējās matu krāsas atjaunošanai. „2-3 nedēļās Jūs varat atbrīvoties no sirmuma! „Antisedins” stimulē organismu dabīgas matu krāsas pigmenta veidošanai”.
6. Josta pret radikulītu. „(..) pasargā no asām sāpēm mugurā. (..) veicot ārstējošu un profilaktisku iedarbību uz muguras skriemeļiem. To izmanto artrīta, artrozes, radikulīta, osteohondrozes un citu slimību gadījumos, aplikot uz dažām stundām vai diennaktīm, līdz izzūd sāpes”.
7. Magnētiskais ceļgala apsējs. „(..) tiek veiksmīgi lietots ceļgalu locītavu sāpju un iekaisumu procesa novēršanā. Brīnišķīgi palīdz artrozes, artrīta, artralģijas un reimatisma gadījumā. Ātri un efektīvi noņem sāpes bez ārstniecisko preparātu lietošanas”.
8. BIORITM™ LOCĪTAVAS 24. „Apvienojot krēmu un tablešu lietošanu, saņemsiet divkārtu pozitīvu efektu locītavu slimību gadījumos”.
9. Balzāms „Venofital”. „(..) pazemina holesterīna nogulšņu veidošanos uz asinsvadu sienām, samazina to caurlaidību un trauslumu, uzlabo asinsplūsmu. „Venofitāls” aktīvi mazina venozo saslimšanu risku (..)”.
10. Gēls ķermenim „Otsolēi”. „Ieteicams locītavu iekaisumu un sāpju gadījumos: atjauno vielu apmaiņu locītavas apvidū, izvada olbaltumu un minerālu pārpalikumus, likvidējot jau esošos un neļaujot veidoties jauniem sāļu uzaugumiem, kā arī attīra locītavas skrimšļaudus no holesterīna nogulsnešiem un novērš trombu veidošanos locītavas apvidū. Palīdz osteohondrozes, osteoartrozes mugurkaula starpskriemeļu diska trūces, radikulīta skoliozes, artrīta, podagras gadījumos (..).
11. Aproce no magnētiskā hematīta ar svētbildēm. „(..) akmens, kas pasargā cilvēku no asinsslimībām, sklerotiskām asinsvadu izmaiņām, ginekoloģiskām saslimšanām. Magnētiskais lauks palīdz hipertonijas, artrīta, galvassāpju, bezmiega gadījumos”.
12. Eliksīrs kājām „Ūdeļu tauki ar dēles ekstraktu”. „Tas ātri noņem kāju iekaisumu un tūsku, attīra asinsvadu sienas un uzlabo to elastību. Novērš asinsvadu „zvaigznīšu” veidošanos, paātrina hematomu uzsūkšanos (..),”.

PTAC uzskata, ka, sniedzot Reklāmas un informāciju par Precu īpašībām, piemēram, par aproci no magnētiskā hematīta ar svētbildēm, kas pasargā cilvēku no asinsslimībām, sklerotiskām asinsvadu izmaiņām, ginekoloģiskām saslimšanām u.c., Sabiedrība ir maldinājusi patērētājus par to, ka tās reklamētās Preces palīdz izārstēt slimības vai novērst disfunkcijas. Tādējādi Sabiedrība, sniedzot augstāk minēto informāciju par Precēm, ir īstenojusi NKAL 11.panta 17.punktā noteikto jebkuros apstākļos maldinošu komercpraksi.

[10] Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu kontekstā ar NKAL 11.panta 17.punktu un sniegusi normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu, neievērojot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto reklāmas likumīguma prasību kontekstā ar Noteikumu 21.punktu, tā izdarot Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.¹³ panta otrajā un trešajā daļā noteiktos administratīvos pārkāpumus.

[11] Atbildot uz Sabiedrības paskaidrojumu Vēstulē2 par Reklāmā1 un Reklāmā2 sniegtās informācijas sniegšanas pamatotību, PTAC norāda, ka Sabiedrība kā reklāmas devēja ir atbildīga par reklāmas saturu (Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa), t.sk., reklāmās sniegtās informācijas patiesumu, likumību, kā arī Sabiedrībai kā komercprakses īstenotājai ir jāievēro NKAL 4.panta pirmo daļu, proti, Sabiedrībai ir aizliegts īstenot negodīgu komercpraksi. Vienlaicīgi PTAC paskaidro, ka konkrētajā gadījumā netiek piemērots Sabiedrības norādītais Preču un pakalpojumu drošuma likums.

Attiecībā uz Sabiedrības norādi, ka neatkarīgi no tā, vai Sabiedrība, sniedzot reklāmas, norāda informāciju, kura ir atbilstoša Datu bāzē ietvertajai vai nē, patērētājs, iegādājoties kādu no Sabiedrības izplatītajām precēm, var iepazīties ar informāciju par preces lietošanu, izlasot to uz preces iepakojuma vai precei pievienotā ražotāja instrukcijā, PTAC paskaidro, ka reklāma uz patērētāju iedarbojas tajā brīdī, kad tā tiek uzlūkota, bet, ņemot vērā tās mērķi – ietekmēt patērētāja izvēli, reklāmā iekļautās informācijas patiesumam ir noteicoša nozīme.

Saistībā ar Sabiedrības Vēstulē2 norādīto, ka tā ņems vērā PTAC rekomendācijas un turpmāk pievērsīs lielāku uzmanību PTAC uzdotajiem jautājumiem un aņņemas ieņņemt stingrāku pozīciju attiecīgi uz preču ražotāja informāciju par precēm, un to, ka PTAC būs iespējams konstatēt sākot ar 2012.gada 25.jūniju kārtējā Sabiedrības reklāmā, PTAC norāda, ka konstatētajā Reklāmā3 Sabiedrība ir sniegusi neizmainītu informāciju par atsevišķiem produktiem, kura tika norādīta Vēstulē1 kā neatbilstoša normatīvo aktu prasībām, kā arī ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu uztura bagātinātāja *ARTRO-ACTIV*[®] reklāmu, tādējādi neizpildot savu Vēstulē2 izteikto aņņemšanos. Vienlaicīgi PTAC norāda, ka administratīvās lietas ar numuru P-119 ietvaros 2010.gada 21.decembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/9748-P-119 (turpmāk – Vēstule4), kurā informēja, ka, lai novērstu patērētāju maldināšanu, produkta „ZVEZDNAJA OČANKA” reklāmas teksts pilnībā jāmaina. Izvērtējot Reklāmā2 sniegto informāciju par uztura bagātinātāju ZVEZDNAJA OČANKA[®], PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrība nav ievērojusi Vēstulē4 noteikto, proti, informācija par konkrēto uztura bagātinātāju nav mainīta. PTAC 2011.gada 19.aprīlī nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/2518-P-119 (turpmāk – Vēstule5), kurā PTAC aicināja Sabiedrību, veidojot pārtikas produktu reklāmu (t.sk., uztura bagātinātāju), ņemt vērā Datu bāzē esošo informāciju, savukārt Sabiedrība 2011.gada 27.aprīļa vēstulē Nr.P-1715 pateicās PTAC par pievērsto uzmanību un dotajiem padomiem, kā arī apliecināja, ka ņems vērā Vēstulē5 norādītos trūkumus, veidojot turpmāko reklāmu. Līdz ar to PTAC secina, ka Sabiedrība, sniedzot Reklāmas, joprojām nav nodrošinājusi reklāmu/komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām.

[12] Saskaņā ar Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu un NKAL 15.panta astoto daļu uzraudzības iestāde, konstatējot pārkāpumu, pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā un NKAL 15.panta astotajā daļā minētajiem lēmumiem. Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā ir noteikts, ka, *ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai saimnieciskās darbības veicēju, vai profesionālās darbības veicēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz izplatīt reklāmu; 4) pieprasa atsaukt reklāmu; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā; 6) uzdod reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam izbeigt pārkāpumu un nosaka termiņu pārkāpuma izbeigšanai.* Savukārt NKAL 15.panta astotajā daļā ir noteikts, ka, *ja Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzliedz komercprakses īstenotājam par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliedz komercprakses īstenotājam par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliedz komercprakses īstenotājam par pienākumu publicēt attiecīgajai*

komercprakseī atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā.

Izvērtējot PTAC rīcībā esošos materiālus, lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, kā arī ņemot vērā to, ka turpmāka konkrēta satura informācijas par Precēm un Produktiem sniegšana, īstenojot komercpraksi, t.sk., sniegtot reklāmu, nav pieļaujama un to, ka par līdzīgiem pārkāpumiem jau Vēstulē4 PTAC ir izteicis Sabiedrībai aicinājumu, veidojot turpmāk uztura bagātinātāju reklāmu, ņemt vērā datu bāzē esošo informāciju, kas nav ievērots, PTAC secina, ka nav lietderīgi pieņemt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.,2., 4. un 6.punktā un NKAL 15.panta astotās daļas 1.,3. un 4.punktā paredzētajiem lēmumiem, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 3.punktu un NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu, ir lietderīgi uzdot Sabiedrībai par tiesisku pienākumu **izbeigt negodīgu komercpraksi/aizliegt turpmāku normatīvo aktu prasībām neatbilstošu uztura bagātinātāju reklāmu sniegšanu**, un, ņemot vērā to, ka Reklāmu izplatīšana jau ir notikusi, patērētāji jau ir saņēmuši normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu un Sabiedrība saskaņā ar LAPK 9.pantu ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, PTAC secina, ka Sabiedrībai, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu un NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, **uzliktot administratīvo sodu**.

PTAC ieskatā ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī LAPK 1.panta pirmā daļa nosaka, ka *administratīvo pārkāpumu likumdošanas uzdevums ir aizsargāt sabiedrisko iekārtu, īpašumu, pilsoņu sociāli ekonomiskās, politiskās un personiskās tiesības un brīvības, kā arī komersantu, iestāžu un organizāciju tiesības un likumīgās intereses, noteikto pārvaldes kārtību, valsts un sabiedrisko kārtību, nostiprināt likumību, novērst tiesību pārkāpumus, audzināt pilsoņus likumu precīzas un stingras ievērošanas garā, ieaudzināt viņos cieņas pilnu attieksmi pret citu pilsoņu tiesībām, godu un pašcieņu, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā*, un juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, ka *soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos neizdarītu citas personas.* (Māris Baltais. *Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.*). Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu *administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.*

Ņemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums, lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), lietā nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, kā arī konstatētais pārkāpums nav uzskatāms par maznozīmīgu un tādēļ Sabiedrība konkrētajā gadījumā nav atbrīvojama no administratīvās atbildības (LAPK 21.pants), un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvajiem pārkāpumiem, par kuriem administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā – *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu*, un LAPK 166.¹³ panta trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi*. LAPK 32.panta pirmā daļa nosaka, ka sodu par administratīvo pārkāpumu uzliet ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar LAPK un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem. Atbilstoši LAPK 35.panta otrajai daļai, *ja persona ir izdarījusi vairākus administratīvos pārkāpumus, kas konstatēti vienlaicīgi, un tos izskata viena un tā pati institūcija (amatpersona), administratīvais sods tiek uzliets tās sankcijas ietvaros, kura ir paredzēta par smagāko pārkāpumu. Šajā gadījumā pamatsodam var*

pievienot kādu no papildsodiem, kuri ir paredzēti pantos, kas nosaka atbildību par jebkuru no izdarītajiem pārkāpumiem. Saskaņā ar LAPK 166.¹³ panta otro daļu par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu juridiskajām personām uzliek naudas sodu no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem, savukārt atbilstoši LAPK 166.¹³ panta trešajai daļai par negodīgu komercpraksi juridiskajām personām uzliek naudas sodu no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem. Līdz ar to Sabiedrībai piemērojamais administratīvais sods tiek uzlikts LAPK 166.¹³ panta otrajā un trešajā daļā noteiktās sankcijas ietvaros.

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likumā (turpmāk – APL) noteiktos principus un APL 66.pantā noteiktos lietderības apsvērumus, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu piemērotību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliedzamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošas Reklāmas, kā arī informāciju par Precēm un Produktiem, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojāmām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu, un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, izdarītā pārkāpuma raksturu, tas ir, patērētājiem sniegtas normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas, īstenota negodīga (jebkuros apstākļos maldinoša) komercprakse, proti, no Reklāmās sniegtās informācijas par Sabiedrības piedāvātajām Precēm un Produktiem izriet, ka, tos lietojot, var rasties arī ietekme uz patērētāju veselību, tās īstenošanas veidu, atbildību pastiprinošo un mīkstinošo apstākļu neesamību, kā arī pārkāpēja mantisko stāvokli, kas tika noteikts, ņemot vērā SIA „Lursoft” datu bāzē pieejamo informāciju par Sabiedrību, un ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu sniegšanu un jebkuros apstākļos maldinošas komercprakse īstenošanu Sabiedrībai ir uzliedzams naudas sods Ls 1300,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītos pārkāpumus – negodīgas komercprakses īstenošana, normatīvajiem aktiem neatbilstošu Reklāmu sniegšana – to raksturu, īstenošanas veidu, vietu, laiku un apjomu, Reklāmu/īstenošanās komercprakses iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 35.panta otro daļu, 166.¹³ panta otro un trešo daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, APL 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu, 66.panta otro daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta otro daļu, 10.panta pirmo un otro daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtnās daļas 3. un 5.punktu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu un 4.panta otrās daļas 2.punktu, 11.panta 17.punktu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta trešo daļu un astotās daļas 2. un 5.punktu, Noteikumu 21.punktu, Regulas 2.panta otrās daļas 5.punktu, Likuma 2.panta otro daļu,

n o l e m t s:

sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Veikals JUMS”
juridiskā adrese: K.Valdemāra iela 109-7, Rīga, LV-1013
reģistrācijas numurs: 40103265948

- 1) **aizliegt sniegt normatīvajiem aktiem neatbilstošas uztura bagātinātāju reklāmas;**
- 2) **izbeigt negodīgu komercpraksi, pārtraucot sniegt patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka Sabiedrības piedāvātā prece var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju;**

3) uzlikt naudas sodu Ls 1300,00 (viens tūkstošis trīs simti latu) apmērā.

Pieņemto lēmumu daļā par naudas soda uzlikšanu SIA „Veikals JUMS” saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu un NKAL 16.pantu, LAPK 238.pantu, 288.panta pirmo un otro daļu un 289.panta pirmo daļu, var pārsūdzēt rajona (pilsētas) tiesā pēc juridiskās personas juridiskās adreses Latvijā 10 darba dienu laikā no lēmuma paziņošanas dienas, iesniedzot Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesai, Rīgā, Abrenes ielā 3 adresētu sūdzību PTAC, Krišjāņa Valdemāra ielā 157, Rīgā.

Pieņemto lēmumu daļā par tiesiskā pienākuma uzlikšanu SIA „Veikals JUMS” saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu un NKAL 16.pantu, APL 76.panta pirmo daļu un 79.panta pirmo daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā (paziņots adresātam). Lēmuma pārsūdzēšana daļā par tiesiskā pienākuma uzlikšanu neaptur tā darbību.

Saskaņā ar Paziņošanas likuma 8.panta trešo daļu uzskatāms, ka šis lēmums ir paziņots adresātam septītajā dienā pēc tā nodošanas pastā.

Naudas sods 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. Nr. E03-PTU-K56-43
Pieņemšanas datums:	2012.gada 6.septembris

Naudas sods jāsamaksā ne vēlāk kā trīsdesmit dienu laikā no dienas, kad izsniegts lēmums par naudas soda uzlikšanu.

Direktores vietniece

(personiskais paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS