



ADMINISTRATĪVĀ RAJONA TIESA

RĪGAS TIESU NAMS

SPRIEDUMS

LATVIJAS TAUTAS VĀRDĀ

Rīgā 2016.gada 30.novembrī

Administratīvā rajona tiesa

šādā sastāvā: tiesnese E.Apīne,

pieņemot atbildētāja pusē pieaicinātās iestādes Patērētāju tiesību aizsardzības centra pārstāvēm/pers. D/ un /pers. E/,

atklātā tiesas sēdē izskatīja administratīvo lietu SIA „Medicom Alliance” pieteikumā par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2016.gada 29.aprīļa lēmuma Nr.12-pk atcelšanu.

Aprakstošā daļa

[1] Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk arī – PTAC vai atbildētājs), izvērtējot pieteicējas SIA „Medicom Alliance” īstenotās komercprakses, sniedzot informāciju par uztura bagātinātājiem, atbilstību Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma prasībām, 2016.gada 29.aprīlī pieņēma lēmumu Nr.12-pk (turpmāk arī – Lēmums) (*lietas 19.-22.lapa*), ar kuru nolemts pieteicējai 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 Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 „Prasības uztura bagātinātājiem” (turpmāk arī – Noteikumi Nr.685) prasības, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama, kā arī uzlikt soda naudu 2617 EUR apmērā.

[2] Pieteikumā tiesai pieteicēja lūdz atcelt Lēmumu, norādot, ka pilnībā nepiekrīt PTAC secinājumiem, jo pēc PTAC 2015.gada februāra vēstules Nr.3.2.-1-K-19/1357 (turpmāk arī – Vēstule Nr.1) un 2016.gada 21.janvāra vēstules Nr.3.2.-1-K-4/420 (turpmāk arī – Vēstule Nr.2) saņemšanas pieteicēja pilnībā pārskatīja reklāmas materiāla saturu attiecībā uz minētajās vēstulēs norādītajām nepilnībām, līdz ar to reklāmā ir norādīta tikai tāda informācija, kas ir atļauta un ņemta no oficiāliem aktualizētiem marķēšanas tekstiem, kas apstiprināti Pārtikas un veterinārajā dienestā (turpmāk arī –

PVD), turklāt no PVD mājas lapas redzams, ka visai pieteicējas izplatītajai produkcijai marķēšanas teksts ir aktualizēts, līdz ar to pieteicēja varēja minēto informāciju izmantot savā reklāmā.

Ir jāņem vērā, ka uztura bagātinātāja reģistrācijai uzņēmējam PVD ir jāiesniedz dažādi dokumenti, kurus iestāde vērtē, līdz ar to, ja uztura bagātinātājs tiek reģistrēts, tad tas ir drošs lietošanai uzturā.

Reklāmā reklamētās produkcijas aprakstos tiek aprakstīti vitamīni, kuru iedarbības aprakstu atļauj Eiropas Savienības 2012.gada 16.maija regula Nr.432/2012 (turpmāk arī – Regula Nr.432), ar kuru izveidots saraksts ar atļautajām veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem, kuras neattiecas uz slimības riska samazināšanu un bērnu attīstību, kā arī 2013.gada 23.oktobra regula Nr.1018/2013 un 2014.gada 17.janvāra regula Nr.40/2014, ar kurām grozīta Regula Nr.432.

[2.1] Attiecībā uz cenas samazinājumu pieteicēja norāda, ka saistībā ar PTAC 2016.gada marta vēstuli Nr.3.2.-1-K-4/1910 (turpmāk arī – Vēstule Nr.3) vērsās PTAC ar 2016.gada 30.marta iesniegumu, lūdzot iestādei izskaidrot, kādus pierādījumus ir nepieciešams iesniegt PTAC atļauju patiesuma pierādīšanai, tomēr mēneša laikā atbildi nesaņēma un tikai Lēmumā iepazīs ar norādi par pierādījumu izvēles un iesniegšanas brīvību, līdz ar to nav pamata uzskatīt, ka pieteicēja neiesniedza pierādījumus, tādējādi maldinot patērētājus, jo, saņemot PTAC atbildi uz iesniegumu, pieteicēja iesniegtu visu nepieciešamo informāciju, jo čeki pierāda produkcijas sākotnējo cenu.

[2.2] Attiecībā uz Noteikumu Nr.685 prasību neievērošanu pieteicēja norāda, ka pretēji Lēmumā norādītajam, ka Ogrē izplatītajās „Veselības lappusēs” ar aicinājumiem uz uztura bagātinātāju izstādēm-pārdošanām martā (turpmāk arī – Reklāma Nr.2) dažu uzturu bagātinātāju aprakstos netika sniegta informācija, kura paredzēta Noteikumu Nr.685 26.punktā un 27.punktā (piemēram, „Chili Kromi2+Cayanne”, „Visomax”, „Mumijo”), tikai vienam produktam – „Chili Kromi2+Cayanne” nav norādīts, ka „Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”, bet pārējiem produktiem ir sniegta informācija, kuras iekļaušanu nosaka minētie noteikumi. Tādējādi Lēmumā kļūdaini norādīts, ka Reklāmā Nr.2 gan „Visomax”, gan „Mumijo” nav norādīta nepieciešamā informācija, un pieteicējas pieļautais pārkāpums nav būtisks, turklāt, piemēram, Mēness aptiekas reklāmā ar tirāžu 625 000 konstatējams, ka attiecīgā norāde aizņem tikai 3,39% no reklāmas apjoma.

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

No minētā pieteicējas ieskatā izriet, ka arī aptiekās nebūtu pieļaujams pārdot uztura bagātinātājus, jo patērētājiem, atrākot uz aptieku un pajautājot farmaceitam kaut ko dabīgu, piemēram, pret klepu vai vēderu, farmaceits ieteiks uzturu bagātinātājus jeb reklamēs produkciju, kas palīdzēs cilvēkam, proti, izārstēs slimību. Pieteicējas ieskatā uztura bagātinātāju pārdošana aptiekās patērētājiem jau rada iespaidu, ka gadījumā, ja uztura bagātinātājus pārdod aptiekās, tad viņi palīdz izārstēt slimības.

Atsaucoties uz *Euro* aptiekas, *Mēness* aptiekas un *Apotheka* aptieku uztura bagātinātāju reklāmām, pieteicēja norāda, ka uztura bagātinātāju izvietošanas reklāmu sadaļās, piemēram, „Sirds veselībai”, „Tavam vēderam” vai „Multiplā skleroze” vidusmēra patērētājiem rada/var radīt maldinošu iespaidu par konkrētu produktu ārstnieciskajām īpašībām un to, ka tie var palīdzēt noteiktu slimību ārstēšanas procesā. Turklāt daudziem attiecīgajās sadaļās izvietotajiem produktiem nav piedāvājama norādītā iespējamā ietekme uz veselību, savukārt patērētājs var izdarīt secinājumu, ka attiecīgajā sadaļā piedāvātais uztura bagātinātājs palīdz tieši sirdij, vēderam vai no sklerozes. Tādējādi arī sniegtās informācijas izvietošanas veids vispārējās pasniegšanas ziņā var maldināt patērētājus par produktu īpašībām vai to ietekmi uz veselību, kas produktiem nav piedāvājama, tomēr tas pastāv un netiek uzskatīts par pārkāpumu.

Lēmuma norāde, ka par eļļu „Živica” nav sniegta neviena veselīguma norāde, bet tiek ieteikts „profilaktiskais kurss” un „hronisko saslimšanu” kurss, līdz ar to informācija sava pasniegšanas veida dēļ rada iespaidu, ka uztura bagātinātājs var palīdzēt izārstēt slimības, nav pamatota, jo ar vārdiem „profilaktiskais kurss” un „hronisko saslimšanu kurss” nevar salīdzināt vārdus „izārstēt, novērst un tamlīdzīgi”.

Attiecībā uz „Chili Kromi2+Cayanne” un sastāvā esošo hromu, par kuru tiek sniegta „Wikipedia” informācija, kas tieši norāda uz slimības (cukura diabēta) novēršanas iespējām, pieteicēja paskaidro, ka minētais ir vienkārša norāde uz informāciju no interneta, kas nav attiecināma uz pieteicējas produkciju, turklāt Reklāmā Nr.2 var redzēt, ka minētā informācija ir uzrakstīta blakus „Chili Kromi2+Cayanne”, bet ir atdalīta no produkcijas teksta. Tāpat arī blakus „Čaga-Reiži” sniegtā informācija ir ņemta no interneta vienkārši zināšanai un nekādā veidā nereklamē un nav attiecināma uz pieteicējas produkciju, savukārt „Maximizer+” apraksts Reklāmā Nr.2 bija koriģēts, līdz ar to minētais attiecas tikai uz 2015.gada novembrī drukāto un izplatīto reklāmas materiālu (turpmāk arī – Reklāma Nr.1).

[2.4] Atsaucoties uz vietējo un starptautisko regulējumu saistībā ar tiesību uz vārda brīvību īstenošanu, pieteicēja norāda, ka savā reklāmā izmanto/publicē cilvēku viedokļus, nevis atsauksmes. Pieteicējas ieskatā tiek aizsargāta jebkura izteiksmes forma visdažādākajos izpausmes veidos (piemēram, gleznas, grāmatas, filmas, paziņojumi radiopārraidēs, informācijas bukleti) un neatkarīgi no satura. Cilvēku viedoklis nav reklāma, ziņas vai atsauksmes, līdz ar to tas nav pakļauts patiesības pārbaudei. Pieteicēja vienkārši publicēja cilvēku viedokli, viņu uzskatus par produkciju un to, ko paši cilvēki lūdz publicēt, parakstot attiecīgu piekrišanas veidlapu. Turklāt arī *Pharma Nord* reklāmā „Veselība un dzīvesveids” konstatējamas interviju laikā cilvēku sniegto viedokļu publikācijas.

[2.5] Saistībā ar kļūdainas Reklāmas Nr.1 izplatīšanu pieteicēja paskaidro, ka Lēmumā nepamatoti norādīts, ka reklāmas materiāli ar maldinošu informāciju par uztura bagātinātāju īpašībām patērētāju rīcībā bija jau no 2015.gada februāra, jo pēc Vēstules Nr.1 saņemšanas pieteicēja pilnībā pārskatīja reklāmas materiāla saturu, pamatojoties uz Vēstulē Nr.1 norādītajām nepilnībām, un no 2015.gada februāra reklāmā jau bija norādīta tikai atļautā informācija. Novembrī kļūdas dēļ publicētā nekorektā reklāma bija izplatīta tikai vienu mēnesi un PTAC rīcībā nav pierādījumu, kas apstiprina reklāmas ar nekorektu tekstu publicēšanu no 2015.gada februāra.

Safidzinot Reklāmu Nr.1 un Reklāmu Nr.2 var redzēt, ka Reklāmas Nr.2 saturs un teksts būtiski atšķiras no Reklāmas Nr.1, līdz ar to nav pamatots PTAC apgalvojums, ka pieteicēja neveica nekādas darbības, lai nodrošinātu reklāmas atbilstību normatīvajiem aktiem.

[2.6] Pieteicēja norāda, ka preču pārdošanas-izstādes laikā preču atnešanai, sakārtošanai, pārdošanai un pircēju apkalpošanai pieteicējai ir tikai viena stunda, līdz ar to sniegt jebkādu citu informāciju, izņemot atļauto, PVD apstiprināto un no oficiāliem aktualizētiem marķēšanas tekstiem ņemto, pieteicējai vienkārši nav laika, savukārt Lēmuma argumenti par pārdošanas-izstādes laikā sniegto Reklāmās Nr.1 un Nr.2 minēto informāciju ir balstīti vienīgi uz pieņēmumiem, jo PTAC rīcībā nav minēto apgalvojumu apstiprinošo pierādījumu.

Pieteicējas ieskatā soda noteikšanā nav pamata ņemt vērā Lēmumā norādīto apstākli par iespējamo reklāmas izplatīšanu ieinteresēto patērētāju paziņu lokā, tādējādi vairojot maldinošas informācijas negatīvo ietekmi, jo tas ir tikai PTAC pieņēmums, kuram nav savākti nekādi pierādījumi, turklāt pēc Vēstules Nr.2 saņemšanas pieteicēja uz laiku apturējusi savu darbību, šajā laikā vispār neizplatot nekādu reklāmu.

Lēmumā norādīts, ka lietas izpētes gaitā PTAC ir ieguvis pierādījumus par pieteicējas izplatītajiem 30 000 „Veselības lappušu” eksemplāriem, no kuriem Reklāma Nr.1 izplafīta 10 000 eksemplāros, tomēr, lai arī atzīstams, ka 10 000 eksemplāri tiešām bija izplafīti ar nekorektu tekstu, PTAC rīcībā nav pierādījumu, kā arī pārējie 20 000 eksemplāri izplafīti ar nekorektu tekstu, ņemot arī vērā pēc Vēstules Nr.2 iestādei nosūtīto maketu ar veiktajiem labojumiem, kurus PTAC neņēma vērā.

[2.7] Atsaucoties uz 2014. un 2015.gada neto apgrozījuma starpību, pieteicēja norāda, ka ar Lēmumu uzliktais naudas sods sastāda 1,5% no 2014.gada neto apgrozījuma, kas 2015.gadā bija krietni mazāks. Tāpat, nosakot soda apmēru, iestādei nebija tiesības par pamatu ņemt pārskata apgrozījumu par 2014.gadu, kurā netika konstatēti pārkāpumi pieteicējas izplatītajā reklāmā.

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

[3] 2016.gada 1.septembrī Administratīvajā rajona tiesā saņemts atbildētāja paskaidrojums (*lietas 116.-117.lapa*), kurā, pamatojoties uz Lēmumā norādītajiem argumentiem, pieteikums tiek uzskatīts par nepamatotu un noraidāmu.

Saistībā ar pieteikuma argumentiem atbildētājs papildus norāda, ka komersantam, kurš ir profesionāls saimnieciskās darbības veicējs, un kurš attiecīgajā saimnieciskās darbības jomā darbojas jau astoņus gadus, ir jāzina, kādā veidā ir pamatojamas un pierādāmas viņa piedāvāto produktu cenas, turklāt PTAC pieprasījumā bija iekļautas konkrētas norādes uz to, kādi faktiskie apstākļi saistībā ar pieteicējas piedāvātajām cenām bija jāpierāda.

Pieteikumam pievienotie kases čeki, pirmkārt, nav iesniegti par visiem Lēmumā minētajiem produktiem, un, otrkārt, tie nevar kalpot par pierādījumiem lietā, jo ar tiem saistītie preču pārdošanas darījumi nav veikti tajās tirdzniecības vietās, kurām ir saistība ar reklāmā iekļauto aicinājumu, turklāt arī preču pārdošanas laiks – 2014.gada decembris, 2015.gada marts un jūnijs, laika ziņā nav attiecināms uz reklāmā iekļautajiem piedāvājumiem, kuri izplafīti 2016.gada martā.

Pieteicējas argumenti par tās neinformētību/neinformēšanu nav pamatoti, jo pirms Lēmuma pieņemšanas PTAC vairākkārtīgi veica saziņu ar pieteicēju, nodrošinot tās informēšanu par normatīvo aktu prasībām un tās rīcības neatbilstību, tai skaitā attiecīgā saziņa tika veikta saistībā ar 2009.gada 17.septembrī pieņemto lēmumu Nr.Nr.E03-REUD-33, kā arī par pieteicējas īstenoto komercpraksi 2015.gadā uzsāktajā administratīvajā lietā Nr.K-19, kura tika izbeigta, informējot pieteicēju par lēmuma pieņemšanu atkārtotu pārkāpumu konstatēšanas gadījumā.

Attiecībā uz pieteikumā minēto Noteikumu Nr.685 26. un 27.punkta ievērošanu atbildētājs norāda, ka pieteicējas skaidrojums nekādā veidā neattaisno Lēmumā konstatētās pieteicējas īstenotās komercprakses neatbilstību, jo Lēmumā skaidri norādīts, ka „dažu” uztura bagātinātāju aprakstos nav ievērotas minēto noteikumu prasības par obligātās informācijas sniegšanu reklāmā. Lēmumā nav kļūdaini norādīti konkrētie produkti, un atbildētājs nepiekrīt pieteicējas minētajiem mērījumiem.

Atbildētāja ieskatā pieteicējas Noteikumu Nr.685 24.1 punkta piemērošanas analīze nav attiecināma uz Lēmumu, jo pieteicējas skaidrojums ir saistīts nevis ar Lēmumā secināto, bet gan ar vispārīgiem iebildumiem par normatīvo aktu prasībām.

Attiecībā uz pieteicējas argumentiem saistībā ar reklāmās izmantotajām personu atsauksmēm, atbildētājs norāda, ka pieteicējas rīcība ir vērtēta no komercprakses īstenošanas un vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, nevis no personu, kuras izsaka viedokli, tiesībām. Konkrētā lieta ir saistīta ar Sabiedrības kā komercprakses īstenošanas rīcības neatbilstību, nevis ar citu personu tiesībām izteikt viedokli. Atbildētāja ieskatā pieteicēja tās produktu popularizēšanas un pārdošanas nolūkos nav tiesīga izmantot tādus, tai skaitā citu personu sniegtus apgalvojumus, kuru pamatotību un ticamību pieteicēja nevar pierādīt.

Pieteicēja lietā nav sniegusi paskaidrojumus par to, kādēļ kļūdaini nodrukātā reklāma tika izplafīta patērētājiem, kādi ir attiecīgās kļūdas rašanās iemesli un kādēļ pieteicējai nav bijis iespējams izvairīties no attiecīgās kļūdas rašanās, savukārt pieteikuma norāde par 2015.gadā pirms pieļautās kļūdas izplafīto reklāmas materiālu atbilstību normatīvo aktu prasībām nav apstiprināta ar konkrētiem pierādījumiem.

Atbildētājs uzsver, ka, nosakot soda naudas apmēru, ir ievērojies visus Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.² panta nosacījumus, tai skaitā nodrošinot pieteicējas materiālā stāvokļa izvērtēšanu un dodot iespēju pieteicējai iesniegt pēdējā, nevis pārkāpuma izdarīšanas gada, kā to norāda pieteicēja, finanšu pārskata gada neto apgrozījumu.

[4] Tiesas sēdē atbildētāja pārstāves pieteikumu neatzina, atsaucoties uz Lēmumā un rakstveida paskaidrojumā norādīto pamatojumu.

2016.gada 14.novembrī Administratīvajā rajona tiesā saņemts iesniegums (*lietas 171.-175.lapa*), kurā, pamatojoties uz pieteikumā norādītajiem argumentiem, pieteicēja norāda, ka uztur pieteikumu par Lēmuma atcelšanu. Papildus pieteicēja norāda, ka tās valdes loceklis pastāvīgi dzīvo Ukrainā un sakarā ar ģimenes apstākļiem tomēr nevarēs ierasties uz tiesas sēdi Latvijā, līdz ar to pieteicēja lūdz izskatīt administratīvo lietu bez pieteicējas pārstāvja klātbūtnes.

Atbildot uz atbildētāja paskaidrojumu, pieteicēja norāda, ka čeki ir iesniegti ar tādu gadu un datumu, kad pēdējo reizi bija cenas bez atlaidēm, proti, līdz 2015.gada jūlijam uztura bagātinātāja „Desmitspēks no altaja” cena bija 16 EUR, bet pēc tam, sākot no 2015.gada jūlija un līdz 2016.gada martam – cena jau bija 13 EUR, kas tādējādi pieteicējas ieskatā pierāda to, ka sākotnēja cena bija 16 EUR un pēc tam ar atlaidi cena jau bija 13 EUR. Eļļai „Živica” cena 16 EUR bija līdz 2015.gada janvārim, jo, sākot no 2015.gada janvāra, cena jau bija 13 EUR. Tas pats arī ar „Kastokrin”, proti, līdz 2015.gada aprīlim cena bija 16 EUR, bet, sākot no 2015.gada aprīļa – 14 EUR.

Lēmumā norādīts, ka pieteicēja varēja iesniegt tādu pirkumu čeku kopijas, kurās preces cena atbilst Reklāmā Nr.2 norādītajai cenai pirms atlaides piemērošanas, kas arī izdarīts, iesniedzot tiesai pirkuma čekus, kuros redzama preces cena pirms atlaides piemērošanas.

Strādājot astoņus gadus, neviens patērētājs neiesniedza sūdzību PTAC vai PVD par pieteicējas produkciju, cenu neatbilstību, produkcijas kvalitāti, servisu, nepatiesu ziņu sniegšanu vai patērētāju tiesību neievērošanu.

Attiecībā uz mērījumiem pieteicēja paskaidro, ka katram produktam bija paredzēts savs individuālais bloks jeb savs publikācijas laukums, jo katrs produkcijas bloks aizņem tikai daļu no kopējās avīzes lappuses, līdz ar to avīzes bloki skaitās kā atsevišķi reklāmas laukumi, kuri attiecas tikai uz blokā noteiktu produkciju. Tādējādi uzskatāms, ka katrs tukšs bloks ir 100%, un, ievietojot blokā (laukumā) reklāmu, pieteicēja aprēķināja cik % aizņem norāde no tekstam paredzētā laukuma.

Pieteicēja paskaidro, ka nosūtīja PTAC 2014.gada pārskatu, jo uz atbildes nosūtīšanas brīdi gada pārskats vēl nebija apstiprināts, tomēr, ja zinātu, ka Lēmums tiks pieņemts tikai 29.aprīlī, pieteicēja būtu ātrāk iesniegusi 2015.gada pārskatu VID un nosūtījusi PTAC.

Uzklausot klātesošo procesa dalībnieku viedokli un izvērtējot lietas materiālus, tiesa atzina par iespējamu izskatīt lietu bez pieteicējas klātbūtnes.

Motīvu daļa

[5] Ar Lēmumu pieteicējai noteikts negodīgas komercprakses aizliegums un uzlikta soda nauda EUR 2617, kam pieteicēja nepiekrīt.

Tādējādi tiesai veicama pārbaude pār Lēmuma kā pieteicējai nelabvēlīga administratīvā akta atcelšanu.

[6] Pārbaudot PTAC kompetenci Lēmuma pieņemšanā, tiesa atzīst, ka tā atbilst Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 25.panta ceturrtās daļas 6.¹ punktā noteiktajam, proti, PTAC veic arī negodīgas komercprakses uzraudzību, izņemot zāļu un veterināro zāļu jomu. Tā kā lietā nav strīda par to, ka pieteicējas produkcija nav zāles, tad attiecīgi PTAC, pieņemot Lēmumu, ir rīkojies savas kompetences ietvaros.

Kā redzams arī no lietā esošajiem pierādījumiem, tad PTAC ir nodrošinājis pieteicējas uzklauššanu, veicis objektīvo izmeklēšanu un pierādījumu iegūšanu, kopumā procesuāli pareizi nodrošinot administratīvās lietas virzību iestādē.

Pieteicēja ir norādījusi, ka PTAC nav sniedzis precīzas atbildes uz pieteicējas uzdoto jautājumu par pierādījumiem, kas radušies pēc Vēstules Nr.3 (*lietas 145.lapa*) saņemšanas. Sakarā ar minēto tiesa norāda, ka pieteicējai kā personai, kura ir konkrētās preces realizētājs un reklamētājs, ir vislabāk zināms, kādi pierādījumi apstiprina tās rīcības un paskaidrojumu patiesumu. Tas apstāklis, ka PTAC nebūtu norādījis uz konkrētiem pierādīšanas līdzekļiem, tostarp, jautājumā par preču cenu izmaiņām, nav pietiekams, lai uzskatītu, ka pieteicējas tiesības kādā veidā būtu ierobežotas.

Turklāt arī lietas izskatīšanā tiesā pieteicēja nav iesniegusi tādus pierādījumus, kas atspēkotu PTAC secinājumus, piemēram, par preces cenām (izņemot 3 pirkuma čekus) vai par reklāmu tirāžas apjomiem ar tajā norādīto, laboto informāciju, jo saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 161.panta pirmo daļu "administratīvā procesa dalībnieka paskaidrojumi, kas satur ziņas par faktiem, uz kuriem pamatoti viņa prasījumi vai iebildumi, atzīstami par pierādījumiem, ja tos apstiprina citi pārbaudīti un novērtēti pierādījumi". Pieteicēja nav iesniegusi pierādījumus par to, kādi ir bijuši tirāžas apjomi, kāda daļa no tirāžas ir bijusi kļūdaina, kā arī – ka kļūdas faktiski ir izlabotas, jo pieteicējas pašrocīgi sagatavotā informācija, ka kļūda ir novērsta, nerada pamatu atzīt, ka minētā informācija ir tikusi iekļauta maketā, ir veikti tā labojumi un patērētājiem izplatīta korekta informācija, jo ne pieteicēja, ne arī PTAC citus reklāmu eksemplārus kā vien lietā esošos (*lietas 119.-120.lapa, 143.-144.lapa*) nav tiesai iesniegusi.

Savukārt PTAC iegūtie pierādījumi un to novērtējums tiesas ieskatā ir pietiekams pamatojums Lēmuma pieņemšanai.

[7] Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrā daļa noteic negodīgas komercprakses jēdzienu, proti, "komercprakse ir negodīga, ja

iestāties vismaz viens no šādiem nosacījumiem: 1) tā neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas patērētāju grupas vidusmēra pārstāvja ekonomisko rīcību attiecībā uz precī vai pakalpojumu, kam šī komercprakse adresēta vai ko tā skar; 2) tā ir maldinoša; 3) tā ir agresīva".

Atbildētājs Lēmumā ir norādījis, ka patērētājiem sniegta maldinoša un normatīvajiem aktiem neatbilstoša informācija par preču īpašībām, par piedāvāto preču sākotnējo cenu un netiek ievērotas Noteikumu Nr.685 prasības, kas skar uztura bagātinātāju reklamēšanu.

Tāpat kopsakarā ar minēto tiesību normu atbildētājs ir norādījis, ka pieteicējas komercprakse neatbilst profesionālajai rūpībai un būtiski negatīvi ietekmē vai var ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību attiecībā pret precī, kā arī tā ir maldinoša.

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

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

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

Tāpat, ja tiek konstatēts, ka preces vai pakalpojuma reklamā ir nepamatota norāde uz spēju izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus, katrā šādā gadījumā komercprakse ir atzīstama par maldinošu, neatkarīgi no citu apstākļu pastāvēšanas.

Tādējādi lietas ietvaros ir pārbaudāmi PTAC apsvērumi, kas skar pieteicējas komercpraksi.

[8] Par preču informācijas neatbilstību tiesību normu prasībām PTAC ir norādījis jau Pārtikas un veterinārais dienests kā attiecīgās nozares uzraudzības iestāde, 2015.gada 22.decembrī nosūtot PTAC vēstuli Nr.1.1-14.1/3174 (*lietas 118.lapa*). Vēstulē norādīts, ka Reklāma Nr.1 satur ziņas, kas neatbilst Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr.1169/2011 prasībām, vērstot uzmanību uz produktiem „Čaga-Reiši”, „Kastokrini”.

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

Tiesa jau norādīja, ka no tiesību normām izriet aizliegums uztura bagātinātājiem piedēvēt ārstnieciskas īpašības – spēju izārstēt slimības.

Pārbaudot PTAC Lēmumā ietvertos secinājumus kopsakarā ar reklāmu saturu, tiesa tos atzīst par pamatotiem. Attiecībā uz „Čaga-Reiši” ietvertā norāde, ka šis preparāts ir "vēl vienu papildu metode efektīvai cīņai ar onkoloģiskajām kaitēm un onkoloģijas profilaksē ir tādu preparātu lietošana, kas ar savu sastāvu nonāvē jebkura audzēja veidošanos", arī tiesas ieskatā ir pretēja likumam un maldinoša komercprakse, jo tajā ne tikai ir ietverts apgalvojums, ka līdzeklis palīdz un ārstē onkoloģisku saslimšanu gadījumā, bet arī iztrūkst obligātā norāde par to, ka uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu uzturu. „VisoMAX” ir norāde, ka tas donāts redzes traucējumu gadījumā "tuvredzība, tālredzība, astigmātism(am), vecuma acu slimībām, glaukoma, katarakta, konjunktivīts, acs lēcas slimības utt."

Turklāt nozīme piešķirama tam, ka katrs no produktiem tiek reklamēts kopā ar atsauci uz kādu personu un tās viedokli par preparātu, kas satur informāciju par spēju izārstēt slimības.

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

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

Jebkuram vidusmēra patērētājam, protams, būtu saprotams, ka uztura bagātinātāji nespēj izārstēt prostatas vēzi, kataraktu, samazināt psoriāzi līdzīgus izsitumus un izkaisīto sklerozī. Taču, kā redzams arī no pierādījumiem (*lietas 150.-159.lapa*), vairāki viedokļu paudēji ir pirmspensijas un pensijas vecuma cilvēki, kuru uzicēšanās nereti ir lielāka, kā gados jauniem patērētājiem. Un ir jāņem vērā, ka ar savu produktu pieteicēja vērsās pie to patērētāju grupas, kam ir veselības problēmas, kuru risināšanā savā ziņā šie cilvēki cer uz brīnumu, kā arī dārgo medicīnas pakalpojumu vietā izvēlas

lētākas alternatīvas. Tas nozīmē, ka nereti patērētāji, noticot šādam viedoklim, cer uz to, ka arī viņu slimības tiks izārstētas. Tas arī ietekmē šo personu izvēli iegādāties tieši pieteicējas precī. Tāpēc tieši pieteicējam kā preces pārdevējam un personai, kam ir jānodrošina patērētāju interešu ievērošana, ir jāpiepilda produktu reklāmas ar tādu informāciju, kas ir patiesa un nemaldina pārējos patērētājus par preču īpašībām, tostarp, kritiski un no tiesību normu viedokļa izvērtējot personu atsauksmes, kas tiek paustas sakarā ar produktu.

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

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

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

Pārbaudot produktus, piemēram, „Čaga-Reiši”, ir redzams, ka Reklāmā Nr.2 informācija atbilst Uztura bagātinātāju reģistrā norādītajai, taču Reklāmā Nr.1 informācijas apjoms pārsniedz saskaņoto (http://reg.pvd.gov.lv/lat/lab_izvzne/registri/uztura_bagatinataji/uztura_bagatinataju_registrs). Turklāt būtiski ir tas, ka reklāma katram konkrētam produktam ir vērtējama kopumā. Piemēram, Reklāmā Nr.1 un arī Reklāmā 2, pretēji pieteicējas apgalvojotajam, ka visa informācija ir labota, produktam „Kastokrin” sniegtā informācija sakrīt ar reģistrēto, taču reklāma satur arī papildus norādes, proti, ka sastāvu var izmantot gadījumā, ja ir bieža urinēšana naktī un Tālivalža viedokli, kurš stāsta, ka viņam ir prostatas vēzis un pēc preparāta lietošanas ir pārgājušas sāpes un urīnpūslis vairs nesagādā problēmas. Līdz ar to kopumā informācija ir vērsta uz to, ka „Kastokrin” lietošanas gadījumā var pāriet onkoloģisku saslimšanu radītās sāpes vai pazust citi simptomi, kas uzskatāma par patērētāju maldinošu informāciju, jo uztura bagātinātāji nav zāles un ar tiem neārstē onkoloģiskas saslimšanas.

Tā arī, piemēram, preparāts „Živica”, lai arī tajā ietvertā informācija sakrīt ar reģistrēto, papildus reklāmas laukumā ir ietverti trīs dažādu personu viedokļi, proti, Dzintra (69 gadi) informē, ka viņai no šī preparāta ir samazinājušās locītavu sāpes, sāpes kuņģa un zarnu traktā – gastrīts un aizkuņģa dziedzeris, Biruta (63 gadi) informē, ka viņai asinīs samazinājies holesterīna līmenis, bet Broņislavam (69 gadi) – asinsspiediens. Savukārt pie preparāta „Flexosan” Reklāmā Nr.2 ir Ingas (50 gadi) viedoklis, kurā norādīta šāda informācija: "Apmēram divus gadus ļoti sāpēja kāju ceļi, pat nezinu iemeslu; pie ārsta negāju, izmēģināju dažādus preparātus locītavām, nekas nepalīdzēja. Pārsteidzoši, ka dabiskais hondroprotektors „Flexosan” palīdzēja jau tad, kad izlietoju pirmo tā iepakojumu. Esmu ļoti apmierināta" (*lietas 144.lapa*).

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

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

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

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

Pieteicēja kā pierādījumus ir iesniegusi trīs kases čekus, no kuriem visi ir izdrukāti izbraukuma tirdzniecībā (*lietas 76.lapa*), proti, nav konstatējams, kādā tirdzniecības vietā šādas preces cenas ir bijušas noteiktas. Turklāt, kā pamatoti norāda PTAC, minētie pirkuma чеки ir par datumiem, kas ir stipri pirms pārkāpuma konstatēšanas, proti, iebildumi ir par 2015.gada novembra reklāmu, bet kases чеки ir no 13.12.2014. („Živica”), 12.03.2015. („Kastokrin”, „Desatisil”) un 9.06.2015 („Desatisil”), kamēr Reklāmā Nr.2 ir atlaide „Desmitspēks no Altaja”, „Kastokrin”, „Maximizer+”, „VisoMAX”, bet Reklāmā Nr.1 „Desmitspēks no Altaja”, „Živica”, „Kastokrin”, „Maximizer+”, „VisoMAX”, „Molfāra noslēpumi”, proti, reklāmās atkārtoti tiek norādīts uz akcijas cenas esību.

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

Turklāt pati pieteicēja papildus paskaidro, ka preču cena bijusi mainīta jau iepriekš, proti, „Desmitspēks no Altaja” no 2015.gada jūlija, „Kastokrin” no 2015.gada aprīļa, bet „Živica” no 2015.gada janvāra. Faktiski no minētā var tikpat secināt, ka preces cena faktiski mainīta jau gada sākumā un pastāvīgi šīs preces ir iegādājamas par pazemināto cenu. Taču tādā gadījumā pieteicējam nebija pamata norādīt, ka minētā cena ir akcijas cena.

Līdz ar to, ja produkcija pastāvīgi tiek tirgota par akcijas cenu, minētais nepamatoti ietekmē patērētāja izvēli un palielina iegādāties produkciju tieši

tagad, domājot, ka cena vēlāk atkal tiks paaugstināta. Minētais vērtējams kopsakarā ar to, ka – ja persona zinātu, ka cena ir nemainīga, tad palielinātos gan apdomāšanās laiks, gan arī izvēli neietekmētu pirkuma izdevīgums.

[11] Kā redzams no lietā esošajiem pierādījumiem, tad pamatots ir PTAC norādītais, ka faktiski pieteicēja ir sākusi trūkumu novēršanu tikai pēc lietas izskatīšanas iestādē sākuma. Turklāt, neskatoties uz rakstiski izrādīto gatavību novērst nepilnības un neatbilstības tiesību normu prasībām, kas sākotnēji konstatētas novembrī, vēl reklāmas marta izdevumā šīs nepilnības nebija novērstas. Līdz ar to pamatots ir PTAC Lēmumā secinātais, ka pieteicējai ir nosakāms ne tikai pienākums pārtraukt negodīgo komercpraksi, bet arī piemērotas sodoša rakstura sankcijas saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.² panta pirmo daļu.

PTAC pamatoti ir norādījis, ka pieteicēja nav iesniegusi pierādījumus par to, ka reklāmas izdevumos trūkumi būtu novērsti, kā arī nav spējusi uzrādīt maketus vai citus dokumentus, kas bijuši pamatā SIA "Beta Press" sagatavotajiem apjomiem (*lietas 129.-134.lapa*) un kas apstiprinātu, ka tālākās tirāžas faktiski ir ar izlabotu saturu. Pieteicēja ir norādījusi, ka tādi nav saglabājušies (*lietas 136.lapa*). Lai arī ievērojams reklāmas tirāžas apjoms nav noteicošais apstāklis lēmuma pieņemšanā, arī pieteicējas tirāžas nav atzīstamas par mazām, proti, saskaņā ar katru pavadzīni apmaksāto bukletu daudzums ir 10000, kas kopumā ar iespējamo patērētāju skaitu veido ievērojumu sabiedrības locekļu daļu, kuras interesēs PTAC arī ir pieņēmis pārsūdzēto Lēmumu.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.² panta pirmā daļa noteic soda naudas apjomu līdz 10 procentiem no pēdējā gada apgrozījuma, kas attiecībā pret pieteicēju ir noteikts kā 1,5% no 2014.gada apgrozījuma. Minētais tiesas ieskatā ir samērīgi, atsaucoties un Lēmumā un arī uz atbildētāja pārstāves tiesas sēdē paskaidroto, ka pieteicējai jau iepriekš ir bijusi sadarbība ar PTAC sakarā ar uztura bagātinātāju reklamēšanu, līdz ar ko pieteicējai bija jābūt izpratnei, taču atkārtotie gadījumi liecina, ka tiesiskais pienākums joprojām netiek ievērots.

Pieteicēja iebilst pret to, ka Lēmums ir pamatots ar 2014.gada apgrozījumu, jo tā kā Lēmums ir pieņemts 2016.gadā, tad bija jāņem vērā 2015.gada apgrozījums, kas ir mazāks. Tiesai pieteicēja ir iesniegusi Gada pārskata par 2015.gadu kopiju (*lietas 77.-80.lapa*), norādot, ka 2015.gada apgrozījums ir zemāks un iestādei bija iespēja to izmantot, lai piemērotu pieteicējai labvēlīgāko režīmu.

Pārbaudot PTAC argumentus, tiesa atzīst par pamatotu kārtību, ka PTAC lēmumu pieņemšanā izmanto apstiprināto gada pārskatu datus, proti, tiek izmantota informācija no pēdējā iesniegtā un apstiprinātā gada pārskata, kas gadījumā, ja Lēmums tiktu pieņemts, pienēram, 2016.gada 29.maijā, varēja būt arī 2015.gada pārskats. Savukārt, ja lēmums par 2015.gada pārkāpumiem tiktu pieņemts 2015.gada 29.decembrī, tad izmantoti tiktu 2014.gada pārskata dati. Minētais ir saistāms ar informācijas ticamību un oficiāli pārbaudāmām ziņām par komersanta apgrozījumu, tās iegūstot no savlaicīgi iesniegtā un apstiprinātā gada pārskata.

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

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246.-251.pantu, 253.pantu, 289.-291.pantu, tiesa

nosprida

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

Spridumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā viena mēneša laikā no sprieduma sastādīšanas dienas, iesniedzot apelācijas sūdzību Administratīvās rajona tiesas Rīgas tiesu namā.

Tiesnese

E.Apīne