



ADMINISTRATĪVĀ RAJONA TIESA
RĪGAS TIESU NAMS

S P R I E D U
Latvijas tautas vārdā

Rīgā 2021.gada 18.jūnijā

Administratīvā rajona tiesa šādā sastāvā:
tiesnese A.Karnīte

piedaloties pieteicējas SIA „Memory Water” pilnvarotajam pārstāvim /pers. A/, atbildētājas Latvijas Republikas pusē pieaicinātās iestādes Patērētāju tiesību aizsardzības centra pilnvarotajai pārstāvei /pers. B/,

atklātā tiesas sēdē izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta pēc SIA „Memory Water” pieteikuma par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2020.gada 7.decembra lēmuma Nr.22-pk atcelšanu un pienākuma uzlikšanu Patērētāju tiesību aizsardzības centram atfīdzināt pieteicējai nemantisko kaitējumu 250 000 *euro* apmērā.

Aprakstošā daļa

[1] Ar Patērētāju tiesību aizsardzības centra (turpmāk – centrs) 2020.gada 7.decembra lēmumu Nr.22-pk (turpmāk – Lēmums) (*lietas 1.sējuma 29. – 50.lapa*) nolēms pieteicējai:

1) aizliegt negodīgas komercprakses īstenošanu, kas izpaužas kā:

1.1) maldinošas informācijas/apgalvojumu sniegšana par produktu „BIO ūdens” īpašībām un tā kvalitāti;

1.2) maldinošas informācijas sniegšana (tai skaitā pieteicējas tīmekļa vietnēs un vides reklāmās) par ūdens apstrādes tehnoloģiju (strukturēšanu) un kvalitātes zīmi *Bio Water™*;

1.3) normatīvajiem aktiem neatbilstošu veselīguma norāžu sniegšana;

1.4) maldinošas informācijas/apgalvojumu sniegšana par kosmētikas līdzekļu ārstnieciskajām īpašībām;

1.5) Ministru kabineta 2015.gada 1.decembra noteikumu Nr.685 „Prasības uztura bagātinātājiem” (turpmāk – Noteikumi Nr.685) 26.punktā noteikto prasību neievērošana;

1.6) informācijas par atteikuma tiesībām un to izmantošanas tiesībām nesniegšana pieteicējas tīmekļa vietnēs;

1.7) atteikuma tiesību veidlapu nenodrošināšana pieteicējas tīmekļa vietnēs;

1.8) informācijas par ārpustiesas strīdu risināšanas kārtību, kā arī par Eiropas Parlamenta un Padomes 2013.gada 21.maija Regulā (EK) Nr.524/2013 „Par patērētāju strīdu izšķiršanu tiešsaistē un ar ko groza Regulu (EK) Nr.2006/2004 un Direktīvu 2009/220EK” (turpmāk – Regula Nr.524/2013) minēto platformu nesniegšana pieteicējas tīmekļa vietnēs;

1.9) informācijas par pieteicējas nosaukumu (firmu), reģistrācijas numuru un juridisko adresi nesniegšana uzskatāmā un pastāvīgi pieejamā veidā pieteicējas tīmekļa vietnēs;

1.10) informācijas par līguma izbeigšanas tiesībām nesniegšana pieteicējas tīmekļa vietnēs;

2) uzlikts pienākums:

2.1) nodrošināt trīs mēnešu laikā no Lēmuma spēkā stāšanās brīža mainīt pieteicējas ražoto produktu (ūdens pudeļu) marķējumu, izslēdzot no tā informāciju par ūdens apstrādes tehnoloģiju (strukturēšanu) un kvalitātes zīmi *Bio Water™*;

2.2) 14 dienu laikā no šajā apakšpunktā minētā termiņa izbeigšanās brīža iesniegt centram rakstveida pierādījumus/informāciju par šo darbību izpildi.

2.3) Minētais tiesiskais pienākums attiecas tikai uz tiem pieteicējas ražotajiem produktiem, kuri vēl nav laisti tirgū un pieteicējai ir tiesības izpārdot tos produktus, kuru marķējumā vēl ir norādīta informācija par ūdens apstrādes tehnoloģiju (strukturēšanu) un kvalitātes zīmi *Bio Water™*;

3) uzlikta soda nauda 15 000 *euro*.

[2] Lēmums pamatots ar turpmāk minētajiem argumentiem.

[2.1] No lietā konstatētajiem apstākļiem izriet, ka pieteicējas sniegtā reklāma par produktu „?IO ūdens” ir nepārprotami vērsta uz to, lai patērētājiem radītu iespaidu, ka produkts „?IO ūdens” ir augstvērtīgāks, kvalitatīvāks un veselīgāks produkts, jo īpaši salīdzinājumā ar citiem tirgū piedāvātajiem ūdeņiem. Turklāt iespaidu par produkta „?IO ūdens” augstvērtīgumu, kvalitāti un tam piemītošajām unikālajām īpašībām vēl vairāk

pastiprina/var pastiprināt arī apstākļi, ka produkts „?IO ūdens” patērētājiem tiek piedāvāts kā strukturēts ūdens (vai ar strukturēšanas tehnoloģiju apstrādāts ūdens).

Tīmekļa vietnē */mājaslapa/* (turpmāk – vietne Nr.1) izvietotajā attēlā redzamais pieteicējas noteiktais ūdens iedalījums trīs kvalitātes līmeņos nav pamatots un ir vērtējams kā patērētājus maldinoša informācija. Vietnē Nr.1 nav skaidri norādīta nepārprotama informācija, ka pieteicēja ražo fasētu dzeramo ūdeni. Vienlaikus vietnē Nr.1 izvietotais *Bio Water™* kvalitātes zīmei izvirzīto kritēriju salīdzinājums (kritēriju tabula) ar citu pārtikas kategoriju ir vērtējams kā patērētājus maldinoša informācija. Citas pārtikas grupas jeb konkrētajā gadījumā – dabīgā minerālūdens un avota ūdens prasību piemērošana dzeramajam ūdenim, kā tas redzams vietnē Nr.1 izvietotajā kritēriju tabulā, var maldināt patērētāju, radot iespaidu, ka minētās prasības ir noteiktas tieši fasētajam dzeramajam ūdenim, nevis dabīgajam minerālūdenim un avota ūdenim.

No 2019.gada 12.augusta līdz 2020.gada 15.aprīlim pieteicēja savā komercpraksē ir izmantojusi veselīguma norādes, kuras neatbilst normatīvo aktu prasībām, tostarp norādes, kurās produktiem tiek piedēvētas ārstnieciskās īpašības. Lai gan pieteicēja ir veikusi labprātīgas darbības, proti, novēršot minēto pārkāpumu, tomēr atkārtoti veiktās pārbaudes liecina, ka komerciālajā saziņā ar patērētājiem pieteicēja joprojām turpina izmantot veselīguma norādes, kuras neatbilst Eiropas Parlamenta un Padomes 2006.gada 20.decembra Regulas (EK) Nr.1924/2006 par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem (turpmāk – Regula Nr.1924/2006) 3.panta noteikumiem un saskaņā ar minētās regulas 10.panta pirmo daļu ir aizliegtas.

Pieteicējas komercpraksē izmantotā kvalitātes zīme *Bio Water™*, kā arī komerciālajā saziņā ar patērētājiem sniegtā informācija un tās pasniegšanas veids par produktu „?IO ūdens”, tostarp informācija par ūdens apstrādi (strukturēšanu) un normatīvajiem aktiem neatbilstošu veselīguma norāžu izmantošana, maldina/var maldināt patērētājus par reālo produkta „?IO ūdens” augstvērtīgumu, kvalitāti un tam piedēvētajām īpašībām.

[2.2] No 2019.gada 12.augusta līdz 2019.gada 21.augustam tīmekļa vietnē */mājaslapa/* (turpmāk – vietne Nr.2) piedāvāto uztura bagātinātāju aprakstos (piemēram „INEX defence pērles”, „INEX Moisturize pērles”, „INEX Anti-Age pērles”) nebija sniegta norāde „*uztura bagātinātāji neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu*”, tādējādi neievērojot Noteikumu Nr.685 26.punktā noteiktās prasības.

No 2019.gada 12.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim pieteicēja neievēroja Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 30.novembra Regulas (EK) Nr.1223/2009 par kosmētikas līdzekļiem (Dokuments attiecas uz EEZ) (turpmāk – Regula Nr.1223/2009) 20.panta 1.punkta prasības, jo vietnē Nr.2 piedāvāto kosmētikas produktu aprakstos tika sniegti apgalvojumi, kas piedēvē kosmētikas produktam ārstnieciskās īpašības, kas tiem nepiemīt. Tādējādi pieteicēja noteiktā laika periodā īstenoja maldinošu (tostarp jebkuros apstākļos maldinošu) komercpraksi un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

[2.3] Lietā konstatētie apstākļi liecina, ka no 2019.gada 8.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim vietnē Nr.2 nebija sniegta informācija par atteikuma tiesībām un to izmantošanas nosacījumiem, kā arī nebija pieejama atteikuma tiesību veidlapa.

No 2019.gada 6.augusta līdz 2019.gada 21.augustam vietnē Nr.1 un vietnē Nr.2 sadaļā „Kontakti” nebija uzskatāmi un pastāvīgi pieejamā veidā sniegta informācija par pieteicējas nosaukumu (firmu), reģistrācijas numuru un juridisko adresi.

No 2019.gada 8.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim vietnē Nr.2 nebija sniegta informācija par ārpustiesas strīdu risināšanas kārtību, kā arī nav iekļauta saite uz Regulā Nr.524/2013 minēto platformu, tādējādi noklusējot būtisku informāciju, kas patērētājiem ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, piemēram, par patērētāju tiesību atbilstošu realizēšanu gadījumā, ja iegādāta līguma noteikumiem neatbilstoša prece vai, ja pieteicēja neveica pienācīgu noslēgto distances līgumu izpildi.

No 2019.gada 8.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim vietnē Nr.2 nebija sniegta pietiekama informācija par līguma izbeigšanas tiesībām, piemēram, gadījumā, ja pieteicēja nepiegādā patērētājam precī, līdz ar to pieteicēja noteiktā laika periodā (līdz attiecīgo pārkāpumu novēršanai) īstenoja maldinošu un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

Pieteicēja, īstenojot maldinošu un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kura būtiski negatīvi ietekmē vai var ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, ir īstenojusi negodīgu komercpraksi un tādējādi pārkāpusi Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta pirmajā daļā noteikto.

[2.4] Izvērtējot lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta patērētāju kolektīvo interešu aizsardzība, tajā skaitā, ievērojot to, ka konkrētā pieteicējas īstenotā komercprakse ir atzīstama par negodīgu komercpraksi, šīs komercprakses raksturu un būtību, kā arī apstākļi, ka minētā komercprakse joprojām skar vai var skart daudzu patērētāju ekonomiskās intereses un pieteicēja ilgstošā termiņā labprātīgi ir veikusi tikai daļēju pārkāpumu novēršanu, pieteicējai par izdarīto pārkāpumu ir lietderīgi uzlikt tiesisko pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi, kā arī, ņemot vērā, ka līdzīgu negodīgu komercpraksi pieteicēja varētu veikt arī turpmāk, tajā skaitā, citās pieteicējas tīmekļvietnēs vai citādā veidā (piemēram, vides reklāmās, reklāmās masu informācijas līdzekļos, bukletos u.tml.), ir lietderīgi un pamatoti aizliegt negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama.

Papildus tam, ievērojot to, ka lietā konstatētā negodīgā komercprakse ir attiecināma arī uz pieteicējas produktu marķējumā sniegto informāciju par kvalitātes zīmi *Bio Water™* un ūdens apstrādes tehnoloģiju, ir lietderīgi uzlikt pieteicējai par pienākumu noteiktā termiņā (trīs mēnešu laikā) mainīt pieteicējas ražoto produktu (ūdens pudeļu) marķējumu, izslēdzot no tā attiecīgo informāciju, kā arī noteiktā termiņā iesniedzot centram rakstveida pierādījumus/informāciju par šo darbību izpildi. Vienlaikus, uzliktot minēto pienākumu, centrs ļauj pieteicējai izpārdot iepriekš saražotos produktus ar veco marķējumu.

[2.5] Pieteicējas pārkāpums ir vērtējams kā sevišķi smags patērētāju kolektīvo interešu pārkāpums, jo pieteicējas īstenotā negodīgā komercprakse ir īstenojama ilgstošā laika periodā, tā sniegta vairākos kanālos (tīmekļa vietnēs, sociālajos tīklos un vides reklāmās), kā arī tā skar plašu patērētāju loku un pārkāpumam ir plaša ietekme uz patērētāju kolektīvajām interesēm. Lai gan ir konstatēts, ka pieteicēja veikusi labprātīgas darbības, kuras vērstas uz dažu lietā konstatēto pārkāpumu novēršanu, un pieteicējas īstenotā negodīgā komercprakse saistībā ar distances tirdzniecību un patērētāju likumīgo tiesību un līgumu izpildi ir izbeigta, tomēr pieteicēja joprojām pēc savas iniciatīvas nav veikusi visus nepieciešamos pasākumus, lai izbeigtu tās negodīgās komercprakses īstenošanu. Pieteicējas prettiesiskā rīcība ir turpināta, neraugoties uz to, ka pieteicēja vairākkārt ir informēta par konstatētajiem pārkāpumiem. Tādējādi faktiski nav konstatējama pieteicējas vēlme nepieļaut konkrētu pārkāpumu izdarīšanu, kā arī to novēršanu.

Vērtējot pieteicējas mantisko stāvokli, tiek ņemts vērā pieteicējas gada pārskats par 2019.gadu, saskaņā ar kuru neto apgrozījums, atbilstoši kuram būtu vērtējams soda naudas apmērs, ir 473 857,00 *euro*.

[3] Nepiekrītot Lēmumam, pieteicēja vērsās ar pieteikumu tiesā par tā atcelšanu (*lietas I.sējuma 4. – 25.lapa*). Pieteikumā norādīti turpmāk minētie apsvērumi.

[3.1] Centra Lēmums ir izrēķināšanās līdzeklis pret pieteicējas pārstāvja aktivitātēm. Pieteicējai sods uzlikt par neesošu pārkāpumu. Lēmumā nav pamatojuma, kā izpaužas maldinošā komercprakse. Izpildot centra prasības, pieteicēja maldinātu patērētāju.

Centram nav tiesību aizliegt veikt ūdens strukturēšanu, kas ir starptautiski plaši atzīta tehnoloģija. „Bio ūdens” ir vienīgā kvalitātes zīme Latvijā, kurai vispār ir vairāki konkrēti kritēriji, kuri saistās ar to, ko patērētājs varētu saprast ar kvalitātes zīmes jēgu. Citām kvalitātes zīmēm galvenais kritērijs pamatā ir tikai licences maksas iekasēšana, nevis nopietnu kvalitātes kritēriju izvirzīšana. „Bio ūdens” kvalitātes zīmes kritēriji tiek katru gadu kontrolēti,

tās statuss ir jāatjauno katru gadu.

[3.2] Centrs ir pārkāpis procesuālā taisnīguma principu, kā arī likuma atrunas principu.

[3.3] Centrs kļūdaini norāda, ka „Bio ūdens” ir produkts, lai gan patiesībā tā ir kvalitātes zīme. Pieteicēja ražo tikai produktus ar nosaukumu „Memory Water” (dažāda tilpuma). Kā papildus kvalitātes zīni pieteicēja ir pilntiesīgi ieguvusi tiesības lietot kvalitātes zīni „Bio Water”, jo produkts ir novērtēts kā atbilstošs šīs kvalitātes zīmes izvirzītajiem kritērijiem.

Centrs pārkāpis savas pilnvaras, pieteicējai aizliedzot izmantot Latvijas Republikas Patentu valdē reģistrētu preču zīmi *Bio Water*TM un norādīt ražoto produktu marķējumā informāciju par ūdens apstrādes veidu - ūdens strukturēšanu.

[3.4] Centrs jauc „Bio ūdens” sertificēšanas kritērijus ar ūdens strukturēšanu, kam nav nekādas saistības. „Bio ūdens” kritēriju uzdevums ir rūpēties, lai ūdens būtu no dabas atbilstošs visiem Ministru Kabineta noteikumos noteiktajiem normatīviem bez ķīmiskas apstrādes pielietošanas, kā tas ir „dabīga minerālūdens” gadījumā. Turpretim strukturēšana ir ūdens aktivēšanas veids, kas, nemainot ķīmisko sastāvu, izmaina ūdens struktūru.?

[3.5] Centrs arī nekorekti analizē vidusmēra patērētāja definīciju šīs lietas kontekstā. Visa informācija, tajā skaitā skaidrojošais video, apraksta teksts, infografika un salīdzinošā tabula, ir jāvērtē kopsakarā, tā kā tā tiek pasniegta patērētājam, nevis izrauta no kopējā konteksta. Ja runa ir par īpašiem un dārgākiem produktiem, tiek uzskatīts, ka vidusmēra patērētājam ir augstāka uzmanība un kompetence nekā parastam vidusmēra patērētājam. Neapšaubāmi „Memory Water” ir tieši tāds produkts, kas ir interesants patērētājiem ar augstākām prasībām pret sevi, augstāku apziņas līmeni, ar vidēju vai augstāku ienākumu līmeni un augstāku izglītības līmeni. Piemērojot vidusmēra patērētāja definīciju pieteicējas gadījumā, patērētājs uzskatāms par vēl uzmanīgāku, vēl vērtīgāku un vēl ziņošāku. Šāds cilvēks spēj iedziļināties informācijā, spēj to analizēt, spēj saprast raksturo. Ja informācija pati par sevi ir korekta, tad nebūtu pamats bez nekāda pamatojuma prezumēt, ka „Memory Water” patērētājs tiek uzreiz maldināts vai nespēj saprast pasniegto informāciju.

[3.6] Centrs nav uzrādījis pārkāpto normatīvo aktu. Tāpat nav pamatots cēloniskais sakars starp konstatēto faktu un centra izdarīto secinājumu.

[3.7] Lēmumā noteiktā tiesiskā pienākuma izpilde attiecībā uz produkta marķējuma maiņu pieteicējai var radīt apdraudējumu saimnieciskās darbības turpmākai īstenošanai, jo marķējuma maiņa visām pudelēm rada milzīgus neparedzētus izdevumus. Īpaši apgrūtināši un finansiāli dārgi to būtu izdarīt ar lielo pudelju marķējumu. Tās ir atkārtoti uzpildāmas, maināmas pudeles. Lēmuma izpilde nozīmētu arī to, ka nederīgi kļūst jau esošie marķējuma krājumi. Turklāt ir jāveido jauns marķējuma dizains, kas rada papildu izmaksas.

[4] Centrs rakstveida paskaidrojumos norāda, ka uzskata pieteikumu par nepamatotu un lūdz to noraidīt, atsaucoties uz turpmāk minētajiem argumentiem (*lietas 1.sējuma 64. – 80.lapa*).

[4.1] Pieteikumā minētie pieteicējas argumenti, tajā skaitā atsaucies uz dažādām publikācijām interneta portālos, pamatā ir balstīti uz pieteicējas pārstāvja aktivitātēm (piemēram, 2020.gada 12.decembra tautas sapulce u.c.) un/vai personīgiem uzskatiem, kuri saistīti ar dažādiem sociāli politiskiem procesiem, tostarp žurnālistu viedokļiem par pieteicēju, nav vērtējami Lēmuma kontekstā, līdz ar to nav ņemami vērā, vērtējot arī Lēmuma tiesiskumu. Tāpat nav ņemami vērā arī argumenti par 2020.gada 23.decembra tiešsaistē organizēto pieteicēja diskusiju ar Ekonomikas ministrijas un centra pārstāvjiem, jo diskusija tika organizēta pēc Lēmuma pieņemšanas un tā neietekmē Lēmumā vērtētos tiesiskos un faktiskos apstākļus un izdarītos secinājumus.

[4.2] Lēmumā sniegtais vērtējums attiecībā uz kvalitātes zīmes *Bio Water*TM izmantošanu un informācijas sniegšanu par ūdens apstrādes veidu konkrētajā gadījumā ir skatāms Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma ietvertu tiesību normu tvērumā centra kompetences ietvaros, nevis atbilstoši preču zīmju aizsardzības vai pārtikas produkta marķējumu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām. Tāpēc konkrētajā lietā nav strīds par kvalitātes zīmes *Bio Water*TM aizliegumu vai ūdens apstrādes veida aizliegumu kā tādu un tādā izpratnē, kā to norāda pieteicēja, bet gan strīds par pieteicējas īstenotās komercprakses neatbilstību normatīvo aktu prasībām.

[4.3] Pieteicējas paustie argumenti par centra iebildumu nekonkrētību vai neskaidrību, drīzāk liecina par to, ka pieteicēja nav pilnībā iedziļinājusies vai vēlējusies pilnībā iedziļināties visos lietas apstākļos, tostarp konkrētu normatīvo aktu prasībās, kuras attiecas uz pieteicējas īstenoto komercpraksi.

Lēmumā ir pietiekami pamatoti secināts, ka pieteicējas komercpraksē izmantotā informācija par ūdens apstrādi (strukturēšanu) patērētājiem rada maldinošu priekšstatu, ka strukturēts ūdens ir labāks par citiem ūdeņiem, lai gan tam nav pamatotu pierādījumu. Kā jau minēts Lēmuma 6.punktā attiecībā uz vietnē Nr.1 publicēto informāciju par ūdens apstrādi jeb strukturēšanu (ietverot apgalvojumus par „virpuļošanu”, „magnētu ietekmi”, „augsta un zema spiediena ietekmi”, „gatavību pozitīvu frekvenču uzņemšanai”, „9995 pozitīvām frekvencēm”, „saules un mēness ietekmi”, „sudraba ietekmi”, „zemi un minerāliem”), kuras rezultātā ūdens, piemēram, iegūst „par 578% vairāk skābekļa”, kā arī attiecībā uz pieteicējas ražoto ūdens pudelju iepakojumiem izvietoto informāciju par ūdens apstrādes tehnoloģiju, centram ir pamats uzskatīt, ka tā ir nepatiesa, jo, atbilstoši kompetento iestāžu sniegtajam viedoklim lietā, pieteicējas iesniegtais dokuments „Strukturēšanas tehnoloģiju apraksts” ir nepilnīgs pierādījums pieteicējas pielietotajai ūdens apstrādes tehnoloģijai, kā arī šo dokumentu nevar uzskatīt par pamatojumu pieteicējas sniegtajai informācijai par ūdens apstrādi (strukturēšanu) un tās rezultātā radīto ietekmi uz pieteicēja ražoto ūdeni.

[4.4] Centra atkārtoti veiktās pārbaudes liecina, ka komerciālajā saziņā ar patērētājiem pieteicēja joprojām turpina izmantot veselīguma norādes, kuras neatbilst Regulas Nr.1924/2006 3.panta noteikumiem un saskaņā ar minētās regulas 10.panta pirmo daļu, ir aizliegtas. Piemēram, vietnē tiek sniegta veselīguma norādes „*palielina cilvēka bio-enerģiju*”, „*irīs mēnešu laikā eksperimenta grupai, kura ikdienā dzēra strukturētu ūdeni, vidējais bio-enerģijas līmenis paaugstinājās vairāk kā par 100%*” ar atsauci uz Lēmuma 13.punkta 5.attēlā redzamo R.Korotkova zinātnisko pētījumu.

Atbilstoši lietas ietvaros sniegtajam Pārtikas drošības, dzīvnieku veselības un vides zinātniskajam institūta „BIOR” (turpmāk – BIOR) viedoklim, komerciālajā saziņā ar patērētājiem izmatotie pieteicējas apgalvojumi par izmaiņām „*bi?-enerģijā*” ir uzskatāmi par veselīguma norādēm, bet neviena no šīm norādēm nav iekļauta Eiropas Savienības uzturvērtības un veselīguma norāžu pārtikai reģistrā (*EU Register of nutrition and health claims made on foods*). Proti, tās nav autorizētas kā norādes uz pārtikas produktiem izmantošanai Eiropas Savienībā. Līdz ar to šādu apgalvojumu/norāžu izmantošana komercpraksē neatbilst Regulas Nr.1924/2006 prasībām. Turklāt atbilstoši BIOR viedoklim komerciālajā saziņā ar patērētājiem izmantotie pētījumi (t.sk. K.Korotkova pētījums) piemēri par produktam „*IO ūdens*” piedēvētajām īpašībām ir nepilnīgi (piemēram, trūkst atsauču uz publikācijām citējamās žurnālos, nav sniegta visa informācija, lai novērtētu pētījumu atbilstību zinātniskās labās prakses ievērošanai u.tml.).

[4.5] Lietas izvērtēšanas laikā centrs nav iebildis par to, ka jebkurai personai ir tiesības izstrādāt savu privātu kvalitātes zīni un noteikt tās atbilstības kritērijus. Lēmumā minētie centra iebildumi ir saistīti ar kvalitātes zīmes *Bio Water*TM izmantošanas maldinošo raksturu.

Lēmumā ir pietiekami skaidri definēta un analizēta pieteicējas īstenotās komercprakses ietekme uz vidusmēra patērētāja uztveri un rīcību. Izskatāmajā gadījumā pieteicēja komercprakse saistībā ar produkta „*IO ūdens*” piedāvāšanu patērētājiem ir vērtēta kompleksi, proti, izvērtējot gan pieteicējas tīmekļa vietnēs sniegto informāciju un tās pasniegšanas veidu, gan publiskā vidē izplatītās reklāmas, gan pieteicējas produkta marķējumā norādīto informāciju.

[4.6] Vietnē informāciju par kvalitātes zīmi *Bio Water*TM izvirzīto kritēriju mērķi, to piemērošanu, uzraudzību un kontroli sniedz pieteicēja, nevis biedrība „Veselīgās pārtikas asociācija” (turpmāk – Biedrība). Savukārt, ievadot interneta pārlūkprogrammas adresu logā/nājaslapā, atveras nevis

minētā vietne, bet gan /mājaslapa/. Centrs nav konstatējis, ka tajā ir norādīta būtiska informācija par Biedrību – tās nosaukums, reģistrācijas numurs, juridiskā adrese. Līdz ar to nav iespējams identificēt, vai šajā vietnē sniegtā informācija ir saistīta ar Biedrību. Turklāt minētajā vietnē netiek sniegta detalizēta informācija par kvalitātes zīmi *Bio Water*TM izvirzīto kritēriju uzraudzību un kontroli. Līdz ar to ir pamatoti uzskatīt, ka Lēmumā norādītais apstāklis par informācijas trūkumu ir pietiekami argumentēts.

[4.7] Pieteicējas negodīgas komercprakses īstenošana nevar tikt attaisnota ar pieteicējas finansiālo un komerciālo interešu nodrošināšanu, vai kādiem iepriekš neparedzētiem izdevumiem, jo īpaši apstākļos, kad uzņēmums strādā ar peļņu. Atbilstoši Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā pēdējiem pieejamajiem pieteicējas finanšu rādītājiem 2019.gadā pieteicējas neto apgrozījums bija 473 857,00 *euro*, bruto peļņa 195 223,00 *euro*, no kuriem pārskata gada peļņa (pēc izmaksu segšanas) ir 92 617,00 *euro*. Minētais nav atzīstams par tādu apstākli, kas var radīt būtisku apdraudējumu turpmākai pieteicējas saimnieciskās darbības pastāvēšanai.

Otrkārt, Lēmumā konstatētie pārkāpumi ir aizskāruši un joprojām aizskar daudzu patērētāju tiesiskās intereses. Līdz ar to Lēmums, ar kuru pieteicējai cita starpā uzlikts tiesiskais pienākums mainīt produkta marķējumu, ir uzskatāms par būtisku efektīvai patērētāju ekonomisko un tiesisko interešu aizsardzībai. Ja minētais pienākums netiek pildīts, tiek radīts patērētāju tiesisko un ekonomisko interešu apdraudējuma risks.

Turklāt pieteicējai uzliktais pienākums nodrošināt trīs mēnešu laikā no Lēmuma stāšanās brīža mainīt pieteicējas ražoto ūdens pudeļu marķējumu nenozīmē to, ka centrs ir noteicis imperatīvu prasību automātiski likvidēt visus jau saražotā vecā marķējuma krājumus. Tieši pretēji, kā izriet no Lēmuma, pieteicēja drīkst laist tirgū jeb izpārdot produktus ar veco marķējumu. Tomēr vienlaikus minētais tiesiskais pienākums paredz arī to, ka pieteicējai ir jāveic visas nepieciešamās darbības, kuras ir vērstas uz šī pienākuma izpildi, par tām attiecīgi informējot centru. Vienlaikus pieteicējai jau pirms Lēmuma pieņemšanas bija pietiekami ilgs laiks, lai organizētu savu saimniecisko darbību godīgas komercprakses īstenošanai, tostarp izvērtējot iespēju mainīt pieteicējas ražoto produktu marķējumu attiecībā uz kvalitātes zīmi *Bio Water*TM izmantošanu, jo, kā Lēmumā minēts, uz pieteicēja īstenoto negodīgo komercpraksi tika norādīts jau centra 2018.gada sniegtajās uziņās pieteicējai. Līdz ar to pieteicējai bija dota iespēja ilgstošākā laika posmā labprātīgi veikt nepieciešamos pasākumus tādas saimnieciskās darbības organizēšanai un komercprakses īstenošanai, kas atbilst normatīvo aktu noteikumiem un godīgai tirgus praksei.

[5] Tiesas sēdē pieteicējas pārstāvis pieteikumu uzturēja, bet centra pilnvarotā pārstāve pieteikumu neatzina, pamatojoties uz Lēmumā un paskaidrojumos minētajiem argumentiem.

Motīvu daļa

I

[6] Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 28.panta pirmo daļu par trešo personu administratīvajā procesā var būt privātpersona, kuras tiesības vai tiesiskās intereses attiecīgais administratīvais akts var ierobežot vai kuru var skart tiesas spriedums lietā.

Atbilstoši minētā panta trešajai daļai, trešās personas statusu personai piešķir ar iestādes vai tiesas (tiesneša) lēmumu. Pamatotu lūgumu par trešās personas pieaicināšanu var iesniegt persona, kura uzskata sevi par atbilstošu trešās personas statusam, vai administratīvā procesa dalībnieks.

Atbilstoši Administratīvā procesa likuma 28.panta sestajai daļai par tiesas (tiesneša) lēmumu, ar kuru noraidīts lūgums par trešās personas pieaicināšanu lietā, var iesniegt blakus sūdzību, ja šāds lūgums izteikts līdz tiesas sēdei. Savukārt minētā likuma 285.panta otrā daļas otrais teikums noteic, ka lēmumu, kas tiek pieņemts lietas izskatīšanas laikā, var ietvert arī spriedumā.

2021.gada 14.jūnija tiesa sēdē pieteicējas pilnvarotais pārstāvis lūdza tiesu pieaicināt lietā trešās personas statusā Vācijas/Šveices uzņēmumu /pers. P/, kas ir izstrādājis ūdens strukturēšanas jeb aktivēšanas iekārtu, ko izmanto pieteicēja (*lietas 3.sējuma 141.lapa*). Pieteicējas ieskatā tiesas spriedums šajā lietā var būtiski aizskart minētā uzņēmuma intereses.

Tāpat pieteicējas pilnvarotais pārstāvis minētajā tiesas sēdē iesniedza Biedrības lūgumu (šādu lūgumu izteica arī pats pieteicējas pilnvarotais pārstāvis pieteicējas vārdā) pieaicināt trešās personas statusā Biedrību (*lietas 3.sējuma 145.lapa*). Lūgums pamatots ar apstākli, ka preču zīme „*Bio Water*”, kuras darbība faktiski ir apturēta attiecībā uz pieteicēju pieder Biedrībai. Tādējādi spriedums konkrētajā lietā var skart Biedrības intereses.

Tiesa, izvērtējot Lēmumu secina, ka ar to uzliktie saistošie pienākumi skar vienīgi pieteicēju un pieteicējas īstenoto komercdarbību. Tādējādi tiesai izņemot jautājumu par Lēmuma atcelšanu vai atzīšanu par tiesisku, nevar tikt skartas Vācijas/Šveices uzņēmuma /pers. P/ un Biedrības intereses.

Tas vien, ka pieteicēja savā saimnieciskajā darbībā izmanto citai personai piederošu preču zīmi, nevar būt par pietiekamu pamatu, lai preču zīmes īpašnieku lietā pieaicinātu trešās personas statusā. Turklāt lieta tiek skatīta patērētāju tiesību aizsardzības kontekstā, proti, vai pieteicēja bija īstenojusi negodīgu komercpraksi, nevis jautājumā par pašu preču zīmi kā tādu. Arī apstāklis, ka pieteicēja savā saimnieciskajā darbībā izmanto konkrētas iekārtas, nevar būt par pamatu iekārtu ražotāju pieaicināt kā trešo personu, jo Lēmums neskar ūdens strukturēšanas iekārtas ražotāja tiesības. Lai personu atzītu par trešo personu, izšķiroši ir konstatēt, ka attiecīgais administratīvais akts un secīgi tiesas nolēmums tieši var skart personas intereses.

Līdz ar to pieteicējas un Biedrības lūgumi par trešo personu pieaicināšanu ir noraidāmi. Savukārt, tā kā lūgumi izteikti 2021.gada 14.jūnija tiesas sēdes laikā, par tiesas lēmumu atsevišķi nav iesniedzama blakus sūdzība, bet iebildes izsakāmas apelācijas sūdzībā pārsūdzot tiesas spriedumu.

II

[7] Tiesa, uzklaušījusi administratīvā procesa dalībnieku paskaidrojumus un izvērtējusi lietas materiālos esošos pierādījumus to savstarpējā kopsakarībā, atzīst, ka pieteikums ir noraidāms turpmāko apsvērumu dēļ.

[8] Tiesa, pārbaudot, vai ir konstatējams Lēmuma pretpretisiskums, norāda turpmāko.

[8.1] Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta pirmā daļa noteic, ka negodīga komercprakse ir aizliegta.

Savukārt panta otrā daļa noteic, ka 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.

Lēmumā centrs konstatējis, ka pieteicēja īsteno maldinošu un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kura būtiski negatīvi ietekmē vai var ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, tādējādi ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, pārkāpjot Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta pirmajā daļā noteikto.

Tādējādi lietā ir strīds par to, vai centrs pamatoti pieteicējas darbībās konstatējis negodīgu komercpraksi un secīgi, vai pamatoti uzlicis pieteicējai tiesisko pienākumu izbeigt konstatēto negodīgo komercpraksi, vienlaicīgi nosakot konkrētu darbību veikšanu minētā mērķa sasniegšanai.

Kā norādījis Senāts, komercprakses īstenošanā var objektīvi pastāvēt vairāki elementi, kas atkarīgi no komercprakses īpatnībām, raksturīgiem apstākļiem u.tml., tāpēc tas, vai komercprakse ir negodīga, izvērtējams katrā konkrētā gadījumā esošu elementu kontekstā (*Senāta 2014.gada 22.decembra sprieduma lietā Nr. SKA-170/2014 (A420807710) 9.punkts, 2020.gada 7.septembra rīcības sēdes lēmuma lietā Nr. SKA-1092/2020 (ECLI:LV:AT:2020:0907.A420307418.10.L) 4.punkts*). Citiem vārdiem, ikviena strīda par negodīgu komercpraksi gadījumā šā jēdziena saturs ir papildāms ar konkrēto situāciju raksturojošiem individuālajiem apstākļiem (*sk. Senāta 2020.gada 27.novembra sprieduma lietā Nr. SKA-407/2020 (A420139417) 9.punktu*).

Proti, to, vai komercdarbības īstenošana ir īstenojis negodīgu komercpraksi, nosaka konkrēto situāciju raksturojošie individuālie apstākļi, kas dažādās situācijās var būt atšķirīgi, lai nonāktu pie attiecīgā slēdziena.

Tādējādi lietā vērtējams, vai konkrētās lietas individuālie faktiskie apstākļi veido tādu apstākļu kopumu, kas atzīstams par maldinošu un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

[8.2] Lēmumā centrs konstatējis, ka pieteicēja sniedz maldinošu informāciju/apgalvojumu (tai skaitā pieteicējas tūmekļa vietnēs un vides reklāmās) par produkta „BIO ūdens” īpašībām un tā kvalitāti, par ūdens apstrādes tehnoloģiju (strukturēšanu) un kvalitātes zīmi *Bio Water*TM.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 9.panta pirmās daļas 1.un 2.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 un ja komercprakses īstenošanās izmanto preces vai pakalpojuma tirdzniecības veicināšanas pasākumus, tostarp salīdzinošu reklāmu, tādā veidā, kas rada neskaidrību par preci vai pakalpojumu, preču zīmi, tirdzniecības nosaukumu, preces ražotāja vai pakalpojuma sniedzēja nosaukumu (firmu) vai citu atšķirības zīmi.

Kā izriet no lietas materiāliem, produkts „BIO ūdens” tiek reklamēts kā augstvērtīgāks un kvalitatīvāks produkts salīdzinājumā ar citiem tirgū piedāvājumiem ūdeņiem. Pieteicēja uzskata, ka to apliecina Biedrības reģistrētā preču zīme *Bio Water*TM.

Centrs konstatējis, ka produkta „BIO ūdens” reklāma ir tikusi izplatīta vietnē Nr.1, vietnē Nr.2, sociālajos tīklos *Facebook* un *Instagram* izveidotajos pieteicējas profilos */profils 1/* un */profils 2/*, kā arī publiskajā vidē Rīgas pilsētas teritorijā (izvietota uz Brasas tilta, Vanšu tilta, Zemitānu tilta, Brīvības gatvē Nr.333) (*lietas 1.sējuma 71. – 73., 76. – 80.lapa*).

Tiesa, pārbaudot lietas materiālus, konstatē, ka vietnē Nr.1 tika izplatīta šāda satura informācija par produktu „BIO ūdens”:

1. „*Memory Water ir pirmais ūdens Latvijā, kurš saņēmis Bio Water*TM *sertifikātu ar pilnām tiesībām izmantot Bio Water*TM *kvalitātes zīmi. BIO ūdenim ir augstākas kvalitātes un dabīguma prasības nekā likumdošana izvirza avota ūdenim, minerālūdenim un dzeramajam ūdenim, ja produkts ir marķēts ar Bio Water*TM. *Turklāt augstas kvalitātes prasības tiek izvirzītas ne tikai pret pašu ūdeni, bet arī tā iepakojumu.*” (*Lietas 1.sējuma 76.lapa*).
2. „*Spēkā esošā rūpniecisko ražojumu atbilstošā likumdošana ļauj ne tikai dzeramajam, bet arī dabīgajam avota un minerālūdenim veikt visdažādākās manipulācijas – nevēlamo ķīmisko vielu savienojumu atdalīšanu, dzelzs, sēra, fluora, mangāna samazināšanu, ūdens kondicionēšanu. Ozonēta gaisa pievienošanu, apstrādāt ar nātrija hidroksīdu, apstrādāt ar skābi, skalot ar dzeramo vai demineralizētu ūdeni u.c. Stipri jāsaubās, vai pēc šāda apstrādes kompleksa ūdens vēl patērētāja izpratnē būtu atzīstams par dabīgu. Drīzāk šāds ūdens būtu dēvējams par ūdens izstrādājumu. Tādēļ rodas nepieciešamība iegūt augstākas kvalitātes standarta sertifikāciju, kura pēc būtības atbilstu patērētāja izpratnei par tiesām dabīgu BIO produktu. Līdzīgu ūdens BIO sertifikāciju veic arī citās Eiropas Savienības valstīs, piemēram, Vācijā.*” (*Lietas 1.sējuma 76.lapas 2.puse*).
3. Vietnē Nr.1 norādīts, ka ir 3 ūdens kvalitātes līmeņi: 1.līmenis, kas ir augstākais, – BIO ūdens; 2.līmenis – dabīgais avota vai minerālūdens; 3.līmenis – dzeramais ūdens (*lietas 1.sējuma 77.lapa*).

Izvērtējot lietas materiālus, secināms, ka pieteicēja produktu „BIO ūdeni” vērtē augstāk nekā dzeramo, avota vai minerālūdeni un atsaucas uz to, ka minētais produkts saņēmis *Bio Water*TM sertifikātu.

Kā izriet no lietas materiāliem, pieteicējas sniegtā informācija par viņas izplatīto ūdeni var radīt patērētājam iespaidu, ka tas ir kaut kas savādāks nekā vispārīgi tirgū patērētājiem pieejamais dzeramais, avota vai minerālais ūdens.

Tiesa konstatē, ka prasības dzeramajam, avota vai minerālajam ūdenim (izņemot minerālūdeni, kurš atzīts par zālēm vai kuru izmanto ārstniecībā termālajās vai ūdensdziedniecības iestādēs, kas atrodas ūdens ieguves vietā) noteic Ministru kabineta 2017.gada 14.novembra noteikumi Nr.671 „Dzeramā ūdens obligātās nekaitīguma un kvalitātes prasības, monitoringa un kontroles kārtība” (turpmāk – Noteikumi Nr.671) un Ministru kabineta 2015.gada 15.decembra noteikumi Nr.736 „Noteikumi par dabīgo minerālūdeni un avota ūdeni” (turpmāk – Noteikumi Nr.736).

Savukārt tiesību normas nenoteic, kas ir saprotams ar *BIO ūdeni* un neregulē prasības tāda veida ūdenim.

Tādējādi, piedāvājot patērētājam iegādāties BIO ūdeni kā atsevišķu pārtikā lietojamu ūdens veidu, kura prasības un atbilstība ir augstākas kvalitātes nekā dzeramajam, avota vai minerālajam ūdenim, patērētājs tiek maldināts, jo tiek radīts iespaids par īpaša ūdens kā ūdens veida esību, kura īpašības ir ticami pārbaudītas un salīdzinātas iepretim dzeramajam, avota un minerālajam ūdenim. Nepārbaudāmas, bet precīzslavinošas informācijas sniegšana ir viennozīmīgi patērētāju maldinoša rīcība.

Arī pieteicējas atsauksmās uz to, ka šādu *BIO sertifikāciju* veic arī citās Eiropas Savienības valstīs, piemēram, Vācijā, var radīt patērētājam maldīgu priekšstatu par to, ka šādi marķētam produktam piemīt labākas īpašības nekā produktam bez šāda „*Bio*” sertifikāta, jo nereti patērētāji preces, kas ražotas citur Eiropas Savienībā, tai skaitā, Vācijā, uzskata par labākas kvalitātes nekā vietējo preci.

Attiecībā uz ūdens apstrādes tehnoloģiju – strukturēšanu – norādāms, ka nedz iepriekš minētie Ministru kabineta noteikumi, nedz arī kāds cits normatīvais akts nenoteic, kas ir ūdens strukturēšana.

Pieteicējas vietnē Nr.2 (*mājaslapa*) norādīts, ka „*Memory Water ir strukturēts ar 18 posmu Vācijas un Šveices zinātnieku izstrādātu tehnoloģiju*”.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta trešo daļu pierādīšanas pienākums attiecībā uz komercpraksē izmantoto informāciju ir komercprakses īstenošanai, un gadījumā, ja šī informācija netiek pierādīta, uzskatāms, ka tā ir neprecīza vai nepatiesa.

Pieteicējas pārstāvis, pamatojoties uz tiesas pienākumu īstenot objektīvo izmeklēšanu, 2021.gada 14.jūnija tiesas sēdē izteica lūgumu pieaicināt ekspertus un lieciniekus, kas varētu sniegt tiesai skaidrojumu par pieteicējas ražotā produkta Bio ūdens strukturēšanu un strukturēšanā izmantojamo iekārtu. Tiesa pieteicējas lūgumus noraidīja, jo līdz pat minētā datuma tiesas sēdei pieteicēja nekādus pārbaudāmus pierādījumus tiesai nebija iesniegusi un turklāt tiesas pienākums īstenot objektīvo izmeklēšanu nav saprotams tādējādi, ka tiesai ir pieteicējas vietā jāiegūst pierādījumi un apliecinājumi pieteicējas ražotā produkta kvalitātei. Pieteicējai kā rūpīgam saimniekam, piedāvājot tirgū savu produktu, ir jābūt spējīgai nekavējoties pierādīt konkrētā produkta atbilstību piedēvētajam kvalitātem. Tādējādi tiesai konkrētās lietas ietvaros ir jāpārbauda, vai centrs pamatoti, izvērtējot tā rīcībā esošo

informāciju par produktu, ko sniegusi pati pieteicēja uz Lēmuma pieņemšanas brīdi, secināja, ka pieteicējas uz produktu attiecinātās īpašības ir tādas, ko var uzskatīt par patērētāju maldināšanu.

Tiesa, ņemot vērā minēto kopsakarā ar lietas materiāliem, atzīst, ka lietā nav iesniegti pārbaudāmi un ticami pierādījumi attiecībā uz ūdens strukturēšanu, savukārt atsaukšanās uz nepārbaudāmiem zinātniskiem pētījumiem nav pietiekami, lai atzītu, ka patērētājs netiek maldināts par konkrētā ūdens īpašībām.

Kā norādījusi Veselības inspekcija savās 2019.gada 14.novembra un 2020.gada 6.maija vēstulēs centram (*lietas 1.sējuma 246.lapa un 2.sējuma 100. – 101.lapa*), izskatot dokumentu „*Strukturēšanas tehnoloģijas apraksts*” (*lietas 1.sējuma 212. – 216.lapa*), secināts, ka dokuments sastāv no subjektīviem, nepārbaudāmiem, pseidozinātniskiem un ezotēriskiem apgalvojumiem par ūdens strukturēšanas iekārtas darbības principiem, kas, savīts ar fizikāli-ķīmisku terminu iestarpinājumiem un shematiskiem attēliem, rada sākotnēji šķietami zinātnisku un pamatotu iespaidu. Dokumentā iekļautais ūdens apstrādes tehnoloģiskais apraksts neietver fundamentālo zinātņu praksi uzņēmuma izvēlētas tehnoloģijas metožu aprakstam, proti, iztrūkst pielietoto ūdens apstrādes tehnoloģiju zinātniskā pamatojuma, netiek ietverti objektīvi un uzticami kritēriji, kas pamato metožu izvēli, atspoguļo īstenoto procesu veikspēju, rezultātu pārbaudi un kvalitātes kontroli. Dokumentā norādītās atsauces uz papildus informācijas avotiem vai nu nesniedz akadēmiska rakstura teoriju un zinātniski pētnieciskas atziņas, vai arī šos avotus nav iespējams atrast norādītajās tīmekļa vietnēs. Līdz ar to minētais ir nepilnīgs faktiskais pierādījums pieteicējas pielietotajai ūdens apstrādes tehnoloģijai un to nevar uzskatīt par pamatojumu pieteicējas tīmekļa vietnē publicētajai informācijai par ūdens apstrādi, ietverot „*virpuļošanu*”, „*magnētu ietekmi*”, „*augsta un zema spiediena ietekmi*”, „*gatavību pozitīvu frekvenču uzņemšanai*”, „*9995 pozitīvām frekvencēm*”, „*saules un mēness ietekmi*”, „*sudraba ietekmi*”, „*zemi un minerāliem*”, kuras rezultātā „*ūdens tiek jonizēts un mikstināts*”, „*ūdens uzšūc sudraba jonus*”, „*ūdens tiek bagātināts ar skābekli par 5-8% vairāk*”. Pieteicējas tīmekļa vietnē ievietotā informācija nav zinātniski pamatota.

Tiesa norāda, ka arī atsaukšanās uz nepārbaudāmu zinātnisku pētījumu esību ir uzskatāma par precī slavināšanu, bet patērētāju maldinošu rīcību. Tiesa atzīst, ka norādes uz jebkādu pētījumu kā tādu veikšanu vidusmēra patērētājam visai ticami rada lielāku ticamību produktam, nekā produkta reklāma bez atsaucēm uz pētījumu veikšanu. Secīgi šādas maldinošas informācijas iekļaušana var ietekmēt patērētāju pieņemto lēmumu par preces iegādi, ko, iespējams, neesot šādai informācijai, patērētājs nepieņemtu. Turklāt šāda pieteicējas rīcība ne tikai ietekmē patērētāju tiesības brīvi izvēlēties preci, bet arī var kropļot tirgu.

Savukārt saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 11.panta 4.punktu komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs sniedz patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka attiecībā uz viņa darbību konkrētā jomā vai arī attiecībā uz preci vai pakalpojumu ir apliecināta atbilstība. Proti, kamēr pieteicēja nevar pierādīt saistību ar ūdens strukturēšanu veikto pētījumu autentiskumu un ticamību, tādējādi apliecinot produktam piedēvēto īpašību atbilstību, pieteicējai nav tiesiska pamata atsaukties uz pētījumiem un viņas komercprakse ir maldinoša.

Pieteicēja, reklamējot patērētājiem produktu „*BIO ūdens*”, norāda uz dažādu manipulāciju (*nevēlamo ķīmisko vielu savienojumu atdalīšana, dzelzs, sēra, fluora, mangāna samazināšana, ūdens kondicionēšana, ozonēta gaisa pievienošana, apstrāde ar nātrija hidroksīdu, apstrāde ar skābi, skalošana ar dzeramo vai demineralizētu ūdeni u.c.*) negatīvo ietekmi uz ūdens kvalitāti. Šādu ūdeni pieteicēja raksturo kā tādu, ko nav iespējams uzskatīt par dabīgu, un to būtu jāuzskata par ūdens izstrādājumu. Kā izriet no pieteicējas patērētājiem sniegtās informācijas, pieteicējas piedāvātais „*Memory Water kā BIO produkts ir unikāls, jo no dabas ir tik izcils, ka to nepieciešams filtrēt tikai ar mehānisku filtru, lai samazinātu smiltis un māla daļiņu klātbūtni. Nekāda cita veida filtrēšana, atjaukšana, skalošana, atdalīšana, kondicionēšana vai citāda ķīmiska iejaukšanās nav nepieciešama un BIO produktam kategoriski nav pieļaujama*” (sk. [lmājaslapa](#)).

Tādējādi no pieteicējas patērētājiem sniegtās informācijas var izdarīt secinājumu, ka vienīgās darbības, kas veiktas ar pieteicējas tirdzniecībā piedāvāto ūdeni, ir tā attīrīšana no smiltis un māla daļiņu klātbūtnes, izmantojot mehānisku filtru.

Kā izriet no lietas materiālos esošā Pārtikas un veterinārā dienesta sniegtās informācijas centram, veicot pieteicējas produkta pārbaudes konstatēts, ka dzeramais ūdens tiek apstrādāts ar ultravioletajiem stariem (*lietas 1.sējuma 111.lapas 2.puse*).

Tādējādi secināms, ka pieteicēja sniedz maldinošu informāciju par produktu „*BIO ūdens*”.

Kā izriet no lietas materiāliem, pieteicēja Pārtikas un veterinārajā dienestā reģistrēta kā fasēta dzeramā ūdens ražotāja un ražo dzeramo ūdeni (*lietas 1.sējuma 92.lapa*), tādējādi pieteicējas patērētājiem iegādāties piedāvātajam ūdenim jāatbilst Noteikumiem Nr.671, kuros ir izvirzītas mazākas prasības nekā dabīgajam minerālūdenim un avota ūdenim.

Tādējādi secināms, ka pieteicēja patērētājiem sniedz informāciju, pozicionējot savu produktu ne tikai ar augstāku prasību izpildi un kvalitāti, nekā tas ir noteikts Noteikumos Nr.671, bet arī Noteikumos Nr.736. Tā kā produkta atbilstību augstākām kvalitātes prasībām, nekā tas ir noteikts iepriekš minētajos Ministru kabineta noteikumos, tiesību normas nenoteic, tai skaitā nenoteic objektīvi pārbaudāmus kritērijus, tad atsaukšanās uz BIO ūdens kvalitāti, kas ir augstāka nekā dzeramajam, avota vai minerālajam ūdenim, ir patērētājus maldinoša.

Pieteicēja norāda, ka viņa ir saņēmusi *Bio Water™* sertifikātu ar pilnām tiesībām izmantot *Bio Water™* kvalitātes zīmi.

Eiropas Savienības Padomes 2007.gada 28.jūnija regulas (EK) Nr.834/2007 „*Par bioloģisko ražošanu un bioloģisko produktu marķēšanu un par Regulas (EEK) Nr. 2092/91 atcelšanu*” (turpmāk – Regula Nr.834/2007) 1.panta 1.punkts noteic, ka ar šo regulu nosaka pamatu bioloģiskās ražošanas ilgtspējīgai attīstībai, vienlaikus nodrošinot iekšējā tirgus efektīvu darbību, garantējot godīgu konkurenci, nodrošinot patērētāju uzticību un aizsargājot patērētāju intereses. Tajā ir noteikti kopēji mērķi un principi, kas ir pamatā noteikumiem, kurus atbilstīgi šai regulai pieņem attiecībā uz a) visiem bioloģisko produktu ražošanas, gatavošanas un izplatīšanas posmiem un to kontroli; b) to, kā marķējumā un reklāmā izmanto norādes ar atsaucēm uz bioloģisko ražošanu. Savukārt atbilstoši minētā panta 2.punktam šī regula attiecas uz lauksaimniecības, tostarp akvakultūras, produktiem, ja tie ir laisti tirgū vai paredzēti laišana tirgū, kā arī attiecībā uz raugu, ko izmanto pārtikā vai barībā.

Tādējādi secināms, ka minētā regula neattiecas uz ūdeni kā pārtikas produktu, jo tas nav lauksaimnieciskās izcelsmes produkts. Tajā pašā laikā regula noteic, kādos marķējumos un reklāmā drīkst izmantot norādes ar atsaucēm uz bioloģisko ražošanu.

Regulas Nr.834/2007 23.panta 1.punkts noteic, ka šīs regulas nolūkā par produktu, kura marķējumā, reklāmā vai tirdzniecības dokumentos ir norādes par bioloģiskās ražošanas metodēm, uzskata tādu produktu, kura sastāvdaļas vai barība ir aprakstīta ar terminiem, kas patērētājam liek domāt, ka tā sastāvdaļas vai barība ir iegūta saskaņā ar šajā regulā izklāstītajiem noteikumiem. Īpaši pielikumā uzskaitītos terminus, kā arī to atvasinājumus vai deminutīvus, piemēram, „*bio*” un „*eko*”, var izmantot visā Kopienā un jebkurā Kopienas valodā, atsevišķi vai saistīti, tādu produktu marķēšanai un reklamēšanai, kuri atbilst šīs regulas prasībām. Dzīvu vai neapstrādātu lauksaimniecības produktu marķējumā vai reklāmā terminus, kas norāda bioloģiskās ražošanas metodi, var lietot vienīgi tad, ja turklāt visas šā produkta sastāvdaļas arī ir ražotas saskaņā ar šajā regulā noteiktajām prasībām.

Savukārt minētā panta 2.punkts noteic, ka šā panta 1. punktā minētos terminus nekur Kopienā un nevienā Kopienas valodā neizmanto tādu produktu marķējumā, reklāmā un tirdzniecības dokumentos, kuri neatbilst saskaņā ar šo regulu noteiktām prasībām, izņemot gadījumus, kad šos terminus attiecina uz produktiem, kas nav pārtikas vai barības produkti, vai kad šo terminu izmantojums viennozīmīgi nav saistīts ar bioloģisko ražošanu. Tāpat neizmanto tādus terminus, tostarp terminus preču zīmēs, un praksi, kas – izmantoti marķējumā vai reklāmā – var maldināt patērētāju vai lietotāju, liekot domāt, ka produkts vai tā sastāvdaļas atbilst saskaņā ar šo regulu noteiktām prasībām.

Tādējādi secināms, ka vārdu „*bio*” produkta marķējumā drīkst izmantot, 1) ja lauksaimniecības izcelsmes produkts vai raugs, ko izmanto pārtikā

vai barībā, atbilst Regulas Nr.834/2007 prasībām, 2) ja produkti nav pārtikas vai barības produkti, vai 3) kad šo terminu izmantojums viennozīmīgi nav saistīts ar bioloģisko ražošanu un 4) ja nevar tikt maldināts patērētājs vai lietotājs saistībā ar produkta vai tā sastāvdaļas atbilstību minētās regulas prasībām.

Atbilstoši Eiropas Parlamenta un Padomes 2011.gada 25.oktobra Regulai (ES) Nr.1169/2011 „Par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem un par grozījumiem Eiropas Parlamenta un Padomes Regulās (EK) Nr. 1924/2006 un (EK) Nr. 1925/2006, un par Komisijas Direktīvas 87/250/EEK, Padomes Direktīvas 90/496/EEK, Komisijas Direktīvas 1999/10/EK, Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2000/13/EK, Komisijas Direktīvu 2002/67/EK un 2008/5/EK un Komisijas Regulas (EK) Nr. 608/2004 atcelšanu” un Pārtikas uzraudzības likumam ūdens ir pārtikas produkts.

Tādējādi ūdens marķējumā nedrīkst tikt iekļauts vārds „bio”, jo tas atbilstoši Regulas Nr.834/2007 23.panta 2.punktam ir aizliegts un var radīt maldīgu priekšstatu par pieteicējas patērētājiem piedāvātā produkta „BIO ūdens” kvalitāti un īpašībām.

Attiecībā uz pieteicējs norādīto, ka *Bio Water*TM ir atbilstoši tiesību normām Biedrībai piederoša reģistrēta kvalitātes (preču) zīme Nr.M71834 (sk. <http://databases.lrpv.gov.lv/databases/lv/trademark/details/m-17-649>) un centram nav pamata liegt tās izmantošanu pieteicējas produkta marķēšanā, tiesa norāda turpmāko.

Saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 18.jūnija Direktīvas 2009/54/EK par dabīgo minerālūdeņu iegūvi un tirdzniecību 9.panta 1.punkta „b” apakšpunktu aizliegts lietot norādes, aprakstus, preču zīmes, firmas zīmes, attēlus vai citas zīmes, tostarp simbolus, uz iepakojuma vai etiķetes, kā arī jebkāda veida reklāmā tāda dzeramā ūdens gadījumā, kas pildīts traukā, kurš neatbilst I pielikuma I daļai, var būt par cēloni tā sajaukšanai ar dabīgo minerālūdeni, jo īpaši uzraksts „minerālūdens”.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 9.panta pirmās daļas 2.punktu komercpraksi uzskata par maldinošu, ja komercprakses īstenotājs izmanto preces vai pakalpojuma tirdzniecības veicināšanas pasākumus, tostarp salīdzinošu reklāmu, tādā veidā, kas rada neskaidrību par precī vai pakalpojumu, preču zīmi, tirdzniecības nosaukumu, preces ražotāja vai pakalpojuma sniedzēja nosaukumu (firmu) vai citu atšķirības zīmi.

Marķējot produkciju ar *Bio Water*TM, patērētājs visdrīzāk neizšķirs, vai tā ir preču zīme, vai arī kvalitāti vai produkcijas īpašības raksturojošs uzraksts, tādējādi šāda uzraksta izmantošana uz pieteicējas tirdzniecībā piedāvātā produkta iepakojuma, kā arī popularizējot to, var maldināt patērētāju par produkta īpašībām, tostarp radot iespaidu, ka tiek piedāvāts nevis dzeramais ūdens, bet gan minerālūdens.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta astotās daļas 2.punktu, ja uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga noteikt komercprakses īstenotājam pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi.

Kā jau tiesa iepriekš norādīja, par to, vai komercprakse ir atzīstama par negodīgu, liecina individuālu apstākļu kopums. Par individuāliem apstākļiem var tikt atzīts tai skaitā jebkas, kas tiek izmantots attiecīga produkta popularizēšanai, atpazīstamības radīšanai u.tml., veicinot patērētāja vēlmi iegādāties attiecīgo produktu. Ja uzraugošā iestāde konstatē, ka patērētāju intereses var aizskart tādu preču zīmju (preču marķējumu) izmantošana, kas var maldināt patērētāju, ir pamats atzīt, ka tiek īstenota negodīga komercprakse. Līdz ar to uzraugošās iestādes (centra) pienākums ir uzlikt par pienākumu šādu komercpraksi izbeigt, kas sevī ietver jebkādu maldinošu darbību īstenošanu, tostarp preču zīmes izmantošanu.

Turklāt Latvijas Republikas Patentu valde nav kompetentā iestāde patērētāju tiesību aizsardzības jomā, tas ir centrs, līdz ar to Latvijas Republikas Patentu valdei, pieņemot lēmumu par preču zīmes reģistrēšanu, var nebūt zināma visa informācija par patērētāju interesēm kopsakarā ar reģistrējamo preču zīmi.

Saskaņā ar likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” (spēkā līdz 2020.gada 6.martam) 6.panta pirmās daļas 7.punktu, kā preču zīmi nevar reģistrēt apzīmējumus (ja tie reģistrēti, reģistrāciju saskaņā ar šā likuma noteikumiem var atzīt par spēkā neesošu), kas var maldināt patērētājus par preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi u. tml. Šāds nosacījums ir ietverts arī jaunā Preču zīmju likuma (spēkā no 2020.gada 6.marta) 6.panta pirmās daļas 7.punktā.

Tādējādi secināms, ka arī reģistrēta preču zīme var tikt atzīta par spēkā neesošu, ja tā apdraud patērētāju intereses.

Vienlaicīgi tiesa uzsver, ka konkrētā lieta tiek skatīta Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma tvērumā centra kompetences ietvaros, nevis kontekstā ar Preču zīmju likumā vai pārtikas produktu marķējumu reglamentējošajos normatīvajos aktos noteiktajām prasībām, kuras uzrauga Patentu valde un Pārtikas un veterinārais dienests.

[8.3] Lēmumā centrs konstatējis, ka pieteicēja sniedz normatīvajiem aktiem neatbilstošas veselīguma norādes.

Regulas Nr.1924/2006 ievaddaļā ir noteikts konkrētās regulas mērķis.

Kā izriet no minētās regulas 1.apsvēruma, tad Eiropas Kopienā pārtikas produktu marķējumā un reklāmā tiek aizvien vairāk izmantotas uzturvērtības un veselīguma norādes. Lai nodrošinātu augstu patērētāju aizsardzības līmeni un atvieglotu viņu izvēli, tirgū laistajiem produktiem jābūt drošiem un atbilstīgi marķētiem. Savukārt 2.punkts noteic, ka atšķirības valstu noteikumos, kas attiecas uz šādām norādēm, var kavēt pārtikas produktu brīvu apriti un radīt nevienlīdzīgas konkurences apstākļus, tādējādi tie tieši ietekmē iekšējā tirgus darbību. Tāpēc ir nepieciešams pieņemt Kopienas noteikumus par to, kā izmantot uzturvērtības un veselīguma norādes uz pārtikas produktiem.

No minētā ir secināms, ka Regulas Nr.1924/2006 mērķis no vienas puses ir aizsargāt patērētāju, kas vienmēr ir vajākā puse attiecībā ar preces pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, bet no otras puses pasargāt Eiropas Kopienas tirgus dalībniekus no nevienlīdzīgiem konkurences apstākļiem. Lai minēto īstenotu, regulā ir noteikta kārtība tam, kā gan uz produkta marķējuma, gan arī produkta reklāmā ir norādāmas veselīguma norādes.

Kā izriet no Regulas Nr.1924/2006 3.panta (*II nodaļa Vispārējie principi*), uzturvērtības un veselīguma norādes Kopienas tirgū laisto pārtikas produktu marķēšanai, noformēšanai un reklāmā var izmantot tikai tad, ja tās atbilst šīs regulas noteikumiem. Savukārt, atbilstoši minētās regulas 10.panta pirmajai daļai, veselīguma norādes aizliedz, ja tās neatbilst II nodaļas vispārējām prasībām un šīs nodaļas īpašajām prasībām un ja par tām nav izsniegta atļaujas saskaņā ar šo regulu, un tās nav iekļautas 13.un 14.pantā paredzētajā sarakstā ar norādēm, par kurām izsniedz atļaujas.

Tādējādi ir secināms, ka produkta reklāmā ir izmantojamas tikai tādas veselīguma norādes, kādas ir atļautas saskaņā ar Regulu Nr.1924/2006. Cita veida norādes, tostarp ar paplašinātu saturu, nav pieļaujamas un ir aizliedzamas.

Atbilstoši Regulas Nr.1924/2006 13.panta trešajai daļai un 14.panta pirmajai daļai, Eiropas Komisija nosaka sarakstu ar atļautajām norādēm.

Ņemot vērā minēto, Eiropas Komisija 2012.gada 16.maijā ir pieņēmusi Komisijas regulu (ES) Nr.432/2012 (turpmāk – Regula 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, bet 2013.gada 11.jūnijā regulu (ES) Nr.536/2013, 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).

Kā izriet no saraksta, vienīgā informācija, kas ir pieļaujama attiecībā uz ūdeni ir: 1) ūdens palīdz nodrošināt normālas fiziskās un kognitīvās funkcijas; lai varētu izmantot norādi, patērētājs jāinformē, ka norādīto ietekmi panāk, katru dienu patērējot vismaz 2 l ūdens no visiem avotiem; norādi var izmantot tikai attiecībā uz ūdeni, kas atbilst Direktīvai 2009/54/EK un/vai Direktīvai 98/83/EK; 2) ūdens palīdz uzturēt normālu ķermeņa termoregulāciju; lai varētu izmantot norādi, patērētājs jāinformē, ka norādīto ietekmi panāk, katru dienu patērējot vismaz 2 l ūdens no visiem avotiem.

norādi var izmantot tikai attiecībā uz ūdeni, kas atbilst Direktīvai 2009/54/EK un/vai Direktīvai 98/83/EK.

Tiesa, pārbaudot lietas materiālus, konstatē turpmāko.

Kā izriet no lietas materiāliem, pieteicēja vietnē Nr.1 bija izvietojusi attēlu ar produktu „BIO ūdens”, kuram klāt novietota atzīme ar norādi „pH ~ 8”, un iekļāvusi šādu informāciju: „*Nozīmīgs veselības cēlonis. Atklājumi medicīnā un vēža slimību profilaksē ir mainījuši mūsu priekšstatu par skābju un sārmu līdzsvaru nozīmi. Cilvēkiem šobrīd ir ļoti svarīgs ūdens pH. Ja ūdens pH ir 8, tātad šāds ūdens spēj 10x labāk pievilkt skābekli šūnām, nekā ūdens, kuram pH ir 7. Jūsu organisma veselās šūnas lieliski jutīsies sārmainā vidē tādēļ, ka sārmainā vidē ir skābeklis. Ja jums ir skāba vide organismā, tad jūsu organisms asimilē ļoti maz skābekļa, bet, ja jums būs sārmaināka vide, asimilēsies 10-20 reizi vairāk. Skāba vide un minerālvielu trūkums var izraisīt dažādas nopietnas veselības problēmas. Tādēļ jāpievērš uzmanība, lai dzeramā ūdens pH līmenis noteikti nebūtu vismaz zem 7.*” (lietas 1.sējuma 160.lapa).

Tāpat no lietas materiāliem izriet, ka pieteicēja vietnē Nr.1, popularizējot savu ūdens produkciju, kuras ūdens pH pēc pieteicējas norādītā ir ~ 8, bija iekļāvusi tabulu, kurā salīdzinājuma veidā bija sniegusi informāciju, kas noiek, ja organismā ir pārāk sārmaina vai pārāk skāba vide (lietas 1.sējuma 161.lapa).

Arī šā Lēmuma sastādīšanas brīdī pieteicējas vietnē Nr.1 joprojām atrodas šāda informācija: „*Memory Water pH līmenis ir ~8 Tas ir dabisks, tādēļ mainās atkarībā no gadalaika. Esam konstatējuši svārstības no 7,7 līdz pat 8,48. pH līmenis un tā nozīme. Viens no mūsu gadsimta cilvēku slimību iemesliem ir skābju un sārmu attiecību līdzsvara izmaiņas organismā. Mēs esam pārāk skābi. Pārtikā lietotie produkti (gaļa, piena produkti, miltu izstrādājumi, kafija, majonēze, kečups, šokolāde, alkohols, u.c.) veicina skāba pH līmeņa veidošanos organismā. Visbiežāk šādi produkti sastāda 80% mūsu uztura. Sārmainas vides uzturēšana ir viena no svarīgākajām bioloģiskajām funkcijām. Vesela cilvēka asins pH līmenis ir 7,35 – 7,45. Ja asins pH noslīd līdz 7,2, cilvēks jau atrodas komā. Ja asins pH sasniedz 8,0, tad arī iestājas koma. Tātad ķermenis nepārtraukti darbojas, lai generētu vajadzīgo līdzsvaroto pH 7,4. Destilēts ūdens un produkti, kas visbiežāk veidoti uz destilēta ūdens bāzes - Cola, limonādes, enerģijas dzērieni utml. - pH ir robežās 3-5. Memory Water pH līmenis ir ~ 8.*”

Vis, kas noiek zarnu traktā, skar imunitāti. Lietojot uzturu, kurā nav organismam labvēlīgo baktēriju, bet ir tam kaitīgas vielas, šis process tiek traucēts, un imūnsistēmai rodas papildu darbs. Liela enerģijas daļa tiek tērēta liekā skābuma neitralizēšanai. **Organisma šķidrums – asinis, limfa, starpsūnu šķidrums – kļūst skābi, tiek traucēta vielmaiņa un tad atstās dažādas slimības.** Zarnu traktā aktivizējas patoloģiskā flora, attīstās un progresē disbakterioze, uzņemtās barības vielas uzsūcas nepilnīgi, neveidojas vitamīni, asinīs samazinās skābekļa daudzums, ar to izskaidrojams hroniska noguruma sindroms gados jauniem cilvēkiem. It kā bez iemesla, vieglāk ķeras visādas kaites.

*Jūsu organisma veselās šūnas lieliski jutīsies sārmainā vidē tādēļ, ka sārmainā vidē ir skābeklis. Ja jums ir skāba vide organismā, tad jūsu organisms asimilē ļoti maz skābekļa, bet, ja jums būs sārmaināka vide, asimilēsiet ievērojami vairāk. Ja organismam ir jāstrādā, lai skābi neitralizētu, tas tiek darīts paņemot kalciju no kauliem un izmantojot organisma minerālvielu rezerves. Šī papildu slodze un minerālvielu trūkums var izraisīt dažādas veselības problēmas. Tādēļ ir svarīgi, lai skābu vidi veidojošie produkti kopējā produktu patēriņā nepārsniegtu 40% īpatsvaru. **Lai palīdzētu organismam labi funkcionēt, uzturam vajadzētu būt 80% sārmainu vidi veidojošo produktu un tikai 20% skābu vidi veidojošie produkti.**”* (sk. /mājaslapa/; lietas 1.sējuma 160.lapas abas puses).

Savukārt vietnē Nr.2: „*Salīdzinot pH8 ar pH7 - šāds ūdens spēj pievilkt 10x vairāk ūdens Tava organisma šūnām. Augstāks pH palīdz organismam uzturēt sārmaināku vidi. Uzzini vairāk par pH nozīmi ->/mājaslapa/.*”

Produkta ražotājs negarantē nekādu produkta veselību uzlabojošu ietekmi. Produkts nav medikaments. Informācija norādīta tikai patērētāja izglītošanas nolūkos.” (sk. /mājaslapa/)

Tāpat vietnē Nr.1 ir šāda satura informācija: „*Izdzert 2 litrus Memory Water, pieaudzis cilvēks uzņem optimālu daudzumu - 12% no ieteicamās kalcija dienas devas. Lai uzņemtu visu ieteicamo dienas devu tikai ar ūdeni, vajadzētu izdzert 16,6l Memory Water. Tātad kalciju nav iespējams pārdozēt ar Memory Water. Tomēr pārdozēt kalciju ir ļoti viegli ar ēdienu, piemēram: tikai 30 g siera ir 240 mg kalcija, 90 g laša ir 180 mg kalcija, 1 tējkarotē sezama ir 90 mg kalcija, 1 glāzē brokoļu ir 178 mg kalcija.*” (sk. /mājaslapa/). Kā arī vietnē Nr.1 norādīts, ka plaši ir pieejami pētījumi, par to, ka strukturēts ūdens uzlabo cilvēka bio-enerģijas līmeni (lietas 1.sējuma 191.lapa).

Tiesa, ņemot vērā iepriekš minēto kopsakarā ar Regulu Nr.432/2012 un Regulu Nr.536/2013, secina, ka regulās atļautās norādes attiecībā uz ūdeni neatbilst tām, kuras bija un ir ievietotas pieteicējas interneta vietnē Nr.1 un Nr.2.

Vienlaicīgi tiesa secina, ka pieteicēja pasniedz informāciju par savu produktu tā, ka rezultātā patērētājam var rasties iespaids, ka, lietojot tieši pieteicējas ūdeni, pozitīvi tiks ietekmēta cilvēka organisma funkcionēšana un veselība. Tāpat rodas iespaids, ka pieteicējas piedāvātais produkts var tikt izmantots kā uztura bagātinātājs.

Savukārt pieteicējas tekstā pieminētajam, ka produkta ražotājs negarantē nekādu produkta veselību uzlabojošu ietekmi, nav izšķirošas nozīmes, jo pieteicējas izvietotā informācija kopumā rada iespaidu par piedāvātā produkta ietekmi uz veselību.

Izvērtējot iepriekš minēto, secināms, ka pieteicējas sniegtā informācija ir pasniegta nepamatoti, izmantojot neatļautas veselības norādes.

[8.4] Lēmumā centrs konstatējis, ka pieteicēja sniedz maldinošu informāciju/apgalvojumu par kosmētikas līdzekļu ārstnieciskajām īpašībām, proti, no 2019.gada 12.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim pieteicēja neievēroja Regulas Nr.1223/2009 20.panta 1.punkta prasības, jo vietnē Nr.2 piedāvāto kosmētikas produktu aprakstos tika sniegti apgalvojumi, kas piedēvē kosmētikas produktam ārstnieciskās īpašības, kas tiem nepiemīt. Tādējādi pieteicēja noteiktā laika periodā īstenoja maldinošu (tostarp jebkuros apstākļos maldinošu) komercpraksi un profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi.

Tāpat Lēmumā centrs konstatējis, ka pieteicēja nav ievērojusi Noteikumu Nr.685 26.punktā noteiktās prasības, proti, no 2019.gada 12.augusta līdz 2019.gada 21.augustam vietnē Nr.2 piedāvāto uztura bagātinātāju aprakstos (piemēram, „INEX defence pērles”, „INEX Moisturize pērles”, „INEX Anti-Age pērles”) nebija sniegta norāde „*uztura bagātinātāji neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu*”.

Regulas Nr.1223/2009 20.panta 1.punkts noteic, ka to kosmētikas līdzekļu, kurus dara pieejamus tirgū, marķējumā un reklāmas pasākumos neizmanto tādu tekstu, nosaukumus, preču zīmes, attēlus un figurālas vai citas zīmes, kas kosmētikas līdzekļiem piedēvē īpašības vai funkcijas, kādas tiem nepiemīt.

Tiesa, pārbaudot lietas materiālus, konstatē, ka pieteicēja vietnē Nr.2, reklamējot produktu *Godži ogu sula +C vitamīns 500ml*, norādījusi, ka „*Austrumu medicīnā godži ogas rekomendē anēmijas, muguras sāpju, redzes pavājināšanās, kā arī cukura diabēta, aizdegunes un mandeļu saslimšanu, impotences gadījumā, kā līdzekli, kas sekmē normālu grūtniecību, uzlabo limfmezglu, galvas smadzeņu stāvokli, kā miegu stiprinošu un pretstresa līdzekli, kā līdzekli visa organisma atjaunošanai. Godži ogas dedzina taukus un kontrolē apetīti. Tās pazemina cukura un holesterīna līmeni asinīs, stabilizē asinsspiedienu.*” (lietas 1.sējuma 162.lapas 2.puse.). Attiecībā uz produktu *Dr.Organic Roku un nagu krēms Royal Jelly 125ml* norādīts, ka „*[...] uzlabo matu veselību un veicina matu augšanu*”. (lietas 1.sējuma 163.lapa). Savukārt, reklamējot produktu *Dabur zobu pasta ALOE VERA 100ml*, pieteicēja norādījusi, ka „*Alveja [...] palīdz brūču dzīšanas procesam, kas var palīdzēt atbrīvoties no iekaisušām smaganām.*”, „*[...] ? Dabīgi ārstē asiņojošas un iekaisušas smaganas*” (lietas 1.sējuma 163.lapas 2.puse).

Tādējādi secināms, ka centrs pamatoti konstatējis, ka pieteicēja kosmētikas produktu aprakstos ir sniegusi apgalvojumus, kas piedēvē kosmētikas produktam ārstnieciskās īpašības, kas tiem nepiemīt.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 11.panta 17.punktu komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs sniedz patiesībai neatbilstošu informāciju par to, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt izārstēt slimības, novērst disfunkciju vai fiziskos defektus.

Līdz ar to pieteicēja bija īstenojusi maldinošu komercpraksi, kas ir aizliegta rīcība.

Noteikumu Nr.685 26.punkts noteic, ka uztura bagātinātāja reklāmā ietver norādes „Uztura bagātinātājs” un „Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu”.

Tiesa konstatē, ka pieteicēja, reklamējot produktu *Godži ogu sula +C vitamīns 500ml*, „*INEX defence pērles*”, „*INEX Moisturize pērles*”, „*INEX Anti-Age pērles*” (*lietas 1.sējuma 162.lapas 2.puse, 164. – 165.lapa*), nebija norādījusi Noteikumu Nr.685 26.punktā noteikto atsauci uz uztura bagātinātāju, tādējādi nesniedzot patērētājiem pilnīgu informāciju par produktiem.

Tiesa atzīst, ka šādas rīcības rezultātā varēja tikt negatīvi ietekmēti patērētāja lēmums attiecībā uz produktu iegādi.

Līdz ar to centrs pamatoti konstatējis patērētāju interesēm neatbilstošu pieteicējas īstenoto komercpraksi.

[8.5] Lēmumā centrs konstatējis, ka pieteicēja nesniedz pieteicējas tīmekļa vietnēs informāciju par atteikuma tiesībām un to izmantošanas tiesībām, līguma izbeigšanas tiesībām, kā arī nenodrošina pieteicējas tīmekļa vietnēs atteikuma tiesību veidlapu. Tāpat pieteicēja nesniedz informāciju pieteicējas tīmekļa vietnēs par ārpustiesas strīdu risināšanas kārtību, kā arī Regulā Nr.524/2013 minēto platformu un patērētājiem pieejamā veidā nesniedz informāciju par pieteicējas nosaukumu (firmu), reģistrācijas numuru un juridisko adresi.

Informācijas sabiedrības pakalpojuma likuma 4.panta pirmās daļas 1.un 2.punkts noteic, ka pakalpojuma sniedzējs uzskatāmi, tieši un pastāvīgi pieejamā veidā sniedz informāciju par pakalpojuma sniedzēja firmu (nosaukumu) vai vārdu un uzvārdu, juridisko adresi vai deklarēto dzīvesvietu un reģistrācijas numuru (ja tāds ir), kontaktinformāciju, kas nodrošina iespēju ātri sazināties tiešā veidā, ieskaitot elektroniskā pasta adresi.

Atbilstoši ministru kabineta 2014.gada 20.maija noteikumiem Nr.255 „Noteikumi par distances līgumu”, pirms patērētājs ir uzņēmies distances līguma saistības vai piekritis piedāvājumam, pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs skaidri un saprotami sniedz patērētājam informāciju par: 1) pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja identitāti, piemēram, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja nosaukums (5.2.apakšpunkts); 2) pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja juridisko adresi un, ja tādi saziņas līdzekļi ir, tālruna, fāksa numuru un elektroniskā pasta adresi, lai patērētājs varētu ātri un efektīvi sazināties ar pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, un, ja attiecināms, tās personas identitāti un juridisko adresi, kuras uzdevumā pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs darbojas (5.3.apakšpunkts); 3) pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja faktisko adresi, ja tā atšķiras no juridiskās adreses un, ja attiecināms, tās personas, kuras uzdevumā pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs darbojas, faktisko adresi, uz kuru patērētājs var adresēt sūdzību (5.4.apakšpunkts); 4) maksāšanas, preces piegādes vai pakalpojuma izpildes noteikumiem, termiņu, līdz kuram pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs apņemas piegādāt preces vai pakalpojuma sniedzējs sniegt pakalpojumu, un sūdzību izskatīšanas kārtību, ja attiecināms (5.9.apakšpunkts); 5) atteikuma tiesību gadījumā – informāciju par atteikuma tiesību izmantošanas nosacījumiem, termiņu un kārtību, kā arī šo noteikumu pielikuma B daļā iekļauto atteikuma veidlapu (5.10.apakšpunkts); 6) līguma termiņu, ja līgums noslēgts uz noteiktu laiku, vai līguma izbeigšanas nosacījumiem, ja līgums ir noslēgts uz nenoteiktu laiku vai arī tiek pagarināts automātiski, ja attiecināms (5.17.apakšpunkts); 7) ja attiecināms, informāciju par ārpustiesas sūdzību izskatīšanas un atbildības iespējām un veidu, kā tām piekļūt (5.22.apakšpunkts).

Regulas Nr.524/2013 6.apsvērumā norādīts, ka iekšējais tirgus ir patērētāju ikdienas realitāte, viņiem ceļojot, iepērkoties un veicot maksājumus. Patērētāji ir galvenie iekšējā tirgus dalībnieki, un tāpēc viņiem vajadzētu būt tā uzmanības centrā. Iekšējā tirgus digitālais aspekts kļūst būtisks gan patērētājiem, gan tirgotājiem. Patērētāji arvien biežāk iepērkas tiešsaistē, un aizvien vairāk tirgotāju pārdod preces tiešsaistē. Veicot darījumus tiešsaistē, patērētājiem un tirgotājiem vajadzētu justies pārliecinātiem, tādēļ ir būtiski nojaukt esošos šķēršļus un stimulēt patērētāju uzticēšanos. Drošas un efektīvas strīdu izšķiršanas tiešsaistē (SIT) pieejamība varētu ievērojami palīdzēt sasniegt šo mērķi.

Tādēļ saskaņā ar Regulas Nr.524/2013 14.panta 1.punktu tirgotāji, kas veic uzņēmējdarbību Eiropas Savienībā un iesaistās tiešsaistes pārdošanas vai pakalpojuma līgumos, un tiešsaistes tirdzniecības vietas, kas veic uzņēmējdarbību Eiropas Savienībā, savā tīmekļa vietnē norāda elektronisku saiti uz SIT platformu. Minētā saite ir patērētājiem viegli pieejama. Tirgotāji, kas veic uzņēmējdarbību Eiropas Savienībā un iesaistās tiešsaistes pārdošanas vai pakalpojumu līgumos, arī norāda savas e-pasta adreses. Bet saskaņā ar minētā panta 2.punktu tirgotāji, kas veic uzņēmējdarbību Eiropas Savienībā un iesaistās tiešsaistes pārdošanas vai pakalpojumu līgumos un kas ir apņēmušies vai kam ir pienākums strīdu izšķiršanai ar patērētājiem izmantot vienu vai vairākas SAI vienības, informē patērētājus par SIT platformas pastāvēšanu un par iespēju izmantot SIT platformu strīdu izšķiršanai. Viņi savās tīmekļa vietnēs norāda elektronisku saiti uz SIT platformu un – ja piedāvājums tiek izteikts, izmantojot elektronisko pastu – to norāda minētajā e-pasta vēstulē. Informāciju attiecīgā gadījumā sniedz arī vispārīgajos noteikumos, kas ir piemērojami tiešsaistes pārdošanas un pakalpojumu līgumiem.

Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 19.¹panta pirmajā daļā noteikts, ka pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs informē patērētāju par vienu vai vairākiem centra mājaslapā internetā publicētajā ārpustiesas strīdu risinātāju sarakstā iekļautiem strīdu risinātājiem, kuri risina strīdus attiecīgajā jomā, norādot arī ārpustiesas strīdu risinātāja mājaslapas adresi. Savukārt otrā daļā noteic, ka šā panta pirmajā daļā minēto informāciju pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs sniedz skaidrā, saprotamā un viegli pieejamā veidā savā mājaslapā internetā (ja tāda ir) vai ietver līguma noteikumos (ja tādi ir).

Kā redzams no iepriekš minētajām normām, to tiesiskais mērķis ir aizsargāt patērētājus no negodprātīga komersanta rīcības, padarot saimniecisko darbību atklātu un nostādot patērētāju un komercdarbības īstenotāju vienlīdzīgā savstarpējā stāvoklī attiecībā uz situācijām, ja var rasties strīdi un domstarpības (piemēram, attiecībā uz līguma nosacījumiem, kvalitāti u.c.). Vienlaicīgi jāatzīmē, ka minēto normu mērķis ir aizsargāt arī godīgos komercdarbības īstenotājus no negodīgiem, pretējā gadījumā var notikt tirgus kroplošana. Tādējādi komercdarbības īstenotāji, kas izvairās no attiecīgu prasību ievērošanas, īsteno negodprātīgu komercpraksi.

Tiesību normās ietvertu nosacījumu ievērošana ir būtiska likumdevēja uzstādīto mērķu sasniegšanai, tādējādi, konstatējot tiesību normu pārkāpumu, sabiedrības interesēs ir pēc iespējas nekavējoties pārtraukt tiesību normām neatbilstošu stāvokli.

Kā izriet no lietas materiāliem, laika periodā no 2019.gada 8.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim vietnē Nr.2 nebija sniegta informācija par atteikuma tiesībām un to izmantošanas nosacījumiem, kā arī nebija pieejama atteikuma tiesību veidlapa.

Kā pareizi norādījis centrs, minētā informācija ir uzskatāma par būtisku pirmslīguma informāciju, pirms patērētājs uzņēmies saistības vai piekritis piedāvājumam, un ir neatņemama līguma sastāvdaļa. Šādas informācijas nesniegšana maldina patērētāju un neatbilst profesionālajai rūpībai komercpraksē, jo patērētājs netiek informēts par viņa tiesībām, kā arī netiek informēts par individuāliem nosacījumiem, ar kādiem viņam būs jārēķinās, ja piekritis darījumam. Informācijas neesība patērētāja rīcībā liedz viņam pieņemt apsvērumos balsītu, viņa interesēm atbilstošāko, lēmumu.

Laika periodā no 2019.gada 6.augusta līdz 2019.gada 21.augustam vietnē Nr.1 un vietnē Nr.2 sadaļā „*Kontakti*” nebija uzskatāmi un pastāvīgi pieejamā veidā nodrošināta informācija par pieteicējas nosaukumu (firmu), reģistrācijas numuru un juridisko adresi (*lietas 157.lapas 2.pusē sadaļu „Kontakti”*).

Tiesa atzīst, ka iepriekš minētās informācijas noklusēšana, slēpšana vai padarīšana par viegli nepieejamu liecina, ka komercprakses īstenotājs izvairās no atbildības pret patērētāju, jo rada situāciju, kurā patērētājam komercdarbības īstenotājs ir nesasniedzams. Šāda rīcība maldina patērētāju un neatbilst profesionālajai rūpībai komercpraksē.

Laika periodā no 2019.gada 8.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim pieteicēja vietnē Nr.2 nebija iekļāvusi informāciju par ārpusstiesas strīdu risināšanas kārtību, kā arī nebija iekļauta saite uz Regulā Nr.524/2013 minēto platformu strīdu risināšanai.

Šādas būtiskas informācijas noklusēšana ne tikai neļauj patērētājam pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, bet arī liedz savlaicīgi vai vispār padara par neiespējamu savu tiesību realizēšanu. Tādējādi šādas informācijas nesniegšana patērētājam ir tā maldināšana un neatbilst profesionālajai rūpībai.

Atbilstoši lietas materiāliem, laika periodā no 2019.gada 8.augusta līdz 2020.gada 6.janvārim, vietnē Nr.2 nebija sniegta pietiekama informācija par līguma izbeigšanas tiesībām.

Šādas informācijas neesība patērētāja rīcībā padara viņu mazāk informētu par savām tiesībām. Ja komercprakses īstenotājs šādu situāciju pieļauj, viņš maldina patērētāju un īsteno komercpraksi, kas neatbilst profesionālajai rūpībai.

[8.6] Centrs pieteicējai uzlicis pienākumu trīs mēnešu laikā no Lēmuma spēkā stāšanās brīža mainīt pieteicējas ražoto produktu (ūdens pudeļu) marķējumu, izslēdzot no tā informāciju par ūdens apstrādes tehnoloģiju (strukturēšanu) un kvalitātes zīmi *Bio Water*TM. Centrs pieteicējai uzlicis pienākumu 14 dienu laikā pēc iepriekš minētā termiņa izbeigšanās iesniegt centram rakstveida pierādījumus/informāciju par šo darbību izpildi.

Kā jau tiesa iepriekš konstatēja, centrs pamatoti konstatējis pieteicējas īstenotajā komercdarbībā negodīgu (maldinošu) komercpraksi attiecībā uz patērētājiem piedāvāto produktu „BIO ūdens” (*Memory Water*) un kvalitātes (preču) zīmi *Bio Water*TM.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta astotā daļa noteic, ja uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus. Tai skaitā, ar kuru nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām, (astotās daļas 1.punkts) un ar kuru nosaka komercprakses īstenotājam pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi (astotās daļas 2.punkts).

Tādējādi centrs bija tiesīgs noteikt pieteicējai pienākumu izbeigt konstatēto negodīgo komercpraksi, kas izpaudās konkrētās darbībās, un noteikt pienākumu informēt centru par veiktajām darbībām uzliktā pārkāpuma sasniegšanai.

Vērtējot, vai noteiktais pienākuma termiņš ir samērīgs, tiesa norāda, ka centrs pieteicēju par konstatēto maldinošu komercpraksi informēja jau 2018.gada 26.jūlijā, kad sniedza pieteicējai uzziņu (*lietas 1.sējuma 99. – 103.lapa*). Arī turpmākajā komunikācijā pieteicēja no centra puses ir vairākkārtīgi informēta par konstatēto. Tādējādi līdz 2020.gada 7.decembrim, kad tika pieņemts Lēmums, pieteicēja jau varēja novērst konstatētos pārkāpumus. Līdz ar to Lēmumā noteiktais trīs mēnešu termiņš ir samērīgs. Turklāt, kā izriet no Lēmuma, pieteicējai uzliktais pienākums ir vērstis uz nākotni un ir tiesības tirgū jau laisto produkciju izpārdot. Tādējādi centrs ir ņēmis vērā pieteicējas ekonomiskās intereses, samazinot iespējamus pieteicējas zaudējumus.

Arī attiecībā uz 14 dienu termiņu norādāms, ka tas ir samērīgs, lai informētu centru par paveikto.

[8.7] Ar lēmumu pieteicējai uzlikta soda nauda 15 000 euro apmērā.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.pants paredz dažādus līdzekļus, ko uzraugošā iestāde var izmantot, konstatējot negodīgu komercpraksi, tostarp uzlikt naudas sodu. Minētā likuma 15.²panta pirmā daļa noteic, ka uzraudzības iestāde ir tiesīga par negodīgu komercpraksi uzlikt komercprakses īstenotājam soda naudu līdz 10 procentiem no tā pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma, bet ne vairāk kā 100 000 euro. Soda naudas apmērs ir nosakāms samērīgs ar izdarīto pārkāpumu, ņemot vērā komercprakses īstenotāja veiktos pasākumus pārkāpuma novēršanai un zaudējumu atlidzināšanai.

Centrs pieteicējai ir uzlicis soda naudu 15 000 euro apmērā, jo tā veikusi negodīgu komercpraksi, maldinot patērētājus.

Kā izriet no Lēmuma, tad soda naudas apmēra noteikšanā centrs ir ņēmis vērā pārkāpuma smagumu, veidu, raksturu un izdarīšanas apstākļus, kā arī apjomu. Vienlaikus soda noteikšanā ir ticis ņemts vērā arī tas, ka pieteicēja ir veikusi labprātīgas darbības dažu centra konstatēto pārkāpumu novēršanu, bet kopumā negodīga komercprakse tiek turpināta.

Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.²panta pirmā daļa noteic, ka soda naudas apmērs nosakāms līdz 10% no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma. Kā redzams no Lēmuma, tad pieteicējai soda nauda aprēķināta 1,16% apmērā no 2019.gada finanšu neto apgrozījuma un 31,59% apmērā no maksimāli iespējamās soda naudas.

Tiesa atzīst, ka centrs pareizi Lēmumā ir secinājis, ka šāds soda apmērs ir samērīgs un atbilstošs pārkāpumam un tā ietekmei uz patērētāju kolektīvajām interesēm.

[9] Attiecībā uz pieteicējas pieteikumā norādīto par politiskajiem aspektiem un pārliecībām, tiesa norāda, ka tiem lietā nav nozīmes, jo konkrētajā tiesvedībā ir pārbaudāms, vai pieteicējas komercprakse atbilst vai neatbilst profesionālajai rūpībai, un vai pieteicēja ir pieļāvusi patērētāju maldināšanu.

[10] Atbilstoši administratīvo tiesu judikatūrai, kas veidojusies, ievērojot arī Eiropas Cilvēktiesību tiesas praksi, tiesai ir pienākums argumentēt spriedumus, bet tas nav saprotams kā prasība detalizēti atbildēt uz jebkuru argumentu. Tiesnešiem ir jāuzklausa argumenti, bet viņiem nav pienākums detalizēti atrunāt jebkuru iesniegumu vai skaidri atbildēt uz jebkuru paskaidrojumu. Tiesai ir atļauts izvērtēt argumentus, kurus tā uzskata par nozīmīgiem no tiesību viedokļa. Tikai tad, ja tiesa nav analizējusi kādu būtisku vai izšķirošu argumentu, ir konstatējams pārkāpums. Tas, cik daudz spriedums ir jāargumentē, atkarīgs no lietas apstākļiem (*sk. Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2006.gada 12.septembra sprieduma lietā Nr.SKA-280/2006 8.punktu*).

Ņemot vērā minēto, tiesa, pamatojoties uz procesuālās ekonomijas principu, neanalizē pārējos lietas materiālos ietvertos apsvērumus, jo tie nevar ietekmēt tiesas nolēmumu pēc būtības.

[11] Ņemot vērā iepriekš secināto, tiesa atzīst Lēmumu par tiesisku.

[12] Kā izriet no pieteikuma un tiesas sēdē pieteicējas pilnvarotā pārstāvja apliecinātā (*lietas 3.sējuma 117.lapas 2.puse – 118.lapa; sk. 2021.gada 26.maija audio protokolu [00:34:15` – 00:42:06`]*), pieteicēja vēlas, lai tiesa uzlikt par pienākumu centram atlidzināt pieteicējai nodarīto nemateriālo kaitējumu 250 000 euro apmērā.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 92.pantu ikviens ir tiesīgs prasīt atbilstīgu atlidzinājumu par mantiskajiem zaudējumiem vai personisko kaitējumu, arī morālo kaitējumu, kas viņam nodarīts ar administratīvo aktu vai iestādes faktisko rīcību.

Prasījums par atlidzinājumu nav patstāvīgs prasījums tādā ziņā, ka persona var prasīt nevis atlidzinājumu par jebkuru kaitējumu, bet tikai atlidzinājumu par tādu kaitējumu, kas nodarīts ar administratīvo aktu, tā izpildi vai faktisko rīcību (*sk. Briede J. 92.panta komentārs. Grām.: Administratīvā procesa likuma komentāri. A un B daļa. Briede J. (Zin.red.) Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2013, 914.lpp., 6.punktu*).

Tā kā tiesa nav konstatējusi Lēmuma pretprettiesiskumu, nav pamata apmierināt pieteicēja pieteikumu daļā par nemantiskā kaitējuma atfidzināšanu.

[13] Tādējādi, ņemot vērā visu iepriekš minēto, tiesa atzīst, ka pieteicējas pieteikums pilnībā ir noraidāms.

Rezolutīvā daļa

Ņemot vērā iepriekš konstatēto un pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246. – 251.pantu, 285.panta otro daļu un 289. – 291.pantu, Administratīvā rajona tiesa

nolēma

noraidīt pieteicējas SIA „Memory Water” lūgumu par Vācijas/Šveices uzņēmuma /pers. P/ pieaicināšanu lietā trešās personas statusā.

noraidīt biedrības „Veselīgās pārtikas asociācija” lūgumu par tās pieaicināšanu lietā trešās personas statusā.

pilnībā noraidīt SIA „Memory Water” pieteikumu par Patērētāju tiesību aizsardzības centra 2020.gada 7.decembra lēmuma Nr.22-pk atcelšanu un pienākuma uzlikšanu Patērētāju tiesību aizsardzības centram atfidzināt pieteicējai nemantisko kaitējumu 250 000 *euro* apmērā.

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

Tiesnese

A.Karmīte