NORAKSTS
Lieta Nr.142168211
1-0899-12/17

SPRIEDUMS
Latvijas tautas vārdā

Rīgā 2012.gada 3.maijā

Administratīvā rajona tiesa
šādā sastāvā: tiesnese D.Makarova,

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz SIA „EUROAPTIEKA" pieteikumu par Veselības inspekcijas 2011.gada 3.marta lēmuma Nr.1.4-2/3098/15 atcelšanu.

Aprakstošā daļa

[1] Veselības inspekcijas (turpmāk – Inspekcija) Zāļu kontroles nodaļas inspektors 2011.gada 10.janvārī pieņēma lēmumu Nr.H29 AL001656, kurā konstatēja, ka pieteicējas SIA „EUROAPTIEKA" Aptiekas-16, */adrese/,* elektroniskā kases aparāta čekā (čeks Nr.00184290 un pielikums Nr.00184291) par zāļu „Ibumetin" un „Bronchial balsam" iegādi tiek piedāvāta 35% atlaide uztura bagātinātāja „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30" iegādei pieteicējas aptiekās. Tā rezultātā patērētājam var rasties priekšstats, ka konkrētā atlaide ir piešķirta tieši par zāļu iegādi un atkārtotas atlaides iegūšanai uztura bagātinātāja iegādei būs atkal jāpērk zāles, kas varētu veicināt nepamatotu zāļu lietošanu. Tādējādi tiek pārkāptas Ministru kabineta 2007.gada 6.marta noteikumu Nr.167 „Zāļu reklamēšanas kārtība un kārtība, kādā zāļu ražošanas uzņēmums ir tiesīgs nodot ārstiem bezmaksas zāļu paraugus" (turpmāk – Noteikumi Nr.167) 5.punkta prasības, par ko paredzēta atbildība Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 46.[1] panta septītajā daļā. Par izdarīto pārkāpumu pieteicējai uzlikts naudas sods tūkstoš lati.

Ar Inspekcijas 2011.gada 3.marta lēmumu Nr.1.4-2/3098/15 (turpmāk – pārsūdzētais lēmums) Inspekcijas Zāļu kontroles nodaļas inspektora 2011.gada 10.janvāra lēmums Nr.H29 AL001656 atstāts negrozīts. Pārsūdzētajā lēmumā norādīti šādi argumenti:

[1.1] Pieteicēja uzskata, ka klients par iespēju iegādāties uztura bagātinātāju „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30" ar 35% atlaidi uzzināja tikai pēc norēķinu veikšanas, un tas nekādi nevarēja ietekmēt klienta lēmumu par aptiekas apmeklēšanu un sev vajadzīgās preces iegādāšanos. Konkrētajā gadījumā netiek apspriesta klienta vēlme iegādāties aptiekas lojalitātes programmas ietvaros izplatīto preci, bet gan tiek vērtēta reklāma kā process.

[1.2] Ņemot vērā Reklāmas likuma 1.pantu, Eiropas Padomes 1984.gada 10.septembra Direktīvu 84/450/ EKK par dalībvalstu un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu, reklāma definēta kā priekšstata veidošana jebkurā veidā saistībā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu, kā arī speciālo literatūru. Līdz ar to secināms, ka pieteicējas aptiekā veiktais piedāvājums iegādāties preci ir informācijas izplatīšanas pasākumu kopums, kura mērķis ir rosināt patērētāju patērēt konkrētu preci, un šādā veidā veicināt konkrētas preces noietu.

[1.3] Kases čekā minētā iespēja iegādāties preci ar atlaidi nav uztverama kā informācija, jo informācijas atbilstību Reklāmas likuma 1.pantam, galvenokārt, nosaka tās mērķis, nevis sniegšanas iemesls. Konkrētajā gadījumā no reklāmas teksta nekādā veidā neizriet, ka tai ir vienīgi informatīvs raksturs. Tieši pretēji, informācija veidota atbilstoši pašreklāmas veidošanas praksei, ko apstiprina reklāmas pasniegšanas veids un saturs. Tādējādi izplatītā informācija par konkrētas atlaides piešķiršanu noteiktai precei, ņemot vērā tās saturu un pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

[1.4] Savukārt pieteicēja ir uzskatāma par reklāmas devēju, tāpēc atbilstoši Reklāmas likuma 10.panta otrajai daļai ir atbildīga par Noteikumu Nr.167 5.punkta prasību ievērošanu.

[1.5] Nav pamatots pieteicējas arguments, ka pieņēmums par patērētāja varbūtējo domāšanas gaitu ir ar zemu ticamību un nevar būt pamats lēmuma par administratīvā soda piemērošanu izdošanai. Pamats lēmuma izdošanai nebija patērētāja varbūtējā domāšanas gaita, bet gan veiktais pārkāpums, tā raksturs un veids.

[1.6] Uzliekot administratīvo sodu, Inspekcija vadījās nevis no augstāk stāvošas iestādes norādījumiem, kā to uzskata pieteicēja, bet gan lietas faktiskajiem apstākļiem, izvērtējot tos atbilstoši tiesību normu prasībām.

[1.7] Uzliktais sods tūkstoš latu apmērā ir pamatots un atbilstošs, jo pieņemts, ņemot vērā, ka pieteicēja neatzīst savu vainu, neapzinās izdarītā pārkāpuma smagumu un ar savu rīcību norāda uz vēlmi izvairīties no atbildības. Piemērotajam sodam vajadzētu atturēt gan pieteicēju, gan citas personas turpmāk izdarīt administratīvos pārkāpumus.

[2] Nepiekrītot pārsūdzētajam lēmumam, pieteicēja vērsās administratīvajā tiesā, lūdzot to atcelt. Pieteikumā norādīti šādi apsvērumi un argumenti:

[2.1] Inspekcijas ieskatā par aptiekā veiktu zāļu pirkumu tiek piedāvāta 35% atlaide uztura bagātinātājam „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30". Tomēr iespēja iegādāties uztura bagātinātāju „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30" ar 35% atlaidi tika piešķirta katram klientam, pieteicējas lojalitātes programmas „Medus karte" īpašniekam, neatkarīgi no klienta veiktā pirkuma rakstura un tikai pēc klienta norēķināšanās par iegādāto preci. Pieteicēja vienādi un individuāli komunicēja ar katru lojalitātes programmas „Medus karte" dalībnieku neatkarīgi no pirkuma rakstura. Pieteicējas mērķis nebija apbalvot, dāvināt vai citādi pateikties pircējam par kāda konkrēta produkta iegādi.

[2.2] Sākotnējā lēmuma pieņemšanā izmantots Veselības ministrijas 2010.gada 24.novembra vēstulē Nr.17174 norādītais, ka klientu lojalitātes programmas ietvaros izmantotā atlaides piešķiršana uztura bagātinātāja iegādei automātiski (pēc noklusējuma) saturētu mērķi veicināt zāļu pieprasījumu un palielināt zāļu realizācijas apjomu. Veselības ministrija paskaidrojusi, ka Noteikumu Nr.176 5.punktā noteiktais aizliegums attiecas gan uz konkrētu medikamentu, gan uz zālēm kā kopumu. Šāda vēstule nav normatīvais akts un nedrīkst tikt interpretēta tā, ka pie jebkuriem faktiskajiem apstākļiem komersanta rīcība būtu vērtējama kā prettiesiska.

[2.3] Inspekcija nav pamatojusi, kāpēc pieteicējas rīcība pakļaujas Noteikumu Nr.167 regulējumam. Konkrētā gadījumā lojalitātes programmas dalībnieka identificēšana un viņa informēšana par iespēju iegādāties uztura bagātinātāju ar atlaidi neietver mērķi veicināt zāļu izrakstīšanu, jo zāles izraksta ārsti un klients iegādājas un lieto to, ko nozīmējis ārsts. Konkrētā situācija neietver piegādes veicināšanas mērķi, jo piegāde ir attiecības starp aptieku un zāļu lieltirgotavu vai aptieku un zāļu ražotāju vai ražotāju un zāļu lieltirgotavu.

[2.4] Arī tad, ja informācijas sniegšana lojalitātes programmas dalībniekam par atlaidi iegādājoties uztura bagātinātāju, varētu tikt vērtēta kā uztura bagātinātāja reklāma Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, no tā neizriet, ka tā vienlaikus būtu vērtējama arī kā zāļu reklāma.

[2.5] Inspekcijas viedoklis, ka lietas būtība nav reklamētais produkts – zāles vai uztura bagātinātājs –, bet gan pats reklāmas process pārsniedz Administratīvā procesa likuma 17.pantā ietvertās tiesību normu interpretācijas robežas un ir ielaušanās likumdevēja darbības sfērā. Proti, reklāmas definēšana nevis atkarībā no reklamētās preces vai pakalpojuma veida, bet norises procesa kā kopuma, ir neatbilstoša Inspekcijas kompetencei.

[3] Inspekcija tiesai iesniegtajos rakstveida paskaidrojumos norāda, ka pieteikums ir nepamatots un noraidāms, pamatojoties uz pārsūdzētajā lēmumā minētajiem argumentiem.

[4] Administratīvā procesa likuma 114.panta pirmā daļa noteic, ja lietā esošie dokumenti ir pietiekami un tam rakstveidā piekritis pieteicējs (..), tiesa var izspriest lietu bez tiesas sēdes (rakstveida procesā). Tā kā pieteicēja ir piekritusi lietas izskatīšanai rakstveida procesā *(lietas 10.lapa),* un lietā esošie dokumenti ir pietiekami, tiesa atzīst, ka lietu ir iespējams izspriest rakstveida procesā.

Motīvu daļa

[5] Pieteicēja saukta pie administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 46.[1] panta septīto daļu par Noteikumu Nr.167 5.punkta pārkāpumu.

[6] Noteikumu Nr.167 5.punkts noteic, ka ir aizliegta tāda zāļu reklāma, kurā zāles tiek piedāvātas kā dāvana vai kompensācija par kādas preces iegādi vai pakalpojuma saņemšanu vai kurā tiek piedāvāta dāvana par zāļu iegādi, tajā skaitā ar zāļu iegādi saistīts piedāvājums iegādāties zāles, citas preces vai pakalpojumus ar atlaidi. Savukārt saskaņā ar LAPK 46.[1] panta septīto daļu par zāļu reklāmas noteikumu pārkāpšanu juridiskām personām uzliek naudas sodu no tūkstoš līdz desmittūkstoš latiem.

Tātad, lai pieteicēju varētu saukt pie atbildības saskaņā ar norādīto tiesību normu, nepieciešams konstatēt, ka, pirmkārt, pieteicēja ir reklamējusi zāles, otrkārt, pieteicēja ir pārkāpusi zāļu reklāmas noteikumus.

[7] Pieteicējas saukšanas pie administratīvās atbildības pamats ir Inspekcijas rīcībā nonākušais pieteicējas elektroniskā kases aparāta čeks *(lietas 13.lapa),* kurā norādīts, ka pieteicēja ir pārdevusi zāles „Ibumetin" un „Bronchial balsam" un kurā tiek piedāvāta 35% atlaide produktam „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30".

Inspekcijas ieskatā minētais čeks apliecina gan to, ka pieteicēja ir reklamējusi zāles, gan to, ka pieteicēja ir pārkāpusi zāļu reklamēšanas noteikumus, konkrēti – Noteikumu Nr.167 5.punktu.

Tiesa turpmāk norādīto apsvērumu dēļ šādam Inspekcijas secinājumam nepiekrīt.

[8] Kā norādīts iepriekš, atbilstoši Noteikumu Nr.167 5.punktam par aizliegtu zāļu reklāmu uzskatāma tāda reklāma, kurā tiek piedāvāta dāvana par zāļu iegādi, tostarp ar zāļu iegādi saistīts piedāvājums iegādāties citas preces ar atlaidi.

Tā kā atbilstoši pieteicējas elektroniskā kases aparāta čekam pieteicēja par zāļu iegādi ir piedāvājusi iegādāties citu preci ar 35% atlaidi, pirmšķietami varētu secināt, ka pieteicējas rīcībā ir konstatējams Noteikumu Nr.167 5.punkta pārkāpums. Taču tiesas ieskatā minētā tiesību norma interpretējama kopsakarā ar citām šo noteikumu un citu normatīvo aktu tiesību normām.

[9] Saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.

Tātad reklāma ir darbība publikas uzmanības pievēršanai konkrētai precei vai pakalpojumam, un tās mērķis ir ietekmēt patērētāja izvēli. Citiem vārdiem, kā pareizi norāda Inspekcija, reklāmas kā darbības vai materiāla mērķis ir pārliecināt vai rosināt cilvēkus patērēt noteiktu produktu, pakalpojumu, popularizēt kādu ideju vai indivīdu.

Ar pieteicējas izsniegto elektroniskā kases aparāta čeku patērētājam tiek piedāvāta 35% atlaide produktam „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30". Čekā norādīts, ka ar vienu čeku var saņemt vienu produktu, čeks jāuzrāda un jāatdod farmaceitam.

No minētā secināms, ka pieteicēja patērētājam piedāvā iespēju ar izdevīgākiem nosacījumiem iegādāties produktu „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30", tātad patērētāja uzmanība tiek pievērsta tieši produktam „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30", rosinot patērētāju iegādāties šo produktu un attiecīgi to lietot, patērēt.

Lietā nav strīda, ka produkts „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30" ir atzīstams nevis par zālēm, bet gan par uztura bagātinātāju. Tas izriet arī no Farmācijas likuma 1.panta 17.punkta, saskaņā ar kuru zāles ir jebkura viela vai vielu salikums, kas uzrāda īpašības, kuras vajadzīgas, lai ārstētu cilvēku un dzīvnieku slimības vai veiktu šo slimību profilaksi, kā arī jebkura viela vai vielu salikums, ko var izmantot vai ievadīt cilvēkiem vai dzīvniekiem vai nu ar mērķi atjaunot, uzlabot vai pārveidot fizioloģiskās funkcijas, izraisot farmakoloģisku, imunoloģisku vai metabolisku iedarbību, vai noteikt medicīnisko diagnozi. Savukārt uztura bagātinātāji ir pārtikas produkti, un kā norādīts Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (EK) Nr. 178/2002 2.pantā, pārtika (jeb pārtikas produkts) ir jebkura apstrādāta, daļēji apstrādāta vai neapstrādāta viela vai produkts, kas paredzēts cilvēkiem uzturam vai ko saprātīgi paredzamos apstākļos cilvēki varētu lietot uzturā.

Ievērojot minēto, tiesa secina, ka pieteicēja, piedāvājot patērētājam ar 35% atlaidi iegādāties produktu „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30", ir veicinājusi pieprasījumu tieši pēc šā produkta jeb pēc uztura bagātinātāja, nevis pēc zālēm, tādējādi pieteicēja šādas darbības rezultātā ar zāļu reklāmu nav nodarbojusies.

[10] Tiesa nepiekrīt Inspekcijas viedoklim, ka patērētājam, kurš par zāļu „Ibumetin" un „Bronchial balsam" iegādi saņem pieteicējas izsniegtu čeku, kurā norādīts, ka patērētājam tiek piedāvāta 35% atlaide citas preces iegādei, var rasties priekšstats, ka šīs atlaides īstenošanai nepieciešams vēlreiz iegādāties attiecīgās zāles, proti, „Ibumetin" un „Bronchial balsam".

No lietā esošā pieteicējas elektroniskā kases aparāta čeka šāds secinājums neizriet. Tieši pretēji – atbilstoši tajā norādītajai informācijai secināms, ka patērētājam, lai uztura bagātinātāju „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30" saņemtu ar 35 % atlaidi, ir pietiekoši tikai uzrādīt un atdot farmaceitam attiecīgo čeku. Respektīvi, čekā šādas atlaides izmantošanai netiek izvirzīta prasība papildus (vēl reiz) iegādāties zāles „Ibumetin" un „Bronchial balsam". Turklāt, kā norāda pieteicēja un ko neapstrīd Inspekcija, pieteicēja iespēju uztura bagātinātāju iegādāties ar 35% atlaidi, ir piedāvājusi ikvienam pieteicējas lojalitātes programmas „Medus Karte" īpašniekam neatkarīgi no veiktā pirkuma rakstura.

[11] Atbilstoši reklāmas definīcijai un reklāmas būtībai reklāma uz patērētāju iedarbojas tajā brīdī, kad tā tiek uzlūkota. Tas nozīmē, ka vispirms patērētājs uzlūko konkrēto reklāmu, kas reklamē kādu produktu, un tikai pēc tam iegādājas un patērē šo produktu, kas ir vērtējams kā reklāmas sekas.

Noteikumu Nr.167 6.punkts noteic, ka reklāmā sniegtajai informācijai ir jāatbilst zāļu aprakstā norādītajām ziņām, tai ir jābūt objektīvai un tā nedrīkst pārspīlēt zāļu īpašības, reklāma nedrīkst būt maldinoša. Saskaņā ar šo noteikumu 14.punktu sabiedrībai paredzēto zāļu reklāmu sagatavo tā, lai nerastos šaubas, ka izplatītā informācija ir reklāma un

reklamētais produkts ir zāles. Savukārt atbilstoši šo noteikumu 16.punktam sabiedrībai paredzētajā zāļu reklāmā norāda vismaz šādu informāciju: zāļu nosaukumu, kā arī normatīvajos aktos par zāļu marķēšanas kārtību un zāļu lietošanas instrukcijai izvirzāmajām prasībām noteikto vispārīgo nosaukumu, ja zāles satur tikai vienu aktīvo vielu; informāciju, kas nepieciešama pareizai zāļu lietošanai; skaidru un salasāmu aicinājumu uzmanīgi izlasīt lietošanas instrukciju vai atbilstošu informāciju uz iepakojuma; aicinājumu konsultēties ar ārstu vai farmaceitu par zāļu lietošanu; brīdinājumu „Zāļu nepamatota lietošana ir kaitīga veselībai".

No lietā esošā pieteicējas elektroniskā kases aparāta čeka redzams, ka tajā nav ietverta jebkāda iepriekš norādītā informācija, kas attiektos uz zālēm „Ibumetin" un „Bronchial balsam". Tāpat Inspekcija nav konstatējusi, ka pieteicēja citā veidā un formā (ārpus kases čeka) būtu informējusi patērētājus par norādītajām zālēm, to pareizu lietošanu un citām ziņām (kuras atbilstoši Noteikumiem Nr.167 nepieciešams norādīt, reklamējot zāles), vienlaikus par šo zāļu iegādi piedāvājot iespēju iegādāties uztura bagātinātāju „Kalcijs – Magnijs – Cinks Forte N30" ar 35% atlaidi.

Turklāt, kā norāda pieteicēja un ko neapstrīd Inspekcija, patērētājs iepriekš par 35% atlaides piešķiršanu uztura bagātinātājam, iegādājoties jebkuru produktu, netika informēts – patērētājs par šādu iespēju uzzināja tikai pēc tam, kad iegādājās kādu produktu un saņēma par to čeku. Respektīvi, patērētājs informāciju par to, ka attiecīgo uztura bagātināju ir iespējams iegādāties ar izdevīgākiem nosacījumiem, ieguva tikai pēc konkrētas darbības pabeigšanas, proti, pēc konkrēta pirkuma veikšanas. Līdz ar to ir nepamatots Inspekcijas viedoklis, ka patērētājs tika rosināts iegādāties zāles „Ibumetin" un „Bronchial balsam", lai iegūtu iespēju uztura bagātinātāju iegādāties ar 35% atlaidi.

Ievērojot norādītos apstākļus, tiesa nekonstatē, ka pieteicēja, pārdodot patērētājiem zāles „Ibumetin" un „Bronchial balsam" un piedāvājot atlaidi par uztura bagātinātāja iegādi, būtu reklamējusi norādītās zāles un attiecīgi – pārkāpusi Noteikumu Nr.167 5.punkta prasības.

[12] Tiesa nepiekrīt pārsūdzētajā lēmumā norādītajam, ka izskatāmajā lietā nav būtiski, kāds produkts tiek reklamēts, proti, zāles vai uztura bagātinātājs, bet gan būtisks ir pats norises process kā kopums, respektīvi, reklāma kā process, kas tiek vērtēts atbilstoši tās specifikai kā zāļu reklāmas process.

Kā tiesa norādīja jau iepriekš, lai personu varētu saukt pie atbildības saskaņā ar LAPK 46.[1] panta septīto daļu, nepieciešams konstatēt, ka persona ir reklamējusi zāles, pārkāpjot to reklamēšanas noteikumus. Tātad atbildība tiek paredzēta tieši par zāļu reklamēšanas noteikumu pārkāpšanu. Savukārt tas nozīmē, ka ir būtiski, kādu tieši produktu persona (šajā gadījumā – pieteicēja) reklamē.

Tas izriet arī no Inspekcijas piemēroto Noteikumu Nr.167 2.punkta, kurš noteic, ka šie noteikumi attiecas uz jebkura veida paziņojumu un pasākumu, ja tā mērķis ir veicināt zāļu izrakstīšanu, piegādi, pārdošanu vai lietošanu.

Tā kā tiesa iepriekš nekonstatēja, ka pieteicēja atbilstoši kases čekam, pamatojoties uz kuru Inspekcija pieņēmusi lēmumu par pieteicējas saukšanu pie administratīvās atbildības, būtu reklamējusi zāles, veicinot to pārdošanu, lietošanu un tādējādi pārkāpjot zāļu reklamēšanas noteikumus, tiesa secina, ka pieteicēja pie administratīvās atbildības saukta nepamatoti, jo pieteicējas rīcībā nav saskatāms LAPK 46.[1] panta septītajā daļā paredzētais administratīvais pārkāpums. Līdz ar to pārsūdzētais lēmums ir atceļams, un administratīvā pārkāpuma lieta saskaņā ar LAPK 239.panta 1.punktu ir izbeidzama, jo notikumā nav administratīvā pārkāpuma sastāva.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246.-251.pantu, 289.-291.pantu, Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 286.panta pirmās daļas 3.punktu, tiesa

nosprieda:

atcelt Veselības inspekcijas 2011.gada 3.marta lēmumu Nr.1.4-2/3098/15 par SIA „EUROAPTIEKA" (reģistrācijas Nr.40003558181) saukšanu pie administratīvās atbildības saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 46.[1] panta septīto daļu un izbeigt administratīvā pārkāpuma lietvedību.

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

Tiesnese (paraksts) D.Makarova

NORAKSTS PAREIZS
Administratīvās rajona tiesas

tiesnese_____ D.Makarova
Rīgā 2012.gada 3.maijā