

## S P R I E D U M S

Rīgā 2009.gada 18.jūnijā

Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departaments šādā sastāvā:

tiesas sēdes priekšsēdētājs senators J.Neimanis  
senators A.Guļāns  
tiesnese V.Kakste

piedaloties atbildētājas Latvijas Republikas pusē pieaicinātās iestādes Konkurences padomes pārstāvei Marikai Gruntei-Bukai,

atklātā tiesas sēdē izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz sabiedrības ar ierobežotu atbildību „L`Oreal Baltic” pieteikumu par Konkurences padomes 2006.gada 28.jūnija lēmuma Nr.E 02-64 atcelšanu daļā un labvēlīga administratīvā akta izdošanu, sakarā ar sabiedrības ar ierobežotu atbildību „L`Oreal Baltic” kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2008.gada 12.novembra spriedumu.

### **Aprakstošā daļa**

[1] 2005.gada 10.novembrī pieteicēja sabiedrība ar ierobežotu atbildību „L`Oreal Baltic” iesniedza Konkurences padomē iesniegumu par to, ka trešā persona sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Henkel Latvia” ir pārkāpusi Konkurences likuma 18.panta otro daļu un trešās daļas 2.punktu, kuri izpaudušies kā godīgas saimnieciskās darbības paražas pārkāpšana, tas ir, pieteicējas likumīgi lietotas atšķirības zīmes – matu krāsas iepakojuma – atdarināšana, kas var maldināt par tirgus dalībnieka identitāti.

[2] Ar Konkurences padomes 2006.gada 28.jūnija lēmumu Nr.E02-64 trešajai personai aizliegts Latvijas Republikas teritorijā realizēt *Schwarzkopf Palette* šķipsnu balinātāju *Color Effect* lēmumā konstatētajā iepakojumā, uzlikts par pienākumu trešajai personai izņemt no apgrozījuma tirdzniecībā Latvijas Republikā *Schwarzkopf Palette* šķipsnu balinātāju *Color Effect* lēmumā konstatētajā iepakojumā un uzlikts naudas sods.

[3] Pieteicēja pārsūdzēja Administratīvajā rajona tiesā Konkurences padomes 2006.gada 28.jūnija lēmumu Nr.E02-64 daļā, ar kuru netika apmierināts pieteicējas 2005.gada 10.novembra iesniegumā ietvertais lūgums konstatēt, ka trešās personas darbības, realizējot *Palette* matu krāsu *Permanent Natural Colors* ar nosaukumu un iepakojumā, kas atdarina *Garnier* matu krāsu *Color Naturals* nosaukumu un iepakojumu, atbilst Konkurences likuma 18.panta otrajā daļā un trešās daļas 2.punktā noteiktās negodīgās konkurences pazīmēm, un aizliegt trešajai personai realizēt *Palette* matu krāsu *Permanent Natural Colors* zem šāda nosaukuma un iepakojumā, kas atdarina *Garnier* matu krāsas *Color Naturals* iepakojumu un nosaukumu. Pieteicēja iesniegusi prasījumu par labvēlīga administratīvā akta izdošanu, prasot uzlikt par pienākumu Konkurences padomei izdot lēmumu, kurā tiktu konstatēts pārkāpums trešās personas darbībās, realizējot *Palette* matu krāsu *Permanent Natural Colors* ar nosaukumu un iepakojumā, kas atdarina *Garnier* matu krāsas *Color Naturals* nosaukumu un iepakojumu, pārkāpjot Konkurences likuma 18.panta pirmo, otro un trešo daļu un aizliegt trešajai personai realizēt *Palette* matu krāsu *Permanent Natural Colors* zem šāda nosaukuma un iepakojumā, kas atdarina *Garnier* matu krāsas *Color Naturals* iepakojumu un nosaukumu.

[2] Ar Administratīvās rajona tiesas 2007.gada 22.oktobra spriedumu pieteicējas pieteikums noraidīts.

[3] Ar Administratīvās apgabaltiesas 2008.gada 12.novembra spriedumu pieteicējas pieteikums noraidīts. Tiesas spriedums pamatots ar tālāk norādītajiem argumentiem.

[3.1] Lietā nav strīda par faktiskiem apstākļiem, bet gan par Konkurences padomes tiem piešķirto vērtējumu saskaņā ar Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktu. Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkts nosaka negodīgas

konkurences aizliegumu, kura var izpausties „[...] darbībās, ja to rezultātā ir radusies vai varētu rasties konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana: cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšana, preču zīmes izmantošana, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi.” Pieteicēja uzskata, ka trešās personas Latvijā izplatītās *Palette* matu krāsas *Permanent Natural Colors* iepakojums jeb apstrīdētais iepakojums atdarina pieteicējas Latvijā izplatītās *Garnier* matu krāsas *Color Naturals* iepakojumu jeb pieteicējas iepakojumu, tādējādi pārkāpjot Konkurences likumā noteikto konkurences aizliegumu attiecībā uz iepakojuma atdarināšanu. Tādējādi tiesai ir jāpārbauda, vai Konkurences padomes pieņemtais lēmums ir tiesisks un pamatots, tajā skaitā – vai atbildētājs pareizi konstatējis pieteicējas iepakojuma un apstrīdētā iepakojuma atšķirības.

[3.2] Tiesa konstatē, ka pārsūdzētais lēmums izdots, ievērojot procesuālos un formālos priekšnoteikumus, kā arī atbilst tajā norādītajām tiesību normām. Tiesa arī konstatē, ka izdodot lēmumu, ir ievērota lietas piekritība, persona ir uzklausīta, aktā ir atspoguļots pieteicējas un trešās personas viedoklis, aktā ir norāde uz piemērotām tiesību normām, izdarīti lietderības apsvērumi, norādīta pārsūdzības kārtība.

[3.3] Tiesa par nepamatotu uzskata pieteicējas viedokli, ka atbildētājam bija pienākums ņemt vērā mārketinga lietpratējas atzinumu, ko sniegusi SIA „Skaistums Haarekosmetik”, Londa produktu menedžere, jo produktu menedžere lietā nav tikusi pieaicināta kā neatkarīga eksperte atzinuma sniegšanai. Atbildētājs, uzklausot minēto personu, ir veicis informācijas iegūšanu saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 59.pantu.

[3.4] Tiesas ieskatā pamatots ir trešās personas un atbildētāja viedoklis par zaļās krāsas izmantošanu reklāmā, tajā skaitā, arī pieteicējas iepakojumā. Zaļās krāsas tonis, kas izmantots apstrīdētajā iepakojumā atbilst pieteicējas iepakojumā lietotajam, taču lietā nav pierādījumu, kas tas būtu patentēts attiecībā pret konkrēto izstrādājumu, ko realizē pieteicēja. Turklāt pamatots ir trešās personas apgalvojums, kas apstiprināts ar lietā esošiem pierādījumiem, ka pieteicējas izplatītās produkcijas *Garnier* reklāmās zaļā krāsa tiek lietota galvenokārt attiecībā uz citu produktu grupu, t.i., matu kopšanas līdzekļiem (šampūni, balzāmi, matu maskas u.tml.) un citu mērķauditoriju – jauniešiem. Nenoliedzami, arī matu krāsu iepakojumos pieteicēja lieto zaļo krāsu, taču nav pamata to uzskatīt par dominējošu.

[3.5] Tiesa par pamatotu uzskata atbildētāja viedokli, ka pieteicējas iepakojumā pamatkrāsa ir baltā, savienojumā ar oranžo un zaļo, bet apstrīdētajā iepakojumā dominē zaļā krāsa. Tiesa šādu konstatējumu izdarījusi, vērtējot kopskatā lietiskos pierādījumus, tajā skaitā arī lietas materiālos esošās fotogrāfijas, kas iegūtas dažādās tirdzniecības vietās. Salīdzinot fotoattēlos fiksētās trešās personas realizētās preces apstrīdētajā iepakojumā ar pieteicējas realizēto preču iepakojumu, veidā, kādā tās tiek pasniegtas patērētājiem, ir konstatējama uzkrītoša zaļās krāsas dominēšana trešās personas jeb apstrīdētajā iepakojumā attiecībā pret blakus esošo pieteicējas iepakojumu, kam iepakojums ir gaišāks baltās krāsas izmantošanas dēļ. Minētais nonāk pretrunā ar pieteicējas viedokli, ka Konkurences padome vērtējusi tikai abu iepakojumu detaļas, bet nav ņēmusi vērā kopiespaidu. Nav noliedzams, ka gan pieteicējas, gan trešās personas realizēto preču iepakojumos ir zaļā, baltā, oranžā, dažādi sārtie toņi, tomēr šīs atsevišķās detaļas neietekmē pirmo kopiespaidu.

[3.6] Tiesa par pamatotu uzskata atbildētāja viedokli, ka noturīgās matu krāsas ir prece ar īpašu mērķauditoriju. Tās iegādājas pircēji, lai iegūtu konkrētu rezultātu, t.i., konkrētu un sev patīkamu matu toni. Ja ņem vērā, ka noturīgās matu krāsas lietošanas rezultāts ir ilgstošs un matu ietekme var būt arī neatgriezeniska, ir pamats uzskatīt, ka pircēji šādas preces izvēlei velta pietiekami ilgāku laiku nekā izvēloties ikdienas pārtikas vai saimniecības preces. Attiecīgi samazinās arī šo personu iespēja sajaukt pieteicējas un trešās personas preces kā līdzīgas. Tāpat par pietiekamu akcentu apstrīdētajā iepakojumā uzskatāms trešās personas zīmols *Palette*, kas izvietots apstrīdētā iesaiņojuma augšpusē un ir labi pamanāms, aizņemot vismaz 30 procentus no apstrīdētā iepakojuma priekšējās jeb frontālās daļas un tā atainošanai izmantotajiem melnajiem burtiem. Atšķirībā no pieteicējas pārstāvētā zīmola *Garnier*, kas izvietots pieteicējas iesaiņojuma apakšpusē ar baltiem burtiem uz zaļa un balta fona. Turklāt, kā redzams no lietiskajiem pierādījumiem, tad arī pieteicējas norādītais uzraksts *Uj new* uz apstrīdētā iepakojuma atrodas tieši blakus trešās personas pārstāvētajam zīmolam *Palette* un to skar. Tāpēc nav pamata uzskatīt, ka minētais uzraksts varētu tikt attiecināts uz *Garnier* produkciju un uzskatīts par jaunu pieteicējas pārstāvētās preces versiju.

[3.7] Pieteicējas norādes attiecībā uz matu krāsu (matu šķipsnu) attēlojuma apstrīdētajā iepakojumā līdzību ar pieteicējas iepakojumu nav pamatotas, jo, pirmkārt, atšķirībā no pieteicējas iepakojuma, apstrīdētajam iepakojumam tā virspusē, blakus attiecīgā toņa matu šķipsnai ir skaidri norādīta *Palette* preču zīme kopā ar attiecīgās

krāsas nosaukumu un numuru. Minētajā informācijā akcentēta ir gan preču zīme, gan matu krāsa. Turpretī pieteicējas iepakojuma augšpusē ir gan izvietota preču zīme, tomēr tā nav uzskatāma par akcentu konkrētajam iepakojumam, jo lielāko daļu kārbīņas virspuses aizņem matu šķipsnas attēls bez krāsas numura. Tā vietā nelieliem burtiem zem matu šķipsnas attēla ir vārdiski lietots attiecīgā toņa apraksts, piemēram, tumša kastaņkrāsa-sarkana. Vērtējot apstrīdētā iepakojuma un pieteicējas iepakojuma augšējo daļu jeb virspusi, tiesa uzskata, ka minētajos iepakojumos esošās preces nav sajaucamas. Savukārt citas matu krāsas iepakojumu raksturojošās pazīmes ir līdzīgas lielākajai daļai tirgus dalībnieku, t.i., kastītes vertikālais noformējums, modeles attēls tās frontālajā daļā un precī raksturojošās informācijas izvietojums. Nevar piekrist pieteicējas viedoklim, ka abu iepakojumu sajaucamība ir 20% robežās. Tiesa pievienojas trešās personas viedoklim, ka pētījums par *Garnier Color Naturals un Palette Permanent Natural Colors* ir veikts, aptaujājot gan tās respondentes, kuras lieto permanento matu krāsu, gan tās respondentes, kuras lieto citu matu krāsošanas līdzekli. Tā kā konkrētajā lietā ir pieteicējas un trešās personas strīds par permanentās matu krāsas iepakojumu, nav pamata uz to attiecināt pētījuma rezultātus par citiem matu krāsošanas līdzekļiem. Kā redzams no minētā atzinuma, tad tikai 10% no aptaujātajām respondentēm, kuras lieto permanento matu krāsu, uzskata, ka pieteicējas iepakojumā esošā prece un apstrīdētajā iepakojumā esošā prece ir viena ražotāja un zīmola izstrādājums. Savukārt atzinuma tālākajā izklāstā ir redzams, kam priekšroku dod minētās preces patērētājas, izvēloties šo matu krāsošanas līdzekli.

[3.8] Tiesas ieskatā nav viennozīmīgi secināms, ka trešās personas pārstāvētā zīmola *Palette* apstrīdētā iepakojuma nonākšana Latvijas tirgū ir primārais iemesls pieteicējas tirdzniecības apjomu samazinājumam apstrīdētā iepakojuma līdzības dēļ ar pieteicējas iepakojumu. Pirmkārt, ikviena jauna produkta ienākšana tirgū rada patērētāju interesi par to, kā arī – vēlmi iegādāties. Minētais nav atkarīgs no fakta, ka pieteicēja jau lieto citas firmas precis, jo tiesības izvēlēties un salīdzināt ir neatņemamas patērētāju tiesības. Otrkārt, trešās personas pārstāvētais zīmols *Palette Schwarzkopf* Latvijas patērētājiem ir bijis zināms un iekarojis zināmu uzticību arī pirms apstrīdētā iesaiņojuma parādīšanās tirgū.

[3.9] Tā kā Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkts nosaka ne tikai iepakojuma līdzības priekšnoteikumu, lai konkurence tiktu atzīta par negodīgu, bet arī patērētāja maldināšanas faktu, tad tiesas ieskatā lietā nav konstatējama abu šo priekšnoteikumu pastāvēšana, kas būtu par pamatu atbildētājam attiecībā uz trešās

personas Latvijā realizētā apstrīdēto iepakojumu veikt darbības saskaņā ar Konkurences likuma 19.panta pirmo daļu.

[4] Pieteicēja iesniegusi kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2008.gada 12.novembra spriedumu. Kasācijas sūdzībā norādīts, ka tiesa nepareizi piemēroja Konkurences likuma 18.panta pirmo, otro un trešo daļu, kā arī pārkāpa Administratīvā procesa likuma 103. un 154.pantu.

[4.1] Tiesa ir interpretējusi preču zīmju atpazīstamību pretēji Eiropas Kopienų tiesas 1998.gada 29.septembra sprieduma prejudiciālā jautājuma lietā Nr.C-39/97 *Canon Kabushiki Kaisha v. Metro Goldwyn-Mayer Inc.* atziņai: „[...] *jo atšķirtspējīgāka ir agrākā zīme, jo lielāks ir sajaukšanas risks [...] un zīmes ar augstu atšķirtspēju, kura tām piemīt vai nu pašām par sevi, vai sakarā ar to reputāciju tirgū, bauda plašāku aizsardzību nekā zīmes ar zemāku atšķirtspēju*”. Tādēļ ir nepareizs tiesas secinājums, ka, jo labāk pazīstamas preču zīmes, jo tas nozīmē, ka mazina iespēju, ka preces ar šīm preču zīmēm varētu tikt sajauktas. Pieteicējas preču zīmei bija jādod plašāka aizsardzība.

[4.2] Tiesa nav vērtējusi lietā esošo pierādījumu – aptaujas rezultātus, kuros norādīts, ka 20% sieviešu norādījušas uz pretstatīto iepakojumu sajaukšanas iespēju; tiesa nav devusi novērtējumu, kāpēc netiek ņemts vērā SIA „Skaistums Haarkosmetik” produktu menedžeres atzinums.

[4.3] Tiesa nepareizi secinājusi, ka pircējs matu krāsas izvēlei velta lielāku laiku nekā izvēloties ikdienas pārtikas precis, jo tiesa nav ievērojusi, ka prece apstrīdētajā iepakojumā atrodas blakus trešās personas precei un neviens cits tādas preces ar līdzīgu iepakojumu nav izplatījis. Tiesa nav noskaidrojusi, kādēļ trešā persona ir veikusi šādas darbības. Tāpat tiesa nav pareizi novērtējusi, ka patērētājs precis ar uzrakstu *Uj New* var uzskatīt gan kā pieteicējas, gan trešās personas izplatīto produktu.

[4.4] Tiesa nav ievērojusi, ka prece pret patērētāju atrodas ar preces iepakojuma frontālo daļu, nevis ar iepakojuma augšpusi un ka plauktu organizatoru lietošana nav atļauta visās tirdzniecības vietās, līdz ar to tiesa nav vērtējusi Konkurences padomes pamatojumu iepakojuma augšpusē atšķirībai, kurš tiek balstīts uz pieņēmumu, ka tirdzniecības vietās tiek lietoti plauktu organizatori.

[4.5] Tiesa nav pareizi piemērojusi Konkurences likuma 2. un 18.panta pirmo, otro daļu un trešās daļas 2.punktu, jo noteikusi, ka lietā noskaidrojams, vai

atbildētājs pareizi konstatējis pieteicējas un apstrīdētā iepakojuma atšķirības. Pieteicējas ieskatā bija jāpārbauda kopīgie elementi iepakojumos. Tā arī atzīts Eiropas Kopienu tiesas 1997.gada 11.novembra spriedumā prejudiciālā jautājuma lietā Nr.C-251/95 *Sabel BV v. Puma AG, Rudilf Dassler Sport*. Tiesai bija jāmeklē nevis atšķirības, bet gan jāvērtē, vai trešās personas iepakojums atdarina pieteicējas iepakojumu, vai tie ir sajaucami, vai maldina patērētāju.

[4.6] Eiropas Kopienu tiesa 1997.gada 11.novembra sprieduma prejudiciālā jautājuma lietā Nr.C-251/95 *Sabel BV v. Puma AG, Rudilf Dassler Sport* 23.punktā atzinusi, ka vidējais patērētājs parasti zīmi uztver kā veselumu un nenonāk līdz tās analīzei dažādās detaļās. Šāds secinājums ir pretējs apelācijas instances tiesas secinājumam, ka matu krāsas mērķauditorija ir sievietes, kas grib sev patīkamu matu toni un matu toni piemeklē pēc matu šķipsnas uz iepakojuma (vadās pēc iepakojuma detaļas).

[4.7] Pārkāpjot Administratīvā procesa likuma 103.panta noteikumus, tiesa ir izdarījusi secinājumu, kuru pārsūdzētajā lēmumā nemin Konkurences padome, ka trešās personas izplatītajos iepakojumos uzkrītoši dominē zaļā krāsa.

[5] Konkurences padome sniegusi paskaidrojumu par pieteicējas kasācijas sūdzību. Konkurences padome norāda, ka pieteicēja kasācijas sūdzībā nav norādījusi uz tādiem lietā esošiem pierādījumiem, kurus Administratīvā apgabaltiesa nav pārbaudījusi un vērtējusi un kas šī iemesla dēļ varējis novest pie lietas nepareizas izspriešanas. Ne Konkurences padome, ne Administratīvā apgabaltiesa nav vērtējusi pašu preču zīmju sajaukšanas iespēju, un gan Konkurences padome, gan Administratīvā apgabaltiesa ir pareizi piemērojusi vispāratzīto patērētāju maldinājuma izvērtējuma testu.

[6] Tiesas sēdē pieteicēja pārstāvis un trešās personas pārstāvis nebija ieradies. Senāts atzina, ka atbilstoši Administratīvā procesa likuma 342.pantam pieteicēja un trešās personas pārstāvja neierašanās uz tiesas sēdi nav šķērslis lietas izskatīšanai. Atbildētāja pārstāvis kasācijas sūdzību lūdza noraidīt.

## Motīvu daļa

[7] Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkts noteic, ka negodīga konkurence var izpausties kā cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšana, preču zīmes izmantošana, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi un ja to rezultātā ir radusies vai varētu rasties konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana. Lai noteiktu, vai cita tirgus dalībnieka preces iepakojums ir atdarināts, konkurenci uzraugošajai iestādei – Konkurences padomei ir jāveic iepakojuma salīdzināšana. Ja administratīvajai tiesai ir iesniegts pieteikums par administratīvā akta izdošanu, tad šāds pienākums ir tiesai, kurai jākonstatē prasītā administratīvā akta izdošanas priekšnoteikumu iestāšanās. Izskatāmajā lietā apelācijas instances tiesa ir veikusi pieteicējas un trešās personas iepakojuma salīdzināšanu. Salīdzināšanas ceļā iegūtie secinājumi ir pierādījumu novērtējums, kura pārbaude kasācijas instancē ir ierobežota. Vienīgi, ja Senāts konstatē Administratīvā procesa likuma 154.panta pārkāpumu pierādījumu novērtējumā, apelācijas instances tiesas spriedumā sniegtais pierādījumu novērtējums var būt par pamatu sprieduma atcelšanai. Pārbaudot Administratīvā procesa likuma 154.panta pirmās daļas noteikumu ievērošanu pierādījumu novērtējumā, Senāts nekonstatē to pārkāpumu.

[8] Kasācijas sūdzības arguments, ka vērtējot, vai trešās personas preces iepakojums atdarina pieteicējas preces iepakojumu, apelācijas instances tiesa nav salīdzinājusi abu preču iepakojumu, ir nepamatots. Apelācijas instances tiesas sprieduma 12. un 6.5.punktā norādīts, ka tiesa vērtējusi lietiskos pierādījumus kopskatā, izdarot secinājumus par iepakojuma krāsas dominēšanu un pirmo kopiespaidu. Tālāk sprieduma 6.6. un 6.7.punktā tiesa vērtējusi pieteicējas pieteikumā norādīto atšķirīgo detaļu nozīmi un ietekmi uz pirmo kopiespaidu. Lai arī Eiropas Kopienu tiesas 1997.gada 11.novembra spriedumam prejudiciālā jautājuma lietā Nr.C-251/95 *Sabel BV v. Puma AG, Rudilf Dassler Sport* un 1998.gada 29.septembra spriedumam prejudiciālā jautājuma lietā Nr.C-39/97 *Canon Kabushiki Kaisha v. Metro Goldwyn-Mayer Inc.* nav tiešas nozīmes šajā lietā, jo te nav strīds par preču zīmju sajaukamību, tomēr apelācijas instances tiesas preču iepakojuma novērtējums nav pretrunā ar vispārīgo Eiropas Kopienu tiesas atziņu citētā sprieduma lietā Nr.C-251/95 23.punktā. Arī Eiropas Kopienu tiesa norāda, ka, izdarot līdzības novērtējumu,



tas jābalsta uz vispārējo iespaidu, ievērojot atšķirīgās un noteicošās detaļas. Patērētājs uztver preču zīmi vienoti un neanalizē tās atsevišķās detaļas. Izskatāmajā lietā tiesa arī ir novērtējusi pieteicējas un trešās personas preces iepakojumu vienoti, vērtējot kopiespaidu, un pēc tam pārbaudījusi atšķirīgās detaļas. Papildus Senāts norāda, ka citētajā Eiropas Kopienas tiesas spriedumā nospriests, ka vienīgi preču zīmju analogiskais semantiskais konteksts nav pietiekošs pamats, lai konstatētu sajaukšanu. Līdzīgi arī šajā lietā – tas, ka *Color Naturals* un *Natural Colors* ir semantiski līdzīgi, nav pamats, lai atzītu iepakojumu sajaukšanu.

[9] Administratīvā procesa likuma 250.panta otrā daļa noteic, ka tiesa, vērtējot administratīvā akta tiesiskumu, spriedumā ņem vērā tikai to pamatojumu, ko iestāde ietvērusi administratīvajā aktā. Minētais ierobežojums neattiecas uz lietām, kurās prasījums ir labvēlīga administratīvā akta izdošana. Tā kā šajā lietā pieteicēja prasa izdot administratīvo aktu, tad Senāts noraida kasācijas sūdzības argumentu, ka apelācijas instances tiesa prettiesiski izdarījusi secinājumu, kuru pārsūdzētajā lēmumā nemin Konkurences padome.

[10] Kasācijas sūdzības arguments, ka tiesa nav devusi novērtējumu, kāpēc netiek ņemts vērā SIA „Skaistums Haarkosmetik” produktu menedžeres atzinums, ir nepamatots. Apelācijas instances tiesas sprieduma 12. un 6.3.punktā ir argumentēts, ka personas sniegtais atzinums lietā nav eksperta atzinums. Arī kasācijas sūdzības arguments, ka tiesa nav vērtējusi lietā esošo pierādījumu – aptaujas rezultātus, kuros norādīts, ka 20% sieviešu norādījušas uz pretstatīto iepakojumu sajaukšanas iespēju, ir nepamatots, jo apelācijas instances tiesas sprieduma 12. un 6.5.punktā argumentēts, ka pētījums nav izmantojams izskatāmajā lietā, jo salīdzināmās preces atšķiras no pētījumā izmantotajām.

### **Rezolutīvā daļa**

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 348.panta 1.punktu un 351.pantu, Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departaments

## **n o s p r i e d a**

Atstāt negrozītu Administratīvās apgabaltiesas 2008.gada 12.novembra spriedumu, bet sabiedrības ar ierobežotu atbildību „L’Oreal Baltic” kasācijas sūdzību noraidīt.

Spriedums nav pārsūdzams.

Tiesas sēdes priekšsēdētājs senators                      (*paraksts*)                      J.Neimanis

Tiesnese    (*paraksts*)    V.Kakste

Senators    (*paraksts*)    A.Guļāns

NORAKSTS PAREIZS

Senators J.Neimanis  
Rīgā, 2009.gada 18.jūnijā