



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE DĖL UAB „NATURAL PHARMACEUTICALS“ LIETUVOS RESPUBLIKOS
REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2014-05-08 Nr. 12R-27

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), Maisto produktų ir rekreacinių paslaugų skyriaus vedėjos Neringos Baronienės l.e. Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos pareigas Kristinos Grigaitės, Teisės ir personalo skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Energetikos ir vartojimo prekių bei paslaugų departamento direktoriaus Algirdo Romeikos bei Maisto produktų, turizmo ir rekreacinių paslaugų departamento direktorės Neringos Ulbaitės,

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajai specialistei Ditei Rimkutei,

dalyvaujant Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) Maisto skyriaus vyriausiajam specialistui – valstybiniam maisto produktų inspektoriumi (*duomenys neskelbtini*). Nedalyvaujant UAB „Natural Pharmaceuticals“ atstovams,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrino bylą pagal Tarnybos 2014-03-18 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. R1-5 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ (įmonės kodas 303095490, adresas – K. Donelaičio g. 62, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija n u s t a t o

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-03-24 gavo Tarnybos 2014-03-20 raštu Nr. B6-(1.19)-679 persiūtą Protokolą dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 3 punktu, pareiškėjos Maisto papildų gamintojų asociacijos iniciatyva įvertino UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamą. Tarnyba nustatė, jog reklamuojant maisto papildą „Omega Marine forte“ reklaminiame lankstinuke buvo pažeistos Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto ir 4 dalies nuostatos.

Tarnyba nustatė, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklaminiame lankstinuke reklamuodama maisto papildą „Omega Marine forte“ nepateikė nuorodos, jog reklamuojamas produktas yra maisto papildas. Protokole taip pat nustatyta, jog reklaminiuose lankstinukuose vartojami teiginiai nesilaikant konkrečių teiginių vartojimo sąlygų nustatytų Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 2 dalyje. Reklaminiuose lankstinukuose buvo vartojami teiginiai „Jie sustiprina motinų sveikatą <...>, <...> rodo ryšį tarp omega-3 rūgščių vartojimo ir širdies bei kraujagyslių sistemos ligų rizikos sumažėjimo<...>“, „Mus su Remigijumi laikas nuo laiko kankindavo nugaros skausmai<...>“, „Pradėjus vartoti omega-3 mums tikrai pagerėjo – skausmai

dingo<...>“, „Mano vaikai nebeperšala<...>“, <...>turiu geresnę atmintį!“ „pagaliau suvaldžiau kraujo spaudimą ir sukraus kiekį“, „Padidėjęs cholesterolio kiekis – jau nebe mano problema“. Tuo UAB „Natural Pharmaceuticals“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą, kuri draudžia reklamoje nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų, taip pat minėto įstatymo 14 straipsnio 4 dalies nuostatą, kuri nustato, kad maisto papildų reklamoje privalo būti nuoroda „Maisto papildas“.

Protokole nurodyta, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pakartotinai. Protokole nustatyta sunkinanti aplinkybė – pakartotinai per metus pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Advokatų kontora (*duomenys neskelbtini*), atstovaujanti UAB „Natural Pharmaceuticals“, 2014-02-14 raštu Tarnybai nurodė, jog tiek ant pačios „Omega Marine forte“ pakuotės, tiek informaciniuose bukletuose bei lankstinukuose apie šį produktą yra aiškiai nurodoma, kad tai yra maisto papildas. Bendrovė nurodė, jog teiginys „Jie sustiprina motinų sveikatą <...> vartojamas ne konkrečiai kalbant apie maisto papildą „Omega Marine forte“, o pateikiama kaip bendro pobūdžio informacija. Aptariamas teiginys negali būti laikomas maisto papildu „Omega Marine forte“ reklama Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nustatyta prasme, nes teiginys neskatina įsigyti minėto maisto papildu. Bendrovė nurodė, jog sakinytis <...> rodo ryšį tarp omega-3 rūgščių vartojimo ir širdies bei kraujagyslių sistemos ligų rizikos sumažėjimo<...>“ paimtas iš informacijos konteksto. Jis nenaudojamas kaip atskiras teiginys reklamuojant maisto papildą, o yra išvada, paaiškinant teiginį – „3 rūgštys (EPR ir DHR) prisideda prie normalios širdies veiklos palaikymo“. Bendrovė nurodė, jog teiginiai <...>“, „Mus su Remigijumi laikas nuo laiko kankindavo nugaros skausmai<...>“, „Pradėjus vartoti omega-3 mums tikrai pagerėjo – skausmai dingo<...>“, „Mano vaikai nebeperšala<...>“, <...>turiu geresnę atmintį!“ „pagaliau suvaldžiau kraujo spaudimą ir sukraus kiekį“, „Padidėjęs cholesterolio kiekis – jau nebe mano problema“ naudojami ne kaip objektyvūs faktai, šie teiginiai yra UAB „Natural Pharmaceuticals“ klientų atsiliepimai, jų patyrimai bei subjektyviai išsakyta nuomonė. Bendrovė rašte nurodė, jog viena iš konstitucinių žmogaus teisių yra teisė turėti savo įsitikinimus ir juos laisvai reikšti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2014-05-08 posėdyje išklaušė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus.

Tarnybos atstovas nurodė, jog papildomos informacijos pateikti neturi, tačiau pažymėjo, kad bendrovė reklaminiame lankstinuke naudoja reklaminius teiginius, kurie neatitinka 2012 m. gegužės 16 d. Komisijos reglamente (ES) Nr. 432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo (OL 2012 L 136, p.1) su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2013 m. rugsėjo 3 d. Komisijos reglamentu (ES) nr. 851/2013 (OL 2013 L 235, p.3) patvirtintam ir leidžiamam vartoti teiginių apie sveikumą sąrašui. Tarnybos atstovas nurodė, jog bendrovės vartojami bendriniai maisto papildu teiginiai, kurie nurodo gydymo ir profilaktines savybes, negali būti naudojami maisto papildų reklamoje.

Tarnybos atstovas nurodė, jog nesutinka su bendrovės argumentu, jog reklaminiame lankstinuke reklamuojant maisto papildą „Omega Marine forte“ buvo pateikta nuoroda „Maisto papildas“. Tarnybos atstovas pažymėjo, jog reklaminiame lankstinuke pavaizduota maisto papildu pakuotė, ant kurios mažomis raidėmis yra parašyta, jog tai yra maisto papildas, tačiau tai nereiškia, kad yra įgyvendinama Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 4 dalies nuostata.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, kiek laiko buvo skleidžiami maisto papildu „Omega Marine forte“ reklaminiai lankstinukai, Tarnybos atstovas nurodė, jog ant lankstinuko nėra pateikiama nei leidimo data, nei numeris, todėl negali tiksliai atsakyti, kiek laiko reklaminiai lankstinukai buvo skleidžiami.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar reklaminiai lankstinukai yra platinami vartotojams paštu kartu su užsakomais maisto papildais, Tarnybos atstovas nurodė, jog reklaminiai lankstinukai gali būti platinami vartotojams paštu.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB „Natural Pharmaceuticals“ geranoriškai bendradarbiavo tyrimo metu, Tarnybos atstovas nurodė, jog bendrovė teikė atsakymus į Tarnybos siųstus raštus bei atvyko į Protokolo surašymą.

Tarnybos atstovas pažymėjo, jog Tarnyba jau tris kartus surašė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolus dėl maisto papildų „Omega Marine forte“ reklamos neatitikimo minėto įstatymo nuostatomis. 2013-04-16 protokolas buvo surašytas „Natural Pharmaceuticals Sp. Zo.o.“ atstovybei, 2013-12-03 ir 2014-03-18 protokolai buvo surašyti UAB „Natural Pharmaceuticals“. Tarnybos atstovas nurodė, jog bendrovė nesiima veiksmų tam, kad būtų tinkamai įgyvendinamos Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintos nuostatos.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius įrodymus, išklausiusi bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija **k o n s t a t u o j a**

Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nustatyta, kad reklama – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir išipareigojimų perėmimą.

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 bylos Nr. 15/02 nutarime nurodė, kad „įstatymuose pateikiami nevienodi reklamos apibrėžimai. Tačiau visuose minėtuose teisės aktuose nurodomas svarbiausias reklamos požymis – reklama yra informacija, kuria siekiama padėti parduoti arba skatinti įsigyti prekes ar naudotis paslaugomis.“ Taigi, įstatymuose bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas – daryti įtaką vartotojo ekonominei elgsenai.

UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklaminiuose lankstinukuose skleista informacija apie maisto papildą „Omega Marine forte“ susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus maisto papildus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

Dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto ir 14 straipsnio 4 dalies reikalavimams

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatyta, kad reklamoje draudžiama nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Pažymėtina, kad kiekvienas vartotojas yra suinteresuotas gauti teisingą informaciją apie ketinamų įsigyti produktų savybes. Jei atitinkama informacija netiksli, tai gali iškreipti vidutinio vartotojo elgesį siūlomo produkto atžvilgiu. Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2005-11-17 nutartyje (adm. b. Nr. A1-931/2005) konstatavo, kad „vidutinio (paprasto) vartotojo ekonominis elgesys paprastai siejamas su bendru išpūdžiu apie prekę (jos pakuotė, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai“. Taigi ir UAB „Natural Pharmaceuticals“ skleista maisto papildų „Omega Marine forte“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas šio produkto reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog teiginiai „Mus su Remigijumi laikas nuo laiko kankindavo nugaros skausmai<...>“, „Pradėjus

vartoti omega-3 mums tikrai pagerėjo – skausmai dingo<...>“, „Mano vaikai nebeperšala<...>“, <...>turiu geresnę atmintį!“ „Pagaliau suvaldžiau kraujo spaudimą ir sukraus kiekį“, „Padidėjęs cholesterolio kiekis – jau nebe mano problema“ nėra tik vartotojų nuomonės. Atsižvelgiant į kontekstą, kuriame minėtos nuomonės yra pateikiamos, atkreiptinas dėmesys, kad reklaminiame lankstinuke „Pažiūrėkite kokią naudą Jums atneš „Omega Marine Forte+“ vos per 1 metus“ bei jame vartojami teiginiai, idėtos nuotraukos reklamuoja būtent „Omega Marine forte“ produktą, padeda jį parduoti. Vartotojų pateiktas nuomonės apie maisto papildą „Omega Marine forte“ vertinti išėmus iš straipsnio konteksto netikslinga, nes jos yra sudėtinė reklamos dalis, pateiktos būtent todėl, kad formuoja palankią skaitytojų nuomonę apie produktą, padeda vartotojui sutapatinti savo situaciją su straipsnio herojais ir susidaryti įspūdį apie preparato veiksmingumą. Bendrovė pasirinko itin įtaigią reklamos formą, tikslingai panaudojant „paprasčio žmogaus“ nuomonę kartu su kitais teiginiais, akcentuojančiais maisto papildų savybes.

Minėtų nuomonių subjektyvumas nepaneigia straipsnio reklaminio pobūdžio, nes teigiamos nuomonės konstruojant reklaminį straipsnį, pasirinktos ne atsitiktinai, o specialiai siekiant sustiprinti įspūdį apie preparato veiksmingumą ir paveikti vartotojų ekonominę elgesį. Vidutinis vartotojas, perskaitęs maisto papildą „Omega Marine forte“ reklaminį lankstinuką, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad minėtas maisto papildas pasižymi gydomosiomis ir (ar) profilaktinėmis savybėmis, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas. Pažymėtina, jog Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2013-10-28 nutartyje (adm. b. Nr. A442-1781/2013) konstatavo, kad tuo atveju, kai asmens nuomonė pateikiama reklaminiame tekste, ji laikytina reklamos, skatinančios įsigyti reklamuojamą produktą, dalimi.

UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamuodama maisto papildą „Omega Marine forte“ vartojo teiginius „Jie sustiprina motinų sveikatą <...>, <...> rodo ryšį tarp omega-3 rūgščių vartojimo ir širdies bei kraujagyslių sistemos ligų rizikos sumažėjimo<...>“, „Mus su Remigijumi laikas nuo laiko kankindavo nugaros skausmai<...>“, „Pradėjus vartoti omega-3 mums tikrai pagerėjo – skausmai dingo<...>“, „Mano vaikai nebeperšala<...>“, <...>turiu geresnę atmintį!“ „pagaliau suvaldžiau kraujo spaudimą ir sukraus kiekį“, „Padidėjęs cholesterolio kiekis – jau nebe mano problema“.

Kaip jau buvo paminėta aukščiau, vidutinis vartotojas pamatęs reklamą, vertina joje pateiktą informaciją kaip visumą, todėl minėtose UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklaminiuose lankstinukuose naudojami teiginiai vidutiniam vartotojui galėjo sudaryti įspūdį, kad maisto papildas „Omega Marine forte“ padės nuo aukščiau minėtų sveikatos sutrikimų ir turės profilaktinį poveikį organizmui (sustiprės sveikata, sumažės širdies bei kraujagyslių sistemos ligų rizika ir kt.). Atsižvelgiant į tai, teigtina, jog reklamoje pateikta informacija galėjo daryti poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, t.y. paskatinti vartotojus įsigyti UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamuojamus maisto papildus „Omega Marine forte“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Natural Pharmaceuticals“ maisto papildas nėra vaistinis preparatas, todėl jis negali būti reklamuojamas nurodant vaistinio preparato savybes. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vaistiniams preparatams taikomi reikalavimai yra nustatyti Farmacijos įstatyme. Šio įstatymo 2 straipsnio 50 dalis nustato, kad vaistas (vaistinis preparatas) – tai vaistinė medžiaga arba jų derinys, pagaminti ir teikiami vartoti, kadangi atitinka bent vieną šių kriterijų: 1) pasižymi savybėmis, dėl kurių tinka žmogaus ligoms gydyti arba jų profilaktikai; 2) dėl farmakologinio, imuninio ar metabolinio poveikio gali būti vartojamas ar skiriamas atkurti, koreguoti ar modifikuoti žmogaus fiziologines funkcijas arba diagnozuoti žmogaus ligas.

Taigi maisto papildas nėra vaistas ir jis neturi gydomųjų savybių, nurodytų Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymo 2 straipsnio 50 dalyje. Todėl, remiantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktu, laikytina, kad maisto papildas reklamėje tokiam produktui priskirti gydomojo ir (ar) profilaktinio pobūdžio bruožus yra draudžiama.

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 4 dalyje nustatyta, kad maisto papildų reklamoje privalo būti nuoroda „Maisto papildas“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vadovaujantis Maisto įstatymo 5 straipsniu, vartotojams turi būti teikiama teisinga informacija apie maistą. Informacijai, įskaitant reklamą, kuri laikytina savita informacijos rūšimi ir paprastai vadinama komercine informacija, taikomas tiesos reikalavimas. Vartotojas privalo gauti teisingą informaciją apie maisto produktus, kuria remdamasis galėtų priimti sprendimus dėl maisto produktų pasirinkimo rinkoje ir jų vartojimo. Pažymėtina, kad minėta norma užtikrina maisto papildų reklamos atskyrimą nuo vaistinių preparatų ir kitų maisto produktų grupių reklamos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“, patvirtintos Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. gegužės 13 d. įsakymu Nr. V-432, 4 punkte įtvirtintas maisto papildų apibrėžimas, kuris nustato, jog maisto papildas - maisto produktas, skirtas papildyti įprastą maisto racioną ir kuris vienas arba derinyje su kitomis medžiagomis yra koncentruotas maistinių ar kitų medžiagų, turinčių mitybinį arba fiziologinį poveikį, šaltinis. Atsižvelgiant į tai, jog UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklaminiame lankstinuke buvo skleista „Omega Marine forte“ maisto papildų reklama, tačiau bendrovė reklamoje nepateikė nuorodos „Maisto papildas“, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija daro išvadą, kad bendrovė nepateikė privalomos pateikti informacijos.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija konstatuoja, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 4 dalies nuostatą.

Dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ taikytinų sankcijų

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalimi, skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį ir atsižvelgiant į šio straipsnio 7 ir 8 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgia į tai, kad buvo pažeistos tiek Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto, tiek 14 straipsnio 4 dalies nuostatos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, kad teiginiai reklaminiame lankstinuke buvo skleidžiami nuo 2014-01-30 (Maisto papildų gamintojų asociacijos pranešimas Tarnybai) iki Protokolo surašymo dienos, t.y. 2014-03-18.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgia į tai, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklama buvo skleista reklaminiuose lankstinukuose, kurie buvo platinami vartotojams paštu įvairiuose Lietuvos miestuose.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pakartotinai per metus. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-02-06 priėmė nutarimą Nr.12R-3 „Dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo“ ir skyrė bendrovei sankciją.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5, 8 dalimis, n u t a r i a:

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto bei 4 dalies pažeidimus skirti UAB „Natural Pharmaceuticals“ 18 000 (aštuoniolikos tūkstančių) litų baudą.

Nutarimas per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo ar sprendimo priėmimo dienos gali būti apskųstas teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Kreipimasis į teismą nesustabdo nutarimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos paskirta bauda sumokama į Valstybinės mokesčių inspekcijos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą Nr. LT24 7300 0101 1239 4300, esančią banke „Swedbank“, AB (banko kodas 73000, SWIFT kodas HABALT22, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, įmonės kodas 188659752), kodų sąrašo „Kitos baudos“ skyriaus „Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos skirtos baudos 6780“ eilutę.

Direktorius

Feliksas Petrauskas