



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

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

2014-02-06 Nr. 12R-3

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Felikso Petrausko (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, Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio, Energetikos ir vartojimo prekių bei paslaugų departamento direktoriaus Algirdo Romeikos,

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

dalyvaujant UAB „Natural Pharmaceuticals“ atstovui (*duomenys neskelbtini*) ir Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) Maisto skyriaus vyriausiajai specialistei – valstybinei maisto produktų inspektorei (*duomenys neskelbtini*),

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo (Žin., 2000, Nr. 64-1937; 2013, Nr. 57-2854) 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrino bylą pagal Tarnybos 2013-12-03 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. R1-11 (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 2013-12-10 gavo Tarnybos 2013-12-05 raštu Nr. B6-(1.19)-3062 persiustą Protokolą dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 3 punktu, pareiškėjos (*duomenys neskelbtini*) iniciatyva įvertino UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamą. Tarnyba nustatė, jog reklamuojant maisto papildą „Omega Marine forte“ reklaminiame lankstinuke, reklaminiame knygelėje bei interneto tinklalapyje www.omegamarine.lt galimai pažeidžiama Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata.

Protokole Tarnyba nustatė, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ interneto tinklalapyje www.omegamarine.lt skleidė maisto papildą „Omega Marine forte“ reklamą, kurioje buvo vartojami teiginiai: „<...> yra galimi dideli pokyčiai genų išraiškoje, o omega-3 riebalų rūgštys yra svarbios ir gali turėti didelį poveikį klinikiniu atžvilgiu.“, „<...> Omega-3 vartojimas stabdo odos pažeidimus, <...>“, „Didelį Omega-3 riebalų rūgščių kiekiai reumatu sergantiems žmonėms gali pakeisti prostaglandinų sintezės balansą ir sušvelninti uždegimą.“, „<...> Omega-3 riebalų rūgščių vartojimas teigiamai veikia psiorazę, egzemas <...>“, „Omega-3 padeda išvengti vis didėjančio sergamumo diabetu, <...>“ ir kt.“ 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.

Protokole nurodyta, kad advokatų kontora „Katilius ir partneriai“, atstovaujanti UAB „Natural Pharmaceuticals“, palaiko 2013-11-07 raštu pateiktus argumentus. Bendrovė nurodė, jog reklaminiuose teiginiuose neminimas produktas „Omega Marine forte“, o interneto tinklalapį www.omegamarine.lt aplankė tik 14 vartotojų.

Protokole nurodyta, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Protokole lengvinančios ir sunkinančios aplinkybės nenustatytos.

UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2013-11-07 raštu Tarnybai nurodė, jog Tarnybos pranešime nurodytų reklaminių lankstinukų bei knygelių, kuriuose vartojami teiginiai galimai pažeidžia Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą, bendrovė neskleidė. Bendrovė nurodė, jog nėra reklaminių lankstinukų bei knygelių davėja. Bendrovė nurodė, jog minėtą faktą pagrindžia kartu su Tarnybos 2013-10-24 raštu Nr. B6-(1.9)-2692 pateikta medžiaga. UAB „Natural Pharmaceuticals“ nurodė, jog neužsakė, negamino ir neskleidė reklaminius lankstinukus. Bendrovė nurodė, kad reklamos davėjas yra kitas juridinis asmuo. UAB „Natural Pharmaceuticals“ rašte nurodė, kad interneto tinklalapyje www.omegamarine.lt buvo pateikusi bendro pobūdžio, aiškiais moksliniais tyrimais bei straipsniais patvirtintą informaciją apie riebiąsias rūgštis Omega-3, o ne informaciją apie maisto papildą „Omega Marine forte“. Bendrovė nurodė, jog atsižvelgiant į Tarnybos išreikštus susirūpinimus dėl teiginių vartojimo, bendrovė nusprendė teiginius iš interneto tinklalapio pašalinti. Bendrovė nurodė, kad teiginiai iš interneto tinklalapio www.omegamarine.lt buvo išimti tą pačią dieną, kai tik buvo gautas Tarnybos 2013-10-24 raštas B6-(1.19)-2692. Bendrovė rašte pažymėjo, kad nurodytus teiginius, kurie tam tikrą laiką buvo patalpinti interneto tinklalapyje, matė tik nedidelis skaičius žmonių. Pagal įdiegtus apsilankymo ir navigacijos stebėjimo programos duomenis, teiginius apie riebiąsias rūgštis Omega-3 matė tik labai nedidelis skaičius lankytojų. Bendrovė nurodė, jog tam tikrą laiką interneto tinklalapyje buvę teiginiai nepadarė vartotojams didelio poveikio.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2014-02-06 posėdyje išklaušė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus.

Tarnybos atstovė nurodė, kad papildomos informacijos Komisijai pateikti neturi, tačiau pažymėjo, jog šiuo metu Tarnyba pradėjo dar vieną tyrimą dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo.

UAB „Natural Pharmaceuticals“ atstovas nurodė, kad bendrovė interneto tinklalapyje www.omegamarine.lt buvo pateikusi bendro pobūdžio informaciją apie sudėtinę maisto papildą Omega-3, o ne informaciją apie maisto papildą „Omega Marine forte“. Bendrovės atstovas nurodė, jog minėta informacija buvo patalpinta atskirai, o ne prie maisto papildą „Omega Marine forte“. Bendrovės atstovas nurodė, jog atsižvelgiant į tai, bendrovė nepažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo. Bendrovės atstovas nurodė, jog identiška veikla yra vykdoma ne tik Lietuvoje, bet ir penkiose Europos Sąjungos šalyse ir Lietuva yra vienintelė, kuri tokį informacijos pateikimą interpretuoja kaip Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą. Bendrovės atstovas taip pat pažymėjo, jog Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija turėtų atsižvelgti į aplinkybę, jog bendrovės teiginiai iš interneto tinklalapio www.omegamarine.lt buvo išimti tą pačią dieną, kai tik buvo gautas Tarnybos 2013-10-24 raštas. Bendrovės atstovas nurodė, jog tam tikrą laiką interneto tinklalapyje buvę teiginiai nepadarė vartotojams didelio poveikio. Nurodytus teiginius, kurie tam tikrą laiką buvo patalpinti interneto tinklalapyje, matė tik nedidelis skaičius žmonių. Pagal įdiegtus apsilankymo ir navigacijos stebėjimo programos duomenis, teiginius apie riebiąsias rūgštis Omega-3 matė tik 36 lankytojai. Bendrovės atstovas taip pat pažymėjo, kad minėti teiginiai nepadarė vartotojams didelio poveikio įsigyti minėtą maisto papildą, kadangi tik 12 vartotojų apsisprendė šį produktą įsigyti. UAB „Natural Pharmaceuticals“ atstovas nurodė, jog Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija nagrinėjant bylą turėtų atsižvelgti į tai, jog bendrovė veiklą vykdo tik nuo 2013 metų rugsėjo mėnesio, todėl turėtų būti atsižvelgiama į 2012 m. rugsėjo

14 d. Deklaracijos dėl pirmųjų verslo metų nuostatas. Bendrovės atstovas nurodė, jog šioje byloje UAB „Natural Pharmaceuticals“ turėtų būti skirtas išpėjimas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, kada bendrovė pašalino reklaminius teiginius iš interneto tinklalapio www.omegamarine.lt, bendrovės atstovas nurodė, jog Protokole minimi teiginiai buvo pašalinti tą pačią dieną, kai tik buvo gautas Tarnybos raštas, t.y. po 20 dienų kai bendrovė pradėjo vykdyti savo veiklą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, kam priklauso interneto tinklalapis www.omegamarine.lt, bendrovės atstovas nurodė, jog minėtas tinklalapis priklauso UAB „Natural Pharmaceuticals“. Bendrovės atstovas nurodė, jog anksčiau minėtas tinklalapis priklausė (*duomenys neskelbtini*) atstovybei, tačiau įsisteigus UAB „Natural Pharmaceuticals“ buvo perimtas domenas ir sukurtas naujas interneto tinklalapis. Bendrovės atstovas nurodė, jog UAB „Natural Pharmaceuticals“ ir (*duomenys neskelbtini*) atstovybė yra atskiri ukio subjektai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus Tarnybos atstovės, ar UAB „Natural Pharmaceuticals“ bendradarbiavo tyrimo metu, Tarnybos atstovė nurodė, kad bendrovė geranoriškai bendradarbiavo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB „Natural Pharmaceuticals“ sutinka su Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimu, bendrovės atstovas nurodė, jog su pažeidimu nesutinka, kadangi bendrovė interneto tinklalapyje www.omegamarine.lt buvo pateikusi bendro pobūdžio informaciją apie sudėtinę maisto papildą Omega-3, o ne informaciją apie maisto papildą „Omega Marine forte“.

Duomenys neskelbtini.

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 7 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 įsipareigojimų 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“ interneto tinklalapyje www.omegamarine.lt 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 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 maisto papildų 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 pakuotę, 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 papildo „Omega Marine forte“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas reklamą apie šio produkto sudedamąją dalį Omega-3, neatskiria teiginių apie produkto savybes bei teiginių apie sudėtinių dalių savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą, tikėdamasis reklamoje nurodytų profilaktinių poveikių organizmui. Vidutinis vartotojas, peržiūrėjęs maisto papildo „Omega Marine forte“ reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad minėti maisto papildai padeda apsaugoti nuo ligų, gydo, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

~~Pastebėtina ir tai, kad sveikatos problemų turintys bei sergantys asmenys ypač jautriai vertina informaciją, susijusią su sveikatos problemų bei ligų gydymu. Vidutinis vartotojas, neturėdamas specialių sveikatos priežiūros bei medicininių žinių, gali nesuvokti, kad maisto papildas gydomųjų ir/ar nuo ligų saugančių savybių neturi ir net negali turėti, todėl tikisi, kad bendrovės, kurios yra šios srities specialistės, suteikia vartotojams teisingą, visapusišką ir neklaidinančią informaciją apie maisto papildų savybes.~~

UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamuodama maisto papildą „Omega Marine forte“ vartojo teiginius: „<...> yra galimi dideli pokyčiai genų išraiškoje, o omega-3 riebalų rūgštys yra svarbios ir gali turėti didelį poveikį klinikiniu atžvilgiu.“, „<...> Omega-3 vartojimas stabdo odos pažeidimus, <...>“, „Didelį Omega-3 riebalų rūgščių kiekių reumatu sergantiems žmonėms gali pakeisti prostaglandinų sintezės balansą ir sušvelninti uždegimą.“, „<...> Omega-3 riebalų rūgščių vartojimas teigiamai veikia psiorazę, egzemas <...>“, „Omega-3 padeda išvengti vis didėjančio sergamumo diabetu, <...>“ ir kt.“

UAB „Natural Pharmaceuticals“ naudodama šiuos teiginius nurodė ir užsiminė apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes.

Vertindama šiuos teiginius, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ pateiktas maisto papildo apibrėžimas, kuris nustato, jog maisto papildas yra 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. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Natural Pharmaceuticals“ maisto papildai nėra vaistiniai preparatai, todėl jie negali būti reklamuojami nurodant vaistinio preparato savybes. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vaistiniams preparatams taikomi reikalavimai yra nustatyti Farmacijos įstatyme (Žin., 2006, Nr. 78-3056). 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.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija konstatuoja, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ interneto tinklalapyje www.omegamarine.lt skleisti teiginiai: „<...> yra galimi dideli pokyčiai genų išraiškoje, o omega-3 riebalų rūgštys yra svarbios ir gali turėti didelį poveikį klinikiniu atžvilgiu.“, „<...> Omega-3 vartojimas stabdo odos pažeidimus, <...>“, „Didelį Omega-3 riebalų rūgščių kiekių reumatu sergantiems žmonėms gali pakeisti prostaglandinų sintezės balansą ir sušvelninti uždegimą.“, „<...> Omega-3 riebalų rūgščių vartojimas teigiamai veikia psiorazę, egzemas <...>“, „Omega-3 padeda išvengti vis didėjančio sergamumo diabetu, <...>“ ir kt.“ pažeidžia Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktą.

Del 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 lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ padėjo tyrimą vykdančioms institucijoms tyrimo metu, taip pat iš interneto tinklalapio www.omegamarine.lt pašalino maisto papildo „Omega Marine forte“ reklamoje vartojamus teiginius.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgia į tai, kad maisto papildo „Omega Marine forte“ reklamoje naudoti teiginiai galėjo turėti įtakos vidutinio vartotojo apsisprendimui pirkti minėtus maisto papildus, nes vartotojas galėjo susidaryti įspūdį, kad vartodamas maisto papildus gali apsisaugoti nuo ligų, todėl galėjo suklaidinti dalį vartotojų, kurie atidžiau rūpinasi sveikata.

Vertindama pažeidimo pobūdį, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgia į tai, jog UAB „Natural Pharmaceuticals“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą, bei į tai, kad Protokole nėra nustatyta nukentėjusių asmenų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, kad teiginiai interneto tinklalapyje <http://www.omegamarine.lt> buvo skleisti nuo 2013-10-21 iki gauto Tarnybos 2013-10-24 rašto. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgia į tai, kad bendrovė po Tarnybos pranešimo nutraukė minėtos reklamos skleidimą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgia į tai, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklama buvo skleista interneto tinklalapyje (www.omegamarine.lt). Taip pat atsižvelgta į tai, kad minėtą interneto tinklalapį iš viso aplankė 213 lankytojai, tačiau teiginius apie „Omega – 3“ žiūrėjo tik 36 unikalūs lankytojai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5, 7 dalimis, n u t a r i a:

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB „Natural Pharmaceuticals“ 1 000 (vieno tūkstančio) litų baudą.

Nutarimas per 30 dienų nuo nutarimo priėmimo dienos gali būti apskūstas teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo (Žin., 2000, Nr.85-2566) 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