



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „KUPONAI“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2014-07-31 Nr. 12R-49
Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Felikso Petrausko (Komisijos pirmininkas), Maisto produktų ir rekreacinių paslaugų skyriaus vyriausiosios specialistės Giedrės Nenartavičiūtės užtikrinančios Maisto produktų ir rekreacinių paslaugų skyriaus vedėjos funkcijas, l. e. Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos pareigas Kristinos Grigaitės, Teisės ir personalo skyriaus vyriausiosios specialistės Lauros Aleinikovos užtikrinančios Teisės ir personalo skyriaus vedėjos funkcijas bei Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio,

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajai specialistei Ignei Tebėrienei,

dalyvaujant Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos įgaliotai atstovei (*duomenys neskelbtini*), posėdžio sekretorė informavo, kad UAB „Kuponai“ buvo tinkamai ir laiku pranešta apie bylos nagrinėjimo vietą ir laiką.

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2014-06-18 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 69RIP- 18 (toliau Protokolas) dėl UAB „Kuponai“ (įmonės kodas – 302732863, adresas – Lukšio g. 32, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-06-19 gavo Tarnybos 2014-06-19 raštą Nr. 69D1-841, kuriame nurodyta, kad Tarnyba, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 3 punktu, Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos nuostatų, patvirtintų Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2000 m. birželio 28 d. nutarimu Nr. 744, 9.3.9 punktu ir Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo tvarkos aprašu, patvirtintu Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos direktoriaus 2013 m. rugsėjo 26 d. įsakymu Nr. B1-615 „Dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo tvarkos aprašo ir Reklamos įstatymo pažeidimo protokolo, Nutarimo pradėti Reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo procedūrą, Nutarimo atsisakyti pradėti Reklamos įstatymo pažeidimo procedūrą ir Nutarimo nutraukti Reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo procedūrą formų patvirtinimo“, 20.1 punktu atlikusi tyrimą Dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatytų reikalavimų pažeidimo, t.y. UAB „Kuponai“ reklamos, kurioje reklamuojamas maisto papildas „Omega – 3“ prekės ženklu „Gimenes vitamini“, UAB „Kuponai atžvilgiu 2014-06-18 surašė Protokolą.

Protokole nustatyta, kad UAB „Kuponai“ skleidė reklamą, kurioje reklamuojamiems prekių ženklui „Gimenes vitamini“ maisto papildai „Omega – 3“ yra priskiriamos įvairios gydomosios ir profilaktinės savybės bei naudojami neleistini naudoti sveikatingumo teiginiai, kurie buvo skleidžiami interneto tinklalapyje www.kuponai.lt, akcijos metu reklama buvo skleidžiama laikotarpiu nuo 2013-09-23 iki 2013-09-30.

Protokole nustatyta, kad maisto papildų „Omega – 3“ reklamoje pateikiami teiginiai, kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes: „[Žuvų taukai] saugos organizmą nuo išsekimo“. Reklamoje buvo naudojami teiginiai, kuriais nurodoma ir užsimenama apie gydomąsias savybes: „[Žuvų taukai] gydys kvėpavimo takus“, „mažina uždegimą autoimuninių ligų atveju (astma, reumatoidinis artritas). Teiginiai, kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/koordinuojamą Bendrijos registrą: „Būtini sveikiems sąnariams“, „[Žuvų taukai] palaikys Jūsų puikią nuotaiką“, „normalizuoja cholesterolio kiekį kraujyje“, „[Omega-3 riebalų rūgštys] stiprina imunitetą“, „[Žuvų taukai] stiprins imuninę sistemą“, „pagerina vaikų intelektinė vystymąsi ir akademinę sėkmę“, „Smegenų funkcijoms pagerinti“, „regai stiprinti“, „Nėštumo metu omega3 padeda vaisiaus nervų, smegenų ir akių vystymuisi“, „širdies ir kraujagyslių darbui gerinti“, „vyrams pagerina spermatozoidų brendimą ir kokybę“. Tuo UAB „Kuponai“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Su protokolu pateikti bendrovės paaiškinimai. 2013-11-14 rašte UAB „Kuponai“ tarnybai nurodė, jog informacija pateikta interneto tinklalapyje <http://kuponai.lt/vilnius/nepalauziama-jusu-imunine-sistema-omega-3zuvu-taukus-akcija.himi> akcijoje yra pagal partnerio/prekės tiekėjo nurodymą. Prekės tiekėjas – (*duomenys neskelbtini*) gaminanti maisto papildus ir vitaminus. UAB „Kuponai“ rašte pažymėjo, jog visa buvo pateikta bei naudojama iš partnerio oficialaus tinklalapio (*duomenys neskelbtini*), atliekant vertimą ir latvių kalbos į lietuvių, gimtąją, lietuvių kalbą, naudojantis Google Translate programą.

Taip pat UAB „Kuponai“ 2013-11-14 pateikė Tarnybai paaiškinimą, kuriame nurodė, jog sutarties su (*duomenys neskelbtini*) neturi, kadangi bendravimas vyko elektroniniais laiškais, o visa informacija buvo pateikinėjama skirtingomis kalbomis, tačiau ne lietuvių kalba. Bendrovė rašte pažymėjo, jog vertimas vyko UAB „Kuponai“ poreikiams naudojantis Google Translate, kurios užsakovai yra UAB „Kuponai“. Bendrovė nurodė, jog informacijos rengėjai yra UAB „Kuponai“ išvertę tekstą su Google Translate, patvirtinta partnerio (*duomenys neskelbtini*). Bendrovė pažymėjo, jog minėtų maisto papildų reklama vyko interneto tinklalapyje www.kuponai.lt, bei pažymėjo, jog akcija vyko nuo 2013-09-23 iki 2013-09-30, taip pat nurodė, jog akcija vyko visos Lietuvos mastu, tačiau pridūrė, jog tai patvirtinančių raštinių šaltinių nėra.

UAB „Kuponai“ rašte nurodė, jog kiekvienas teiginys naudotas akcijos reklamoje buvo Google Translate vertimo rezultatas, ištaisant stiliaus bei linksniavimo klaidas. Taip pat bendrovė pažymėjo, jog apie akcijos skleidimą buvo informuotas ir tiekėjas – partneris, kuris ir davė sutikimą akcijos skleidimui.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2014-07-31 posėdyje paprašė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių pateikti paaiškinimus.

Tarnybos atstovė pažymėjo, jog papildomos informacijos pateikti neturinti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos narė paklausė Tarnybos atstovės, kaip Tarnyba vertina UAB „Kuponai“ padaryto pažeidimo pobūdį, t.y. tai mažareikšmis pažeidimas, vidutinis, ar sunkus.

Tarnybos atstovė nurodė, jog vadovaujantis tiek pažeidimo turiniu, tiek reklamos sklaidos mastas yra mažas, tiek reklamos sklaidos trukmė yra pakankamai trumpa, tačiau Tarnybos atstovė nurodė, jog Tarnyba laikosi pozicijos, jeigu reklamoje yra naudojami gydomieji, profilaktiniai arba sveikatinimo teiginiai, tokiu atveju pažeidimo pobūdis yra rimtas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos narys pasiteiravo Tarnybos atstovės, kaip UAB „Kuponai“ bendradarbiavo tyrimo metu.

Tarnybos atstovė pažymėjo, jog vienareikšmiškai atsakyti, jog UAB „Kuponai“ bendradarbiavo ar nebendradarbiavo negalėtų, kadangi tyrimo pradžioje su tyrėja bendradarbiavo UAB „Kuponai“ vadybininkas, kuris ir pateikdavo atsakymus į Tarnybos klausimus. Tačiau, tyrimo

eigoje, Tarnyba paprašė bendrovės vadovo pateikti atsakymus, prisiimti atsakomybę ir pateikti paaiškinimus, kadangi informacijos, jog bendrovės direktorius žino esamą situaciją, t.y., jog vyksta tyrimas dėl bendrovės padaryto pažeidimo Tarnyba neturėjo. Tarnybos atstovė pažymėjo, jog nuo to momento susisiekti su bendrove, gauti pasiaiškinimus buvo labai sudėtinga.

Apibendrinama Tarnybos atstovė pažymėjo, jog tyrimo pradžioje bendrovė bendradarbiavo, tačiau tyrimo pabaigoje, bendradarbiavimas buvo komplikuotas.

Tarnybos atstovė taip pat pažymėjo, jog laišakai, kuriuos Tarnyba siuntė, tiek UAB „Kuponai“ registracijos adresu, tiek kitais žinomais bendrovės veiklos adresais grįždavo, todėl vienintelė galimybė susisiekti su bendrove buvo elektroninis paštas, kadangi ir telefonu susisiekti su bendrove buvo sudėtinga.

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

1. 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 - įtakoti vartotojo ekonominę elgseną.

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 1997-02-13 nutarime yra konstatavęs, kad „reklama taip pat yra informacija, nes suteikia jos gavėjui tam tikrų žinių apie prekes, paslaugas ar kitus reklamuojamus objektus (subjektus). Reklama yra informacija, tačiau ne kiekviena informacija yra reklama. Todėl reklama laikytina savita informacijos rūšimi, kuri paprastai vadinama komercine informacija. Reklama yra neatsiejama nuo verslo, marketingo, nes iš tiesų jiems tarnauja, yra svarbi konkurencijos priemonė. Be to, Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 1997-02-13 nutarime taip pat pažymėjo, kad reklama dažniausiai būna susijusi su materialine nauda: ja siekiama arba tiesiogiai didinti pelną (plečiant vartojimą, paslaugas), arba tai užsitikrinti ateityje (reklamuojant kompanijos ženklą ar veiklą, t. y. padedant jai įsitvirtinti rinkoje).

Pažymėtina, kad UAB „Kuponai“ skleista informacija apie maisto papildus „Omega – 3“, prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“, interneto svetainėse www.kuponai.lt yra tiesiogiai susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus maisto papildus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl UAB „Kuponai“ skeistos 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 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 „Kuponai“ skleista maisto papildų „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas minėtų maisto papildų reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Pažymėtina, kad vidutinis vartotojas, peržiūrėjęs maisto papildų „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad minėti maisto papildai daro teigiamą poveikį sveikatai, gydo, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Europos Parlamento ir Tarybos Reglamento (EB) Nr. 178/2002, nustatančio maisto įstatymo bendruosius principus ir reikalavimus, įkuriančio Europos maisto saugos tarnybą ir nustatančio su maisto saugos klausimais susijusias procedūras, 16 straipsnis nurodo, kad nepažeidžiant konkretnių maisto produktus reglamentuojančių įstatymų nuostatų, vartotojų neturi klaidinti maisto ar pašarų etiketės, reklama ir pateikimas, įskaitant jų formą, išvaizdą arba įpakavimą, pakavimo medžiagas, sudėjimo tvarką, apipavidalinimą juos demonstruojant, įvairiausiomis priemonėmis apie juos teikiamą informaciją.

Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (OL 2006 L 404, p.9) su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu (ES) Nr. 1047/2012 (OL 2012 L 310, p36)3 straipsnio a dalies punkte nustatyta, kad nepažeidžiant Direktyvų 2000/13/EB ir 84/450/EEB, teiginiai apie maistingumą ir sveikatingumą neturi būti melagingi, dviprasmiški ar klaidinantys. Minėto reglamento 5 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad vartoti teiginius apie maistingumą ir sveikatingumą leidžiama tik tokiu atveju, jei tenkinamos 5 straipsnio 1 dalyje nustatytos sąlygos. Šio reglamento 10 straipsnio 1 dalis nustato, kad teiginiai apie sveikatingumą yra draudžiami, išskyrus atvejus, kai jie atitinka II skyriaus bendruosius ir šio skyriaus konkrečius reikalavimus bei yra leidžiami pagal šį reglamentą ir yra įtraukti į leidžiamų teiginių sąrašus, numatytus 13 ir 14 straipsniuose, o 10 straipsnio 3 dalis nustato, kad nuorodą į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą, kurią ta maistinė medžiaga ar maisto produktas apskritai teikia sveikata susijusiai gerai savijautai, galima daryti tik tuo atveju, jei kartu pateikiamas konkretus teiginys apie sveikatingumą, įtrauktas į sąrašus, numatytus 13 ir 14 straipsniuose.

Vadovaujantis Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ 15 punktu, ženklinant, pristatant bei reklamuojant maisto papildus, nei vienam iš jų negali būti priskiriamos gydomosios ar profilaktinės savybės arba daroma nuoroda į jas. Taip pat Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ 16 punkte nustatyta, kad maisto papildų ženklavimas turi atitikti Lietuvos higienos normos HN 119:2002 „Maisto produktų ženklavimas“ ir šios higienos normos reikalavimus.

Lietuvos higienos normos HN 119:2002 „Maisto produktų ženklavimas“ 7 punkte nustatyta, kad, atsižvelgiant į Bendrijos nuostatas, taikytinas natūraliam mineraliniam vandeniui ir specialios paskirties maisto produktams, ženklinant maisto produktus nei vienam iš jų neturi būti priskiriamos gydomosios ar profilaktinės savybės arba daroma nuoroda į jas. Šios higienos normos 11.2 nustatyta, kad ženklavimas ir ženklavimo būdai neturi klaidinti pirkėjo, visų pirma dėl maisto produktui priskirto poveikio arba savybių, kurių jis iš tikrųjų neturi. Higienos normos 12 punkte nustatyta, kad reikalavimai, nurodyti šios higienos normos 11 punkte, taikomi ir maisto produktų pateikimui, ypač jų formai, išvaizdai, pakuotei, naudojamoms pakavimo medžiagoms, jų išdėstymo tvarkai ir aplinkai, taip pat reklamavimui.

UAB „Kuponai“ reklamuoama maisto papildą „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ vartoto teiginiai: „[Žuvų taukai] saugos organizmą nuo išsekimo“, „[Žuvų taukai] gydys kvėpavimo takus“, „mažina uždegimą autoimuninių ligų atveju (astma, reumatoidinis artritas)“,

„Būtinai sveikiems sąnariams“, „[Žuvų taukai] palaikys Jūsų puikią nuotaiką“, „normalizuoja cholesterolio kiekį kraujyje“, „[Omega-3 riebalų rūgštys] stiprina imunitetą“, „[Žuvų taukai] stiprins imuninę sistemą“, „pagerina vaikų intelektinę vystymąsi ir akademinę sėkmę“, „Smegenų funkcijoms pagerinti“, „regai stiprinti“, „Nėštumo metu omega3 padeda vaisiaus nervų, smegenų ir akių vystymuisi“, „širdies ir kraujagyslių darbui gerinti“, „vyrams pagerina spermatozoidų brendimą ir kokybę“. UAB „Kuponai“ naudodama šiuos teiginius, nurodė ir užsiminė apie tas maisto papildų savybes, kurių jie neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, kurios neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vaistiniams preparatams taikomi reikalavimai yra nustatyti Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymo. Šio įstatymo 2 straipsnio 50 dalis nustato, kad vaistas (vaistinis preparatas) – tai vaistinė medžiaga arba jų derins, 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. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Kuponai“ maisto papildai „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ nėra vaistiniai preparatai, todėl negali būti reklamuojami nurodant vaistinio preparato savybes.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, įvertinusi UAB „Kuponai“ maisto papildų „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ reklamoje skleistus teiginius, daro išvadą, jog UAB „Kuponai“ skleista reklama pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktą.

3. Dėl UAB „Kuponai“ 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.

Vertindama pažeidimo pobūdį, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgia į tai, jog UAB „Kuponai“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą, bei į tai, kad Protokole nėra nustatyta nukentėjusių asmenų, taip pat atsižvelgia į tai, kad maisto papildų „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ reklamoje vartoti tiek gydomieji, tiek profilaktiniai bei neleistini naudoti teiginiai apie sveikatingumą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, jog maisto papildų „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ reklama buvo skleidžiama nuo 2013-09-23 iki 2013-09-30.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Kuponai“ maisto papildų „Omega - 3“ prekiniu ženklu „Gimenes vitamini“ reklama buvo skleidžiama viena reklamos sklaidos priemone, internetu, t.y. interneto tinklalapyje www.kuponai.lt.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Kuponai“ pašalino teisės aktų neatitinkančią reklamą, bei pripažino padariusi pažeidimą.

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 „Kuponai“ 3 000 (trijų tūkstančių) litų baudą.

Nutarimas per 30 dienų nuo nutarimo įteikimo dienos gali būti apskūstas 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