



## VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

### VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

#### NUTARIMAS

#### BYLOJE DĖL UAB „BIOKLINIKA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2014-07-31 Nr. 12R-50

Vilnius

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

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajam specialistui Liudui Rinkevičiui,

dalyvaujant Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos įgaliotai atstovei <duomenys neskelbiami> bei UAB „Bioklinika“ įgaliotai atstovei <duomenys neskelbiami>,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo (toliau – Reklamos įstatymas) 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrino bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2014-06-30 Reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 8 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Bioklinika“ (įmonės kodas – 302445607, adresas – Studentų g. 37, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-07-04 gavo Tarnybos 2014-06-30 raštu Nr. 33S-490(33.6) persiustą Protokolą dėl UAB „Bioklinika“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Protokole nurodyta, kad UAB „Bioklinika“ reklamoje, skleidžiamoje interneto tinklalapyje [www.biovaistinė.lt](http://www.biovaistinė.lt) naudojo draudžiamus teiginius, neatitinkančius Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatų, kuriais nurodoma arba užsimenama apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes:

apie maisto papildą „TRX2“ — „<...>mokslininkų sukurta pirmoji plaukų slinkimo gydymo priemonė, skatinanti plaukų augimą molekulių lygmenyje<...>“,

apie maisto papildą „Hyaluronic Acid Complex“, jog hialurono rūgštis — „<...>padidina drėgmę ir elastingumą odoje, padeda stimuliuoti kolageno gamybą, „sutepa“ sąnarius ir veikia priešuždegimiškai bei kaip antioksidantas<...>“,

apie maisto papildą „Balanced Iron Complex“ — „<...>būtinai esant šioms būklėms: kraujavimui, baltymų kalorijų nepakankamumui, inkstų nepakankamumui, ilgai vartojant antacidinius preparatus bei pasireiškus parazitiniams ligoms<...>“,

apie maisto papildą „Bromelain 500mg“ — „<...>galimas naudojimas: uždegiminės būklės, podagra, kraujosruvos, uždegimas, sporto traumos, traumos, skausmo malšinimas, pagalba virškinimo traktui, riešo kanalo sindromas, infekcija (antibiotinė), artritas<...>“.

Tuo UAB „Bioklinika“ pažeidė 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 ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Protokole nurodytas UAB „Bioklinika“ paaiškinimas, kad bendrovė gavusi pranešimą apie neleistinus teiginius juos pašalino ir pažadėjo ateityje užtikrinti, kad panašūs atvejai nepasikartotų ir griežtai kontroliuoti interneto svetainėje pateikiamą informaciją apie maisto papildus.

Protokole nurodyta, kad UAB „Bioklinika“ Reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

Protokole nurodyta, kad reklama buvo skleidžiama tinklalapyje [www.biovaistine.lt](http://www.biovaistine.lt) 2 mėnesius.

Protokole nurodyta, kad bendrovė reklamos skleidimą nutraukė.

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

Komisijos narė paklausė Tarnybos atstovės, kaip Tarnyba vertina šio pažeidimo sunkumą pagal jo pobūdį.

Tarnybos įgaliota atstovė atsakė, jog teiginiai aiškiai nurodo produktų profilaktines ir gydančias savybes, todėl skatina vartotojus pasirinkti būtent šiuos produktus.

Bendrovės įgaliota atstovė pažymėjo, jog bendrovė skleisdama reklamą rėmėsi produktų gamintojo pateikiama informacija, tačiau sutinka, jog UAB „Bioklinika“ klydo naudodama šiuos teiginius reklamoje.

Komisijos narė pasiteiravo, ar bendrovėje yra atsakingas asmuo, kuris prižiūri platinamos reklamos turinį.

UAB „Bioklinika“ įgaliota atstovė atsakė, kad taip — ji ir yra tas atsakingas asmuo.

Komisijos narys paklausė, ar įmonė jau seniai dirba su šiais produktais.

Įmonės atstovė atsakė, jog su šiais produktais dirbti pradėjo prieš kelis mėnesius.

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*

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 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 „Bioklinika“ interneto tinklalapyje [www.biovaistine.lt](http://www.biovaistine.lt) skleista maisto papildų „TRX2“, „Hyaluronic Acid Complex“, „Balanced Iron Complex“ bei „Bromelain 500mg“ reklama susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus maisto papildus, taigi atitinka Reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

*Dėl UAB „Bioklinika“ skleistos reklamos atitikties Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto reikalavimams*

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 pakuotę, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai“. Taigi ir UAB „Bioklinika“ skleista maisto papildų „TRX2“, „Hyaluronic Acid Complex“, „Balanced Iron Complex“ bei „Bromelain 500mg“ 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. Vidutinis vartotojas, peržiūrėjęs maisto papildų „TRX2“, „Hyaluronic Acid Complex“, „Balanced Iron Complex“ bei „Bromelain 500mg“ reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad minėti maisto papildai pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis savybėmis, kurių neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 178/2002, nustatančio maisto įstatymo bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiančio Europos maisto saugos tarnybą ir nustatančio su maisto saugos klausimais susijusias procedūras (OL 2004 m. specialusis leidimas 15 skyrius, 6 tomas, p. 463) su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2009 m. birželio 18 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (EB) Nr. 596/2009 (OL 2009 L 188, p. 14) 16 straipsnis nurodo, kad nepažeidžiant konkretesnių 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, p.36) 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 2 dalies a punktas nustato, kad teiginiai, apie sveikatingumą leidžiami tik tuo atveju, jei toliau nurodyta informacija yra pateikta etiketėje, o jei etiketės nėra – pateikime ir reklamoje teiginys, kuriame nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarba

Vadovaujantis Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ (Žin., 2010, Nr. 58-2844, su vėlesniais pakeitimais) 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 ženklinimas turi atitikti Lietuvos higienos normos HN 119:2002 „Maisto produktų ženklinimas“ 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, ženklavimas maisto produktus nei vienam iš jų neturi būti priskiriamas gydymosi ar profilaktinės savybės arba daroma nuoroda į jas. Šios higienos normos papunktyje 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, naudojamiems pakavimo medžiagoms, jų išdėstymo tvarkai ir aplinkai, taip pat reklamavimui.

UAB „Bioklinika“ reklamuodama: maisto papildą „TRX2“ vartojo teiginius, „<...>mokslininkų sukurta pirmoji plaukų slinkimo gydymo priemonė, skatinanti plaukų augimą molekulių lygmenyje<...>“, maisto papildą „Hyaluronic Acid Complex“ vartojo teiginius, jog hialurono rūgštis „<...>padidina drėgmę ir elastingumą odoje, padeda stimuliuoti kolageno gamybą, „sutepa“ sąnarius ir veikia priešuždegimiškai bei kaip antioksidantas<...>“, maisto papildą „Balanced Iron Complex“ vartojo teiginius, „<...>būtinai esant šioms būklėms: kraujavimui, baltymų kalorijų nepakankamumui, inkstų nepakankamumui, ilgai vartojant antacidinius preparatus bei pasireiškus parazitinėms ligoms<...>“ bei maisto papildą „Bromelain 500mg“, vartojo teiginius, „<...>galimas naudojimas: uždegiminės būklės, podagra, kraujosruvos, uždegimas, sporto traumos, traumos, skausmo malšinimas, pagalba virškinimo traktui, riešo kanalo sindromas, infekcija (antibiotinė), artritas<...>“.

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog minėti UAB „Bioklinika“ maisto papildai nėra vaistiniai preparatai, todėl negali būti reklamuojami nurodant vaistinių preparatų 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.

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 tiesios reikalavimas. Vartotojas privalo gauti teisingą informaciją apie maisto produktus, kuria remdamasis galėtų priimti sprendimus dėl maisto produktų pasirinkimo rinkoje ir jų vartojimo.

Atsižvelgus į išdėstytą, darytina išvada, kad tuo UAB „Bioklinika“ pažeidė Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktą.

#### *Dėl UAB „Bioklinika“ taikytinų sankcijų*

Vadovaujantis 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 atsakomybę lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad bendrovė savo iniciatyva pašalino ir pakoregavo teisės aktų neatitinkančią reklamą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, kad reklama skleista interneto tinklalapyje [www.biovaistine.lt](http://www.biovaistine.lt) 2 mėnesius, o bendrovė, gavusi Tarnybos raštą, pakoregavo reklamą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgia į tai, kad UAB „Bioklinika“ maisto papildų „TRX2“, „Hyaluronic Acid Complex“, „Balanced Iron Complex“ bei „Bromelain 500mg“ reklama platinta tik internete, tinklalapyje [www.biovaistine.lt](http://www.biovaistine.lt).

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

už Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB „Bioklinika“ 2 500 Lt (dviejų tūkstančių penkių šimtų 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