



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL II „EKO KOLEKCIJA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2016-02-18 Nr. 12R-21

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Felikso Petrausko (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), l. e. direktoriaus pavaduotojos pareigas Neringos Baronienės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje rašytinio proceso tvarka išnagrinėjo bylą pagal Alytaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2015-11-23 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 22RIP-2 (toliau – Protokolas) dėl II „Eko kolekcija“ (įmonės kodas 301818626, adresas – Ežero g.1, Luksnėnų k. Alytaus r. sav.; Pievų g. 4, Alytus) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2015-11-26 gavo Tarnybos 2015-11-24 raštu Nr. 22S-(22.5)-494 persiūtą Protokolą dėl II „Eko kolekcija“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba Protokole nustatė, jog II „Eko kolekcija“ maisto produktų „Himalajų druska“, „Chia sėklos“, „Spirulinos milteliai“, „Baobabo vaisiaus milteliai“, „Acerola vaisių ekstraktas“, „Greipfurtų sėklų ekstraktas“ reklamoje, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapiuose www.ekokolekcija.lt bei www.delfi.lt, nurodoma, užsimenama apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Protokole nurodyta, jog interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „Himalajų druska“ reklamoje naudojo teiginius: „*skatina organizmo atsinaujinimą bei energijos pusiausvyros išlaikymą, balanso tarp rūgščių ir šarmų atstatymą, kristalizuotų dirvonų ištirpimą bei pašalina iš organizmo (kurie dažnai yra reumatinių ligų, inkstų bei tulžies pūslės akmenligės priežastimi). Taip pat puikiai šalina sunkiuosius metalus ir organizmo, kadmį (atsiradusį dėl rūkymo ir mus supančių „nešvarumų“), normalizuoja kraujo spaudimą, valo žarnyną, gydo odos bei kvėpavimo takų ligas“; „*aprupina kūną kombinuota 84 jonizuotų mineralų energija, kurią kūnas išlaiko iki 24 valandų; reguliuoja šarmų/rūgščių pusiausvyrą organizme; normalizuoja kraujo spaudimą; tirpina ir šalina nuosėdas, kurios skatina akmenų susidarymą ir įvairių formų reumatizmą, pašalina sunkiuosius metalus iš organizmo, taip pat kalcio nuosėdas; silpnina priklausomybes – mažina troškimą, poreikį, tam kas sukelia priklausomybę; padeda įveikti odos ligas, nes valo ją iš vidaus į išorę; stabilizuoja nereguliarų širdies ritmą; reguliuoja cukraus kiekį kraujyje; gyvybiškai svarbi nervų ląstelėms, komunikacijos ir informacijos procesuose; svarbi maisto dalelių absorbcijai žarnyne; nepakeičiama plaučių išsivalymui nuo skreplių ir gleivių kamščių, ypatingai esant astmai ir cistinei**

fibrozei; padeda užsikimšus sinusams; tai stiprus antihistaminas (antialerginį poveikį turintis); padeda išvengti raumenų mėšlungio; nuo per didelio seilių išsiskyrimo; tiesiog būtinas kaulų struktūrai, osteoporozė dažnai yra druskos ir vandens trūkumo rezultatas; reguliuoja miegą; nedidelis sūrymo kiekis ant liežuvio nuramins pastovų sausą kosulį; padeda išvengti podagros; palaiko seksualumą ir lipido; saugo nuo varikozės ir „kraujagyslių tinklelio“ ant kojų“.

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „Chia sėklos“ reklamoje naudojo teiginius: „drėkina organizmą, prislopina vandeniu; mažina cholesterolio kiekį, stabilizuoja cukrų kraujyje; yra lengvai virškinamos, valo žarnyną; suteikia energijos, ištvermės bei gerina koncentraciją; gerina širdies ir kraujagyslių būklę; stiprina organizmą“.

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „Spirulinos milteliai“ reklamoje naudojo teiginius: „spirulinoje yra daugiau nei 60% lengvai virškinamų baltymų be riebalų ir cholesterolio; visos nepakeičiamos amino rūgštys, kurių organizmas pats negamina; vitaminų B12 (ypač daug), B2, B1, B6; dešimt ir daugiau kartų betakarotino nei morkose; daug lengvai pasisavinamos geležies, magnio, gama linoleno rūgšties (GLR) sulfolipidų, glikolipidų ir polisacharidų; chlorofilo ir labai mažai kalorijų. Spirulina gali padėti vaikams (nemėgstantiems daržovių), paaugliams (papildomas maistinių medžiagų kiekis), nėščioms (vaisiaus vystymuisi), senyvo amžiaus žmonėms (kai sunku valgyti)“, sportininkams (energijos palaikymui), daug dirbantiems (kai nereguliari mityba), vegetarams ir veganams (papildoma vitaminų ir mineralų šaltinis). Gali padėti esant uždegimams, infekcijoms, gerinant kepenų funkciją, mažinant cholesterolį ir aukštą kraujospūdį, detoksikuojant organizmą, metant svorį, užkietėjus viduriams, esant greitai energijos poreikiui. Stangrina odą, stiprina audinius“.

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „Baobabo vaisiaus milteliai“ reklamoje naudojo teiginius: „Baobabo vaisių milteliai yra vienas stipriausių antioksidantų (2k. didesnis nei ožekšnio (god) uogos, 6k nei spanguolės, mėlynės ar gervuogės); gausus kalcio, magnio, geležies (daugiau nei raudonoje mėsoje, sardinėse, špinatuose, lęšiuose) ir kalio (daugiau nei abrikosuose, špinatuose, avokaduose, bananuose) šaltinis. Gali padėti stiprinti imunitetą, spartinant medžiagų apykaitą, stiprinant kaulus, gerinant širdies veiklą, mažinant cholesterolį, esant disbakteriozei, detoksikuojant organizmą, stabdant senėjimo procesus“.

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „Acerola vaisių ekstraktas“ reklamoje naudojo teiginius: „Acerola yra gausiausias vitamino C šaltinis gamtoje (net 94 kartus daugiau nei apelsine). Tai natūralus vitaminas C, kuris geriau pasisavinamas dėl Acerola vyšniose esančių flavanoidų glikozidų, vitamino A, B, kalio, magnio. Aceroloje esantis vitaminas C nesukelia nepageidaujimų šalutinių reakcijų kaip kad sintetinis vitaminas. Acerola saugi alergiškiems žmonėms, jos sunku perdozuoti, perteklinė askorbo rūgštis pašalinama iš organizmo; Gali padėti didinant organizmo atsparumą užkrečiamoms ligoms, sveikstant susirgus virusinėmis ir infekcinėmis ligomis, norint pagerinti gijimą po operacijos ir sužeidimų, norint sumažinti alerginių susirgimų riziką, siekiant, kad organizmas geriau pasisavintų geležį; įveikiant peršalimą, kosulį ar skaudant gerklei“.

Interneto tinklalapyje www.delfi.lt straipsnyje „Vienas efektyviausių natūralių antibiotikų: naikina bakterijas, grybelius, virusus ir parazitus“ naudojo teiginius apie „Greipfrutas sėklų ekstraktas“: „dažnai vadinamas natūraliu augalinės kilmės antibiotiku, pasižyminčiu stipriu baktericidiniu ir antivirusiniu poveikiu, jis turi didelę Bioflavonoidų ir vitamino C koncentraciją. Naikina ne tik ligą sukėlusias bakterijas, bet ir įvairius mikrobus, virusus bei kitokius mikroorganizmus, parazitus ir grybelius (apie 800 skirtingų bakterijų štamų ir 100 rūšių grybelių), tačiau nekenkia žarnyno mikroflorai, t.y. nenužudo gerųjų bakterijų. Šio natūralaus ekstrakto savybės tyrę garsūs pasaulio institutai pripažįsta puikų jo poveikį imunitetui. Taip pat tai – veiksminga priemonė gydant sinusitą, perštinčią gerklę, kovojant su įvairiomis infekcijomis“.

Protokole nurodyta, jog tuo IĮ „Eko kolekcija“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Protokole nustatyta, kad II „Eko kolekcija“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Sunkinančių ir/ar lengvinančių aplinkybių nenustatyta, tačiau nurodyta, jog II „Eko kolekcija“ savo noru pašalino ir redagavo teisės aktų neatitinkančią reklamą.

II „Eko kolekcija“ rašte Tarnybai nurodė, kad reklamoje buvo pateikta informacija, kurią gavo iš produktų tiekėju. Rašte nurodyta, jog II „Eko kolekcija“ norėjo vartotojams suteikti kuo išsamesnę informaciją apie produktus. II „Eko kolekcija“ nurodė, jog labai apgailestauja dėl šios situacijos bei informavo, jog nedelsiant nutraukė teisės aktų neatitinkančios reklamos skleidimą.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-02-11 gavo II „Eko kolekcija“ elektroninį laišką, kuriame nurodyta, jog II „Eko kolekcija“ nesiekė klaidinti vartotojų, o norėjo suteikti kuo daugiau informacijos vartotojams apie bendrovės siūlomus įsigyti produktus. Pranešime nurodyta, jog II „Eko kolekcija“ apgailestauja dėl šios situacijos ir nurodė, jog ėmėsi aktyvių veiksmų informacijos pašalinimui. II „Eko kolekcija“ pateikė Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai informaciją apie bendrovės metines pajamas praėjusiais finansiniais metais.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius įrodymus, 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 įsipareigojimų perėmimą.

Atkreiptinas dėmesys, jog reklamos požymis, išskiriantis reklamą iš kitų informacijos rūšių, yra siekis daryti asmenims poveikį jiems renkantis naudotis tam tikromis paslaugomis, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. 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.“ Įstatymuose bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas - daryti įtaką ekonominei elgsenai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog siekiant nustatyti, ar informacija gali būti vertinama kaip reklama, turi būti konstatuotas skatinimo tikslas, t.y. turi būti nustatyta, kad ši informacija yra ar gali būti reikšminga vartotojui, priimant sprendimą dėl produkto įsigijimo, ir tokiu būdu ja siekiama daryti įtaką ekonominei elgsenai, skatinant jį naudotis tam tikromis prekėmis ar paslaugomis ar atsisakyti tam tikrų prekių (paslaugų) naudojimo.

Taigi, įstatymuose bei teismų praktikoje suformuoti du esminiai reklamos požymiai: 1) informacija turi būti susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, 2) pateikiama informacija turi skatinti įsigyti prekių ar naudotis teikiamomis paslaugomis. Iš byloje pateiktos informacijos matyti, jog maisto produktų „Himalajų druska“, „Chia sėklos“, „Spirulinos milteliai“, „Baobabo vaisiaus milteliai“, „Acerola vaisių ekstraktas“, „Greipfurtų sėklų ekstraktas“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapiuose www.ekokolekcija.lt, www.delfi.lt, susijusi su II „Eko kolekcija“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtą gėrimą, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

Dėl II „Eko kolekcija“ 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 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 II „Eko kolekcija“ skleista maisto produktų „Himalajų druska“, „Chia sėklos“, „Spirulinos milteliai“, „Baobabo vaisiaus milteliai“, „Acerola vaisių ekstraktas“, „Greipfurtų sėklų ekstraktas“ 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.

Pažymėtina, kad vidutinis vartotojas, perskaitęs informaciją interneto tinklalapiuose www.ekokolekcija.lt, www.delfi.lt, kurioje buvo vartojami teiginiai apie produktų gydomąsias ir/ar profilaktines savybes, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad minėti produktai pasižymi gydomosiomis ir/ar profilaktinėmis savybėmis, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

II „Eko kolekcija“ interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „**Himalajų druska**“ reklamoje naudojo teiginius: *„skatina organizmo atsinaujinimą bei energijos pusiausvyros išlaikymą, balanso tarp rūgščių ir šarmų atstatymą, kristalizuotų dirvonų ištirpimą bei pašalina iš organizmo (kurie dažnai yra reumatinių ligų, inkstų bei tulžies pūslės akmenligės priežastimi). Taip pat puikiai šalina sunkiuosius metalus ir organizmo, kadmi (atsiradusį dėl rūkymo ir mus supančių „nešvarumų“), normalizuoja kraujo spaudimą, valo žarnyną, gydo odos bei kvėpavimo takų ligas“; „aprupina kūną kombinuota 84 jonizuotų mineralų energija, kurią kūnas išlaiko iki 24 valandų; reguliuoja šarmų/rūgščių pusiausvyrą organizme; normalizuoja kraujo spaudimą; tirpina ir šalina nuosėdas, kurios skatina akmenų susidarymą ir įvairių formų reumatizmą, pašalina sunkiuosius metalus iš organizmo, taip pat kalcio nuosėdas; silpnina priklausomybes – mažina troškimą, poreikį, tam kas sukelia priklausomybę; padeda įveikti odos ligas, nes valo ją iš vidaus į išorę; stabilizuoja nereguliarių širdies ritmą; reguliuoja cukraus kiekį kraujyje; gyvybiškai svarbi nervų ląstelėms, komunikacijos ir informacijos procesuose; svarbi maisto dalelių absorbcijai žarnyne; nepakeičiama plaučių išsivalymui nuo skreplių ir gleivių kamščių, ypač esant astmai ir cistinei fibrozei; padeda užsikimšus sinusams; tai stiprus antihistaminas (antialerginį poveikį turintis); padeda išvengti raumenų mėšlungio; nuo per didelio seilių išsiskyrimo; tiesiog būtinas kaulų struktūrai, osteoporozė dažnai yra druskos ir vandens trūkumo rezultatas; reguliuoja miegą; nedidelis sūrymo kiekis ant liežuvio nuramins pastovų sausą kosulį; padeda išvengti podagros; palaiko seksualumą ir lipidų; saugo nuo varikozės ir „kraujagyslių tinklelio“ ant kojų“.*

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „**Chia sėklos**“ reklamoje naudojo teiginius: *„drėkina organizmą, prislopina vandeniui; mažina cholesterolio kiekį, stabilizuoja cukrų kraujyje; yra lengvai virškinamos, valo žarnyną; suteikia energijos, ištermės bei gerina koncentraciją; gerina širdies ir kraujagyslių būklę; stiprina organizmą“.*

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „**Spirulinos milteliai**“ reklamoje naudojo teiginius: *„spirulinoje yra daugiau nei 60% lengvai virškinamų baltymų be riebalų ir cholesterolio; visos nepakeičiamos amino rūgštys, kurių organizmas pats negamina; vitaminų B12 (ypač daug), B2, B1, B6; dešimt ir daugiau kartų betakarotino nei morkose; daug lengvai pasisavinamos geležies, magnio, gama linoleno rūgšties (GLR) sulfolipidų, glikolipidų ir polisacharidų; chlorofilo ir labai mažai kalorijų. Spirulina gali padėti vaikams (nemėgstantiems daržovių), paaugliams (papildomas maistinių medžiagų kiekis), nėščioms (vaisiaus vystymuisi), senyvo amžiaus žmonėms (kai sunku valgyti)“, sportininkams (energijos palaikymui), daug dirbantiems (kai nereguliari mityba), vegetarams ir veganams (papildoma vitaminų ir mineralų šaltinis). Gali padėti esant uždegimams, infekcijoms, gerinant kepenų funkciją, mažinant cholesterolį ir aukštą kraujospūdį, detoksikuojant organizmą, metant svorį, užkietėjus viduriams, esant greitam energijos poreikiui. Stangrina odą, stiprina audinius“.*

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „**Baobabo vaisiaus milteliai**“ reklamoje naudojo teiginius: „*Baobabo vaisių milteliai yra vienas stipriausių antioksidantų (2k. didesnis nei ožekšnio (god) uogos, 6k nei spanguolės, mėlynės ar gervuogės); gausus kalcio, magnio, geležies (daugiau nei raudonoje mėsoje, sardinėse, špinatuose, lęšiuose) ir kalio (daugiau nei abrikosuose, špinatuose, avokaduose, bananuose) šaltinis. Gali padėti stiprinti imunitetą, spartinant medžiagų apykaitą, stiprinant kaulus, gerinant širdies veiklą, mažinant cholesterolį, esant disbakteriozei, detoksikuojant organizmą, stabdant senėjimo procesus*“.

Interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt skleistoje „**Acerola vaisių ekstraktas**“ reklamoje naudojo teiginius: „*Acerola yra gausiausias vitamino C šaltinis gamtoje (net 94 kartus daugiau nei apelsine). Tai natūralus vitaminas C, kuris geriau pasisavinamas dėl Acerola vyšniose esančių flavanoidų glikozidų, vitamino A, B, kalio, magnio. Aceroloje esantis vitaminas C nesukelia nepageidaujimų šalutinių reakcijų kaip kad sintetinis vitaminas. Acerola saugi alergiškiems žmonėms, jos sunku perdozuoti, perteklinė askorbo rūgštis pašalinama iš organizmo; Gali padėti didinant organizmo atsparumą užkrečiamoms ligoms, sveikstant susirgus virusinėmis ir infekcinėmis ligomis, norint pagerinti gijimą po operacijos ir sužeidimų, norint sumažinti alerginių susirgimų riziką, siekiant, kad organizmas geriau pasisavintų geležį; įveikiant peršalimą, kosulį ar skaudant gerklei*“.

Interneto tinklalapyje www.delfi.lt straipsnyje „Vienas efektyviausių natūralių antibiotikų: naikina bakterijas, grybelius, virusus ir parazitus“ naudojo teiginius apie „**Greipfrutas sėklų ekstraktas**“: „*dažnai vadinamas natūraliu augalinės kilmės antibiotiku, pasižyminčiu stipriu baktericidiniu ir antivirusiniu poveikiu, jis turi didelę Bioflavonoidų ir vitamino C koncentraciją. Naikina ne tik ligą sukėlusias bakterijas, bet ir įvairius mikrobus, virusus bei kitokius mikroorganizmus, parazitus ir grybelius (apie 800 skirtingų bakterijų štamų ir 100 rūšių grybelių), tačiau nekenkia žarnyno mikroflorai, t.y. nenužudo gerųjų bakterijų. Šio natūralaus ekstrakto savybes tyrę garsūs pasaulio institutai pripažįsta puikų jo poveikį imunitetui. Taip pat tai – veiksminga priemonė gydant sinusitą, perštinčių gerklę, kovojant su įvairiomis infekcijomis*“.

Kaip jau buvo paminėta aukščiau, vidutinis vartotojas pamatęs reklamą, vertina joje pateiktą informaciją kaip visumą, todėl II „Eko kolekcija“ reklamoje skleisti maisto produktų „Himalajų druska“, „Chia sėklos“, „Spirulinos milteliai“, „Baobabo vaisiaus milteliai“, „Acerola vaisių ekstraktas“, „Greipfurtų sėklų ekstraktas“ teiginiai vidutiniam vartotojui galėjo sudaryti įspūdį, kad minėti produktai padės nuo aukščiau minėtų sveikatos sutrikimų ir turės profilaktinį poveikį organizmui. Atsižvelgiant į tai, teigtina, jog reklamoje pateikta informacija galėjo daryti poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, t.y. paskatinti vartotojus įsigyti II „Eko kolekcija“ reklamuojamus maisto produktus.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog II „Eko kolekcija“ reklamuojami maisto produktai „Himalajų druska“, „Chia sėklos“, „Spirulinos milteliai“, „Baobabo vaisiaus milteliai“, „Acerola vaisių ekstraktas“, „Greipfurtų sėklų ekstraktas“ 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 Lietuvos Respublikos 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 produktai „Himalajų druska“, „Chia sėklos“, „Spirulinos milteliai“, „Baobabo vaisiaus milteliai“, „Acerola vaisių ekstraktas“, „Greipfurtų sėklų ekstraktas“ nėra vaistai ir jie 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 produktų reklamoje priskirti gydomojo ir (ar) profilaktinio pobūdžio bruožus yra draudžiama.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vadovaujantis Lietuvos Respublikos 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.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog reklaminės veiklos subjektas, skleisdamas maisto produktų „Himalajų druska“, „Chia sėklos“, „Spirulinos milteliai“, „Baobabo vaisiaus milteliai“, „Acerola vaisių ekstraktas“, „Greipfurtų sėklų ekstraktas“ reklamą, vartojo teiginius, kuriais nurodė ir užsiminė apie tas maisto produkto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų. Tuo IĮ „Eko kolekcija“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Dėl IĮ „Eko kolekcija“ 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, atsižvelgė į tai, kad maisto produktų reklamoje buvo vartojami gydomieji teiginiai bei teiginiai apie profilaktiką, sveikatingumą, kurie pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatas. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog IĮ „Eko kolekcija“ 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 mastą, atsižvelgia į tai, kad maisto produktų reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapiuose www.ekokolekcija.lt bei viename populiariausių interneto portalų www.delfi.lt, taigi pasiekiami ne regioniniu, o nacionaliniu mastu. Atsižvelgta į tai, kad Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2011-08-11 nutartimi Nr. A492-2642/2011 konstatavo, jog informacija internete yra prieinama žymiai didesnei daliai vartotojų negu spausdintuose leidiniuose, todėl pažeidimo mastas turi būti vertinamas kaip didelis.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, kad IĮ „Eko kolekcija“ reklama interneto tinklalapyje www.ekokolekcija.lt buvo skleidžiama nuo 2015-10-29 iki 2015-11-16. Reklama interneto tinklalapyje www.delfi.lt buvo skleidžiama 2015-11-02.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad IĮ „Eko kolekcija“ padėjo reklamos kontrolės institucijoms tyrimo metu bei nutraukė teisės aktų neatitinkančios reklamos skleidimą. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančių aplinkybių byloje nenustatė.

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 IĮ „Eko kolekcija“ 1000 (vieno tūkstančio) eurų baudą.

Nutarimas per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo 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