



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE DĖL UAB „EKOVIŠA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2016-06-09 Nr.12R-69

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Felikso Petrausko (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje rašytinio proceso tvarka išnagrinėjo bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Klaipėdos valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2016-04-25 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 37R15-3 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Ekovisa“ (įmonės kodas 303416067 adresas – Kaštonų g. 12 K3-161, 92206 Klaipėda) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-05-02 gavo Tarnybos 2016-04-27 raštu Nr. 37V7-(37.5.)-255 persiustą Protokolą dėl UAB „Ekovisa“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba Protokole nustatė, jog UAB „Ekovisa“, reklamuodama maisto papildą „Geriamasis eliksiyras Mumio“ naudojo neleistinus naudoti teiginius apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Protokole nustatyta, jog reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.mumio.lt. Tikslus reklamos sklaidos laikotarpis Protokole nenustatytas.

Tarnyba Protokole nurodė, jog UAB „Ekovisa“ reklamuodama maisto papildą „Geriamasis eliksiyras Mumio“ interneto tinklalapyje www.mumio.lt naudojo teiginius:

- *kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes*: Apie jodą – „Šis elementas yra pagrindinė jos hormonų sudedamoji dalis, padeda reguliuoti širdies ritmą, kraujospūdį, kūno temperatūrą, svorį, medžiagų apykaitą ir yra būtinas tiek vaisiui vystytis, tiek organizmui augti. Jodo reikia gerai savijautai ir nuotaikai.“; Apie seleną – „Lėtina senėjimo procesus. Padeda kovoti su laisvaisiais radikalais ir karcinogenais, mažina uždegimą, palaiko širdies veiklą, būtinas vyro reprodukcinės sistemos veiklai, reikalingas metabolizmo procesams organizme, svarbus regos silpnėjimo ir kataraktos prevencijai, dalyvauja augimo ir vystymosi procesuose, veikia kaip stiprus antioksidantas ir stiprina imuninę sistemą.“;

Skiltyje „MUMIO sveikatinančios savybės“ rašoma: „MUMIO ...stabilizuoja cukraus kiekį kraujyje, <...>, esant artritui, padidėjusiam kraujospūdžiui bei gydant daugelį kitų ligų.; „...stabdo uždegiminius procesus organizme, grybelinių infekcijų plitimą, <...> ir daug kitų gydomųjų savybių.“; „MUMIO padeda sergant skrandžio opa: slopina uždegimą ir padeda atstatyti pažeistas vietas skrandyje dėl savo sveikatinančių savybių: priešuždegiminis, regeneruojantis, skatinantis gijimo procesus.“; „...Taip pat padeda esant įvairiems žarnyno, šlapimo, nervų sistemų sutrikimams ir stiprinant imuninę sistemą.“; „...MUMIO gali padėti patyrus įvairias galvos traumas: mažina smegenų edemos pasekmes, smegenų barjero pralaidumą ir vidinės kaukolės slėgį.“;

MUMIO <...>, kuri padeda kontroliuoti hormonų kiekį kraujyje <...>.“; „...MUMIO gydomųjų savybių. Daugelyje šalių naudojamas tradicinėse medicinos sistemose, pavyzdžiui, gydant urologinius susirgimus, nuo diabeto, virškinimo sutrikimų, nervų sistemos ligų, tuberkuliozės, lėtinio bronchito, astmos, anemijos, egzemos, kaulo lūžių.“; „Tai natūralus ilgą istoriją turintis vaistas naudojamas gydyti diabetą, šlapimo, virškinimo, širdies ir nervų sistemų susirgimus, stiprinti imuninę sistemą ir kaip kompleksinė priemonė gali būti naudojamas nuo įvairių negalavimų.“; „MUMIO preparatai buvo sėkmingai naudojami siekiant apsisaugoti nuo įvairių susirgimų <...>.“; „MUMIO padeda esant įvairiems dermatologiniams, virškinimo trakto sutrikimams, raumenų skausmams, sumušimams, <...> ir kitiems susirgimams.“; „...MUMIO yra saugus net ir ilgai naudojant, gydant įvairius sutrikimus ir papildant organizmą reikalingais ir svarbiais mikroelementais ir makroelementais.“; „Taip pat tradiciškai naudojamas cukraus kiekio stabilizavimui kraujyje, traumų gijimui, esant artritui, hipertenzijai.“

Skiltyje – „Energija iš Mumio“ rašoma: „Mumio sveikatinantis poveikis: Skatina pažeistų ląstelių atsinaujinimą. Veiksmingas sergant įvairiais lėtiniais susirgimais. Slopina uždegiminiuosius procesus organizme. Ir daugelį kitų gydomųjų savybių.“;

Skiltyje – „Kas yra Mumio“ rašoma: „Mumio Sekret“ ...Mumio gydomąsias savybes nulemia jo sudėtis: <...>“; „...produktas veikia antibiotiškai. Stabdo uždegiminiuosius procesus, regeneruoja pažeistas ląsteles, užkertamas kelias organų veiklos sutrikimams po hormoninių preparatų vartojimo. Vartojama kaip priešuždegiminė, antitoksinė, <...>. Preparatas vartojamas esant įvairiems susirgimams, tokiems kaip: kvėpavimo sistemos ligos, širdies ir kraujagyslių, virškinamojo trakto, kaulų sąnarių ir raumenų, ginekologiniai, endokrininės sistemos, dermatologiniai, urologiniai ir nerfrologiniai, onkologiniai bei odontologiniai susirgimai.“;

-bei tuo pačiu klaidino vartotoją dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: Skiltyse „Geriamasis eliksyras MUMIO“ ir Fulvo rūgštis – stebuklingos gamtos molekulės?“ rašoma: „Fulvo rūgštis aprūpina žmogaus organizmą fermentais, mikroelementais, amino rūgštimis, padeda hormonų ir vitaminų sintezei.“; „Fulvo rūgštis taip pat yra galingiausias antioksidantas ir laisvųjų radikalų sunaikintojas.“; „<...> kaip antioksidantai ir laisvųjų radikalų šalintojai; Padidinti fermentų aktyvumą; Padėti atstatyti imuninę sistemą“;

Skiltyje – „Energija iš MUMIO“ naudojamas apibrėžimas „veikliosios medžiagos“, sietinas su vaistiniu preparatu, galimai klaidinamas vartotojas: „MUMIO sudaro <...> ir kitos veikliosios medžiagos <...>.“;

Skiltyje „MUMIO sveikatinančios savybės“ rašoma: „MUMIO <...>, teigiamai sąveikauja su kitais vaistais, <...>“

Tarnyba Protokole nustatė, jog minėti teiginiai neatitinka neatitinka: 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams, kuriuo iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentai (EB) Nr. 1924/2006 ir (EB) Nr. 1925/2006 bei kuriuo panaikinami Komisijos direktyva 87/250/EEB, Tarybos direktyva 90/496/EEB, Komisijos direktyva 1999/10/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/13/EB, Komisijos direktyvos 2002/67/EB ir 2008/5/EB bei Komisijos reglamentas (EB) Nr. 608/2004 (OL 2011 L 304, p. 18) su paskutiniais keitimais ir papildymais 7 straipsnio 1 dalies b punkto, 3 dalies, 4 dalies a punkto, 2006 m. gruodžio 20 d. 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) 10 straipsnio 1 dalies, 2 dalies ir 3 dalies, Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“, patvirtintos Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 gegužės 13 d. įsakymu Nr. V-432 „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ patvirtinimo“ 14, 15 punktų nuostatų.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Ekovisa“ reklamoje naudojami teiginiai neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatos, kuri draudžia reklamoje nurodyti ar užsiminti apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes, taip pat apie tas maisto savybes, kurių jis neturi.

Protokole nurodyta, kad UAB „Ekovisa“ Lietuvos Respublikos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

Protokole nurodyta, kad 2014-12-03 įmonei UAB „Ekovisa“ perrašytas Maisto tvarkymo subjekto patvirtinimo pažymėjimas Nr. 473. Bendrovė neginčijo fakto, kad interneto tinklalapyje www.mumio.lt buvo vartojami teiginiai apie maisto produkto sveikatingumą, buvo nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes bei tuo pačiu klaidino vartotoją dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi. Protokole nurodyta, kad UAB „Ekovisa“ vykdė Tarybos nurodymus, nedelsiant pataisė klaidinančią informaciją interneto tinklalapyje www.mumio.lt, teikė paaiškinimus.

UAB „Ekovisa“ Protokole nurodė, kad dėl patyrimo stokos padarė klaidą ir sukėlė mokslinę informaciją arba teiginius iš jų, atidžiai nesuderinę su 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu ir direktyvomis. UAB „Ekovisa“ nurodė, kad neturėjo tikslo paskatinti vartotojo pirkti, o tik siekė pasidalinti informacija. Bendrovė nurodė, kad pardavimai vyko tik per vaistines, interneto tinklalapyje pardavimai nebuvo vykdomi. UAB „Ekovisa“ nurodė, kad nedelsiant pataisė klaidinančią informaciją.

UAB „Ekovisa“ Tarnybai 2016-03-01 rašte Nr. 37V6-1559(37.99) nurodė, kad informacija apie maisto papildą „Geriamasis eliksiyras Mumio“ buvo skleidžiama nuo 2015 metų kovo mėnesio iki 2016 m. vasario 12 d. Bendrovė nurodė, kad 2015 m. balandžio mėnesį keitėsi vadovai ir, siekiant atlikti pertvarkymus, buvo nutarta iš esmės keisti pačio tinklalapio struktūrą ir kitus techninius interneto tinklalapio parametrus, taip pat iš esmės sutvarkyti teikiamą informaciją vartotojams. UAB „Ekovisa“ nurodė, kad tik pakeitus techninę internetinio tinklalapio dalį, buvo galimas informacijos tvarkymas. Bendrovė nurodė, kad minėti darbai buvo baigti 2015 m. gruodžio mėnesį, bendrovė nedelsiant pradėjo vadovautis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymu ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentais.

UAB „Ekovisa“ pažymėjo, kad teisės aktai nepateikia iki galo aiškių kriterijų, kuriais būtų galima vadovautis bei atskirti teiginius apie sveikatingumą nuo teiginių apie gydomąsias savybes, taip pat nuo teiginių apie nuo ligų saugančias savybes, nuo teiginių apie susirgimo pavojaus sumažinimo. Bendrovė nurodė, kad teikiant informaciją vartotojams siekė pamatuoti ir vertinti ar konkretus teiginys yra sietinas su sveikatingumu ar su gydomosiomis savybėmis, nurodė, kad teikiant informaciją taip pat buvo vertinama ar konkretus teiginys yra/nėra suderintas su Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 12 straipsnio nuostatomis ir ar toks teiginys vien tik dėl to, kad nėra suderintas su minėtu reglamentu, gali būti sietinas su gydomosiomis savybėmis.

UAB „Ekovisa“ nurodė, kad teisės aktuose terminas „veikliosios medžiagos“ nėra apibrėžtas kaip naudotinas tik gydymo tikslais. Bendrovė nurodė, kad naudojo terminą „veikliosios medžiagos“ remdamasi oficialia sąvokos reikšme – „veikliąja medžiaga vadinami ir organizmai ar jų sporos, suteikiantys preparatui gebėjimą veikti, nors jie ir nėra cheminės medžiagos“, taip pat oficialiais šaltiniais apie augalų/maisto veikliąsias medžiagas. UAB „Ekovisa“ nurodė, kad, informuodama apie maisto papildą, vartotojus siekė remtis atliktais moksliniais tyrimais, moksline literatūra, taip pat leidžiamais naudoti ir įtrauktais į Reglamentą terminais: „Jodas padeda palaikyti normalią pažinimo funkciją“, „Jodas padeda palaikyti normalią energijos apykaitą“, „Jodas padeda palaikyti normalią nervų sistemos veiklą“, „Jodas padeda palaikyti normalią odos būklę“, „Jodas padeda palaikyti normalią skydliaukės hormonų gamybą ir normalią skydliaukės veiklą“, „Selenas padeda palaikyti normalią spermatogenezę“, „Selenas padeda palaikyti normalią plaukų būklę“, „Selenas padeda palaikyti normalią nagų būklę“, „Selenas padeda palaikyti normalią imuninės sistemos veiklą“, „Selenas padeda palaikyti normalią skydliaukės veiklą“, „Selenas padeda apsaugoti ląsteles nuo oksidacinės pažeidimo“.

UAB „Ekovisa“ nurodė, kad teikdami informaciją apie maisto papildą „Geriamasis eliksiyras Mumio“ reklamos poveikį vertino kompleksiška, buvo analizuojama ar naudojami teiginiai nesukurs perteklinio vartojimo, ar nesukladins ir nesuponuos vidutinio vartotojo maisto papildu „Geriamasis eliksiyras Mumio“ laikyti vaistu. Bendrovė nurodė, kad nei prekės ženklas, nei teikiama informacija, nei produkto kaina negalėjo skatinti vartoti maisto papildą gydymui. UAB „Ekovisa“ nurodė, kad tokių ligų, kaip kraujotakos, širdies, kaulų audinio, sąnarių ir audinio,

urologinių, nefrologinių ir kt. įprastai vartotojas negydo savarankiškai, o tik gydytojo ar sveikatos specialisto konsultuojamas. UAB „Ekovisa“ nurodė, kad praktika rodo, jog įprastai vartotojai maisto papildus „Geriamasis eliksyras Mumio“ įsigija su gydytojo arba vaistininko rekomendacija vaistinėse, kuriose yra parduodamas produktas. Bendrovė pažymėjo, kad elektroniniu būdu per visą sklaidos laikotarpį buvo parduota 20 vienetų produkto ir visi pirkėjai tuo metu buvo konsultuojami specialistų. Bendrovė nurodė, kad per 2015 metus buvo parduota 218 vienetų maisto papildu iš kurių 180 vienetų parduota vaistinėse.

UAB „Ekovisa“ nurodė, kad informacija buvo sukelta į interneto tinklalapį vartotojų prašymu, tam, kad būtų įmanoma labiau suvokti maisto papildu unikalumą, jo savybes, sudėtį, jo suderinamumą su maistu ar vaistais. Bendrovė nurodė, kad vartotojai turi teisę gauti bei skleisti informaciją ir tai nesukelia paskatos įsigyti produktą gydyti ligoms.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-05-25 gavo UAB „Ekovisa“ raštą, kuriame bendrovė nurodė, jog sutinka su Tarnybos išvada ta dalimi, kurioje nurodoma, kad UAB „Ekovisa“, teikdama informaciją interneto tinklalapyje www.mumio.lt panaudojo kai kuriuos mokslinių tyrimų viešus teiginius apie sveikatingumą, kurie nėra įtraukti į EFSA registrus. Bendrovė nurodė, jog nesutinka su Protokole aprašyta neįtrauktų, kaip leistinų naudoti teiginių, apimtimi. UAB „Ekovisa“ nurodo, kad buvo teikiama tik mokslinė informacija, turint tikslą suteikti vartotojui galimybę susipažinti su produkto savybėmis, buvo naudota leistinų naudoti teiginių platesnė reikšmė. Bendrovė nurodė, kad skirtingų teiginių analizę turėtų atlikti konkrečios specializacijos mokslininkas. Bendrovė nurodė, kad nesutinka su Tarnybos padaryta išvada, kad „Klaidino vartotoją dėl produkto savybių, kurių galimai neturi“, kadangi bendrovė pateikė Tarnybai informaciją apie atliktus mokslinius tyrimus. UAB „Ekovisa“ nurodė, kad pagrindiniai pirkėjai, besidomintys produktu ir jo savybėmis yra tie, kurie ieško papildų, kurie stiprintų ar atstatytų imunintetą po vaistų vartojimo ir įprastai „Mumio“ teiraujasi asmenys, kurie iš patirties žino šį produktą.

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 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 nutarime „Dėl Lietuvos Respublikos Farmacinės veiklos įstatymo 17 straipsnio (2002-06-04 redakcija) 4 dalies atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai“ pažymėjo, kad „prekių ar paslaugų reklama – nesvarbu, ar ši veikla yra atlygintina, ar ne – visuomet yra tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama skatinti naudoti tam tikras prekes ar naudotis tam tikromis paslaugomis“.

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 ją 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 papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.mumio.lt susijusi su UAB „Ekovisa“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus maisto papildus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl UAB „Ekovisa“ 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 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 įspūdžiu 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 „Ekovisa“ skleista maisto papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.mumio.lt 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, perskaitęs minėtų maisto papildų reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad šie maisto papildai pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių maisto papildai neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Tarnyba Protokole nurodė, jog UAB „Ekovisa“ reklamuodama maisto papildą „Geriamasis eliksiyras Mumio“ interneto tinklalapyje www.mumio.lt naudojo teiginius:

- kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes: Apie jodą – „Šis elementas yra pagrindinė jos hormonų sudedamoji dalis, padeda reguliuoti širdies ritmą, kraujospūdį, kūno temperatūrą, svorį, medžiagų apykaitą ir yra būtinas tiek vaisiui vystytis, tiek organizmui augti. Jodo reikia gerai savijautai ir nuotaikai.“; Apie seleną – „Lėtina senėjimo procesus. Padeda kovoti su laisvaisiais radikalais ir karcinogenais, mažina uždegimą, palaiko širdies veiklą, būtinas vyro reprodukcinės sistemos veiklai, reikalingas metabolizmo procesams organizme, svarbus regos silpnėjimo ir kataraktos prevencijai, dalyvauja augimo ir vystymosi procesuose, veikia kaip stiprus antioksidantas ir stiprina imuninę sistemą.“;

Skiltyje „MUMIO sveikatinančios savybės“ rašoma: „MUMIO ...stabilizuojant cukraus kiekį kraujyje, <...>, esant artritui, padidėjusiam kraujospūdžiui bei gydant daugelį kitų ligų.; „...stabdo uždegiminius procesus organizme, grybelinių infekcijų plitimą, <...> ir daug kitų gydomųjų savybių.“; „MUMIO padeda sergant skrandžio opa: slopina uždegimą ir padeda atstatyti pažeistas vietas skrandyje dėl savo sveikatinančių savybių: priešuždegiminis, regeneruojantis, skatinantis gijimo procesus.“; „...Taip pat padeda esant įvairiems žarnyno, šlapimo, nervų sistemų sutrikimams ir stiprinant imuninę sistemą.“; „...MUMIO gali padėti patyrus įvairias galvos traumas: mažina smegenų edemos pasekmes, smegenų barjero pralaidumą ir vidinės kaukolės slėgį.“; MUMIO <...>, kuri padeda kontroliuoti hormonų kiekį kraujyje <...>.“; „...MUMIO gydomųjų savybių. Daugelyje šalių naudojamas tradicinėse medicinos sistemose, pavyzdžiui, gydant urologinius susirgimus, nuo diabeto, virškinimo sutrikimų, nervų sistemos ligų, tuberkuliozės, lėtinio bronchito, astmos, anemijos, egzemos, kaulo lūžių.“; „Tai natūralus ilgą istoriją turintis vaistas naudojamas gydyti diabetą, šlapimo, virškinimo, širdies ir nervų sistemų susirgimus, stiprinti imuninę sistemą ir kaip kompleksinė priemonė gali būti naudojamas nuo įvairių

negalavimų.“; „MUMIO preparatai buvo sėkmingai naudojami siekiant apsaugoti nuo įvairių susirgimų <...>.“; „MUMIO padeda esant įvairiems dermatologiniams, virškinimo trakto sutrikimams, raumenų skausmams, sumušimams, <...> ir kitiems susirgimams.“; „...MUMIO yra saugus net ir ilgai naudojant, gydant įvairius sutrikimus ir papildant organizmą reikalingais ir svarbiais mikroelementais ir makroelementais.“; „Taip pat tradiciškai naudojamas cukraus kiekio stabilizavimui kraujyje, traumų gijimui, esant artritui, hipertenzijai.“

Skiltyje – „Energija iš Mumio“ rašoma: „Mumio sveikatinantis poveikis: Skatina pažeistų ląstelių atsinaujinimą. Veiksmingas sergant įvairiais lėtiniais susirgimais. Slopina uždegiminiuosius procesus organizme. Ir daugelį kitų gydomųjų savybių.“;

Skiltyje – „Kas yra Mumio“ rašoma: „Mumio Sekret“ ...Mumio gydomąsias savybes nulemia jo sudėtis: <...>“; „...produktas veikia antibiotiškai. Stabdo uždegiminiuosius procesus, regeneruoja pažeistas ląsteles, užkertamas kelias organų veiklos sutrikimams po hormoninių preparatų vartojimo. Vartojama kaip priešuždegiminė, antitoksinė, <...>. Preparatas vartojamas esant įvairiems susirgimams, tokiems kaip: kvėpavimo sistemos ligos, širdies ir kraujagyslių, virškinamojo trakto, kaulų sąnarių ir raumenų, ginekologiniai, endokrininės sistemos, dermatologiniai, urologiniai ir nerfrologiniai, onkologiniai bei odontologiniai susirgimai.“;

-bei tuo pačiu klaidino vartotoją dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: Skiltyse „Geriamasis eliksyras MUMIO“ ir Fulvo rūgštis – stebuklingos gamtos molekulės?“ rašoma: „Fulvo rūgštis aprūpina žmogaus organizmą fermentais, mikroelementais, amino rūgštimis, padeda hormonų ir vitaminų sintezei.“; „Fulvo rūgštis taip pat yra galingiausias antioksidantas ir laisvųjų radikalų sunaikintojas.“; „<...> kaip antioksidantai ir laisvųjų radikalų šalintojai; Padidinti fermentų aktyvumą; Padėti atstatyti imuninę sistemą“;

Skiltyje – „Energija iš MUMIO“ naudojamas apibrėžimas „veikliosios medžiagos“, sietinas su vaistiniu preparatu, galimai klaidinamas vartotojas: „MUMIO sudaro <...> ir kitos veikliosios medžiagos <...>.“;

Skiltyje „MUMIO sveikatinančios savybės“ rašoma: „MUMIO <...>, teigiamai sąveikauja su kitais vaistais, <...>“

Kaip minėta aukščiau, UAB „Ekovisa“ skleista maisto papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.mumio.lt, galėjo nepagrįstai sudaryti įspūdį, kad jie padės nuo aukščiau minėtų sveikatos sutrikimų ir turės profilaktinį poveikį organizmui. Atsižvelgiant į tai, teigtina, jog reklamose pateikta informacija galėjo daryti poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, t.y. paskatinti vartotojus įsigyti UAB „Ekovisa“ reklamuojamus maisto papildus „Geriamasis eliksyras MUMIO“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Ekovisa“ minėtas maisto papildas nėra vaistinis preparatas, todėl jis negali būti reklamuojamsa 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.

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 UAB „Ekovisa“ reklamuodama minėtus maisto papildus vartojo teiginius, kuriais nurodė ir užsiminė apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes, o tai neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų.

Tuo UAB „Ekovisa“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

3. Dėl UAB „Ekovisa“ 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, mastą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė į tai, kad buvo pažeista Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog UAB „Ekovisa“ 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 pobūdį, atsižvelgė ir į tai, kad reklamoje vartota teiginių apie širdies ir kraujagyslių, diabeto, tuberkuliozės, astmos, onkologinių ir kitų ligų prevenciją, todėl skleista reklama galėjo paveikti širdies, kraujagyslių, diabeto, tuberkuliozės, astmos, onkologinėmis ir kitomis ligomis sergančius asmenis, kurie itin jautriai vertina su minėtų ligų gydymu/prevencija susijusią informaciją.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Ekovisa“ reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.mumio.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, atsižvelgė į tai, kad UAB „Ekovisa“ reklama buvo skleidžiama nuo 2015 m. kovo mėnesio iki 2016 m. vasario 12 d. (UAB „Ekovisa“ 2016-03-01 raštas).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Ekovisa“ geranoriškai bendradarbiavo tyrimo metu.

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 ir 9 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB „Ekovisa“ 370 (trijų šimtų septyniasdešimt) eurų baudą.

Nutarimas per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo priėmimo 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.