



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE DĖL UAB „POETICA L“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2016-03-24 Nr. 12R-36

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Direktorius pavaduotojos Neringos Baronienės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 3 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo bylą pagal Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau - Tarnyba) 2016-01-19 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 69RIP-7 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Poetica L“ (įmonės kodas 300142814, registruotas buveinės adresas – J. Basanavičiaus g. 53, LT-03109, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-02-12 gavo Tarnybos 2016-02-11 raštu Nr. 69D1-(69.5)-271 persiųstą Protokolą dėl UAB „Poetica L“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba protokole nustatė, kad UAB „Poetica L“, reklamuojant maisto papildus: „3 SEA WEED CAPSULES“, „CHRISTE MARINE CAPSULES“, „SEA WEED EXTRACT VIALS“ ir arbatą „VITALITY TEA“, nurodoma ir užsimenama apie žmogaus ligų gydymo savybes ir kitas savybes, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų, naudojami neleistini naudoti teiginiai apie sveikatingumą bei nepateikiamas privalomas pateikti teiginys apie įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarbą, taip pat nepateikiama privaloma pateikti nuoroda „Maisto papildas“.

Tarnyba protokole nustatė, kad minėta reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.poetica.lt. Tikslus reklamų sklaidos laikotarpis protokole nenustatytas.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Poetica L“ reklamuodama maisto papildus:

1) „3 SEA WEED CAPSULES“ naudojo teiginius:

– *kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydomąsias savybes:*
„<...> celiulito gydymui.“

– *kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:*

„Kapsulės skirtos organizmo mineralizacijai ir vitaminizacijai, lieknėjimui <...>“, „Trys vienas kitą papildantys dumbliai, esantys šių kapsulių sudėtyje, padeda pašalinti toksinus, atkurti mineralų balansą ir sulieknėti.“

– kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko vartotojas gali būti klaidinamas:

„Ulva – žaliadumblis, kuriame yra B grupės vitaminų ir geležies, <...>, „Litotamnium yra daug jodo, kalcio (26%) ir magnio.“, „Guveinis, kuriame gausu jodo, <...>“.

– kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto ir saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:

„Ulva – žaliadumblis <...> stiprina mikrocirkuliaciją.“, „Guveinis <...> skatina riebalų apykaitą ir šalina toksinus.“

2) „**CHRISTE MARINE CAPSULES**“ naudojo teiginius:

– kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/koordinuojamą Bendrijos registrą:

„Šiose kapsulėse yra jūrinio kritmumo, kuris padeda pašalinti skysčių perteklių <...>.“, „<...> turi šlapimą varančių ir detoksikuojančių savybių, mažina skysčių susilaikymą organizme.“.

– kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:

„Šiose kapsulėse yra jūrinio kritmumo, kuris <...> gerina kraujotaką.“, „Jis pasižymi detoksikuojamuoju poveikiu, taip pat turi stimuliuojamųjų savybių, gerina virškinimą, <...>“, „Taip pat skatina virškinimo sistemos darbą ir riebalų skaidymą, pagreitina medžiagų apykaitą, <...>“.

– kurie neatitiko 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 paskutiniaisiais pakeitimais, padarytais 2012 m. Lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu (ES) Nr. 1047/2012 (OL 2012 L 310, p. 36) priede išvardytų sąlygų maistingumo teiginių naudojimui, nepateikė tai patvirtinančių dokumentų:

„<...> atkuria organizmo mineralų balansą, jame yra didelė koncentracija vitamino C, natrio, kalio, kalcio, magnio ir mikroelementų (vario, geležies, mangano, cinko).“

Tarnyba Protokole nustatė, kad prie šio maisto papildo aprašymo nepateikta privaloma pateikti nuoroda „Maito papildas“.

3) „**SEA WEED EXTRACT VIALS**“ naudojo teiginius:

– kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:

„Ampulės skirtos riebalų apykaitai skatinti lieknėjimo programos metu, darbingumui atkurti ir chroniškam nuovargiui įveikti.“, <...> šie ingredientai skatina lipidų metabolizmą, todėl „degina“ riebalus.“, „<...> padeda atkurti darbingumą, <...>“.

– kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko vartotojas gali būti klaidinamas:

„<...> natūralių citrinų sulčių <...>, „Natūralios cintrinių sultys, kuriose gausu vitamino C, <...>“, „100% natūralus preparatas, <...>“, „<...> prisotina organizmą mineralų ir vitaminų.“.

4) reklamuodama arbatą „**VITALITY TEA**“ naudojo teiginius:

– kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydomąsias savybes:

„<...> aknei gydyti.“.

– kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaūs teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:

„Ši arbata skirta mineraliniam balansui atkurti, figūrai koreguoti <...>“, „Dumbliai pasižymi stimuliuojamuoju, remineralizuojamuoju ir detoksikuojamuoju poveikiu.“, „Veiksmingas šios arbatos komponentų derinys padeda normalizuoti virškinimo, endokrininės ir imuninės sistemos veiklą, pašalinti toksinus ir šlakus, prisotina organizmą mineralų ir vitaminų, pagerina maisto įsisavinimą.“.

Taryba Protokole nustatė, kad šalia aukščiau minimų maisto produktų aprašymų naudojant teiginius apie sveikatingumą nepateikiamas teiginys apie įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarbą, ir nepateikiama privaloma pateikti nuoroda „Maisto papildas“.

Taryba Protokole nustatė, kad UAB „Poetica L“ internetinėje svetainėje www.poetica.lt reklamuodama anksčiau minimus maisto produktus skyrelyje „Apie mus“ naudojo teiginius:

– kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaūs teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:

„Natūralios arbatos iš dumblių ir augalų, kapsulės ir ampulės su dumblių ekstraktais <...> atkuria nervų ir endokrininės sistemų balansą, pašalina iš organizmo šlakus bei toksinus, padeda normalizuoti svorį, gerina kraujotaką ir stiprina kraujagyslių sienelės.“.

– kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko vartotojas gali būti klaidinamas:

„Natūralios arbatos iš dumblių ir augalų, kapsulės ir ampulės su dumblių ekstraktais ne tik prisotina organizmą visų būtinausių vitaminų, mineralų ir mikroelementų (A, C, B, B12, jodo, geležies, kalcio, kalio, vario), <...>.“.

Taryba Protokole nustatė, kad UAB „Poetica L“ pateikė informaciją, kuri neatitinka: 2002 m. sausio 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 178/2002, nustatančio maistui skirtų teisės aktų 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 2014 m. gegužės 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) Nr. 652/2014 (OL 2014 L 189, p.1) 16 straipsnio, 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) 3 straipsnio a dalies, 5 straipsnio 1 dalies d punkto, 10 straipsnio 1 dalies, 2 dalies a punkto ir 3 dalies, 13 straipsnio 3 dalies, 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) 7 straipsnio 1 dalies a ir b punktų, 3 dalies ir 4 dalies a punkto, Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 2 punkto, ir Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“, patvirtintos Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. gegužės 13 d. įsakymu Nr. V-432 „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ patvirtinimo“ 14 ir 15 punkto reikalavimų, ir tuo pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto ir 4 dalies nuostatas.

Taryba protokole nurodė, kad UAB „Poetica L“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Protokole nurodyta, kad UAB „Poetica L“ bendradarbiavo ir nedelsiant

pašalino reklamą, neatitinkančią teisės aktų reikalavimų. Protokole pateiktas UAB „Poetica L“ paaiškinimas, kad bendrovė visą informaciją apie maisto papildus gavo iš Prancūzijos tiekėjų ir nebuvo susipažinę su teisės aktų reikalavimais. Nurodyta, kad UAB „Poetica L“ gailisi dėl pažeidimo ir ateityje stengsis susipažinti su teisės aktų reikalavimais.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius įrodymus, 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 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, kad UAB „Poetica L“ maisto papildų „3 SEA WEED CAPSULES“, „CHRISTE MARINE CAPSULES“, „SEA WEED EXTRACT VIALS“ ir arbatos „VITALITY TEA“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.poetica.lt, yra susijusi su UAB „Poetica L“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus bendrovės produktus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl UAB „Poetica L“ 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 UAB „Poetica L“, skleista maisto papildų „3 SEA WEED CAPSULES“, „CHRISTE MARINE CAPSULES“, „SEA WEED EXTRACT VIALS“ ir arbatos „VITALITY TEA“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.poetica.lt, turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas minėtų maisto produktų reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Vidutinis vartotojas, perskaitęs UAB „Poetica L“ minėtų maisto papildų ir maisto produktų reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad šie maisto produktai pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių neturi, ir dėl šios priežasties būti sukklaidintas.

UAB „Poetica L“ reklamuodama maisto papildus:

1) „3 SEA WEED CAPSULES“ naudojo teiginius:

– *kuriomis nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes:*

„<...> celiulito gydymui.“

– *kuriomis nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:*

„Kapsulės skirtos organizmo mineralizacijai ir vitaminizacijai, lieknėjimui <...>“, „Trys vienas kitą papildantys dumbliai, esantys šių kapsulių sudėtyje, padeda pašalinti toksinus, atkurti mineralų balansą ir sulieknėti.“

– *kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko vartotojas gali būti klaidinamas:*

„Ulva – žaliadumblis, kuriame yra B grupės vitaminų ir geležies, <...>, „Litotamnium yra daug jodo, kalcio (26%) ir magnio.“, „Guveinis, kuriame gausu jodo, <...>“.

– *kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto ir saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:*

„Ulva – žaliadumblis <...> stiprina mikrocirkuliaciją.“, „Guveinis <...> skatina riebalų apykaitą ir šalina toksinus.“

2) „CHRISTE MARINE CAPSULES“ naudojo teiginius:

– *kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/koordinuojamą Bendrijos registrą:*

„Šiose kapsulėse yra jūrinio kritmumo, kuris padeda pašalinti skysčių perteklių <...>“, „<...> turi šlapimą varančių ir detoksikuojančių savybių, mažina skysčių susilaikymą organizme.“

– *kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:*

„Šiose kapsulėse yra jūrinio kritmumo, kuris <...> gerina kraujotaką.“, „Jis pasižymi detoksikuojamuoju poveikiu, taip pat turi stimuliuojamųjų savybių, gerina virškinimą, <...>“, „Taip pat skatina virškinimo sistemos darbą ir riebalų skaidymą, pagreitina medžiagų apykaitą, <...>“.

– *kurie neatitiko 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 paskutiniaisiais pakeitimais, padarytais 2012 m. Lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu (ES) Nr. 1047/2012 (OL 2012 L 310, p. 36) priede išvardytų sąlygų maistingumo teiginių naudojimui, nepateikė tai patvirtinančių dokumentų:*

„<...> atkuria organizmo mineralų balansą, jame yra didelė koncentracija vitamino C, natrio, kalio, kalcio, magnio ir mikroelementų (vario, geležies, mangano, cinko).“

Tarnyba Protokole nustatė, kad prie šio maisto papildo aprašymo nepateikta privaloma pateikti nuoroda „Maito papildas“.

3) „**SEA WEED EXTRACT VIALS**“ naudojo teiginius:

– *kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:*

„Ampulės skirtos riebalų apykaitai skatinti lieknėjimo programos metu, darbingumui atkurti ir chroniškam nuovargiui įveikti.“, <...> šie ingredientai skatina lipidų metabolizmą, todėl „degina“ riebalus.“, „<...> padeda atkurti darbingumą, <...>“.

– *kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko vartotojas gali būti klaidinamas:*

„<...> natūralių citrinų sulčių <...>, „Natūralios citrinų sultys, kuriose gausu vitamino C, <...>“, „100% natūralus preparatas, <...>“, „<...> prisotina organizmą mineralų ir vitaminų.“.

4) reklamuodama arbatą „**VITALITY TEA**“ naudojo teiginius:

– *kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes:*

„<...> aknei gydyti.“.

– *kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:*

„Ši arbata skirta mineraliniam balansui atkurti, figūrai koreguoti <...>“, „Dumbliai pasižymi stimuliuojamuoju, remineralizuojamuoju ir detoksikuojamuoju poveikiu.“, „Veiksmingas šios arbatos komponentų derinys padeda normalizuoti virškinimo, endokrininės ir imuninės sistemos veiklą, pašalinti toksinus ir šlakus, prisotina organizmą mineralų ir vitaminų, pagerina maisto įsisavinimą.“.

Šalia aukščiau minimų maisto produktų aprašymų naudojant teiginius apie sveikatingumą nepateikiamas teiginys apie įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarbą, ir nepateikiama privaloma pateikti nuoroda „Maisto papildas“.

UAB „Poetica L“ internetinėje svetainėje www.poetica.lt reklamuodama anksčiau minimus maisto produktus skyrelyje „Apie mus“ naudojo teiginius:

– *kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Europos Komisijos rengiamą /koordinuojamą Bendrijos registrą:*

„Natūralios arbatos iš dumblių ir augalų, kapsulės ir ampulės su dumblių ekstraktais <...> atkuria nervų ir endokrininės sistemų balansą, pašalina iš organizmo šlakus bei toksinus, padeda normalizuoti svorį, gerina kraujotaką ir stiprina kraujagyslių sienelės.“.

– *kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko vartotojas gali būti klaidinamas:*

„Natūralios arbatos iš dumblių ir augalų, kapsulės ir ampulės su dumblių ekstraktais ne tik prisotina organizmą visų būtinausių vitaminų, mineralų ir mikroelementų (A, C, B, B12, jodo, geležies, kalcio, kalio, vario), <...>“.

Kaip minėta aukščiau, UAB „Poetica L“ interneto tinklalapyje www.poetica.lt pateikiama informacija apie minėtus maisto papildus ir maisto produktus, 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 „Poetica L“ reklamuojamus maisto papildus „3 SEA WEED CAPSULES“, „CHRISTE MARINE CAPSULES“, „SEA WEED EXTRACT VIALS“ ir arbatą „VITALITY TEA“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Poetica L“ minėti maisto papildai bei maisto produktai 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.

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 „Poetica L“, reklamuodama minėtus maisto produktus ir maisto papildus, vartojo teiginius, kuriais nurodė ir užsiminė apie tas produktų savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, o tai neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų.

Tuo UAB „Poetica L“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto ir 4 dalies nuostatas.

3. Dėl UAB „Poetica L“ 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 UAB „Poetica L“ teisės aktus pažeidžiančią reklamą skleidė apie 3 maisto papildus ir arbatą. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė ir į tai, jog skleista minėtų maisto papildų reklama galėjo būti aktuali plačiam asmenų ratui (reklamuojamus papildus rekomenduojama vartoti žmonėms, norintiems sulieknėti, taip pat rekomenduojama vartoti darbingumui atkurti, chroniškam nuovargiui įveikti, aknei gydyti, taip pat kraujotakos gerinimui).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Poetica L“ minėtų maisto papildų ir maisto produktų reklamos buvo skleidžiamos interneto tinklalapyje www.poetica.lt, taigi pasiekiamos 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, pažymi, kad Protokole nenustatytas reklamos sklaidos laikotarpis.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Poetica L“ nutraukė teisės aktų neatitinkančios reklamos skleidimą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančių aplinkybių nenustatė.

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

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto ir 4 dalies pažeidimą skirti UAB „Poetica L“ 500 (penkių šimtų) 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.

Direktorius

Feliksas Petrauskas