

**VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA****VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA****NUTARIMAS****BYLOJE DĖL UAB VAISTINĖ „HIPERFARMA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS
REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2016-07-28 Nr.12R-78

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus pavaduotojos Neringos Baronienės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės bei Teisės skyriaus vyriausiosios specialistės Gerdos Petrikienės, pavaduojančios Teisės skyriaus vedėją,

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajai specialistei Ugnei Špūrienei,

dalyvaujant UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotam atstovui (*duomenys neskelbtini*); Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) įgaliotam atstovui vyriausiajam specialistui – maisto produktų inspektoriui (*duomenys neskelbtini*),

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 3 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo bylą pagal Tarnybos 2015-11-11 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RĮP-20 (patikslintas) (toliau – Protokolas (patikslintas)) dėl UAB vaistinė „Hiperfarma“ (įmonės kodas 300869774, adresas - Rasytės g. 24-73, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2015-11-16 gavo Tarnybos 2015-11-12 raštu Nr. 33S-914(33.6) persiūtą Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RĮP-20 (toliau – Protokolas) dėl UAB vaistinė „Hiperfarma“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba 2015-10-21 priėmė nutarimą Nr. 33RĮP-16 „Pradėti Reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo procedūrą“.

Tarnyba Protokole nurodė, kad Tarnyba savo iniciatyva įvertino UAB vaistinė „Hiperfarma“ reklamą, kurioje vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildus ir kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, ir nustatė, kad reklamoje vartojami 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. Tarnyba Protokole nurodė, kad su Protokolu pateikiamos interneto tinklalapyje talpintos reklamos kopijos.

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Tarnyba protokole nurodė, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ 2015-11-05 pateikė raštą „Atsakymas į 2015-10-22 raštą Nr. 33S-836(33.6)“, kuriame nurodė, kad maisto papildų reklama nutraukta ir toliau neskleidžiama.

UAB vaistinė „Hiperfarma“ Protokole nurodė, kad pastebėti galimi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimai nėra susiję su jokiais interneto tinklalapyje parduodamais produktais ir negali būti tiesiogiai suprantami kaip sveikatinimo teiginiai, taip pat, kad pažeidimai pašalinti ir visos galimos klaidos nebesikartos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2016-02-17 priėmė nutarimą Nr.12R-17, kuriuo nutarė pratęsti nagrinėjimo procedūros dėl UAB vaistinė „Hiperfarma“ veiksmų, galimai pažeidžiančių Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatas, terminą iki 2016-08-12 ir kreiptis į Tarnybą dėl Protokolo patikslinimo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-02-22 raštu Nr.4-961 kreipėsi į Tarnybą ir paprašė pateikti papildomą informaciją bei patikslinti Protokolą.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-03-08 gavo Tarnybos 2016-03-08 raštu Nr.33S-(33.6)-159 raštu persiūtą Protokolą (patikslintą) dėl UAB vaistinė „Hiperfarma“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba Protokole (patikslintame) nurodė, kad Tarnyba savo iniciatyva įvertino UAB vaistinė „Hiperfarma“ reklamą, kurioje vartojami draudžiami teiginiai:

1) apie maisto papildus „Žiedadulkių tabletės su bičių duona“, „Žiedadulkių tabletės su fruktoze ir vit. C“, „Žiedadulkių tabletės su vit. C“, „Promentolis plus“: <...> elektroninėje parduotuvėje siūlomi bičių produktai, skirti imuniteto stiprinimui ir įvairių ligų gydymui bei profilaktikai <...> žiedadulkės taip pat gerina seksualines vyrų ir moterų funkcijas <...> pilnavertiškam atstatymui po ligų, naudojami įvairūs maisto papildai su bičių produktais <...> padeda išvengti nuovargio ir atsigausti po sunkių ligų <...> turi antiseptinių savybių, jie naudojami gydant įvairius uždegimus, gydo žaizdas. Šio tipo gydymu dažniausiai yra naudojami tokie produktai kaip propolis ar bičių pikis“;

2) apie maisto papildus „Braškių skonio kramtomos tabletės Bifoval Babe“, „Milteliai kūdikiais Bifoval Babe“, „Lactoseven Vitabalans Oy“, „Yogurt kapsulės“, „Bifoval“: „<...> Šios bakterijos padeda išlaikyti žarnyną sveiku, o taip pat padeda suvirškinti maistą <...> tokios bakterijos padeda išlaikyti stiprų organizmo imunitetą. Neretai šie maisto papildai yra rekomenduojami virškinimo sutrikimų turintiems ligoniams <...> Šie maisto papildai gali pagerinti žarnyno funkcionavimą ir išlaikyti žarnyno gleivinės vientisumą <...> Yra nustatytas keleto ligų sąrašas, kurioms sergant probiotikai veikia itin veiksmingai. Tai tokios ligos kaip vaikų viduriavimas, opinis kolitas, enterokolitas, antibiotikų sukeltas viduriavimas, dirgliosios žarnos sindromas, Krono liga. Taip pat probiotikai gali padėti užkirsti kelią egzemos atsiradimui bei sustiprinti imuninę sistemą“;

3) apie maisto papildus „Foman“, „Wellman Prostate“, „Liderin“, „Permen“: „Maisto papildai lytinei potencijai gali pagerinti lytinio akto atlikimą, atkurti lytinį potraukį ir ištvermę <...> daugėja diskusijų dėl lytinių problemų sprendimo būdų, gydymo galimybių. Šios problemos gali būti koreguojamos ir specialiais papildais seksualinei potencijai, jais papildant įprastą mitybą <...> Hiperfarma.lt elektroninėje parduotuvėje galima įsigyti maisto papildų, padedančių palaikyti vyrų ir moterų lytinę funkciją, taip pat palaikyti prostatos funkciją, stiprinti reprodukcinę sistemą, didinti lytinę ištvermę, energiją ir aktyvumą, gerinti spermatogenezę, mažinti erekcijos sutrikimus“;

4) apie maisto papildus „Žaliosios arbatos ekstraktas Aptiekas produkcija“, „Glycobiol Yves Ponroy“, „Diabetikams Mulberry“, „Green sugar“: „<...> nors diabetas dažnai būna nulemtas genų, tačiau gydytojai rekomenduoja imtis profilaktinių priemonių užkertant kelią šios ligos atsiradimui <...> Taip pat diabeto profilaktikai siūlomi ir įvairūs maisto papildai, padedantys sureguliuoti mitybą. Imantis tinkamų priemonių diabeto riziką galima sumažinti net iki 60 proc. Neretai diabeto galima išvengti laiku pastebėjus žmogaus organizmo prediabeto būklę. Pastebėjus šią būklę, rekomenduojama griežta dieta ir organizmo palaikymas maisto papildais diabeto profilaktikai“;

5) apie maisto produktus „Sultys šviežių obuolių su mango ir acerolos vyšniom Rabenhorst 240 ml“, „Sultys Stiprus imunitetas Rabenhorst 200 ml“, „Sultys multivitaminų NaturGreen 200 ml“: „<...> sultys – tai maisto papildai, galintys pagerinti imunitetą ir būti prevenciškai naudojami stengiantis išvengti įvairių ligų“;

6) apie maisto papildus „Yves Ponroy“: „specialūs sąnarių sveikatai skirti maisto papildai, tepalai ir aliejai, gali padėti sumažinti skausmingas apraiškas <...> artritas, skausmai, reumatas“, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, ir nustatė, kad reklamoje vartojami 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. Tarnyba Protokole (patikslintame) nurodė, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

Tarnyba Protokole (patikslintame) nurodė, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ 2015-11-05 pateikė raštą „Atsakymas į 2015-10-22 raštą Nr. 33S-836(33.6)“, kuriame nurodė, kad maisto papildų reklama nutraukta ir toliau neskleidžiama. Tarnyba Protokole (patikslintame) nurodė, kad Tarnybai tikslaus minėtos reklamos sklaidos laikotarpis nėra žinomas.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-07-22 gavo UAB vaistinė „Hiperfarma“ raštą, kuriame bendrovė nurodė, kad nebuvo supažindinta ir negavo jokios informacijos apie Tarnybos 2016-03-08 raštą, taip pat nieko nežinojo apie Protokolą (patikslintą), todėl jame nėra bendrovės paaiškinimų ir komentarų. Bendrovė nurodė, kad nesutinka su Tarnybos Protokole (patikslintame) pateiktais vertinimais dėl produktų reklamos ir draudžiamų teiginių vartojimo. Bendrovė nurodė, kad labai daug dėmesio skiria produktų aprašymams ir Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nustatytų taisyklių vykdymui. Bendrovė savo veikloje suteikia tarpininkavimo paslaugą tarp produktų gamintojų ar atstovų ir galutinių pirkėjų. Bendrovė nurodė, kad interneto tinklalapis www.hiperfarma.lt prekiauja ne savo prekėmis, o padeda įvairiems gamintojams ir jų atstovams geriau pasiekti ir pasiūlyti savo prekes galutiniam vartotojui, dėl šios priežasties visuose prekių tiekimo sutartyse yra numatyta, kad už prekių aprašymo tekstus bei už jų atitikimą Lietuvos Respublikos teisės aktams (įskaitant ir Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą), atsako prekių tiekėjai.

Bendrovė nurodė, kad Protokole (patikslintame) išvardintų produktų aprašymuose nebuvo jokių Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimus pažeidžiančių teiginių. Bendrovė nurodė, kad visų produktų aprašymai, pateikti interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, buvo suderinti su prekių tiekėjais. Bendrovė nurodė, kad Protokole (patikslintame) surašyti teiginiai yra nesusiję su jokiais interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt siūlomais produktais ir buvo sukurti tinklalapio programinius procesus tobulinančios kompanijos 2015 m. spalio mėnesį. Bendrovė nurodė, kad šiuose teiginiuose nebuvo jokios nuorodos į konkrečius produktus ir nebuvo jokių tiesioginių ar netiesioginių sąsajų su tinklalapyje siūlomais produktais, todėl jie niekaip negalėjo suklaidinti ar pateikti neteisingą informaciją vartotojui. Bendrovė nurodė, kad, siekiant išvengti bet kokių nesusipratimų, visi programinę įrangą tvarkančios kompanijos sukurti teiginiai buvo panaikinti iš karto, tik gavus pirmą informaciją apie galimus Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo neatitikimus iš Tarnybos, t.y. 2015.11.05, ir daugiau nebuvo vartojami.

Bendrovė nurodė, kad pateikia visų Protokole (patikslintame) išvardintų prekių pardavimo kiekius ir sumas nuo pat bendrovės įsikūrimo laikotarpio iki šios dienos, taip pat kad bendra šių prekių pardavimo suma per 5 metus yra (*duomenys neskelbtini*), o tai rodo nedidelį jų populiarumą ir patrauklumą pirkėjui. Bendrovė nurodė, kad laikotarpyje, kai programine įranga besirūpinančios kompanijos teiginiai atsirado interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt (2015 m. 10 mėn.) iki jų pašalinimo (2015-11-05), nebuvo parduota nei viena Protokole (patikslintame) išvardinta prekė, todėl bendrovė tvirtina, kad joks vartotojas negalėjo būti suklaidintas ar neteisingai informuotas bei nepatyrė jokio galimo nuostolio ar žalos. Bendrovė nurodė, kad ateityje įsipareigoja dar labiau tikrinti visus tekstus, skelbiamus interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, ir garantuoja, kad tokie nesusipratimai daugiau nepasikartos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2016-07-28 posėdyje išklaušė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus.

Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos įgaliotas atstovas nurodė, kad visa surinkta medžiaga yra pateikta Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai, taip pat, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ galimai pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą, kadangi interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt pateikė draudžiamus naudoti

teiginius apie maisto produktus. Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos įgaliotas atstovas nurodė, kad bendrovė pašalino draudžiamus teiginius iš interneto tinklalapio www.hiperfarma.lt ir daugiau jų neskleidė.

UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas bylos nagrinėjimo posėdžio metu pateikė UAB vaistinė „Hiperfarma“ pelno (nuostolių) ataskaitą (ataskaitinis laikotarpis 2015-01-01 – 2015-12-31) ir paprašė pridėti minėtą dokumentą prie bylos medžiagos.

UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad bendrovė veikia jau 5 metus ir ji yra tarpininkas tarp įvairių gamintojų ar jų atstovų ir galutinių vartotojų, taigi UAB vaistinė „Hiperfarma“ prekiauja ne savo gaminiais. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad bendrovė prekiauja produktais, susijusiais su sveikata, ir, žinodama Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatas, visose prekių tiekimo sutartyje su prekių gamintojais ar jų atstovais, įtvirtino sąlygą, kad už prekių aprašyme naudojamus teiginius atsako prekių tiekėjas, kuris ir pateikia produktų aprašymus. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad Protokole (patikslintame) nurodyti draudžiami teiginiai nebuvo pateikti prie konkrečios prekės, kurią parduoda bendrovė interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, minėti teiginiai buvo kompiuterinę programą aptarnaujančios kompanijos pateikti bendri teiginiai, kurie buvo surašyti ne prie konkrečios prekės, o prie prekių kategorijos. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad vartotojas, norėdamas įsigyti prekę, privalo patekti į konkrečios, jį dominančios, prekės puslapį, o jame esančiame prekės aprašyme nėra jokių draudžiamų teiginių apie maisto produktą. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad bendrovė, gavusi pranešimą iš Tarnybos dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo, nedelsiant pašalino kompiuterinius raktinius teiginius, jog jie nesukeltų jokių nuorodų į maisto produktų gydomąsias savybes. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad bendrovę nustebino 2016-03-08 Tarnybos raštas dėl Protokolo (patikslinto), nes jau nuo 2015 m. lapkričio mėnesio interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt nėra jokių draudžiamų teiginių apie maisto produktus, todėl jų negalima buvo rasti 2016 m. kovo mėnesį. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad prašo valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos atsižvelgti į produktų, nurodytų Protokole (patikslintame), apyvartą – per 5 metus, t.y. kiek laiko egzistuoja UAB vaistinė „Hiperfarma“, minėtų produktų apyvarta yra (*duomenys neskelbtini*), o tai yra labai nedaug, taip pat į tai, kad kompiuteriniai teiginiai prie prekių kategorijų atsirado tik 2015 m. ir jie buvo tik apie porą mėnesių, nes bendrovė, gavusi pranešimą iš Tarnybos, juos nedelsiant pašalino ir jie nebebuvo skleidžiami. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad per tuos kelis mėnesius, kol interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt buvo pateikti kompiuteriniai teiginiai, nebuvo parduotas nei vienas Protokole (patikslintame) nurodytas produktas. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad nesutinka su Tarnybos Protokolu (patikslintu), jog bendrovė suklaidino vartotojus, tačiau, siekiant išvengti bet kokių nesusipratimų, bendrovė pašalino galimai draudžiamus teiginius ir daugiau tokie teiginiai nepasikartos. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad ir toliau vadovausis tuo principu, jog prekių tiekėjas atsako už pateiktus prekių aprašymus, kurie turi atitikti visus teisės aktų reikalavimus.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB vaistinė „Hiperfarma“ nesutinka, jog Protokole (pataisytame) nurodyti teiginiai pažeidžia Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatas, UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad Protokole (pataisytame) nurodyti teiginiai nebuvo susieti nei su vienu konkrečiu Protokole (pataisytame) nurodytu produktu. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad minėti teiginiai buvo skirti paieškos sistemai „Google“, jog vartotojai greičiau surastų interneto tinklalapį www.hiperfarma.lt.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, koku tikslu teiginiai buvo patalpinti UAB vaistinė „Hiperfarma“ interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad teiginiai yra patalpinti kompiuterinę programą aptarnaujančios kompanijos tuo tikslu, jog vartotojas, ieškodamas jį dominančios informacijos, greičiau atrastų UAB vaistinė „Hiperfarma“ interneto tinklalapį www.hiperfarma.lt, o ne kitus interneto tinklalapius. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad minėti teiginiai

nebuvo susieti su konkrečiu produktu, kuris gali sudominti vartotoją. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad minėti teiginiai buvo skirti paieškos sistemai „Google“ ir didžiausia problema ta, kad buvo vykdomas techninis eksperimentas, nes minėtus teiginius galima paslėpti arba galima padaryti matomais, o kadangi jie buvo matomi, tai juos galėjo matyti visi, apsilankę interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad tai, jog minėti teiginiai buvo pateikti prie visų toje kategorijoje esančių produktų, vartotojui negalėjo turėti įtakos, nes vartotojas, norėdamas įsigyti produktą, privalo atsidaryti produkto puslapį, kuriame pateiktame aprašyme nebuvo jokių draudžiamų teiginių. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad galimai draudžiami teiginiai buvo pateikti interneto tinklalapio www.hiperfarma.lt apačioje, taigi tam, kad vartotojas pamatytų tuos teiginius, vartotojui reiktų peržiūrėti daugelį produktų puslapyje, kol bus pasiekta puslapio apačia, kurioje buvo teiginiai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB vaistinė „Hiperfarma“ buvo supažindinta su Protokolu (patikslintu), Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos įgaliotas atstovas nurodė, kad negali atsakyti, kadangi neturi Protokolo (patikslinto) originalo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB vaistinė „Hiperfarma“ yra susipažinusi su Protokolu (patikslintu), UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad gavo Protokolą (patikslintą) tik iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos kartu su pranešimu apie bylos nagrinėjimą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymėjo, kad Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba gavo Tarnybos Protokolą, kuris, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos nuomone, buvo netikslus, todėl jis buvo gražintas Tarnybai patikslinimui. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymėjo, kad Protokolas ir Protokolas (patikslintas) yra surašyti dėl tų pačių produktų ir dėl tų pačių galimai draudžiamų teiginių, t.y. Protokolas (patikslintas) nėra naujas Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolas, tai yra tas pats Protokolas, tik patikslintas – yra išrašyti produktai ir galimai draudžiami teiginiai. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad Protokole (pataisytame) galimai draudžiami teiginiai yra priskirti konkrečioms produktams, o su tuo bendrovė nesutinka, kadangi galimai draudžiami teiginiai nebuvo pateikti prie konkrečių produktų. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad bendrovė turi apie 5000 produktų, tai kodėl galimai draudžiami teiginiai yra priskirti būtent prie Protokole (pataisytame) išvardintų produktų, o ne prie kitų parduodamų produktų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB vaistinė „Hiperfarma“ susipažino su Protokolu (patikslintu), kurį atsiuntė Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad bendrovė susipažino su Protokolu (patikslintu) ir neginčija šito fakto.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar už Protokole (patikslintame) nurodytus galimai draudžiamus teiginius yra atsakinga UAB vaistinė „Hiperfarma“, o ne vaistinės prekių tiekėjai, UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad už minėtus teiginius yra atsakinga UAB vaistinė „Hiperfarma“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB vaistinė „Hiperfarma“ sutinka, jog Protokole (pataisytame) nurodyti teiginiai pažeidžia Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą, UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad tam, jog būtų galima atsakyti į šį klausimą, reiktų žinoti apie kokį produktą yra kalbama, naudojant minėtus teiginius, nes jeigu šie teiginiai būtų nurodyti prie vaistų aprašymo, tuomet nebūtų jokio pažeidimo, tačiau šie teiginiai nėra susieti su konkrečiu produktu, todėl negalima vienareikšmiškai atsakyti, jog šie teiginiai pažeidžia Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai pažymėjus, jog prie produktų kategorijos, kurioje yra produktai su žiedadulkėmis, yra pateikiami galimai draudžiami teiginiai apie bičių produktus ir jų gydomąsias ar profilaktines savybes, taip pat, kad galimai draudžiami teiginiai yra pateikiami viename matymo lauke kartu su maisto produktais, kurių sudėtyje yra

draudžiamuose teiginiuose nurodyti ingredientai. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad galimai draudžiami teiginiai buvo pateikti interneto tinklalapio www.hiperfarma.lt puslapio, kuriame yra matomi virš 20 produktų, apačioje, todėl tam, kad vartotojas perskaitytų galimai draudžiamus teiginius, vartotojas turi pereiti labai daug produktų. UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad Tarnyba Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai pateikė tik interneto tinklalapio www.hiperfarma.lt puslapio apačią, kurioje nesimato daug produktų, todėl bendrovei kyla klausimas, kodėl galimai draudžiami teiginiai yra siejami tik su keliais tame pačiame puslapyje esančiais produktais, o ne su visais tame pačiame puslapyje esančiais produktais.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, kaip vartotojas, pamatęs galimai draudžiamus teiginius interneto tinklalapio www.hiperfarma.lt puslapio apačioje, turėtų juos suprasti, UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad vartotojas neturi jų suprasti ir neturėtų jų net matyti, nes jie yra skirti paieškos sistemai „Google“, tačiau dėl bendrovės klaidos jie buvo matomi.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB vaistinė „Hiperfarma“ žino, jog negali būti skleidžiami teiginiai, kurie nurodo, jog maisto produktas turi gydomųjų ar profilaktinių savybių, UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad kalbant apie maisto produktus yra galima naudoti tik patvirtintus sveikatinimo teiginius.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, kokia buvo galimai draudžiamų teiginių, nurodytų Protokole (pataisyta), trukmė UAB vaistinė „Hiperfarma“ įgaliotas atstovas nurodė, kad šio informacija buvo skleista 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

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, UAB vaistinė „Hiperfarma“ maisto papildų „Žiedadulkių tabletės su bičių duona“, „Žiedadulkių tabletės su fruktoze ir vit. C“, „Žiedadulkių tabletės su vit. C“, „Promentolis plus“, „Braškių skonio kramtomos tabletės Bifoval Babe“, „Milteliai kūdikiais Bifoval Babe“, „Lactoseven Vitabalans Oy“, „Yogurt kapsulės“, „Bifoval“, „Foman“, „Wellman Prostate“, „Liderin“, „Permen“, „Žaliosios arbatos ekstraktas Aptiekas produkcija“, „Glycobiol Yves Ponroy“, „Diabetikams Mulberry“, „Green sugar“, „Yves Ponroy“ ir maisto produktų „Sultys šviežių obuolių su mango ir acerolos vyšniom Rabenhorst 240 ml“, „Sultys Stiprus imunitetas Rabenhorst 200 ml“, „Sultys multivitaminų NaturGreen 200 ml“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, yra susijusi su UAB vaistinė „Hiperfarma“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus maisto papildus ir maisto produktus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

Pažymėtina, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ su 2016-07-22 raštu pateikė standartinės Pirkimo- pardavimo sutarties su produktų tiekėjais pavyzdį, kurios 3.2 punkte numatyta tiekėjų atsakomybė dėl skleidžiamos informacijos apie prekes atitikimo Lietuvos Respublikos teisės aktams, tačiau bylos nagrinėjimo posėdžio metu nustatyta, kad už teiginius prie atskirų produktų grupių interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt yra atsakinga būtent UAB vaistinė „Hiperfarma“ .

2. Dėl UAB vaistinė „Hiperfarma“ 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 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 vaistinė „Hiperfarma“ skleista maisto papildų „Žiedadulkių tabletės su bičių duona“, „Žiedadulkių tabletės su fruktoze ir vit. C“, „žiedadulkių tabletės su vit. C“, „Promentolis plus“, „Braškių skonio kramtomos tabletės Bifoval Babe“, „Milteliai kūdikiais Bifoval Babe“, „Lactoseven Vitabalans Oy“, „Yogurt kapsulės“, „Bifoval“, „Foman“, „Wellman Prostate“, „Liderin“, „Permen“, „Žaliosios arbatos ekstraktas Aptiekas produkcija“, „Glycobiol Yves Ponroy“, „Diabetikams Mulberry“, „Green sugar“, „Yves Ponroy“ ir maisto produktų „Sultys šviežių obuolių su mango ir acerolos vyšniom Rabenhorst 240 ml“, „Sultys Stiprus imunitetas Rabenhorst 200 ml“, „Sultys multivitaminų NaturGreen 200 ml“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas minėtų maisto papildų ir maisto produktų reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Vidutinis vartotojas, perskaitęs UAB vaistinė „Hiperfarma“ minėtų maisto papildų ir maisto produktų reklamas, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad šie maisto papildai ir maisto produktai pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

UAB vaistinė „Hiperfarma“ reklamuodama:

1) maisto papildus „Žiedadulkių tabletės su bičių duona“, „Žiedadulkių tabletės su fruktoze ir vit. C“, „žiedadulkių tabletės su vit. C“, „Promentolis plus“ naudojo teiginius: <...> elektroninėje parduotuvėje siūlomi bičių produktai, skirti imuniteto stiprinimui ir įvairių ligų gydymui bei profilaktikai <...> žiedadulkės taip pat gerina seksualines vyrų ir moterų funkcijas <...> pilnavertiškam atstatymui po ligų, naudojami įvairūs maisto papildai su bičių produktais <...> padeda išvengti nuovargio ir atsigausti po sunkių ligų <...> turi antiseptinių savybių, jie naudojami

gydant įvairius uždegimus, gydo žaizdas. Šio tipo gydymui dažniausiai yra naudojami tokie produktai kaip propolis ar bičių pikis“;

2) maisto papildus „Braškių skonio kramtomos tabletės Bifoval Babe“, „Milteliai kūdikiais Bifoval Babe“, „Lactoseven Vitabalans Oy“, „Yogurt kapsulės“, „Bifoval“ naudojo teiginius: „<...> Šios bakterijos padeda išlaikyti žarnyną sveiku, o taip pat padeda suvirškinti maistą <...> tokios bakterijos padeda išlaikyti stiprų organizmo imunitetą. Neretai šie maisto papildai yra rekomenduojami virškinimo sutrikimų turintiems ligoniams <...> Šie maisto papildai gali pagerinti žarnyno funkcionavimą ir išlaikyti žarnyno gleivinės vientisumą <...> Yra nustatytas keletas ligų sąrašas, kurioms sergant probiotikai veikia itin veiksmingai. Tai tokios ligos kaip vaikų viduriavimas, opinis kolitas, enterokolitas, antibiotikų sukeltas viduriavimas, dirgliosios žarnos sindromas, Krono liga. Taip pat probiotikai gali padėti užkirsti kelią egzemos atsiradimui bei sustiprinti imuninę sistemą“;

3) maisto papildus „Foman“, „Wellman Prostate“, „Liderin“, „Permen“ naudojo teiginius: „Maisto papildai lytinei potencijai gali pagerinti lytinio akto atlikimą, atkurti lytinį potraukį ir ištvermę <...> daugėja diskusijų dėl lytinių problemų sprendimo būdų, gydymo galimybių. Šios problemos gali būti koreguojamos ir specialiais papildais seksualinei potencijai, jais papildant įprastą mitybą <...> Hiperfarma.lt elektroninėje parduotuvėje galima įsigyti maisto papildų, padedančių palaikyti vyrų ir moterų lytinę funkciją, taip pat palaikyti prostatos funkciją, stiprinti reprodukcinę sistemą, didinti lytinę ištvermę, energiją ir aktyvumą, gerinti spermatogenezę, mažinti erekcijos sutrikimus“;

4) maisto papildus „Žaliosios arbatos ekstraktas Aptiekas produkcija“, „Glycobiol Yves Ponroy“, „Diabetikams Mulberry“, „Green sugar“ naudojo teiginius: „<...> nors diabetas dažnai būna nulemtas genų, tačiau gydytojai rekomenduoja imtis profilaktinių priemonių užkertant kelią šios ligos atsiradimui <...> Taip pat diabeto profilaktikai siūlomi ir įvairūs maisto papildai, padedantys sureguliuoti mitybą. Imantis tinkamų priemonių diabeto riziką galima sumažinti net iki 60 proc. Neretai diabeto galima išvengti laiku pastebėjus žmogaus organizmo prediabeto būklę. Pastebėjus šią būklę, rekomenduojama griežta dieta ir organizmo palaikymas maisto papildais diabeto profilaktikai“;

5) maisto produktus „Sultys šviežių obuolių su mango ir acerolos vyšniom Rabenhorst 240 ml“, „Sultys Stiprus imunitetas Rabenhorst 200 ml“, „Sultys multivitaminų NaturGreen 200 ml“ naudojo teiginius: „<...> sultys – tai maisto papildai, galintys pagerinti imunitetą ir būti prevenciškai naudojami stengiantis išvengti įvairių ligų“;

6) maisto papildus „Yves Ponroy“ naudojo teiginius: „specialūs sąnarių sveikatai skirti maisto papildai, tepalai ir aliejai, gali padėti sumažinti skausmingas apraiškas <...> artritas, skausmai, reumatas“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad minėti teiginiai UAB vaistinė „Hiperfarma“ interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt buvo pateikti ne prie kiekvieno produkto atskirai, o bendrame puslapio matymo lauke, prie išvardintų maisto papildų ir maisto produktų kategorijos. UAB vaistinė „Hiperfarma“ interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt pateikiama informacija apie minėtus maisto papildus ir maisto produktus, galėjo nepagrįstai sudaryti įspūdį, kad jie padės nuo viduriavimo, opinio kolito, enterokolito, antibiotikų sukulto viduriavimo, dirgliosios žarnos sindromo, Krono ligos, litinės potencijos sutrikimų, artrito, reumato, diabeto ir turės profilaktinį poveikį organizmui bei imunitetui. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgia į tai, kad minėti teiginiai yra pateikti maisto papildų ir maisto produktų kategorijos puslapio apačioje bei į tai, kad bendrovė bylos posėdžio nagrinėjimo metu nurodė, jog interneto tinklalapio puslapio apačioje pateikti raktažodžiai negalėjo vartotojui sudaryti įspūdžio, kad pagal ieškomą konkrečią grupę puslapyje esantys teiginiai yra priskiriami konkrečiam maisto papildui, tačiau Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog prie kiekvienos maisto papildų grupės buvo pateikiami ne bendri visuose puslapiuose, bet skirtingi su žmogaus ligų gydymu bei profilaktika susiję teiginiai (pvz., prie žolelių arbatų - teiginiai apie peršalimą bei slogą, gerklės skausmą; prie bičių produktų - teiginiai apie imunitetą; prie sulčių - ligų prevenciją ir pan.). Atsižvelgiant į tai, atmestinas bendrovės teiginys, kad puslapio

apačioje buvo nurodyti bendri teiginiai-raktažodžiai. Be to, pastebėtina, kad įprastai interneto tinklalapiuose pateikiami raktažodžiai yra tiesiog atskiri žodžiai ar žodžių junginiai, o nagrinėjamu atveju pateikiamas sklandus iš teiginių, draudžiamų pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą, sudarytas tekstas. Atsižvelgiant į tai, kad vartotojas turėjo galimybę bendrovės skleistus teiginius pamatyti bei nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad minėti maisto papildai ir maisto produktai turės gydomųjų ar profilaktinių savybių teigtina, jog reklamose pateikta informacija galėjo daryti poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, t.y. paskatinti vartotojus įsigyti UAB vaistinė „Hiperfarma“ reklamuojamus maisto papildus „Žiedadulkių tabletės su bičių duona“, „Žiedadulkių tabletės su fruktoze ir vit. C“, „Žiedadulkių tabletės su vit. C“, „Promentolis plus“, „Braškių skonio kramtomos tabletės Bifoval Babe“, „Milteliai kūdikiais Bifoval Babe“, „Lactoseven Vitabalans Oy“, „Yogurt kapsulės“, „Bifoval“, „Foman“, „Wellman Prostate“, „Liderin“, „Permen“, „Žaliosios arbatos ekstraktas Aptiekas produkcija“, „Glycobiol Yves Ponroy“, „Diabetikams Mulberry“, „Green sugar“, „Yves Ponroy“ ir maisto produktus „Sultys šviežių obuolių su mango ir acerolos vyšniom Rabenhorst 240 ml“, „Sultys Stiprus imunitetas Rabenhorst 200 ml“, „Sultys multivitaminų NaturGreen 200 ml“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB vaistinė „Hiperfarma“ minėti maisto papildai ir 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 atsižvelgia į tai, kad draudžiami teiginiai apie minėtus maisto papildus ir maisto produktus buvo skleisti pora mėnesių, per kuriuos nebuvo parduotas nei vienas minėtas maisto papildas ir maisto produktas. Taip pat atsižvelgta į tai, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ bendradarbiavo tyrimo metu bei teikė prašomus dokumentus.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB vaistinė „Hiperfarma“, reklamuodama minėtus maisto papildus ir maisto produktus, vartojo teiginius, kuriais nurodė ir užsiminė apie tas maisto 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 vaistinė „Hiperfarma“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

3. Dėl UAB vaistinė „Hiperfarma“ 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 vaistinė „Hiperfarma“ skleista minėtų maisto papildų ir maisto produktų reklama galėjo būti aktuali plačiam asmenų ratui. Taip pat atsižvelgta į tai jog bendrovė kaip turinti

specialių žinių nagrinėjamoje srityje galėjo bei turėjo būti susipažinusi su Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatomis.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ minėtų maisto papildų ir maisto produktų reklamos buvo skleidžiamos interneto tinklalapyje www.hiperfarma.lt, taigi pasiekiamos ne regioniniu, o nacionaliniu mastu. Pažymėtina, 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 mastą, atsižvelgė ir į bendrovės pateiktą informaciją, jog vykdomo pažeidimo metu nebuvo parduotas nei vienas minėtas maisto papildas ar maisto produktas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, jog konkretus sklaidos laikas Protokole (patikslintas) nėra nustatytas, tačiau vertinant tyrimo medžiaga, spręstina, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ minėtų maisto papildų ir maisto produktų reklamos buvo skleidė kelis mėnesius.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB vaistinė „Hiperfarma“ nutraukė teisės aktų neatitinkančios reklamos sklaidimą.

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 bei 7 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB vaistinė „Hiperfarma“ 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 ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos turi būti sumokėta 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 pavaduotoja,
pavarduojanti Valstybinės vartotojų teisių
apsaugos tarnybos direktorių

Neringa Baronienė