



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „CEMEX FARMA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2014-12-04 Nr. 12R-116

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Energetikos ir vartojimo prekių bei paslaugų departamento direktoriaus Algirdo Romeikos (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), Teisės ir personalo skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Maisto produktų ir rekreacinių paslaugų skyriaus vedėjos Neringos Baronienės, t. y. Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos pareigas Kristinos Grigaitės, Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio,

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajai specialistei Ditei Rimkutei,

dalyvaujant UAB „Cemex Farma“ įgaliotam atstovui (*duomenys neskelbtini*); Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) Maisto skyriaus vyriausiajam specialistui – valstybiniam maisto produktų inspektoriui (*duomenys neskelbtini*),

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo bylą pagal Tarnybos 2014-10-28 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. R1-9 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Cemex Farma“ (įmonės kodas 302303134, adresas – Savanorių pr. 79, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-10-31 gavo Tarnybos 2014-10-28 raštu Nr. B6-(1.9)-2737 persiustą Protokolą dėl UAB „Cemex Farma“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba Protokole nustatė, jog UAB „Cemex Farma“ maisto papildo „Heparsil“ reklamoje, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.vaistai.lt, vartojant teiginius: „Pasak Kauno klinikos „Bendrosios medicinos praktika“ šeimos klinikos gydytojos Editos Navickaitės, šių dienų žmogus, nerimaujantis dėl nesveikos mitybos ir suvartojamo alkoholio kiekio, turėtų atsigręžti į tai, kas rūpinosi juo nuo seno. Tai – įvairios gydymo, atstatomojo poveikio turinčios žolelės, kurių naudą patvirtino ne tik tradicija, bet ir patikimi moksliniai tyrimai. Vienas tokių augalų yra margalapis margainis (lot. Silybum marianum). Ši žolelė naudojama kaip vaistinė augalinė žaliava jau daugiau nei 2000 metų. Margalapio margainio naudingąsias savybes kepenims įvertino dar graikų gydytojas Dioskوريدas.“; ir interneto tinklalapyje www.heparsil.lt vartojant teiginius: „Jis medicinoje naudojamas jau apie 2000 metų, nuo XVI a. Dažniausiai skiriamas hepatobilijinei patologijai gydyti.“, „<...>skiriamos kepenų ligoms gydyti, tulžies sekrecijai skatinti. Juo bandyta gydyti manstruacijų sutrikimus, dispepsiją, psoriazė, varikozines venas, skatinti laktaciją.“, „Šiuo metu margalapis margainis yra vienas populiariausių vaistinių augalų Europoje, o jo ekstraktas – silimarinas – yra dažniausiai kepenų ligoms gydyti skiriamas žolelinis preparatas.“, „nustatyta, kad

silimariniui būdingas antioksidacinis, lipidų peroksidaciją slopinantis, imunomoduliuojantis, uždegimą mažinantis, antifibrozinis, kepenų ląstelių regeneraciją skatinantis poveikis.“; „<...>lėtinė kepenų liga (lėtinis hepatitas, kepenų cirozė) – silimarinas skiriamas kaip pagalbinis vaistas ir kt., pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Protokole nustatyta, kad UAB „Cemex Farma“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Nustatyta lengvinanti aplinkybė – pašalinti draudžiami teiginiai. Protokole sunkinanti aplinkybė nenustatyta.

UAB „Cemex Farma“ Protokole nurodė, kad pažeidimas atsirado dėl netinkamo teisės aktų nuostatų interpretavimo. Bendrovė nurodė, kad netapatino maisto papildu „Heparsil“ su veikliąja medžiaga. Bendrovė nurodė, jog sutinka su Tarnybos pastabomis ir draudžiamus reklaminius teiginius pašalins.

UAB „Cemex Farma“ 2014-10-16 raštu nurodė Tarnybai, kad interneto tinklalapyje www.vaistai.lt ir www.heparsil.lt nagrinėjamas straipsnis „Kaip užtikrinti gerą kepenų veiklą“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo kontekste negali būti laikomas reklama visa savo apimtimi. Bendrovė nurodė, jog tai švietėjiškas informacinio – reklaminio pobūdžio straipsnis, kuriame pateikiama kelių rūšių informacija: bendro pobūdžio teiginiai, statistinė infirmacija, medicinos ir klasikinės homeopatijos mokslo patvirtinta informacija, asmeninė šeimos gydytojos nuomonė, grindžiama istoriniais faktais, reklama. Bendrovė nurodė, kad minėta informacija laikytina asmenine Kauno „Bendrosios medicinos praktika“ šeimos klinikos gydytojos Editos Navickaitės nuomonė, be to, gydytoja pateikė tik istorinius faktus bei mokslo tyrimais grindžiamus bendro pobūdžio teiginius, kurie yra išimtinai susiję tik su margalapiu margainiu, o ne su maisto papildu „Hepersil“. UAB „Cemex Farma“ nurodė, kad interneto tinklalapyje www.vaistai.lt esama keturių savarankiškų skilčių: „pradžią“ – pateikiama pagrindinė informacija apie maisto papildą, jo gamintoją; „HEPARSIL“ – pateikiama detali informacija apie maisto papildą; „Silimarinas“ – pateikiama detali informacija apie Margalapį margainį, nurodant konkrečius šaltinius – mokslinę literatūrą; „Klinikiniai tyrimai“ – pateikiami klinikiniai tyrimai, kuriais pagrįstas maisto papildu „Heparsil“ veikliosios medžiagos silimarino teigiamas poveikis kepenų veiklai. Bendrovė nurodė, jog šiuo konkrečiu atveju nebuvo pažeista Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2014-12-04 posėdyje išklauė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus.

Tarnybos atstovas nurodė, jog nesvarbu, ar reklamoje kalbama apie maisto papildu sudedamąją dalį, ar apie konkretų produktą, minėta informacija laikoma reklama Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo kontekste.

UAB „Cemex Farma“ įgaliotas atstovas nurodė, jog bendrovė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė dėl to, kad netinkamai jį interpretavo. Bendrovės atstovas nurodė, jog pateikdama informaciją interneto tinklalapiuose apie maisto papildu veikliąją medžiagą bendrovė negalvojo, kad tokia informacija yra laikytina reklama. Bendrovės atstovas nurodė, jog prie minėto teksto buvo pateikiamos nuorodos į konkrečius šaltinius, todėl tikėjosi, kad toks informacijos pateikimas yra leidžiamas. UAB „Cemex Farma“ atstovas nurodė, kad bendrovė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą ir geranoriškai bendradarbiavo su Tarnyba, pašalino draudžiamus reklaminius teiginius. UAB „Cemex Farma“ atstovas nurodė, jog bendrovė nėra suinteresuota pažeidinėti teisės aktų. Bendrovės atstovas taip pat nurodė, jog pažeidimą reikėtų laikyti mažareikišmiu, kadangi interneto tinklalapį www.heparsil.lt rugsėjo mėnesį aplankė maža dalis vartotojų, įskaitant ir Tarnybos atstovus.

Tarnybos atstovas pažymėjo, kad UAB „Cemex Farma“ jau buvo susipažinusi su maisto produktams taikomais teisės aktais, kadangi dėl to pačio maisto papildu „Heparsil“ Kauno valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba buvo pradėjusi tyrimą, kurį vėliau nutraukė ir įpareigojo UAB „Cemex Farma“ pašalinti informaciją iš interneto tinklalapio, tačiau UAB „Cemex Farma“ to nepadarė. Atsižvelgiant į tai, Tarnyba inicijavo šį tyrimą ir surašė UAB „Cemex Farma“ pažeidimo Protokolą.

UAB „Cemex Farma“ atstovas nurodė, jog šiandienos bylos dalykas yra nurodytas Tarnybos Protokole, todėl netikslinga būtų vertinti informaciją, kuri susijusi su Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos nutrauktu tyrimu dėl maisto papildo „Heparsil“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB „Cemex Farma“ sutinka su padarytu pažeidimu, bendrovės atstovas nurodė, jog UAB „Cemex Farma“ sutinka, jog skleista reklama interneto tinklalapiuose www.vaistai.lt, www.heparsil.lt pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą nuostatą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, kiek laiko UAB „Cemex Farma“ skleidė reklamą minėtuose interneto tinklalapiuose, bendrovės atstovas nurodė, jog reklamos buvo skleidžiamos nuo 2014 m. rugpjūčio mėnesio iki Protokolo surašymo dienos (2014-10-28).

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius įrodymus, išklausiusi bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija k o n s t a t u o j a

Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama

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 bylos Nr. 15/02 nutarime nurodė, kad „įstatymuose pateikiami nevienodi reklamos apibrėžimai. Tačiau visuose minėtuose teisės aktuose nurodomas svarbiausias reklamos požymis – reklama yra informacija, kuria siekiama padėti parduoti arba skatinti įsigyti prekes ar naudotis paslaugomis.“ Taigi, įstatymuose bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas – daryti įtaką vartotojo ekonominei elgsenai.

UAB „Cemex Farma“ reklamoje skleista informacija apie maisto papildą „Heparsil“ susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtą produktą, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

Dėl UAB „Cemex Farma“ 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 „Cemex Farma“ skleista maisto papildo „Heparsil“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas šio produkto reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą.

Pažymėtina, kad vidutinis vartotojas, perskaitęs informaciją interneto tinklalapiuose www.vaistai.lt bei www.heparsil.lt, kurioje buvo vartojami teiginiai apie gydomąsias ir/ar profilaktines savybes, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad minėtas produktas pasižymi gydomosiomis ir/ar profilaktinėmis savybėmis, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog gydytojos Editos Navickaitės teiginiai apie margalapį margainį ir jo naudingąsias savybes ir gydymą nėra tik gydytojos nuomonė, išvalga. Atsižvelgiant į kontekstą, kuriame gydytojos Editos Navickaitės nuomonė yra pateikiama, atkreiptinas dėmesys, kad būtent reklamoje naudojami teiginiai ir pateikta maisto papildas „Heparsil“ nuotrauka reklamuoja šį konkretų produktą ir skatina vartotojus jį įsigyti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad gydytojos Editos Navickaitės pateiktą nuomonę vertinti išėmus iš straipsnio konteksto netikslinga, nes ji yra sudėtinė reklamos dalis, pateikta būtent todėl, kad formuoja palankią skaitytojų nuomonę apie produktą, sudaro išpūdį apie produkto veiksmingumą. Pažymėtina, jog nuomonės subjektyvumas nepaneigia straipsnio reklaminio pobūdžio, nes teigiamos nuomonės konstruojant reklaminį straipsnį, pasirinktos ne atsitiktinai, o specialiai siekiant sustiprinti išpūdį apie produkto veiksmingumą ir paveikti vartotojų ekonominę elgesį. Pažymėtina, jog Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2013-10-28 nutartyje (adm. b. Nr. A442-1781/2013) konstatavo, kad tuo atveju, kai asmens nuomonė pateikiama reklaminiame tekste, ji laikytina reklamos, skatinančios įsigyti reklamuojamą produktą, dalimi.

UAB „Cemex Farma“ maisto papildas „Heparsil“ reklamoje, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.vaistai.lt, vartojo teiginius: „Pasak Kauno klinikos „Bendrosios medicinos praktika“ šeimos klinikos gydytojos Editos Navickaitės, šių dienų žmogus, nerimaujantis dėl nesveikos mitybos ir suvartojamo alkoholio kiekio, turėtų atsigrežti į tai, kas rūpinosi juo nuo seno. Tai – įvairios gydymo, atstatomojo poveikio turinčios žolelės, kurių naudą patvirtino ne tik tradicija, bet ir patikimi moksliniai tyrimai. Vienas tokių augalų yra margalapis margainis (lot. Solybum marianum). Ši žolelė naudojama kaip vaistinė augalinė žaliava jau daugiau nei 2000 metų. Margalapio margainio naudingąsias savybes kepenims įvertino dar graikų gydytojas Dioskaridas.“; ir interneto tinklalapyje www.heparsil.lt vartojo teiginius: „Jis medicinoje naudojamas jau apie 2000 metų, nuo XVI a. Dažniausiai skiriamas hepatobilijinei patologijai gydyti.“, „<...>skiriamos kepenų ligoms gydyti, tulžies sekrecijai skatinti. Juo bandyta gydyti manstruacijų sutrikimus, dispepsiją, psoriazė, varikozines venas, skatinti laktaciją.“, „Šiuo metu margalapis margainis yra vienas populiariausių vaistinių augalų Europoje, o jo ekstraktas – silimarinas – yra dažniausiai kepenų ligoms gydyti skiriamas žolelinis preparatas.“, „nustatyta, kad silimarinui būdingas antioksidacinis, lipidų peroksidaciją slopinantis, imunomoduliuojantis, uždegimą mažinantis, antifibrozinis, kepenų ląstelių regeneraciją skatinantis poveikis.“; „<...>lėtinė kepenų liga (lėtinis hepatitas, kepenų cirozė) – silimarinas skiriamas kaip pagalbinis vaistas ir kt.

Kaip jau buvo paminėta aukščiau, vidutinis vartotojas perskaitęs reklamą, vertina joje pateiktą informaciją kaip visumą, todėl minėtoje UAB „Cemex Farma“ reklamoje naudojami teiginiai vidutiniam vartotojui galėjo sudaryti išpūdį, kad maisto papildas „Heparsil“ padės nuo aukščiau minėtų sveikatos sutrikimų ir turės profilaktinį poveikį organizmui. Atsižvelgiant į tai, teigtina, jog reklamoje pateikta informacija galėjo daryti poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, t.y. paskatinti vartotojus įsigyti UAB „Cemex Farma“ reklamuojamą produktą - maisto papildą „Heparsil“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Cemex Farma“ maisto papildas „Heparsil“ nėra vaistinis preparatas, todėl jis negali būti reklamuojamas nurodant vaistinio preparato savybes. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vaistiniams preparatams taikomi reikalavimai yra nustatyti Lietuvos Respublikos farmacijos įstatyme. Šio įstatymo 2 straipsnio 50 dalis nustato, kad vaistas (vaistinis preparatas) – tai vaistinė medžiaga arba jų derinys, pagaminti ir teikiami vartoti, kadangi atitinka bent vieną šių kriterijų: 1) pasižymi savybėmis, dėl kurių tinka žmogaus ligoms gydyti arba jų profilaktikai; 2) dėl farmakologinio, imuninio ar metabolinio poveikio gali būti vartojamas ar skiriamas atkurti, koreguoti ar modifikuoti žmogaus fiziologines funkcijas arba diagnozuoti žmogaus ligas.

Taigi maisto papildas „Heparsil“ nėra vaistas ir jis neturi gydomųjų savybių, nurodytų Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymo 2 straipsnio 50 dalyje. Todėl, remiantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktu, laikytina, kad maisto produkto

reklamoje tokiam produktui priskirti gydomojo ir (ar) profilaktinio pobūdžio bruožus yra draudžiama.

Dėl UAB „Cemex Farma“ 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, atsižvelgia į tai, kad buvo pažeista Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgia į tai, kad UAB „Cemex Farma“ reklama interneto tinklalapyje www.vaistai.lt bei www.heparsil.lt.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, kad UAB „Cemex Farma“ reklama interneto tinklalapiuose www.vaistai.lt ir www.heparsil.lt buvo skleidžiama nuo 2014 m. rugpjūčio mėnesio iki Protokolo surašymo dienos (2014-10-28).

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

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

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB „Cemex Farma“ 3500 (trijų tūkstančių penkių šimtu) litų (1013 (tūkstančio trylikos) eurų) baudą.

Nutarimas per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo priėmimo dienos gali būti apskųstas teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Kreipimasis į teismą nesustabdo nutarimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos paskirta bauda sumokama į Valstybinės mokesčių inspekcijos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą Nr. LT24 7300 0101 1239 4300, esančią banke „Swedbank“, AB (banko kodas 73000, SWIFT kodas HABALT22, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, įmonės kodas 188659752), kodų sąrašo „Kitos baudos“ skyriaus „Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos skirtos baudos 6780“ eilutę.

Direktorius

Feliksas Petrauskas