



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „KALNAPILIO-TAURO GRUPĖ“ LIETUVOS RESPUBLIKOS  
REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2014-09-25 Nr. 12R-82

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), Maisto produktų ir rekreacinių paslaugų skyriaus vedėjos Neringos Baronienės l.e. Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos pareigas Kristinos Grigaitės, Teisės ir personalo skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės,

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

dalyvaujant UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ įgaliotai atstovei (*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 išnaginėjo bylą pagal Tarnybos 2014-07-24 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. R1-6 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ (įmonės kodas 121958128, adresas – Didlaukio g. 69 B, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-07-30 gavo Tarnybos 2014-07-28 raštu Nr. B6-(1.9)-1907 persiustą Protokolą dėl UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba Protokole nustatė, jog UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ silpnai gazuoto stalo vandens „Kalnapilis Norte“ reklamoje, skleistoje dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Gyvenimo būdas“ 2014-05-24 rubrikoje „Sveikatos gidas“ straipsnyje „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“, buvo vartojami teiginiai: „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“, „dabar apie šį mikroelementą kalba onkologai, kardiologai, endokrinologai ir kiti medikai.“, „<...>miršta nuo tam tikros širdies raumens ligos.“, „<...>žmonės ta pačia liga serga labai retai.“, „Papildžius apskrities gyventojų mytygą seleno ligos atvejų gerokai sumažėjo. Ši liga pagal vietovės pavadinimą buvopavadinta Kešano liga.“, „Vėliau ligos protrūkių nustatyta ir Naujojoje Zelandijoje, Suomijoje, tačiau ja gali susirgti bet kokioje vietovėje, kurioje yra mažai seleno, gyvevantys žmonės. Lietuva- viena iš tokių šalių.“, „Pasak jos, teritorijose, kurių dirvožemyje mažai seleno, žmonės dažniau serga ne tik širdies kraujagyslių ligomis, skeleto bei raumenų vystymosi sutrikimais, bet ir vėžiu.“, „Kai kurie tyrimai rodo, jog selenas gali sumažinti prostatos vėžio riziką.“, „<...>gali apsaugoti nuo plaučių ir odos vėžio.“, „<...>bet ir su lėtinio nuovargio sindromu.“, „<...>didina organizmo atsparumą infekcijoms, stiprina imunitetą.“ ir paminėta gydytoja dietlogė docentė E.Gavelienė, todėl UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ pažeidė 2006 m. gruodžio 20 d. Europos parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikumą (OL 2006 L 404, p.9) su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos

reglamwntu (ES) Nr. 1047/2012 (OL 2012 L 310, p. 36) 10 straipsnio 2 dalies a punktą (nepateiktas teiginys, kuriame nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarba) ir 12 straipsnio c dalį, t.y. neleidžiama vartoti teiginių, darančių nuorodą į atskirų gydytojų ar sveikatos srities specialistų bei kitų asociacijų, kurios nenurodytos 11 streipsnyje, rekomendacijas. Tarnyba konstatavo, jog atsižvelgiant į tai, UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Protokole nurodyta, kad UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Sunkinančios ar lengvinančios aplinkybės nenustatytos, tačiau nurodyta, jog bendrovė savo noru pašalino ir redagavo teisės aktų neatitinkančią reklamą.

UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ Protokole nurodė, kad su pažeidimu sutinka ir prašo pritaikius lengvinančias aplinkybes skirti už pažeidimą įspėjimą.

UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ 2014-06-17 raštu Nr. 01-088 nurodė, kad 2014-05-24 dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Gyvenimo būdas“ buvo išspausdintas straipsnis pavadinimu „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“ (toliau – straipsnis). Straipsnio tikslas ir paskirtis - atskleisti/priminti mikroelemento seleno svarbą ir poveikį žmogaus organizmui, išsamiau supažindinti skaitytojus su šia mitybai svarbia medžiaga. Kaip matyti, straipsnyje pagrindinis dėmesys yra skiriamas būtent žmogaus organizmui būtinam mikroelementui selenui - kalbama apie jo naudą žmogaus imuninei sistemai, galimybę išvengti/sumažinti susirgimo tam tikromis ligomis riziką (šie faktai yra neiginčytini ir pripažįstami įvairiausių sričių medikų - onkologų, kardiologų, endokrinologų bei kt., ir įrodyti mokslinių tyrimų dėka) bei seleno šaltinį - maisto produktus, savyje turinčius šio elemento. Bendrovė nurodė, kad tik pačioje straipsnio pabaigoje užsiminama apie „Norte“ vandenį teigiant, jog prie dietos, papildytos selenu, gali prisidėti ir „Norte“ vanduo, kadangi 200 ml šio vandens yra apie 8 mikrogramus seleno, o tai sudaro 16 proc. seleno paros poreikio.

UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ nurodė, kad kiekvienas vidutinis vartotojas, t. y. vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas, protingai atidus ir apdairus, atsižvelgiantį socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius supranta, kad „Norte“ vandens reklamoje yra kalbama būtent apie mikroelemento seleno, o ne apie „Norte“ vandens naudą žmogui, apie seleną, o ne apie „Norte“ vandenį, kaip mitybai svarbią medžiagą, apie seleno, o ne „Norte“ vandens reikalingą suvartoti paros kiekį, norint gauti straipsnyje minimą naudą ir t. t. Bendrovė pažymėjo, kad gausiai selenu praturtintas „Norte“ vanduo paminėtas tik kaip vienas iš būdų, egzistuojančių greta kitų, pavyzdžiui, atitinkamų maisto produktų, kurių dėka organizmas gauna seleno. Straipsnyje aiškiai ir nedviprasmiškai konstatuojama seleno, o ne mineralinio vandens su selenu nauda ir pagrįstai nurodoma, jog išgėrus atitinkamą kiekį, t. y. 200 ml „Norte“ vandens su selenu galima gauti 16 proc. suaugusiam žmogui būtinos seleno paros kiekio normos.

UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ nurodė, kad Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkte numatyta, jog 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. 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu Nr. 1047/2012 10 straipsnio 2 dalyje nurodyta jog teiginiai apie sveikatingumą leidžiami tik tuo atveju, jei toliau nurodyta informacija yra pateikta ženkliniame, o jeigu ženklinimo nėra - pateikime ir reklamoje: a) teiginys, kuriame nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarba; b) būtinas suvartoti maisto produkto kiekis ir vartojimo būdas, norint užtikrinti teiginyje nurodytą naudingą poveikį. Bendrovė pažymėjo, kad tiek straipsnyje, tiek ir ant „Norte“ vandens butelio etiketės yra nurodyta, jog selenas svarbus normaliai imuninės sistemos veiklai, be kita ko, straipsnyje pateikiami ir kiti naudingi faktai apie seleno svarbą žmogaus organizmui. Prie viso šito, kaip ir reikalaujama 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu Nr. 1047/2012 10 straipsnio 2 dalies b punkte, straipsnyje visiškai aiškiai ir

suprantamai yra nurodyta, jog suaugusiam žmogui būtina seleno dienos dozė - 50 - 55 mikrogramai, kas reiškia, jog nurodyti ne tik teiginiai apie sveikatingumą, bet taip pat nurodytas ir būtinas suvartoti šio mikroelemento paros kiekis tam, kad būtų užtikrintas straipsnyje aprašomas naudingas seleno poveikis. Bendrovė pažymėjo, kad „Norte“ vanduo paminėtas tik kaip vienas iš seleno šaltinių konkrečiai nurodant seleno normą, galimą gauti suvartojus atitinkamą kiekį vandens, t. y. 200 ml „Norte“ vandens esantis seleno kiekis - 8 mikrogramai. Bendrovė nurodė, kad atsižvelgiant į tai, manytina, jog UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ gaminamo ir platinamo „Kalnapilis Norte“ vandens su selenu reklama, pateikta 2014-05-24, dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Gyvenimo būdas“ išspausdintame straipsnyje pavadinimu „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“, negalėjo pažeisti ir nepažeidė 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu Nr. 1047/2012 10 straipsnio 2 dalies a ir b punktų.

UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ nurodė, kad 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu Nr. 1047/2012 12 straipsnio c dalyje teigiama, jog draudžiama vartoti teiginius darančius nuorodą į atskirų gydytojų ar sveikatos srities specialistų bei kitų asociacijų, kurios nenurodytos 11 straipsnyje, rekomendacijas. Bendrovė atkreipė dėmesį dėmesį, jog straipsnyje yra kalbama ne apie „Norte“ vandenį, jo naudą, įtaką ar poveikį žmogaus organizmui, prevenciją nuo tam tikrų ligų ir pan., o būtent apie mikroelementą - apie seleną. Straipsnyje pateikiamos daktarės gydytojos dietologės Editos Gavelienės išvalgos yra susijusios tik su selenu, jo teikiama nauda, seleno šaltiniais, bet jokiū būdu tai nereiškia, jog minima gydytoja rekomenduoja vartoti „Norte“ vandenį, priešingai, gydytoja rekomenduoja nepamiršti ir siekiant stiprinti imunitetą, gerinti nuotaiką, užtikrinti puikią širdies veiklą, prisiminti produktus turinčius seleno. Bendrovė nurodė, kad atsižvelgiant į šią aplinkybę ir į tai, kad „Norte“ vanduo yra praturtintas selenu, straipsnyje jis pateikiamas kaip vienas iš šio žmogui svarbaus mikroelemento alternatyvių šaltinių, bet ne kaip konkrečiai daktarės gydytojos dietologės Editos Gavelienės rekomenduojamas vartoti produktas. Bendrovė nurodė, kad straipsnyje yra pakankamai aiški, kiekvienam vidutiniam vartotojui/skaitytojui suprantama takoskyra, etiškas atskyrimas tarp pateikiamos informacijos, susijusios su mikroelementu selenu, ir šia medžiaga praturtinto „Norte“ vandens reklamos. Be kita ko, tiek televizijoje, tiek internete, tiek spaudoje gausu įvairiausių maisto produktų reklamų, kuriose pateikiama gydytojų, savo srities specialistų nuomonė, rekomendacijos, susijusios su vienokių ar kitokių medžiagų/mikroelementų naudojimo svarba.

UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“ nurodė, kad 2012 m. gegužės 16 d. Komisijos reglamente Nr. 432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo pateikiamas apie maisto produktų sveikumą leidžiamų vartoti teiginių sąrašas. Vienas iš sąrašo esančių teiginių - „Selenas svarbus normaliai imuninės sistemos veiklai“. Būtent toks teiginys ir yra nurodytas ant UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ gaminamo ir platinamo „Kalnapilis Norte“ vandens su selenu etiketės. UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“, ant „Norte“ vandens etiketės naudodama teiginį apie mineralinę medžiagą seleną vadovavosi tuo, kad pagal laboratorijoje atliktus tyrimus, skaičiavimus 100 ml „Norte“ vandens yra didelis seleno kiekis, t. y. 7,5% 100 ml RMV (Europos Parlamento ir Tarybos 2011 m. spalio 25 d. reglamento Nr. 1169/2011 XIII priedas). 2014 m. kovo 14 d. Komisija priėmė reglamentą N r. 274/2014, kuriuo taisoma reglamento N r. 432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo redakcija lietuvių kalba. Šiame reglamente teiginys apie seleną skamba taip: „Selenas padeda palaikyti normalią imuninės sistemos veiklą“. Bendrovė atkreipė dėmesį, kad tuo metu, kada buvo rengiamos „Norte“ vandens etiketės galiojo ankstesnės redakcijos reglamentas, t. y. reglamentas Nr. 432/2012, todėl nurodytas teiginys „Selenas svarbus normaliai imuninės sistemos veiklai“. Bendrovė pažymėjo, jog siekiant pabrėžti maisto produktų

sveikumą, ant maisto produktų etikečių dažnai naudojami tokie teiginiai, kokie jie nurodyti 2012 m. gegužės 16 d. Komisijos reglamento Nr. 432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo (2014 m. kovo 14 d. atnaujinta redakcija reglamentu N r. 274/2014) apie maisto produktų sveikumą leidžiamų vartoti teiginių sąrašė.

UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ prašo Tarnybos pripažinti, jog UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ gaminamo ir platinamo „Kalnapilis Norte“ vandens su selenu reklama nepažeidžia nei Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo, nei Europos Sąjungos teisės aktų, tame tarpe ir 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu Nr. 1047/2012 nuostatų. Bendrovė nurodė, jog jeigu bus konstatuotas pažeidimas, UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ yra pasirengusi paisyti bet kokių su tuo susijusių Tarnybos rekomendacijų/pastabų/įpareigojimų ir/ar neplatinti/nedelsiant nutraukti teisės aktų reikalavimų neatitinkančios reklamos platinimą. Bendrovė prašo netaikyti sankcijos - baudos ir apsiriboti įspėjimu, kuris neretai taikomas praktikoje.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-09-18 gavo UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ raštą, kuriame bendrovė pateikė analogiškus paaiškinimus, kurie buvo nurodyti Tarnybai 2014-06-17 raštu Nr. 01-088. UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ papildomai nurodė, jog informacija apie „Norte“ vandenį buvo skleidžiama keliais būdais: Straipsnis „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“ dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Gyvenimo būdas“ 2014-05-24 rubrikoje „Sveikatos gidas“, tiražas 100 000 vienetų; Periodu nuo 2014-04-24 iki 2014-04-28 interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt), unikalų paspaudimų skaičius - 5 203 vienetai. Laikotarpiu nuo 2014-05-06 iki 2014-05-18 interneto tinklalapyje [www.lrytas.lt](http://www.lrytas.lt), unikalų paspaudimų skaičius - 12 668 vienetai. Bendrovė nurodė, jog gavus Tarnybos pranešimą dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo, UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ ėmėsi visų būtinų/galimų veiksmų siekiant padėti išsiaiškinti galimo pažeidimo aplinkybes - pateikė išsamius paaiškinimus ir reikalautą informaciją Tarnybai, kas rodo, jog UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ niekada nevengė, neginčijo galimos atsakomybės, priešingai - nuo pat pradžios iki dabar rodo norą bendradarbiauti bei išsiaiškinti visas galimo pažeidimo nustatymui reikšmės turinčias aplinkybes. UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ ne tik pripažįsta, kad informacinio pobūdžio straipsnis apie seleną galėjo pažeisti teisės aktų reikalavimus ir jiems prieštarauti, bet taip pat yra pasiryžusi paisyti bet kokių su tuo susijusių Tarnybos rekomendacijų/pastabų. UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ nurodė, kad šiai dienai straipsnis, dėl kurio surašytas Protokolas, nėra platinamas jokiais sklaidos būdais. UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ nurodė, kad per visą straipsnio apie seleną sklaidos laikotarpį, straipsnis nesukėlė jokių žalingų padarinių, t. y. nebuvo gauta jokių vartotojų skundų dėl jo netinkamumo, kas suponuoja išvadą, jog jokiais būdais nebuvo pažeistos Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymo numatytos vartotojų teisės, inter alia, teisė gauti teisingą ir visapusišką informaciją apie parduodamas prekes. UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ nurodė, kad niekada anksčiau nėra bausta nei už tokio, nei už panašaus pobūdžio pažeidimus. UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ prašo Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos apsiriboti įspėjimu. Pažymėjo, kad Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba ne kartą už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą, atsižvelgdama į lengvinančių/sunkinančių aplinkybių egzistavimą yra pritaikiusi būtent įspėjimą, kaip pakankamą sankciją.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2014-09-25 posėdyje išklauė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus.

Tarnybos atstovas nurodė, jog papildomos informacijos pateikti neturi. Tarnybos atstovas pažymėjo, kad UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ tyrimo pradžioje su pažeidimu nesutiko, tačiau surašant Protokolą, pažeidimą pripažino.

UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ atstovė nurodė, jog su pažeidimu sutinka. Bendrovė atstovė nurodė, jog iš karto po Tarnybos pranešimo pašalino teisės aktų neatitinkančią reklamą.

UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ atstovė nurodė, jog ateityje panašaus pobūdžio pažeidimų nebus, kadangi bendrovė atsakingai išanalizavo šį atvejį ir suprato savo klaidas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar šiuo metu UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ reklamuoja silpnai gazuotą stalo vandenį „Kalnapilis Norte“, bendrovės atstovė nurodė, jog šiuo metu su advokatais derinama produkto reklama, kuri atitiktų 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu Nr. 1047/2012. Bendrovės atstovė nurodė, jog ateityje kreipsis į Tarnybą, jei kuriant reklamą kils abejonių, ar ji atitinka teisės aktuose įtvirtintus reikalavimus.

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 „Kalnapilio - Tauro grupė“ reklamoje skleista informacija apie silpnai gazuotą stalo vandenį su selenu „Kalnapilis Norte“ susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtą produktą, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

#### *Dėl UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ 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 „Kalnapilio - Tauro grupė“ skleista silpnai gazuoto stalo vandens su selenu „Kalnapilis Norte“ 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 straipsnį „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“, kuriame buvo vartojami teiginiai apie gydomąsias ir/ar profilaktines savybes, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad vartodamas

silpnai gazuotą stalo vandenį su selenu „Kalnapilis Norte“ sustiprins organizmo imuninę sistemą, sumažins susirgimo tam tikromis ligomis riziką, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog gydytojos dietologės Editos Gavelienės teiginiai apie seleną ir jo teikiamą naudą nėra tik gydytojos dietologės nuomonė, įžvalga. Atsižvelgiant į kontekstą, kuriame gydytojos dietologės nuomonė yra pateikiama, atkreiptinas dėmesys, kad būtent reklamoje naudojami teiginiai apie seleną, silpnai gazuoto vandens su selenu nuotrauka reklamuoja konkretų produktą „Kalnapilis Norte“ ir skatina jį įsigyti. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad gydytojos dietologės Editos Gavelienės pateiktą nuomonę apie „Kalnapilio“ naujieną – silpnai gazuotą vandenį su selenu „Kalnapilis Norte“ vertinti išėmus iš straipsnio konteksto netikslinga, nes ji yra sudėtinė reklamos dalis, pateikta būtent todėl, kad formuoja palankią skaitytojų nuomonę apie produktą, sudaro įspūdį apie produkto veiksmingumą. Pažymėtina, jog nuomonės subjektyvumas nepaneigia straipsnio reklaminio pobūdžio, nes teigiamos nuomonės konstruojant reklaminį straipsnį, pasirinktos ne atsitiktinai, o specialiai siekiant sustiprinti įspūdį apie produkto veiksmingumą ir paveikti vartotojų ekonominę elgesį. Vidutinis vartotojas, perskaitęs silpnai gazuoto vandens „Kalnapilis Norte“ reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad minėtas produktas pasižymi gydomosiomis ir/ar profilaktinėmis savybėmis, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas. Pažymėtina, jog Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2013-10-28 nutartyje (adm. b. Nr. A442-1781/2013) konstatavo, kad tuo atveju, kai asmens nuomonė pateikiama reklaminiam tekste, ji laikytina reklamos, skatinančios įsigyti reklamuojamą produktą, dalimi.

UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ reklamuodama silpnai gazuotą vandenį su selenu „Kalnapilis Norte“ vartojo teiginius: „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“, „dabar apie šį mikroelementą kalba onkologai, kardiologai, endokrinologai ir kiti medikai.“, „<...>miršta nuo tam tikros širdies raumens ligos.“, „<...>žmonės ta pačia liga serga labai retai.“, „Papildžius apskrities gyventojų mytygą selenu ligos atvejų gerokai sumažėjo. Ši liga pagal vietovės pavadinimą buvopavadinta Kešano liga.“, „Vėliau ligos protrūkių nustatyta ir Naujojoje Zelandijoje, Suomijoje, tačiau ja gali susirgti bet kokioje vietovėje, kurioje yra mažai seleno, gyvevantys žmonės. Lietuva viena iš tokių šalių.“, „Pasak jos, teritorijose, kurių dirvožemyje mažai seleno, žmonės dažniau serga ne tik širdies kraujagyslių ligomis, skeleto bei raumenų vystymosi sutrikimais, bet ir vėžiu.“, „Kai kurie tyrimai rodo, jog selenas gali sumažinti prostatos vėžio riziką.“, „<...>gali apsaugoti nuo plaučių ir odos vėžio.“, „<...>bet ir su lėtinio nuovargio sindromu.“, „<...>didina organizmo atsparumą infekcijoms, stiprina imunitetą.“ ir paminėjo gydytoją dietologę Editą Gavelienę.

Kaip jau buvo paminėta aukščiau, vidutinis vartotojas perskaitęs reklamą, vertina joje pateiktą informaciją kaip visumą, todėl minėtoje UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ reklamoje naudojami teiginiai vidutiniam vartotojui galėjo sudaryti įspūdį, kad produktas 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 „Kalnapilio - Tauro grupė“ reklamuojamą produktą - silpnai gazuotą vandenį su selenu „Kalnapilis Norte“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ produktas „Kalnapilis Norte“ 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 produktas „Kalnapilis Norte“ 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 „Kalnapilio - Tauro grupė“ 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 „Kalnapilio - Tauro grupė“ reklama apie silpnai gazuotą stalo vandenį „Kalnapilis Norte“ buvo skleista straipsnyje „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“ dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Gyvenimo būdas“, tiražas 100 000 vienetų; interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt), unikalių paspaudimų skaičius - 5 203 vienetai; interneto tinklalapyje [www.lrytas.lt](http://www.lrytas.lt), unikalių paspaudimų skaičius - 12 668 vienetai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, kad UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) laikotarpiu nuo 2014-04-24 iki 2014-04-28; interneto tinklalapyje [www.lrytas.lt](http://www.lrytas.lt) laikotarpiu nuo 2014-05-06 iki 2014-05-18; straipsnyje „Selenas atitolina ir ligas, ir blogą nuotaiką“ dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Gyvenimo būdas“ 2014-05-24 rubrikoje.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Kalnapilio - Tauro grupė“ 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 „Kalnapilio - Tauro grupė“ 2500 (dviejų tūkstančių penkių šimtų) litų 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