



## VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

## VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

## NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „NEW NORDIC“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS  
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2014-09-25 Nr. 12R-83

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Energetikos ir vartojimo prekių bei paslaugų departamento direktoriaus Algirdo Romeikos (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 Ignei Tebėrienei,

dalyvaujant Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Vilniaus įgaliotam (*duomenys neskelbtini*), UAB „New Nordic“ įgaliotam atstovui (*duomenys neskelbtini*) bei Maisto papildų gamintojų asociacijos atstovė (*duomenys neskelbtini*),

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrino bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2014-08-19 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. R1-7 (toliau Protokolas) dėl UAB „New Nordic“ (įmonės kodas – 300065428, adresas – K. Donelaičio g. 62-506, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-08-22 gavo Tarnybos 2014-08-20 raštą Nr. B6-(1.9)-2085, kuriame nurodyta, jog Tarnyba, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 3 punktu, Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos nuostatų, patvirtintų Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2000 m. birželio 28 d. nutarimu Nr. 744, 9.3.9 punktu ir Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo tvarkos aprašu, patvirtintu Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos direktoriaus 2013 m. rugsėjo 26 d. įsakymu Nr. B1-615 „Dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo įstatymo tyrimo procedūrą, Nutarimo atsisakyti pradėti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo procedūrą ir Nutarimo nutraukti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo procedūrą formų patvirtinimo“, 20.1 punktu atlikusi tyrimą dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatytų reikalavimų pažeidimo, t.y. UAB „New Nordic“ reklamos, kurioje reklamuojamas maisto papildas „tone“ ir UAB „New Nordic“ atžvilgiu 2014-08-19 surašė Protokolą.

Protokole nurodyta, kad UAB „New Nordic“ skleidė maisto papildą „tone“ reklamą spaudoje, dienraščiui „Lietuvos Rytas“ 2014-05-10 priede „Gyvenimo būdas“ straipsnyje „Pagaliau spengimas ausyse dingo“. Protokole nustatyta, kad UAB „New Nordic“, pristatant maisto papildą vartojo teiginius apie savybes, kurių jis neturi: „Pagaliau spengimas ausyse dingo“, „Dažniausi nusiskundimai: sunku suprasti, kai kalbama tyliai, užimas ausyse. Žmogus dažnai susitaiko su tam tikro laipsnio klausos pakitimu, tačiau jį labai vargina užimas ausyse, galvoje.“, „Tuomet Tone gali

padėti pakeisti Jūsų gyvenimą“, taip pat kitus teiginius, kurie susiję su ligų simptomais ir profilaktika: „Tai su amžiumi susijęs klausos susilpnėjimas“, „jei jaučiate, kad klausia nėra tokia, kokia turėtų būti, bus įdomu<...>“. „Su amžiumi susiję pakitimai“, „Su amžiumi susijęs klausos susilpnėjimas vadinamas presbiakuzija (lot. Presbycusia)“. „Ūžimas suintensyvėja pavargus ar susinervinus, vakare, tylioje aplinkoje. Ūžesys gali varginti ir naktį. Dažnai vyresnio amžiaus žmonės skundžiasi ir stipresniu galvos svaigimu.“, „Dažnai jie kenčia nuo liūdesio, nerimo, sumišimo, nesaugumo, mažesnio socialinio aktyvumo.“, „Daug žmonių turi problemų dėl klausos ir dauguma bando tai nuslėpti.“, „Po vienos triukšmingos pažintinės kelionės autobusu su Lillema pradėjo girdėti šalutinius garsus.“, „Jau po mėnesio Lillema pajuto pasikeitimus, todėl ir toliau gėrė tone tabletes.“ Ir tuo UAB „New Nordic“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Tarnyba taip pat pateikė UAB „New Nordic“ 2014-06-10 raštą Nr. 2014-1, kuriame bendrovė išdėstė savo paaiškinimus dėl teiginių. Bendrovė rašte suskirstė abėcėlės tvarka Protokole nurodytus teiginius taip:

- a) „Pagaliau spengimas ausyse dinga“;
- b) „Tai su amžiumi susijęs klausos susilpnėjimas“;
- c) „Jeigu jaučiate, kad klausia nėra tokia, kokia turėtų būti, bus įdomu<...>“;
- d) „Tuomet Tone gali padėti pakeisti Jūsų gyvenimą“;
- e) „Su amžiumi susiję pakitimai“;
- f) „Su amžiumi susijęs klausos susilpnėjimas vadinamas presbiakuzija (lot. Presbycusia)“;
- g) „Dažniausi nusiskundimai: sunku suprasti, kai kalbama tyliai, ūžimas ausyse“;
- h) „Žmogus dažnai susitaiko su tam tikro laipsnio klausos pakitimu, tačiau jį labai vargina ūžimas ausyse, galvoje“;
- i) „Ūžimas suintensyvėja pavargus ar susinervinus, vakare, tylioje aplinkoj“;
- j) „Ūžesys gali varginti ir naktį“;
- k) „Dažnai vyresnio amžiaus žmonės skundžiasi ir stipresniu ar mažesniu galvos svaigimu“;
- l) Dažnai jie kenčia nuo liūdesio, nerimo, sumišimo, nesaugumo, mažesnio socialinio aktyvumo“;
- m) „Daug žmonių turi problemų dėl klausos ir dauguma bando tai nuslėpti“;
- n) „Po vienos triukšmingos pažintinės kelionės autobusu su Lillema pradėjo girdėti šalutinius garsus“;
- o) „Jau po mėnesio Lillema pajuto pasikeitimus, todėl ir toliau gėrė Tone tabletes“.

Bendrovė rašte nurodė, jog maisto papildo reklamoje draudžiama nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi. UAB „New Nordic“ rašte atkreipė dėmesį, jog teisės aktai neapibrėžia, kas yra laikoma maisto savybėmis, tačiau pagal bendrą literatūrą ir mitybos rekomendacijas, maisto savybės yra siejamos su maisto sudėtimi, paruošimo būdais. Temperatūra, skonių, vartojimo dažnumu, atskirų maisto rūšių suderinamumu, maisto išvaizda bei maistingumu (kalingumu), pagal teismų praktiką maisto savybėmis laikomi tokie apibūdinimai kaip „natūralus“, „lengvas“, „sveikas“, „ekologiškas“, „be jokių E“ ir pan. Bendrovė nurodė, jog pagal rekomenduojamas paros maistinių medžiagų ir energijos normas, patvirtintas Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 1999 m. lapkričio 25 d. įsakymu Nr. 510 (su vėlesniais pakeitimais ir papildymais) maisto savybių poveikis žmogaus organizmui siejamas su žmogaus amžiumi ir jo fiziniu aktyvumu. Šią sąsają taip pat patvirtina Codex Alimentarius dokumentai.

UAB „New Nordic“ rašte Nr. 2014-1 nurodė, jog išanalizavus reklamoje vartotojus teiginius, atkreipia dėmesį, jog teiginiuose, nurodytuose (a) –(o) bei (e) –(m) bendrovės rašto punktuose, atspindima žmonių senėjimo tematika, kuri nėra siejama su maisto papildų konkrečiomis savybėmis, ar bendromis maisto savybėmis, kaip jos nurodytos akčiau nurodytuose bendrovės teiginiuose.

Bendrovė nurodė, jog teiginiuose išvardijami moksliskai pagrįsti bei viešai žinomi faktai apie žmonių pojūčius, susijusius su klausia ir dažniausiai pasireikšiančius su amžiumi (senėjimu), o ne

priklausančius nuo tam tikro maisto vartojimo, vartojimo dažnumo, maisto savybių ir pan. Ši informacija padeda išryškinti amžiaus (senėjimo) problematiką, susijusią su klausa, priimti vyresnio amžiaus žmonėms apie galimas problemas, taip pat pristatyti jų bendraamžių patirtį bei praktiką.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jos dalis teiginiu nurodytų (n) –(o) bendrovės rašto punktuose paremti asmenine pacientų patirtimi ir yra bendriniai, pristatantys faktą. Bendrovė nurodė, jog teiginyje, rašto (d) punkte nurodomas teiginys gali būti vertinamas kaip reklaminis teiginys, tačiau jame taip pat nenurodomos jokios maisto papildų savybės.

UAB „New Nordic“ rašte taip pat nurodė, jog visi, tiek bendrovės rašte, tiek Protokole minėti teiginiai yra susiję su žmonių emociniais pojūčiais, žmonių savęs suvokimu aplinkoje, tam tikrų faktų pripažinimu arba nepripažinimu, kas būdinga vyresnių (senesnių) žmonių elgesiui, taip pat asmeninės patirties nupasakojimu ir nėra sietini su maisto papildu.

Bendrovė rašte nurodė, jog atsižvelgiant į rašte išdėstytus UAB „New Nordic“ argumentus, bendrovės teigimu, darytina išvada, jog nei viename iš teiginių nėra nurodoma ar užsimenama apie maisto savybes, taigi šiuo aspektu Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktas nėra pažeistas.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog dėl reklamoje vartojamų maisto papildų teiginių susijusių su žmogaus ligų gydymo ar profilaktinių savybių, pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktą, maisto papildų reklamoje draudžiama nurodyti ir užsiminti apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog dėl maisto papildų žmogaus ligų gydymo ir profilaktinių savybių pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktą, maisto papildų reklamoje draudžiama nurodyti ar užsiminti apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų. UAB „New Nordic“ nurodė, jog bendrovės komunikacijoje su Taryba, sąvoka „gydymas“, „apsauga nuo ligų“, ligų profilaktika“ nėra vienareikšmiškai apibrėžtos teisės aktais, todėl jų esmė atskleistina sistemiškai aiškinant Lietuvos Respublikos įstatymus bei Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerijos teisės aktus.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog vadovaujantis Lietuvos Respublikos sveikatos sistemos įstatymo, Lietuvos Respublikos pacientų teisių ir žalos sveikatai atlyginimo, Lietuvos Respublikos psichikos sveikatos priežiūros įstatymo, Lietuvos Respublikos žmonių užkrečiamųjų ligų profilaktikos ir kontrolės įstatymo, Lėtinės obstrukcinės plaučių ligos diagnostikos ir gydymo metodikos, patvirtintos Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2002 m. lapkričio 21 d. įsakymu Nr. 563, Medicininės reabilitacijos ir sanitarinio (antirecidyvinių) gydymo organizavimo tvarkos, patvirtintos Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2008 m. sausio 17 d. įsakymu Nr. V-50 bei kitų aktualių teisės aktų nuostatomis, bendrovės teigimu aiškintina, jog gydymas – tai nuosekli, tęstinė, gydymo schemas atitinkanti bei mokslinį pagrindimą turinti veiksmų seka, remiantis kuria sveikatos priežiūros specialistas siekia atstatyti pirminę, iki ligos atsiradimo arba jos progresuojančių stadijų, buvusią paciento sveikatos būklę. Taip pat UAB „New Nordic“ nurodė, jog gydymas aiškintinas kaip tęstinis procesas, kuris sąlygoja apsilankymą pas sveikatos priežiūros specialistą, atitinkamų procedūrų atlikimą, ambulatorinės asmens sveikatos priežiūros paslaugų telkimą pacientui, medikamentinį gydymą (vaistiniais preparatais) kaip gydymo tąsą, taip pat gydymą stacionare guldant pacientą į ligoninę. UAB „New Nordic“ nurodė, jog apsauga nuo ligų arba ligų profilaktiką suprantama kaip visuma priemonių, kurių tikslas yra užkisti kelią būsimam paciento saugumui, įvairių ligų kilimui ir paplitimui.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog svarstant teiginių priskirimo tam tikrai kategorijai klausimą, taip pat būtina atsižvelgti ne tik į bendrovės aukščiau paminėtus nacionalinius teisės aktus, bet ir Europos Sąjungos teisinio reguliavimo reikalavimus. Tuo atveju, jeigu reklamose vartojami teiginiai, kuriuose nurodoma informacija apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes, pastarieji teiginiai, kuriuose nurodoma informacija apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes, pastarieji teiginiai, vadovaujantis Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų, maistingumą ir sveikatingumą (Reglamentas)

2 straipsniu laikytini teiginiais apie sveikatingumą bei teiginiais apie susirgimo pavojaus sumažinimą.

UAB „New Nordic“ rašte atkreipė dėmesį, jog reklamoje ir rašte minimi maisto papildo „tone“ teiginiai yra bendrinio pobūdžio. (pvz. Dažnai vyresnio amžiaus žmonės skundžiasi ir silpnesniu ar mažesniu galvos svaigimu“, „daug žmonių turi problemų dėl klausos i dauguma bando tai nusiūpti ir pan.). Bendrovė nurodė, jog teiginiai susiję su žmonių senėjimu, kad nėra laikoma sveikatos sutrikimu (pvz: „su amžiumi susiję pakitimai“). UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog reklamoje vartoti teiginiai nusako tam tikrą faktą (pvz. „su amžiumi susiję klausos susilpnėjimas vadinamas presblakuzija (lot. Presbycusia)“). Bendrovė nurodė, jog teiginiai paremti kalbančiųjų asmenine patirtimi (pvz. „jau po mėnesio Lillema pajuto pasikeitimus, todėl ir toliau gėrė „tone“ tabletes“).

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog nei vienas iš minėtų teiginių neatitinka nei teiginiam apie sveikatingumą nei teiginiam apie susirgimo pavojaus mažinimą keliamų kriterijų, t.y. juose nei tiesiogiai, nei netiesiogiai neužsimenama, jog esama ryšio tarp maisto papildo bei paciento sveikatos, ar kad šio maisto papildo vartojimas sumažina riziką susirgti kokia nors liga. Todėl, UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog tokie teiginiai niekaip neįvardija, kokį poveikį žmogaus organizmui bei jo fiziologinėms savybinėms funkcijoms turi minėti maisto papildai.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog Lietuvos Respublikos teismų praktikoje įtvirtinta taisyklė, kad vien tik ta aplinkybė, kad tam tikras reklamoje naudojamas teiginys nėra suderinamas su Reglamento 12 straipsnio nuostatomis, negali pagrįsti išvados, kad minėtas teiginys yra sietinas su gydomosiomis maisto papildo savybėmis. Teismas, bendrovės teigimu, laikosi nuomonės, jog galiojantys teisės aktai nepateikia kriterijų, kuriais taip pat nuo teiginių apie nuo ligų saugančias savybes ar teiginių apie susirgimo pavojaus sumažinimą, todėl kiekvienu konkrečiu atveju reikėtų vertinti, ar konkretus teiginys yra sietinas su sveikatingumo, ar su gydomosiomis savybėmis. Bendrovė rašte nurodė, jog atsižvelgiant į tai, kad reklamoje minimi teiginiai negali būti siejami su gydymu ar gydymo profilaktika, t.y. jei niekaip nėra susiję su procesu, kurio metu būtina apsilankyti pas sveikatos priežiūros specialistą, atlikti atitinkamas procedūras, suteikti pacientui ambulatorinės asmens sveikatos priežiūros paslaugas, medikamentinį gydymą ar gydymą stacionare, ar su tokio proceso profilaktika, nėra pagrindo teigti, kad šie teiginiai nusako arba nurodo maisto papildo gydomąsias arba nuo ligų saugančias savybes.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta bendrovės rašte, darytina išvada, kad nei reklamoje skleistieji teiginiai, bei UAB „New Nordic“ veiksmai, skleidžiant šiuos teiginius, nepažeidžia Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatų.

UAB „New Nordic“ rašte nurodė, jog bendrovė būdama socialiai orientuota ir atsakinga, siekdama visapusiškai prisidėti prie nuoseklios bei pagrįstos informacijos skleidimo vartotojams apie maisto produktus bei jų savybes, taip pat siekdama išvengti galimų nesusipratimų bei dviprasmiškų diskusijų, informavo Tarnybą, jog šiuo metu skleidžiama maisto papildų reklama, atsižvelgiant į Tarnybos komentarus, jau yra šiek tiek pakoreguota.

UAB „New Nordic“ rašte pažymėjo, kad pateiktas maisto papildų reklamos tekstas ir toliau bus tobulinamas, atsižvelgiant į teisės aktų reikalavimus bei besiformuojančią praktiką. Taip pat nurodė, jog esant poreikiui, UAB „New Nordic“ pasinaudotų galimybe konsultuotis su tarnyba dėl reklamos projektų atitikimo Lietuvos Respublikos teisės aktų reikalavimams.

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

Tarnybos atstovas pažymėjo, jog papildomos informacijos pateikti neturintis. Tarnybos atstovas atkreipė Komisijos dėmesį, jog nagrinėjamu atveju buvo stengiamasi visapusiškai, objektyviai išnagrinėti bei įvertinti UAB „New Nordic“ reklamoje pateiktus teiginius. Tarnybos atstovas nurodė, jog Tarnyba sudarė visas galimybes bendrovei pateikti paaiškinimus ir pagrįsti teiginius, skleistus maisto papildo „tone“ reklamoje. Tarnybos atstovas pažymėjo, jog tyrimo metu nagrinėjimo posėdis buvo vykdomas du kartus, kadangi UAB „New Nordic“ pateikė prašymą pratęsti terminą, tam, kad būtų tinkamai įsigilinta į Tarnybos pateiktą raštą bei klausimus, todėl

Tarnyba sutikimo, kad būtų pateikti papildomi paaiškinimai. Tarnybos atstovo nuomone, Tarnyba stengėsi visapusiškai ir objektyviai išnagrinėti skleistą reklamą.

Atsižvelgiant į tai, Tarnybos atstovo nuomone, Protokole išvardinti teiginiai negali būti naudojami reklaminiuose tekstuose.

UAB „New Nordic“ atstovas taip pat nurodė, jog posėdžiai Tarnyboje vyko dalykiškai, kadangi įvyko ir išplėstinis susitikimas su Tarnybos atstovais. Su Tarnybos atstovais buvo daug aiškinamasi dėl teiginių formulavimą, traktavimo, kadangi bendrovės atstovo teigimu, buvo svarbu išsiaiškinti kaip bendrovė, Tarnyba supranta reklamoje skleistus teiginius atstovai ir kaip tekstas suprantamas bendrame vartojimo kontekste. Taip pat buvo aiškintasi sąryšis tarp skleistų teiginių bei teisinio reguliavimo.

Bendrovės atstovas nurodė, jog kaip ir Tarnybos atstovas minėjo, tyrimo metu įvyko du susitikimai, kurių metu vyko intensyvi diskusija, todėl UAB „New Nordic“ atsižvelgdama į susitikimų metu išsakytas pastabas dėl teisės aktų išaiškinimo bei taikymo, pakoregavo reklamos tekstą.

Bendrovės atstovas pažymėjo, jog UAB „New Nordic“ pirminė nuomonė buvo ta, kad viskas kas pateikta maisto papildo „tone“ reklamoje, aiškiai atspindi pateiktus faktus, bendrovės atstovas pridūrė, jog minėtos nuomonės bendrovė laikosi ir toliau. Todėl bendrovės atstovo teigimu, šiuo metu, pagrindinis klausimas yra tai, kaip UAB „New Nordic“ supranta ir traktuoja tam tikras teiginių formuluotes. Bendrovės atstovo teigimu, šiuo atveju buvo priimta sprendimas, kad galbūt gali atsirasti įvairių teiginių interpretacijų, todėl tam, kad bendrovė užkirstų kelią galimam vartotojo suklaidinimui, buvo ieškoma kompromisų. Bendrovės atstovas nurodė, jog UAB „New Nordic“ yra Danijos dukterinė įmonė, kuri veiklą vykdo visame Baltijos regione. Bendrovės atstovas nurodė, jog įmonė visuomet siekia veikti pagal atitinkamus standartus, todėl buvo dedamos maksimalios pastangos ieškant kompromisų koreguojant reklamoje skleistą tekstą.

Bendrovės atstovas pažymėjo, jog netgi ir šią dieną vyksta derinimo darbai, konsultacijos bendravimas su Tarnyba, Maisto papildų asociacija, bei atliekami įvairūs prevenciniai darbai.

Bendrovės atstovas nurodė, jog UAB „New Nordic“ nuomone, padėtis šiuo atžvilgiu yra gerokai patobulėjusi, ir šiuo metu UAB „New Nordic“ sutinka, kad tam tikra dalis reklamoje skleistų teiginių galėjo neatitikti Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintų reikalavimų.

UAB „New Nordic“ atstovas pridūrė, jog minėtas maisto papildas buvo platinamas paskutinius du metus, ir dėl skleidžiamos reklamos nebuvo gauta nei pastabų nei vartotojų nusiskundimų, todėl bendrovė manė, jog reklamoje pateikti teiginiai atitinka visus jiems keliamus reikalavimus.

Maisto papildų gamintojų asociacijos atstovė pažymėjo, jog UAB „New Nordic“ yra senas Maisto papildų gamintojų asociacijos narys. Maisto papildų gamintojų asociacijos atstovė pažymėjo, jog tik prasidėjus tyrimui ir kilus klausimams bei neaiškumams UAB „New Nordic“ kreipdavosi į Maisto papildų asociaciją konsultacijoms bei situacijos analizei. Maisto papildų asociacijos atstovė pažymėjo, jog išsamiai su byla nėra susipažinusi, kadangi buvo pasitelkta kompetentingų teisininkų pagalba ir pridūrė, jog UAB „New Nordic“ geranoriškai bendradarbiavo su institucijomis, dėjo visas pastangas operatyviai raguoti į nustatytą pažeidimą bei jį pakoreguoti, todėl prašo atsižvelgti į šias aplinkybes.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos narė pasiteiravo Maisto papildų gamintojų asociacijos atstovės, ar UAB „New Nordic“ yra priėmusi ir laikosi Elgesio kodekse nustatytų išipareigojimų ir kaip bendrovė iki šiol laikėsi minėtų išipareigojimų.

Maisto papildų gamintojų asociacijos atstovė nurodė, jog iki šio momento nebuvo užfiksuotas nei vienas UAB „New Nordic“ pažeidimas, nei vienas neteisingas ar nekorektiškas pasisakymas. Maisto papildų gamintojų asociacijos atstovė nurodė, jog tai pirmasis atvejis, kuris yra analizuojamas, todėl teikiamos konsultacijos ir vėliau bus daromos atitinkamos išvados.

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 7 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 išipareigojimų 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 - įtakoti vartotojo ekonominę elgseną.

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 1997-02-13 nutarime yra konstatavęs, kad „reklama taip pat yra informacija, nes suteikia jos gavėjui tam tikrų žinių apie prekes, paslaugas ar kitus reklamuojamus objektus (subjektus). Reklama yra informacija, tačiau ne kiekviena informacija yra reklama. Todėl reklama laikytina savita informacijos rūšimi, kuri paprastai vadinama komercine informacija. Reklama yra neatsiejama nuo verslo, marketingo, nes iš tiesų jiems tarnauja, yra svarbi konkurencijos priemonė. Be to, Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 1997-02-13 nutarime taip pat pažymėjo, kad reklama dažniausiai būna susijusi su materialine nauda: ja siekiama arba tiesiogiai didinti pelną (plečiant vartojimą, paslaugas), arba tai užsitikrinti ateityje (reklamuojant kompanijos ženklą ar veiklą, t. y. padedant jai įsitvirtinti rinkoje).

Pažymėtina, kad UAB „New Nordic“ informacija apie maisto papildus „tone“, skleista spaudoje, dienraščio „Lietuvos Rytas“ priede „Gyvenimo būdas“ yra tiesiogiai susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus maisto papildus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

### 2. Dėl UAB „New Nordic“ 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 pakuotę, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai. Taigi ir UAB „New Nordic“ skleista maisto papildų „tone“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas minėtų maisto papildų reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Pažymėtina, kad vidutinis vartotojas, perskaitęs maisto papildų „tone“ reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti išpūdį, kad minėti maisto papildai daro teigiamą poveikį sveikatai, gydo, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

UAB „New Nordic“ reklamuodama maisto papildą „tone“ vartojo teiginius: „Pagaliau spengimas ausyse dinga“, „Dažniausi nusiskundimai: sunku suprasti, kai kalbama tyliai, užimas ausyse. Žmogus dažnai susitaiko su tam tikro laipsnio klausos pakitimu, tačiau jį labai vargina užimas ausyse, galvoje.“, „Tuomet Tone gali padėti pakeisti Jūsų gyvenimą.“, „Tai su amžiumi susijęs klausos susilpnėjimas“, „jei jaučiate, kad klausia nėra tokia, kokia turėtų būti, bus įdomu<...>“. „Su amžiumi susiję pakitimai“, „Su amžiumi susijęs klausos susilpnėjimas vadinamas presbiakuzija (lot. Presbycusia)“. „Užimas suintensyvėja pavargus ar susinervinus,

vakare, tylioje aplinkoje. Užesys gali varginti ir naktį. Dažnai vyresnio amžiaus žmonės skundžiasi ir stipresniu galvos svaigimu.“, „Dažnai jie kenčia nuo liūdesio, nerimo, sumišimo, nesaugumo, mažesnio socialinio aktyvumo.“, „Daug žmonių turi problemų dėl klausos ir dauguma bando tai nuslėpti.“, „Po vienos triukšmingos pažintinės kelionės autobusu su Lillema pradėjo girdėti šalutinius garsus.“, „Jau po mėnesio Lillema pajuto pasikeitimus, todėl ir toliau gėrė tone tabletes.“

UAB „New Nordic“ naudodama šiuos teiginius, nurodė ir užsiminė apie tas maisto papildų savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, kurios neatitiko Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintų reikalavimų.

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 ar jų derinys, pagaminti ir teikiami vartoti, kadangi atitinka bent vieną šių kriterijų: 1) pasižymi savybėmis, dėl kurių tinka žmogaus ligoms gydyti ar jų profilaktikai; 2) dėl farmakologinio, imuninio ar metabolio poveikio gali būti vartojamas ar skiriamas atkurti, koreguoti ar modifikuoti žmogaus fiziologines funkcijas arba diagnozuoti žmogaus ligas. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „New Nordic“ maisto papildas „tone“ nėra vaistinis preparatas, todėl negali būti reklamuojami nurodant vaistinio preparato savybes.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, įvertinusi UAB „New Nordic“ maisto papildu „tone“ reklamoje skleistus teiginius, daro išvadą, jog UAB „New Nordic“ skleista reklama pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktą.

### 3. Dėl UAB „New Nordic“ 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.

Vertindama pažeidimo pobūdį, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgia į tai, jog UAB „New Nordic“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą, bei į tai, kad Protokole nėra nustatyta nukentėjusių asmenų, taip pat atsižvelgia į tai, kad maisto papildu „tone“ reklamoje vartojami teiginiai, kurių produktas neturi bei teiginiai susiję su ligų simptomais ir profilaktika.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgia į tai, jog maisto papildu „tone“ reklama buvo skleidžiama nuo 2014-05-10 iki 2014-06-11 (pakeista dalinai reklama).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgia į tai, kad UAB „New Nordic“ maisto papildu „tone“ reklama buvo skleidžiama viena reklamos sklaidos priemone, spaudoje, t.y. dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Gyvenimo būdas“.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „New Nordic“ pakoregavo skleistos reklamos tekstą bei bendradarbiavo su tyrimą atliekančiomis institucijomis.

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 „New Nordic“ 1100 (vieno tūkstančio vieno šimto) litų baudą.

Nutarimas per 30 dienų nuo nutarimo įteikimo 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