



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE DĖL RESEARCH AND PRODUCTION COMPANY MELT WATER, UAB
LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2016-10-06 Nr. 12R-94

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Felikso Petrausko (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), direktoriaus pavaduotojos Neringos Baronienės, Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio bei Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušlyienės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 3 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo bylą pagal Klaipėdos valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau - Tarnyba) 2016-08-04 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 37R15-8 (toliau – Protokolas) dėl Research and Production Company MELT WATER, UAB (įmonės kodas 302644790, adresas Klaipėdos r. sav. Švėpelių k. Pamiškės g. 7) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-08-11 gavo Tarnybos 2016-08-08 raštu Nr. 37V7-(37.5)-533 persiųstą Protokolą Nr. 37R15-8 dėl Research and Production Company MELT WATER, UAB reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba protokole nustatė, kad Research and Production Company MELT WATER, UAB, reklamuodama maisto produktą - stalo vandenį „Melt Water Original“, naudoja teiginius, kuriais nurodoma ir užsimenama apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Tarnyba protokole nustatė, kad minėta reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.meltwaterislife.com/lt/. Tikslus reklamos sklaidos laikotarpis interneto tinklalapiuose protokole nenustatytas, nurodyta, kad reklama užfiksuota 2016-04-07.

Tarnyba Protokole nustatė, kad Research and Production Company MELT WATER, UAB, reklamuodama maisto produktą:

stalo vanduo „Melt Water Original“ naudojo teiginius:

- *kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą ar profilaktines savybes bei vartojami teiginiai, neištraukti į Leidžiamų vartoti teiginių apie sveikumą sąrašą:*

„Reguliarus „Melt Water“ vartojimas ne tik padeda išvalyti ir atgaivinti organizmą, bet kartu gerina medžiagų apykaitą bei lengvina kūno svorio kontrolę. „Melt Water“ lėtina senėjimo procesus ir skatindamas ląstelių atsinaujinimą, daro odą švytinčią ir švelnią“.

- *kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, kartu nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Leidžiamų vartoti teiginių apie sveikumą sąrašą, bei tuo pačiu klaidinamas vartotojas dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:*

„<...> reguliarius kokybiško vandens vartojimas yra vienas pagrindinių veiksnių, užtikrinančių puikią ir jaunatvišką savijautą bei išvaizdą.“Melt Water yra mažos mineralizacijos, minkštas vanduo, todėl puikiai tinkamas vartoti kasdien“.

- *kuriomis netiesiogiai daroma užuomina, kad sveikatai gali būti padarytas poveikis dėl to maisto (Mažos mineralizacijos vandens, t.y. stalo vandens „Melt Water Original“) nevertojimo:*

„Kietas, didelės mineralizacijos vanduo, esant tam palankioms sąlygoms, gali skatinti inkstų akmenų susiformavimą, ir, nors toks vanduo kartais laikomas gydomuoju, jis turi būti vartojamas saikingai“.

Tarnyba Protokole nustatė, kad naudojant teiginius apie sveikatingumą, šalia nepateikiamas privalomas pateikti teiginys apie įvairios ir subalansuotos mitybos bei sveiko gyvenimo būdo svarbą.

Tarnyba Protokole nustatė, kad Research and Production Company MELT WATER, UAB pateikė informaciją, kuri neatitinka: 2002 m. sausio 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 178/2002, nustatančio maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiančio Europos maisto saugos tarnybą ir nustatančio su maisto saugos klausimais susijusias procedūras (OL 2004 m. specialusis leidimas, 15 skyrius, 6 tomas, p. 463), su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2014 m. gegužės 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) Nr. 652/2014 (OL 2014 L 189, p.1), 16 straipsnio, 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (OL 2006 L 404, p. 9) su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu (ES) Nr. 1047/2012 (OL 2012 L 310, p.36), 3 straipsnio a ir e punktų, 8 straipsnio 1 dalies, 9 straipsnio 2 dalies, 10 straipsnio 1 dalies, 2 dalies a ir b punktų ir 3 dalies, 12 straipsnio a punkto, 2014 m. kovo 14 d. komisijos reglamente (ES) Nr. 274/2014, kuriuo taisoma Reglamento (ES) 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 redakcija lietuvių kalba (OL 2014 L 183, p. 1-37) priedo, 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams, kuriuo iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentai (EB) Nr. 1924/2006 ir (EB) Nr. 1925/2006 bei kuriuo panaikinami Komisijos direktyva 87/250/EEB, Tarybos direktyva 91/496/EEB, Komisijos direktyva 1999/10/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/13/EB, Komisijos direktyvos 2002/67/EB ir 2008/5/EB bei Komisijos reglamentas (EB) Nr. 608/2004 (OL 2011 L 304, p. 18), 7 straipsnio 1 dalies a ir b punktų, 4 dalies a punkto, reikalavimų bei Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 punktų nuostatos.

Tarnyba protokole nurodė, kad Research and Production Company MELT WATER, UAB Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

Protokole lengvinančia aplinkybe laikoma tai, kad bendrovė bendradarbiavo, savo noru redagavo teisės aktų neatitinkančią reklamą.

Bendrovė Research and Production Company MELT WATER, UAB protokole nurodė, kad su pažeidimu sutinka ir pašalina teisės aktų neatitinkančią reklamą.

2016-05-12 Tarnybai pateiktame rašte Research and Production Company MELT WATER, UAB nurodė, kad bendrovės reklamoje nurodytos stalo vandens „Melt Water Original“ savybės yra būdingos visam mažos mineralizacijos vandeniui.

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

1. Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nustatyta, kad reklama – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 nutarime „Dėl Lietuvos Respublikos Farmacinės veiklos įstatymo 17 straipsnio (2002-06-04 redakcija) 4 dalies atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai“ pažymėjo, kad „prekių ar paslaugų reklama – nesvarbu, ar ši veikla yra atlygintina, ar ne – visuomet yra tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama skatinti naudoti tam tikras prekes ar naudotis tam tikromis paslaugomis“.

Atkreiptinas dėmesys, jog reklamos požymis, išskiriantis reklamą iš kitų informacijos rūšių, yra siekis daryti asmenims poveikį jiems renkantis naudotis tam tikromis paslaugomis, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 bylos Nr. 15/02 nutarime nurodė, kad „įstatymuose pateikiami nevienodi reklamos apibrėžimai. Tačiau visuose minėtuose teisės aktuose nurodomas svarbiausias reklamos požymis – reklama yra informacija, kuria siekiama padėti parduoti arba skatinti įsigyti prekes ar naudotis paslaugomis.“ Įstatymuose bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas - daryti įtaką ekonominei elgsenai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog siekiant nustatyti, ar informacija gali būti vertinama kaip reklama, turi būti konstatuotas skatinimo tikslas, t.y. turi būti nustatyta, kad ši informacija yra ar gali būti reikšminga vartotojui, priimant sprendimą dėl produkto įsigijimo, ir tokiu būdu ja siekiama daryti įtaką ekonominei elgsenai, skatinant jį naudotis tam tikromis prekėmis ar paslaugomis ar atsisakyti tam tikrų prekių (paslaugų) naudojimo.

Taigi, įstatymuose bei teismų praktikoje suformuoti du esminiai reklamos požymiai: 1) informacija turi būti susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, 2) pateikiama informacija turi skatinti įsigyti prekių ar naudotis teikiamomis paslaugomis. Iš byloje pateiktos informacijos matyti, kad maisto produkto - stalo vandens „Melt Water Original“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.meltwaterislife.com/lt/, yra susijusi su Research and Production Company MELT WATER, UAB vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus bendrovės produktus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl Research and Production Company MELT WATER, UAB 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 Research and Production Company MELT WATER, UAB produkto – stalo vandens „Melt Water Original“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas minėto maisto produkto reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Vidutinis vartotojas, perskaitęs ar išgirdęs Research and Production Company MELT WATER, UAB minėto maisto produkto reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad šis maisto produktas pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Research and Production Company MELT WATER, UAB, reklamuodama maisto produktą: stalo vandenį „Melt Water Original“ naudojo teiginius:

- kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą ar profilaktines savybes bei vartojami teiginiai, neįtraukti į Leidžiamų vartoti teiginių apie sveikumą sąrašą:

„Reguliarus „Melt Water“ vartojimas ne tik padeda išvalyti ir atgaivinti organizmą, bet kartu gerina medžiagų apykaitą bei lengvina kūno svorio kontrolę. „Melt Water“ lėtina senėjimo procesus ir skatindamas ląstelių atsinaujinimą, daro odą švytinčią ir švelnią“.

- kuriais nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečių naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, kartu nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris yra įtrauktas į Leidžiamų vartoti teiginių apie sveikumą sąrašą, bei tuo pačiu klaidinamas vartotojas dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:

„<...> reguliarus kokybiško vandens vartojimas yra vienas pagrindinių veiksnių, užtikrinančių puikią ir jaunatvišką savijautą bei išvaizdą.“Melt Water yra mažos mineralizacijos, minkštas vanduo, todėl puikiai tinkamas vartoti kasdien“.

- kuriais netiesiogiai daroma užuomina, kad sveikatai gali būti padarytas poveikis dėl to maisto (Mažos mineralizacijos vandens, t.y. stalo vandens „Melt Water Original“) nevartojimo:

„Kietas, didelės mineralizacijos vanduo, esant tam palankioms sąlygoms, gali skatinti inkstų akmenų susiformavimą, ir, nors toks vanduo kartais laikomas gydomuoju, jis turi būti vartojamas saikingai“.

Naudojant teiginius apie sveikatingumą, Research and Production Company MELT WATER, UAB šalia nepateikė privalomo pateikti teiginio apie įvairios ir subalansuotos mitybos bei sveiko gyvenimo būdo svarbą.

Kaip minėta aukščiau, Research and Production Company MELT WATER, UAB interneto tinklalapyje www.meltwaterislife.com/lt/ pateikiama informacija apie stalo vandenį „Melt Water“ galėjo nepagrįstai sudaryti įspūdį, kad jis 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 Research and Production Company MELT WATER, UAB reklamuojamą maisto produktą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog Research and Production Company MELT WATER, UAB minėtas maisto produktas 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.

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 bei maisto papildus, kuria remdamasis galėtų priimti sprendimus dėl maisto produktų bei maisto papildų pasirinkimo rinkoje ir jų vartojimo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog Research and Production Company MELT WATER, UAB, reklamuodama minėtą maisto produktą, vartojo teiginius, kuriais nurodė ir užsiminė apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, o tai neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų.

Tuo Research and Production Company MELT WATER, UAB pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatas.

3. Dėl Research and Production Company MELT WATER, UAB 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 Research and Production Company MELT WATER, UAB teisės aktus pažeidžiančią reklamą skleidė apie 1 maisto produktą. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė ir į tai, jog skleista minėto maisto produkto reklama galėjo būti aktuali asmenims, sergantiems inkstų ligomis, taip pat turintiems antsvorio ar vyresnio amžiaus asmenims.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad Research and Production Company MELT WATER, UAB minėto maisto produkto (stalo vandens) reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.meltwaterislife.com/lt/, taigi pasiekiami ne regioniniu, o nacionaliniu mastu. Atsižvelgta į tai, kad Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2011-08-11 nutartimi Nr. A492-2642/2011 konstatavo, jog informacija internete yra prieinama žymiai didesnei daliai vartotojų negu spausdintuose leidiniuose, todėl pažeidimo mastas turi būti vertinamas kaip didelis.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad Tarnyba apie Research and Production Company MELT WATER, UAB skleidžiamą produkto reklamą, kuri neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatų, informaciją užfiksavo 2016-04-07, o bendrovė reklamą pašalino 2016-06-17 (pagal 2016-06-16 surašytą Trūkumų šalinimo planą).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad Research and Production Company MELT WATER, UAB geranoriškai bendradarbiavo, teikė prašomus pateikti dokumentus.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančių aplinkybių nenustatė.

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

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 punktų pažeidimą skirti Research and Production Company MELT WATER, UAB 300 (trijų 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

Feliksas Petrauskas