



## VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

## VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

## NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „BARBORA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS  
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2016-11-03 Nr.12 R-102

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Juliaus Pagojaus (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), direktoriaus pavaduotojos Neringos Baronienės, direktoriaus pavaduotojo Gintauto Mišeikio, Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės bei Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje rašytinio proceso tvarka išnagrinėjo bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2016-10-04 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 64RIP-34 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Barbora“ (įmonės kodas 302908069, adresas – Ozo g. 25, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-10-07 gavo Tarnybos 2016-10-05 raštu Nr. 69D1-(69.5.)-1547 persiustą Protokolą dėl UAB „Barbora“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tyrimo metu Tarnyba nustatė, kad UAB „Barbora“ skleidė maisto produktų: „Obuoliai JONAGOLD (75-85 mm), 1 kg“, „Bananai, 1 kg“, „Burokėliai, 1 kg“, „Gyvi paprastieji karpiai (Cyprinus carpio), 1 kg“, „Imbierių šaknys, 1 kg“, „Moliūgai, 1 kg“, „Plautos morkos, 1 kg“, „Raudongūžiai kopūstai, 1 kg“, „Raudonieji ridikėliai, ryšulėlis, 1 vnt.“, „Saldžiosios bulvės, 1 kg“ ir „Salierių stiebai, 1 vnt.“ reklamą, kurioje nurodoma ir užsimenama apie žmogaus ligų gydymo savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Protokole nustatyta, jog reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje [www.barbora.lt](http://www.barbora.lt). Protokole nustatyta, kad bendrovė reklamą skleidė nuo 2016 m. pradžios iki 2016-05-09.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Barbora“ interneto tinklalapyje [www.barbora.lt](http://www.barbora.lt) reklamuodama maisto produktą „**Obuoliai JONAGOLD (75-85 mm), 1 kg**“ naudojo teiginius:

*-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produkto aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas:* „Visoje vaisių lentelėje obuoliai užima antrą vietą pagal antioksidantų kiekį. Obuoliuose gausu geležies, mineralinių druskų, ląstelienos, kalio (kuris greitina medžiagų apykaitą), natrio, kalcio.“;

*-kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes:* „Taip pat šie vaisiai yra puiki prevencinė priemonė norintiems išvengti trombozės, o jų sultys tinka širdies ligų profilaktikai.“;

reklamuodama maisto produktą „**Bananai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Jie yra vieni iš kaloringiausių atogrąžų vaisių, turinčių daug antioksidantų, mineralų bei vitaminų. Bananai yra ypač turtingi variu, kaliu, magniu ir manganu. Bananuose daug vitamino C, kuris būtinas imunitetui, karotino ir vitamino E. Taip pat bananuose yra B grupės vitaminų ir mikroelementų, kurie tiesiogiai susiję su nervinės įtampos mažinimu, ir kalio, kuris greitina medžiagų apykaitą“;

reklamuodama maisto produktą „**Burokėliai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Burokėliuose ypač gausu vitaminų ir mineralinių medžiagų. Burokėliuose yra daug <...> ląstelių, riebalų, magnio, jodo, kalcio, kalio, fosforo, geležies, vitaminų C ir PP, B grupės vitaminų, karoteno, folio rūgšties.“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginius, kurie neatitiko 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) priede nurodytų taikomų sąlygų: „Burokėliuose yra daug baltymų <...>“;

reklamuodama maisto produktą „**Gyvi paprastieji karpiai (Cyprinus carpio), 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines maisto produkto savybes, nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų dėl ko vartotojas yra klaidinamas: „Ekologiški gyvi paprastieji karpiai (Cyprinus carpio).“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Vertingos maistinės ypatybės: <...> vitamino B12, seleno ir fosforo šaltinis.“;

reklamuodama maisto produktą „**Imbierių šaknys, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes: „Lietuvoje imbierių šaknys tradiciškai naudojamos peršalimo ligų simptomams malšinti.“;

reklamuodama maisto produktą „**Moliūgai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Moliūgo minkštine daug kalio, dėl kurio šis vaisius ypač populiarus dietinėje mityboje, nes spartina medžiagų apykaitą. Moliūguose gausu <...> vitaminų C, B1, B2, PP, kurie stabdo senėjimo procesus. Moliūguose yra daug antioksidantų ir vitaminų A, C, E. Moliūgų sėklos yra puikus <...> mineralų, vitaminų ir omega-3 riebalų rūgščių šaltinis.“;

-kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes: „Moliūguose gausu kalcio, magnio ir geležies druskų, kurios yra puiki prevencija mažakraujystei, aterosklerozei <...>“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginius, kurie neatitiko 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) priede nurodytų taikomų sąlygų: „Moliūgų sėklos yra puikus baltymų <...> šaltinis.“;

reklamuodama maisto produktą „**Plautos morkos, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginius, kurie neatitiko 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) priede nurodytų taikomų sąlygų: „Morkose yra mažai kalorijų <...>“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Morkos laikomos grožio ir jaunystės šaltiniu, nes turi nemažai karotino, kuris organizme virsta vitaminu A (jei valgoma kartu su riebalais, pavyzdžiui, šaukšteliu alyvuogių aliejaus arba riebesne mėsa), o šis būtinas gerai regai ir gražiai odai.“;

-kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/ koordinuojamą Bendrijos registrą: „Morkų sultys stiprina organizmą, padeda gerinti imuninę sistemą, greitina medžiagų apykaitą. Morkos mažina skrandžio sulčių rūgštingumą, gerina skrandžio veiklą.“;

-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Reguliariai vartojamos morkų sultys kepenims netgi padeda pašalinti riebalus.“;

reklamuodama maisto produktą „**Raudongūžiai kopūstai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/ koordinuojamą Bendrijos registrą: „Kopūstai turi ir detoksikuojantį poveikį, nes valo kraują ir pašalina toksinus (laisvuosius radikalus arba šlapimo rūgštį, kuri yra pagrindinė priežastis išsivystyti podagrai, artritui ar susidaryti akmenims inkstuose).“;

-kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydomasias savybes: „Kopūstuose yra sieros, kuri slopina mikrobines infekcijas ir, esant pakankamam sieros kiekiui organizme, mažina tikimybę joms atsirasti arba spartina gijimą.“;

-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Kopūstai stiprina imuninę sistemą, mažina depresijos riziką bei yra natūralus antioksidantas.“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Kopūstuose gausu vitamino E, kuris padeda palaikyti gerą odos būklę bei susijęs su rega. Kopūstų sudėtyje yra nemažai jodo, kuris padeda palaikyti stabilią nervinę būklę, smegenų veiklą.“;

reklamuodama maisto produktą „**Raudonieji ridikėliai, ryšulėlis, 1 vnt.**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Pikantiško aitraus skonio raudonuosiuose ridikėliuose baltu minkštumu gausiu kalcio, kalio, magnio, geležies, jodo, vitamino C.“;

-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Ridikėlius rekomenduojama įtraukti į kasdienę mitybą, nes ši daržovė teigiamai veikia virškinamąjį traktą <...>“; „Ridikėliai mažina cholesterolio kiekį kraujyje <...>“;

-kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydomasias savybes: „Ridikėlius rekomenduojama įtraukti į kasdienę mitybą, nes ši <...> dėl gausaus kiekio gerųjų bakterijų, neutralizuoja ir stabdo apsinuodijimą bei viduriavimą sukeliančius mikroorganizmus.“;

-kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes: „Ridikėliai <...> yra puiki prevencinė priemonė nuo inkstų ir šlapimo pūslės akmenų, tulžies.“;

reklamuodama maisto produktą „**Saldžiosios bulvės, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kuriais lyginami skirtingų arba tos pačios kategorijos maisto produktai bei nenurodomi maistinės medžiagos kiekio ir energinės vertės skirtumai: „Minkštimas geltonas arba oranžinis, mažiau krakmolingas nei įprastų bulvių ir kiek saldaus skonio. Lyginant su įprastinėmis bulvėmis, saldžiosios bulvės pasižymi didesniu naudingų maistinių medžiagų kiekiu: jose gausu beta karotino, vitamino C, skaidulų ir kalcio.“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali

*būti klaidinamas vartotojas:* „Šioje daržovėje itin gausu vitamino B6, taip pat daug ir vitamino D, kuris itin svarbus aukšto energijos lygio palaikymui, kaulų tvirtumui, sveikai širdžiai, nervų sistemai, odai ir dantims. Sudėtyje yra ir geležies, svarbios raudonųjų ir baltųjų kraujo kūnelių gamybai. Daržovė turtinga magniu, kuris pasižymi stresą mažinančiomis savybėmis, taip pat ir kaliu, kuris padeda reguliuoti širdies ritmą ir nervinius signalus.“;

reklamuodama maisto produktą „**Salierų stiebai, 1 vnt.**“ naudojo teiginius:

*-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produkto aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas:* „Salieruose yra daug organinio natrio, kuris gali būti naudojamas kaip druskos pakaitalas.“;

*-kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes:* „Be to, šiose daržovėse yra tonizuojančių medžiagų, kurios apsaugo organizmą nuo onkologinių ligų <...>“; Salieruose esantys eteriniai aliejai apsaugo juos nuo bakterijų ir grybelių. Be to, savo antibakterinio poveikio jie nepraranda ir patekę į žmogaus organizmą, todėl dezinfekuoja burnos, ryklės, skrandžio ir žarnyno gleivines, šlapimo sistemą, <...> organizmo atsparumą infekcinėms ligoms <...>“;

*-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:* „Be to, šiose daržovėse yra tonizuojančių medžiagų <...> padeda normalizuoti organizmo medžiagų apykaitą“. <...> pagerina nervų sistemos veiklą, regėjimą <...> apetitą <...> bei inkstų darbą.“;

*-kurie neatitiko 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 83, p. 1–37) nurodytų ir leidžiamų vartoti teiginių apie sveikumą formuluočių:* „<...> pagerina <...> virškinimą <...>“, kurie nurodo ir užsimena apie žmogaus ligų gydymo savybes ir kitas savybes, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Tarnyba Protokole taip pat nustatė, kad UAB „Barbora“ interneto tinklalapyje [www.barbora.lt](http://www.barbora.lt) pristatant ir reklamuojant aukščiau minimus maisto produktus teiginiais apie sveikatingumą nepateikiamas privalomas pateikti teiginys apie įvairios ir subalansuotos mitybos bei sveiko gyvenimo būdo svarbą.

Tarnyba Protokole nustatė, jog minėti teiginiai 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 paskutiniaisiais 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 paskutiniaisiais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu (ES) Nr. 1047/2012 (OL 2012 L 310, p.36) 3 straipsnio a dalies, 5 straipsnio 1 dalies d punkto, 8 straipsnio 1 dalies, 9 straipsnio 1 ir 2 dalies, 10 straipsnio 1 dalies, 2 dalies a punkto, 13 straipsnio 3 dalies, 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 90/496/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) (toliau – 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams (OL 2011 L 304, p. 18)) 7 straipsnio a ir b punktų, 3 dalies, 4 dalies a punkto, 14 straipsnio 1 dalies a punkto ir Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 2 punkto reikalavimų.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Barbora“ reklamoje naudojami teiginiai neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatos, kuri draudžia reklamoje nurodyti ar užsiminti apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes.

Protokole nurodyta, kad UAB „Barbora“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

Protokole nurodyta, kad UAB „Barbora“ bendradarbiavo, teikė prašomus dokumentus, ėmėsi veiksmų šalinant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatų pažeidimus.

UAB „Barbora“ Protokole nurodė, kad bendrovė, bendradarbiaudama su UAB „Kilo grupė“ naudojo paruoštus prekių aprašymus, kuriuose buvo teiginiai apie prekių sveikatingumą ir maistingumą. Bendrovė nurodė, kad apgailėstauja dėl susidariusios situacijos. Bendrovė nurodė, jog nedelsiant ištaisė informaciją, kuri neatitinka teisės aktų reikalavimų. UAB „Barbora“ nurodė, kad pripažįsta, jog nebuvo tinkamai išigilinusi į teisės aktus, reglamentuojančius reklamos pateikimą. Bendrovė nurodė, kad ateityje atidžiau tikrins interneto tinklalapyje pateikiamą informaciją ir stiprins įmonės vidaus kontrolę.

UAB „Barbora“ 2016-05-20 rašte Tarnybai nurodė, kad internetinėje parduotuvėje naudoti prekių aprašymai, kuriuose buvo teiginiai apie prekių sveikatingumą ir maistingumą, buvo parengti bendradarbiaujant su UAB „Kilo grupė“, kuriai priklauso interneto tinklalapis [www.kilo.lt](http://www.kilo.lt), mitybos specialiste, kuri turi Dietetikos profesinį bakalauro laipsnį. Bendrovė nurodė, jog minėta mitybos specialistė prekių aprašymus parengė remiantis lietuviška ir užsienio literatūra bei studijų ir darbo metu įgytomis žiniomis. UAB „Barbora“ nurodė, jog bendrovė kreipėsi į UAB „Kilo grupė“ atstovus, kad minėta bendrovė pateiktų paaiškinimus dėl teiginių apie produktų sveikatingumą ir maistingumą. Bendrovė nurodė, jog maisto produkto „Gyvi paprastieji karpiai (Cyprinus carpio), 1 kg“ aprašyme įsivėlė klaida, kadangi minėtą maisto produktą (kaip ir didžiąją dalį kitų) UAB „Barbora“ parduoda kaip MAXIMA LT, UAB tarpininkas. Bendrovė nurodė, jog kai kurių prekių korteles gauna tiesiogiai iš MAXIMA LT, UAB. Bendrovė nurodė, kad MAXIMA LT, UAB nutraukus prekybą ekologiškais gyvais karpiais, maisto produkto „Ekologiški gyvi paprastieji karpiai“ kortelės pavadinimas buvo pakeistas į tokį, koks yra nurodytas interneto tinklalapyje [www.barbora.lt](http://www.barbora.lt), o ne sukurta nauja prekės kortelė. Bendrovė nurodė, kad kadangi minėto maisto produkto prekės kortelė yra susieta su produkto aprašymu, pakeitus maisto produkto prekės kortelės pavadinimą liko senos prekės (t.y. ekologiško gyvo karpio) aprašymas. Bendrovė nurodė, jog Tarnybos pastebėtas neatitikimas buvo pašalintas nedelsiant, t.y. 2016 m. gegužės 9 d.

UAB „Barbora“ 2016-10-25 raštu Nr. SK-2016-643 nurodė, kad bendrovė, pateikdama prekių aprašymus, neturėjo tikslo klaidinti vartotojus. Bendrovei teisės aktų reikalavimų neatitinkančius prekių aprašymus parengė UAB „Kilo Grupė“, valdanti interneto svetainę [www.kilo.lt](http://www.kilo.lt) (mitybos ir sporto konsultantas internetu). Bendrovė informavo, kad UAB „Kilo Grupė“ minėtus prekių aprašymus parengė pirmiausia savo klientams, t. y. asmenims, norintiems padailinti kūno linijas. Kadangi UAB „Kilo Grupė“ nevykdo prekybos minėtais maisto produktais ir negauna jokių pajamų iš prekybos tokiais produktais, akivaizdu, kad prekių aprašymai nebuvo sukurti, siekiant padidinti prekių vartojimą komerciniais tikslais. Bendrovė nurodė, jog UAB „Kilo Grupė“ atstovai informavo, kad prekių aprašymai buvo rengiami, vadovaujantis USDA maisto sudėčių duomenų bazėmis (USDA Food Composition Databases). Bendrovė nurodė, kas tie patys aprašymai sutarties tarp UAB „Barbora“ ir UAB „Kilo Grupė“ pagrindu buvo panaudoti ir UAB „Barbora“ parduotuvėje internete, siekiant vartotojams suteikti daugiau naudingos informacijos apie produktus. Taip pat bendrovė atkreipė dėmesį, kad prekių aprašymuose pateikti teiginiai apie prekių maistingumą nėra visiškai neteisingi (kadangi nurodytų vitaminų ar kitų medžiagų konkrečiuose produktuose yra), o labiau netikslus (panaudotos netinkamos formuluotės, reiškiančios medžiagų kiekį produkte) ir padaryti dėl nepakankamos mūsų partnerių kompetencijos, o ne siekio suklaidinti vartotojus. Bendrovė nurodė, kad teisės aktų reikalavimų neatitinkantys prekių aprašymai buvo pašalinti nedelsiant, kai tik buvo gautas Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos raštas Nr. 69DI-(69.5)-787 (raštas pateiktas 2016 m. gegužės 6 d., t. y. penktadienį, aprašymai pašalinti 2016 m. gegužės 9 d., pirmadienį).

Bendrovė pažymėjo, kad minėti prekių aprašymai buvo talpinami tik UAB „Barbora“ interneto tinklalapyje ir nebuvo naudojami rinkodarai skirtoje medžiagoje. Taip pat nurodė, kad analizuodama bendrovės interneto tinklalapio lankytojų srautą, bendrovė pastebėjo, kad puslapiuose su prekių aprašymais (klientas, norėdamas pamatyti konkrečios prekės aprašymą, turi apsilankyti atskirame tos prekės puslapyje) apsilanko labai nedaug lankytojų. Bendrovė nurodė, kad per mėnesį bendrovės interneto tinklalapyje vidutiniškai apsilanko apie 100 000 (vienas šimtas tūkstančių) unikalių lankytojų, tačiau iš jų į puslapį su prekės aprašymu užsuka tik vienas kitas. Bendrovė nurodė, kad, pavyzdžiui, puslapį su bananų (o tai yra viena populiariausių prekių, kuri yra maždaug 40% visų užsakymų) aprašymu laikotarpiu nuo 2016 m. sausio 11 d. iki 2016 m. gegužės 9 d. (t y. laikotarpiu, kai buvo publikuojami prekių aprašymai) aplankė tik 3% visų lankytojų, o lyginant su visų bendrovės interneto tinklalapio puslapių peržiūrų skaičiumi tai sudaro 0,136% visų interneto tinklalapio peržiūrų. Bendrovė informavo, kad puslapį su plautų morkų (tai yra taip pat gana populiarus prekė, kurią įsigyja kas ketvirtas pirkėjas) aprašymu tuo pačiu laikotarpiu aplankė tik 0,5% visų lankytojų, kas sudaro 0,022% visų peržiūrų. Bendrovė nurodė, kad tokios prekės kaip raudongūžiai kopūstai (šios prekės skvarba siekia tik apie 0,5%) aprašymo puslapio peržiūros sudarė 0,001% visų peržiūrų, o patį puslapį aplankė 0% klientų.

Bendrovė nurodė, kad bendrovės internetinėje parduotuvėje taikomomis akcijomis paprastai aplanko beveik 62% lankytojų ir tai sudaro beveik 9% visų puslapių peržiūrų, skiltį „Apie mus“ - apie 7% lankytojų ir apie 1% visų peržiūrų, o skiltį apie anksčiau įsigytas prekes - apie 6% lankytojų ir apie 1% visų peržiūrų. Tokį mažą puslapių su prekių aprašymais lankomumą paaiškina tai, kad, norint įsigyti konkrečią prekę, vartotojui nereikia eiti interneto puslapį su prekės aprašymu, o pakanka tiesiog pažymėti pasirinktą prekę puslapyje su prekių sąrašu (kuriame matoma pagrindinė klientus dominanti informacija - kaina ir prekės kiekis). Bendrovė nurodė, kad tik patvirtina, jog analizuojamų prekių aprašymų sklaida buvo labai nedidelė ir galėjo suklaidinti gana nedaug vartotojų.

Bendrovė nurodė, kad visuomet stengiasi laikytis teisės aktų reikalavimų ir vykdyti veiklą atsakingai, todėl nuoširdžiai apgailestauja, jei UAB „Barbora“ interneto tinklalapyje pateikti prekių aprašymai galėjo suklaidinti vartotojus bei prašo, atsižvelgiant į nurodytas aplinkybes, skirti minimalią įstatymų nustatytą sankciją.

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

### *1. Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama*

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

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

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

bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas - daryti įtaką ekonominei elgsenai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog siekiant nustatyti, ar informacija gali būti vertinama kaip reklama, turi būti konstatuotas skatinimo tikslas, t.y. turi būti nustatyta, kad ši informacija yra ar gali būti reikšminga vartotojui, priimant sprendimą dėl produkto įsigijimo, ir tokiu būdu ja siekiama daryti įtaką ekonominei elgsenai, skatinant jį naudotis tam tikromis prekėmis ar paslaugomis ar atsisakyti tam tikrų prekių (paslaugų) naudojimo. Taigi, įstatymuose bei teismų praktikoje suformuoti du esminiai reklamos požymiai: 1) informacija turi būti susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, 2) pateikiama informacija turi skatinti įsigyti prekių ar naudotis teikiamomis paslaugomis. Iš byloje pateiktos informacijos matyti, jog maisto produktų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje [www.barbora.lt](http://www.barbora.lt), susijusi su UAB „Barbora“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus produktus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

## *2. Dėl UAB „Barbora“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto reikalavimams*

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatyta, kad reklamoje draudžiama nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų.

Pažymėtina, kad kiekvienas vartotojas yra suinteresuotas gauti teisingą informaciją apie ketinamų įsigyti produktų savybes. Jei atitinkama informacija netiksli, tai gali iškreipti vidutinio vartotojo elgesį siūlomo produkto atžvilgiu. Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2005-11-17 nutartyje (adm. b. Nr. A1-931/2005) konstatavo, kad „vidutinio (paprasto) vartotojo ekonominis elgesys paprastai siejamas su bendru įspūdžiu apie prekę (jos pakuotę, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai“. Taigi ir UAB „Barbora“ skleista maisto produktų: „Obuoliai JONAGOLD (75-85 mm), 1 kg“, „Bananai, 1 kg“, „Moliūgai, 1 kg“, „Plautos morkos, 1 kg“, „Raudongūžiai kopūstai, 1 kg“, „Raudonieji ridikėliai, ryšulėlis, 1 vnt.“, „Saldžiosios bulvės, 1 kg“ ir „Salierų stiebai, 1 vnt.“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje [www.barbora.lt](http://www.barbora.lt) turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas minėtų maisto produktų reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Vidutinis vartotojas, perskaitęs ar išgirdęs UAB „Barbora“ minėtų produktų reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad šie produktai pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

UAB „Barbora“ interneto tinklalapyje [www.barbora.lt](http://www.barbora.lt) reklamuodama maisto produktą „**Obuoliai JONAGOLD (75-85 mm), 1 kg**“ naudojo teiginius:

*-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Visoje vaisių lentelėje obuoliai užima antrą vietą pagal antioksidantų kiekį. Obuoliuose gausu geležies, mineralinių druskų, ląstelienos, kalio (kuris greitina medžiagų apykaitą), natrio, kalcio.“;*

*-kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes: „Taip pat šie vaisiai yra puiki prevencinė priemonė norintiems išvengti trombozės, o jų sultys tinka širdies ligų profilaktikai.“;*

reklamuodama maisto produktą „**Bananai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

*-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Jie yra vieni iš kaloringiausių atogrąžų vaisių, turinčių daug antioksidantų, mineralų bei vitaminų. Bananai yra ypač turtingi variu, kaliu, magniu ir manganu. Bananuose daug vitamino C, kuris būtinas imunitetui, karotino ir vitamino E. Taip pat bananuose*

yra B grupės vitaminų ir mikroelementų, kurie tiesiogiai susiję su nervinės įtampos mažinimu, ir kalio, kuris greitina medžiagų apykaitą“;

reklamuodama maisto produktą „**Burokėliai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Burokėliuose ypač gausu vitaminų ir mineralinių medžiagų. Burokėliuose yra daug <...> ląstelių, riebalų, magnio, jodo, kalcio, kalio, fosforo, geležies, vitaminų C ir PP, B grupės vitaminų, karoteno, folio rūgšties.“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginius, kurie neatitiko 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) priede nurodytų taikomų sąlygų: „Burokėliuose yra daug baltymų <...>“;

reklamuodama maisto produktą „**Gyvi paprastieji karpiai (Cyprinus carpio), 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines maisto produkto savybes, nepateikiant tai patvirtinančių dokumentų dėl ko vartotojas yra klaidinamas: „Ekologiški gyvi paprastieji karpiai (Cyprinus carpio).“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Vertingos maistinės ypatybės: <...> vitamino B12, seleno ir fosforo šaltinis.“;

reklamuodama maisto produktą „**Imbierų šaknys, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes: „Lietuvoje imbierų šaknys tradiciškai naudojamos peršalimo ligų simptomams malšinti.“;

reklamuodama maisto produktą „**Moliūgai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Moliūgo minkštyme daug kalio, dėl kurio šis vaisius ypač populiarus dietinėje mityboje, nes spartina medžiagų apykaitą. Moliūguose gausu <...> vitaminų C, B1, B2, PP, kurie stabdo senėjimo procesus. Moliūguose yra daug antioksidantų ir vitaminų A, C, E. Moliūgų sėklos yra puikus <...> mineralų, vitaminų ir omega-3 riebalų rūgščių šaltinis.“;

-kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes:

„Moliūguose gausu kalcio, magnio ir geležies druskų, kurios yra puiki prevencija mažakraujystei, aterosklerozei <...>“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginius, kurie neatitiko 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) priede nurodytų taikomų sąlygų: „Moliūgų sėklos yra puikus baltymų <...> šaltinis.“;

reklamuodama maisto produktą „**Plautos morkos, 1 kg**“ naudojo teiginius:

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginius, kurie neatitiko 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) priede nurodytų taikomų sąlygų: „Morkose yra mažai kalorijų <...>“;

-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas: „Morkos laikomos grožio ir jaunystės šaltiniu, nes turi nemažai



karotino, kuris organizme virsta vitaminu A (jei valgoma kartu su riebalais, pavyzdžiui, šaukšteliu alyvuogių aliejaus arba riebesne mėsa), o šis būtinas gerai regai ir gražiai odai.“;

*-kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/ koordinuojamą Bendrijos registrą:* „Morkų sultys stiprina organizmą, padeda gerinti imuninę sistemą, greitina medžiagų apykaitą. Morkos mažina skrandžio sulčių rūgštingumą, gerina skrandžio veiklą.“;

*-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:* „Reguliariai vartojamos morkų sultys kepenims netgi padeda pašalinti riebalus.“;

reklamuodama maisto produktą „**Raudongūžiai kopūstai, 1 kg**“ naudojo teiginius:

*-kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/ koordinuojamą Bendrijos registrą:* „Kopūstai turi ir detoksikuojantį poveikį, nes valo kraują ir pašalina toksinus (laisvuosius radikalus arba šlapimo rūgštį, kuri yra pagrindinė priežastis išsivystyti podagrai, artritui ar susidaryti akmenims inkstuose).“;

*-kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes:* „Kopūstuose yra sieros, kuri slopina mikrobines infekcijas ir, esant pakankamam sieros kiekiui organizme, mažina tikimybę joms atsirasti arba spartina gijimą.“;

*-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:* „Kopūstai stiprina imuninę sistemą, mažina depresijos riziką bei yra natūralus antioksidantas.“;

*-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produkto aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas:* „Kopūstuose gausu vitamino E, kuris padeda palaikyti gerą odos būklę bei susijęs su rega. Kopūstų sudėtyje yra nemažai jodo, kuris padeda palaikyti stabilią nervinę būklę, smegenų veiklą.“;

reklamuodama maisto produktą „**Raudonieji ridikėliai, ryšulėlis, 1 vnt.**“ naudojo teiginius:

*-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produkto aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas:* „Pikantiško aitraus skonio raudonuosiuose ridikėliuose baltu minkštumu gausiu kalcio, kalio, magnio, geležies, jodo, vitamino C.“;

*-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:* „Ridikėlius rekomenduojama įtraukti į kasdienę mitybą, nes ši daržovė teigiamai veikia virškinamąjį traktą <...>“; „Ridikėliai mažina cholesterolio kiekį kraujyje <...>“;

*-kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes:* „Ridikėlius rekomenduojama įtraukti į kasdienę mitybą, nes ši <...> dėl gausaus kiekio gerųjų bakterijų, neutralizuoja ir stabdo apsinuodijimą bei viduriavimą sukeliančius mikroorganizmus.“;

*-kuriais nurodoma ir užsimenama apie profilaktines savybes:* „Ridikėliai <...> yra puiki prevencinė priemonė nuo inkstų ir šlapimo pūslės akmenų, tulžies.“;

reklamuodama maisto produktą „**Saldžiosios bulvės, 1 kg**“ naudojo teiginius:

*-kuriais lyginami skirtingų arba tos pačios kategorijos maisto produktai bei nenurodomi maistinės medžiagos kiekio ir energinės vertės skirtumai:* „Minkštimas geltonas arba oranžinis, mažiau krakmolingas nei įprastų bulvių ir kiek saldaus skonio. Lyginant su įprastinėmis bulvėmis, saldžiosios bulvės pasižymi didesniu naudingų maistinių medžiagų kiekiu: jose gausu beta karotino, vitamino C, skaidulų ir kalcio.“;

*-kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produkto aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas:* „Šioje daržovėje itin gausu vitamino B6, taip pat daug ir vitamino D, kuris itin svarbus aukšto energijos lygio palaikymui, kaulų tvirtumui, sveikai širdžiai, nervų sistemai, odai ir dantims. Sudėtyje yra ir geležies, svarbios raudonųjų ir baltųjų kraujo kūnelių gamybai. Daržovė turtinga magniu, kuris pasižymi stresą mažinančiomis savybėmis, taip pat ir kaliu, kuris padeda reguliuoti širdies ritmą ir nervinius signalus.“;

reklamuodama maisto produktą „**Salierų stiebai, 1 vnt.**“ naudojo teiginius:

*- kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant maistingumo teiginį ir nepateikiant produktų aprašyme pilnos maistingumo deklaracijos bei tai patvirtinančių dokumentų, dėl ko gali būti klaidinamas vartotojas:* „Salieruose yra daug organinio natrio, kuris gali būti naudojamas kaip druskos pakaitalas.“;

*- kuriais nurodoma ir užsimenama apie ligų ir jų simptomų gydymą savybes:* „Be to, šiose daržovėse yra tonizuojančių medžiagų, kurios apsaugo organizmą nuo onkologinių ligų <...>“; Salieruose esantys eteriniai aliejai apsaugo juos nuo bakterijų ir grybelių. Be to, savo antibakterinio poveikio jie nepraranda ir patekę į žmogaus organizmą, todėl dezinfekuoja burnos, ryklės, skrandžio ir žarnyno gleivines, šlapimo sistemą, <...> organizmo atsparumą infekcinėms ligoms <...>“;

*- kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi:* „Be to, šiose daržovėse yra tonizuojančių medžiagų <...> padeda normalizuoti organizmo medžiagų apykaitą.“. <...> pagerina nervų sistemos veiklą, regėjimą <...> apetitą <...> bei inkstų darbą.“;

*- kurie neatitiko 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 83, p. 1–37) nurodytų ir leidžiamų vartoti teiginių apie sveikumą formuluočių:* „<...> pagerina <...> virškinimą <...>“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Barbora“ minėti produktai nėra vaistiniai preparatai, todėl jie 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, kuria remdamasis galėtų priimti sprendimus dėl maisto produktų pasirinkimo rinkoje ir jų vartojimo.

UAB „Barbora“ Protokole nurodė, kad bendrovė pati nekurė prekių aprašymų – bendradarbiaudama su UAB „Kilo grupė“ naudojo paruoštus prekių aprašymus ir kai kurių prekių korteles gavo tiesiogiai iš MAXIMA LT, UAB tačiau Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad būtent UAB „Barbora“, kaip verslo subjektui, pateikiančiam prekes vartotojams, keliami didesni profesinio atidumo, rūpestingumo reikalavimai, todėl bendrovė privalėjo imtis priemonių klaidinančiai informacijai pašalinti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Barbora“, reklamuodama minėtus maisto produktus vartojo teiginius, kuriais nurodė ir užsiminė apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, o tai neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų. Tuo UAB „Barbora“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

### 3. Dėl UAB „Barbora“ 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 buvo pažeistos Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog UAB „Barbora“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą, bei į tai, kad Protokole nėra nustatyta nukentėjusių asmenų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė ir į tai, kad bendrovė reklamą skleidė apie 11 produktų bei į tai, kad maisto produktų reklamoje vartota teiginių apie ligų gydymą ir prevenciją. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba atsižvelgė ir į tai, jog informaciją apie produktus UAB „Barbora“ pateikė UAB „Kilo grupė“, nesusijusi su vaisių ir daržovių prekyba, o su sveikos mitybos bei fizinio aktyvumo skatinimu.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Barbora“ reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje, taigi pasiekiamą ne regioniniu, o nacionaliniu mastu, tačiau Valstybinės vartotojų teisių apsaugos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog bendrovė pateikė informaciją apie tinklalapyje apsilankiusių vartotojų skaičių bei vartotojų skaičių, kurie pateko į produktų aprašymų skiltis.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad UAB „Barbora“ reklama buvo skleidžiama nuo 2016 m. pradžios iki 2016-05-09.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Barbora“ pripažino padariusi pažeidimą, bendradarbiavo, teikė prašomus dokumentus, ėmėsi veiksmų šalinant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatų pažeidimus.

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 ir 7 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB „Barbora“ 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

Julius Pagojus