



## VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

## VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

## NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „AGROPRO“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS  
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2016-11-17 Nr.12R-105

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,

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajai specialistei Loretai Andriulaitytei,

dalyvaujant UAB „Agropro“ įgaliotai atstovei (*duomenys neskelbtini*); Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos įgaliotai atstovei vyriausiajai specialistei - maisto produktų inspektorei (*duomenys neskelbtini*),

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) 2016-10-07 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 69RIP-35 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Agropro“ (įmonės kodas 302443314, adresas – Raudondvario pl. 131B, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-10-11 gavo Tarnybos 2016-10-10 raštu Nr. 69D1-(69.5.)-1573 persiūtą Protokolą dėl UAB „Agropro“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tyrimo metu Tarnyba nustatė, kad UAB „Agropro“ skleidė maisto produktų: „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių proteinas“, „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių aliejus“, „Ekologiškos Agropro lukštentos pluoštinių kanapių sėklos“, „Ekologiškos Agropro nelukštentos pluoštinių kanapių sėklos“ 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.agropro.lt](http://www.agropro.lt). Protokole tikslus reklamos sklaidos laikotarpis nenustatytas.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Agropro“ interneto tinklalapyje [www.agropro.lt](http://www.agropro.lt) reklamuodama maisto produktą „**Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių aliejus**“ naudojo teiginius:

*- kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Skirtas imuninės sistemos, nervų sistemos stiprinimui,*

gerina bendrą odos būklę: ją drėkina, atstato jos elastingumą, skatina negilių raukšlelių mažėjimą.“; „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys <...> padeda virškinimui <...>“;

-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: „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys gerina regėjimą <...>“;

- kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant sveikatingumo teiginius, 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 teiginio vartojimo sąlygų: „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys smegenų ir širdies veiklai <...>“;

-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: „Pluoštinių kanapių sėklų aliejus yra žmogaus organizmui būtinų medžiagų – linoleno ir alfa-linoleno rūgščių – šaltinis.“;

-kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/ koordinuojamą Bendrijos registrą: „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys <...> gerina sąnarių būklę.“;

-kurie klaidina vartotoją dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių: „Vartojant kaip maisto papildą, rekomenduojama paros norma – 1 valgomas šaukštas.“;

-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Pluoštinių kanapių aliejaus sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, dažiklių, cukraus <...> alergenų <...>“;

reklamuodama maisto produktą „**Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių proteinas**“ naudojo teiginius:

-kurie klaidina vartotoją dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių: „Pluoštinių kanapių proteinas yra idealus maisto papildas sportininkams ir sveikos gyvensenos propaguotojams.“;

-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Proteino sudėtyje esanti ląsteliena <...> teigiamai veikia žarnyno peristaltiką.“;

-kurie klaidina vartotoją dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių: „Vartojant kaip maisto papildą sportuojantiems: viena porcija – 25 gramai (2 valgomieji šaukštai), rekomenduojama paros norma – 2-3 porcijos. Vartojant kaip maisto papildą nesportuojantiems, rekomenduojama paros norma priklauso nuo dietos.“;

-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Kanapių proteino sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus, alergenų <...>“;

reklamuodama maisto produktą „**Ekologiškos Agropro lukštentos pluoštinių kanapių sėklos**“ naudojo teiginius:

-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Ekologiškų lukštentų kanapių sėklų sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus, alergenų <...>“;

*-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: „Kanapių sėklose yra visų esminių amino rūgščių <...>“;*

reklamuodama maisto produktą „**Ekologiškos Agropro nelukštentos pluoštinių kanapių sėklos**“ naudojo teiginius:

*-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašioms maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Nelukštentų kanapių sėklų sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus <...>“;*

*-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Vartojant nelukštentas kanapių sėklas išvalomas žarnynas ir pašalinami toksinai iš organizmo, kadangi būtent lukštas valo žarnyno sienelės.“;*

*-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: „Kanapių sėklose yra visų esminių amino rūgščių <...>“;*

*-kuriais lyginami skirtingų arba tos pačios kategorijos maisto produktai bei nenurodomi maistinės medžiagos kiekio skirtumai: „Nelukštentose sėklose daugiau mineralų <...>“.*

Tarnyba Protokole taip pat nustatė, kad UAB „Agropro“ interneto tinklalapyje [www.agropro.lt](http://www.agropro.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 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 dalies, 5 straipsnio 1 dalies d punkto, 8 straipsnio 1 dalies, 9 straipsnio 1 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, b ir c punktų, 4 dalies a punkto, Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1, 2 ir 3 punktų reikalavimų.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Agropro“ reklamoje naudojami teiginiai neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto ir 2 punkto nuostatos.

Protokole nurodyta, kad UAB „Agropro“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Protokole lengvinančių bei sunkinančių aplinkybių nenustatyta.

UAB „Agropro“ protokole nurodė, kad su Tarnybos pastabomis sutinka, suformuluoti teiginiai bus pakeisti.

UAB „Agropro“ 2016-07-04 rašte Tarnybai nurodė, kad bendrovės veikla nėra susijusi su prekių pardavimu galutiniam vartotojui ir nevykdo nuotolinės prekybos nei paštu, nei internetu, todėl šiuo atveju nėra taktiniai nuotolinės prekybos paštu ir /ar internetu galutiniam vartotojui veiklą reglamentuojantys teisės aktai. UAB „Agropro“ nurodė, jog yra interneto tinklalapyje

www.agropro.lt nurodytų produktų gamintojas ir didmeninis pardavėjas (ne galutiniam vartotojui). Bendrovė nurodė, jog visi bendrovės gaminami produktai: „Ekologiškas pluoštinių kanapių aliejus“, „Ekologiškas pluoštinių kanapių proteinas“, „Ekologiškos lukštentos pluoštinių kanapių sėklos“ yra vienkomponenčiai produktai, sudaryti iš vienos sudedamosios dalies. Bendrovė nurodė, jog visų nurodytų produktų maistingumo deklaracijos yra sudarytos vadovaujantis Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Kr. 1169/2011 nuostatomis bei remiantis produktų tyrimais, atliktais Nacionalinio maisto ir veterinarijos rizikos vertinimo instituto ir/ ar kitų mokslo įstaigų laboratorijose: produkto „Ekologiškas pluoštinių kanapių aliejus“ maistingumo deklaracijos pagrindas - Nacionalinio maisto ir veterinarijos rizikos vertinimo instituto tyrimų protokolas Nr. 7861 Ch; produkto „Ekologiškas pluoštinių kanapių proteinas“ maistingumo deklaracijos pagrindas - Nacionalinio maisto ir veterinarijos rizikos vertinimo instituto tyrimų protokolas Nr. 1481 Ch, 7119 Ch bei Kauno technologijos universiteto Maisto instituto Maisto tyrimų centro tyrimų protokolas Nr. 41 797; produkto „Ekologiškos lukštentos pluoštinių kanapių sėklos“ maistingumo deklaracijos pagrindas - Nacionalinio maisto ir veterinarijos rizikos vertinimo instituto tyrimų protokolas Nr. 8572 Ch. Bendrovė nurodė, jog prie aukščiau nurodytų produktų pateikti mitybiniai teiginiai yra vartojami vadovaujantis Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 nuostatomis bei remiantis produktų tyrimais, atliktais Nacionalinio maisto ir veterinarijos rizikos vertinimo instituto ir/ar kitų mokslo įstaigų laboratorijose atliktais tyrimais. Bendrovė nurodė, kad UAB „Agropro“ gaminami produktai yra ekologiški, tai įrodo VŠĮ Ekoagros išduoti atitinkami Patvirtinamieji dokumentai (sertifikatai), kurie yra viešai pateikti SER— bendrovės internetinėje svetainėje [www.agropro.lt/production/](http://www.agropro.lt/production/). Bendrovė nurodė, kad UAB „Agropro“ nėra sudariusi sutarčių su reklamos tarpininkais, skleidėjais ar kitais subjektais dėl aukščiau nurodytų produktų reklamos skleidimo ar platinimo.

UAB „Agropro“ 2016-11-03 rašte nurodė, kad prašo bylą dėl UAB „Agropro“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo nagrinėti žodinio proceso tvarka.

UAB „Agropro“ 2016-11-07 rašte nurodė, kad interneto tinklalapio [www.agropro.lt](http://www.agropro.lt), [www.alexa.com](http://www.alexa.com) duomenimis, unikalių vartotojų lankomumas yra 1,5 lankytojo per dieną.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2016-11-17 posėdyje iš klausė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus.

Tarnybos atstovė nurodė, jog bendrovė sutiko su pažeidimu, nusimatė pašalinti informaciją, bet teisės aktus pažeidžianti informacija kol kas yra likusi. Tarnybos atstovė taip pat nurodė, kad UAB „Agropro“ proceso metu geranoriškai bendradarbiavo, tačiau dėl nežinomų priežasčių į paskutinį raštą Tarnyba negavo iš bendrovės atsakymo.

UAB „Agropro“ atstovė nurodė, jog bendrovė sutinka su pažeidimu, ta dalimi, jog bendrovė pateikdama teiginius nesilaikė numatytos formos reikalavimų, kadangi, bendrovės manymu, jeigu prekės nėra parduodamos galutiniam vartotojui, reklaminius teiginius galima disponuoti liberaliau, juolab, kad bendrovė yra prekių gamintoja ir prekes parduoda kaip didmeninis pardavėjas. Bendrovės atstovė nurodė, jog šiuo metu interneto tinklalapis yra tvarkomas. Bendrovės atstovė nurodė, jog norėtų pateikti papildomus įrodymus/planuojamų aprašymų maketus. Bendrovės atstovė nurodė, jog reglamento reikalavimai bendrovės atžvilgiu buvo traktuojami taip, jog jeigu prekės yra parduodamos juridiniam asmeniui, reglamentas bendrovės interneto tinklalapiui netaikomas. Bendrovės atstovė nurodė, jog UAB „Agropro“ šiuo metu sėkmingai bendradarbiauja su JAV, Kanada, Skandinavijos valstybėmis, kadangi Lietuvos rinka yra labai maža, tačiau bendrovė jau turi platintojus Lietuvoje, prieš porą dienų bendrovė gavo pirmą siuntą mažmeninei prekybai. UAB „Agropro“ atstovė nurodė, kad bendrovė prižiūri pirminę ir antrinę gamybą, su galutiniu vartotoju nedirba. Bendrovė prašo Komisijos atsižvelgti į tai, kad pažeidimas nebuvo padarytas tyčia. Bendrovės atstovė nurodė, jog iš vartotojų pusės kyla poreikis sužinoti daugiau apie produktą, ypač jeigu toks pat produktas yra pradavinėjamas kitur, t. y. apie konkretų kanapių aliejų vartotojai klausinėja, nori sužinoti daugiau ir todėl tenka kiekvienam pasakoti atskirai, bendrovei paprasčiau informaciją paplatinti viešai, interneto tinklalapyje. Bendrovės atstovė nurodė, jog daug sportininkų ir sporto klubų yra išbadę bendrovės proteiną ir pakeitę pieno baltymus į kanapių baltymus būtent dėl to, jog tai yra augalinės kilmės baltymai ir žymiai geriau

įsisavinami, kadangi tai yra augalinės kilmės baltymai. Bendrovės atstovė nurodė, jog vartotojai nėra klaidinami dėl produkto aprašymo turinio, tik dėl pateikimo formos.

UAB „Agropro“ atstovė nurodė, jog aprašymai buvo derinami su Tarnybos atstove. Bendrovės atstovė nurodė, jog nuo pat bendrovės įkūrimo Lietuvos rinkoje buvo naujokai ir su ženkliniu susidūre pirmą kartą, todėl iškilo daug klausimų, o Tarnybos atstovė (*duomenys neskelbtini*) geranoriškai padėjo. Bendrovės atstovė nurodė, jog dėl reklaminių teiginių interneto tinklalapyje nekilo klausimų, todėl dėl jų nebuvo konsultuotasi.

UAB „Agropro“ atstovė nurodė, kad ant mažmeninei prekybai skirtų produktų pakuočių informacija nėra tokia pati kaip interneto tinklalapyje: nurodyta maistingumo deklaracija, vitaminai, nes produktų sudėtyje yra natūralūs vitaminai, tačiau visas produkto aprašymas ant pakuočių yra suderintas su galiojančiais teisės aktais.

UAB „Agropro“ atstovė nurodė, jog bendrovėje 2015 metais dirbo 4 darbuotojai, 2016 metais – 6 darbuotojai. Bendrovės atstovė nurodė, kad šiuo metu UAB „Agropro“ yra didžiausia pagal gamybos apimtį, tačiau ne pagal darbuotojus. Bendrovės atstovė nurodė, kad pagrindinės investicijos eina į tai, jog būtų užaugintos kokybiškos pluoštinės kanapės.

UAB „Agropro“ atstovė nurodė, jog nebuvo operatyviai pašalinti teisės aktų neatitinkantys teiginiai, nes, nors bendrovėje dirbančių žmonių nėra daug, bendrovė turi parduoti produktą kitiems juridiniams asmenims ir pardavėjai turi pateikti bendrovei savo nuomonę dėl produktų aprašymų. Bendrovės atstovė nurodė, kad yra paruošiami teiginiai, kurie atitinka reikalavimus bei suderinami su gamintojais, dėl to, jog nebūtų padarytų faktinių klaidų, vėliau vėl duodama peržiūrėti mažmeniniams pardavėjams. Bendrovės atstovė nurodė, jog bendrovė neturi atskiro darbuotojo, kuris prižiūrėtų interneto tinklalapį. Bendrovės atstovė nurodė, jog buvo sutarta, kad darbuotojas, dirbantis pagal paslaugų sutartį, per porą savaitių pakeis produktų aprašymus, tačiau galutinai aprašymai dar nėra pakeisti.

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 papildo reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.agropro.lt, susijusi su UAB „Agropro“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtą maisto papildą, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

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

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, o 2 punkte nustatyta, kad reklamoje draudžiama nurodyti, kad koks nors maistas turi ypatingų savybių, jeigu iš tikrųjų tokios savybės būdingos visiems panašiams gaminiams.

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 „Agropro“ interneto tinklalapyje www.agropro.lt skleista reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas šio produkto reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produktų savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Vidutinis vartotojas, peržiūrėjęs maisto produktų „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių proteinas“, „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių aliejus“, „Ekologiškos Agropro lukštentos pluoštinių kanapių sėklos“, „Ekologiškos Agropro nelukštentos pluoštinių kanapių sėklos“ reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad šie maisto papildai pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

UAB „Agropro“ interneto tinklalapyje www.agropro.lt reklamuodama maisto produktą **„Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių aliejus“** naudojo teiginius:

*- kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Skirtas imuninės sistemos, nervų sistemos stiprinimui, gerina bendrą odos būklę: ją drėkina, atstato jos elastingumą, skatina negilių raukšlelių mažėjimą.“; „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys <...> padeda virškinimui <...>“;*

*- 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: „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys gerina regėjimą <...>“;*

*- kurie nurodo ypatingas, išskirtines savybes, naudojant sveikatingumo teiginius, 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 teiginio vartojimo sąlygų: „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys smegenų ir širdies veiklai <...>“;

-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 paskutiniaisiais pakeitimais, padarytais 2012 m. lapkričio 8 d. Komisijos reglamentu (ES) Nr. 1047/2012 (OL 2012 L 310, p.36) priede nurodytų taikomų sąlygų: „Pluoštinių kanapių sėklų aliejus yra žmogaus organizmui būtinų medžiagų – linoleno ir alfa-linoleno rūgščių – šaltinis.“;

-kurie yra neleistini pagal Europos Komisijos rengiamą/ koordinuojamą Bendrijos registrą: „Omega-3, Omega-6, Omega-9 riebiosios rūgštys <...> gerina sąnarių būklę.“;

-kurie klaidina vartotoją dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių: „Vartojant kaip maisto papildą, rekomenduojama paros norma – 1 valgomas šaukštas.“;

-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Pluoštinių kanapių aliejaus sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, dažiklių, cukraus <...> alergenų <...>“;

reklamuodama maisto produktą „**Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių proteinas**“ naudojo teiginius:

-kurie klaidina vartotoją dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių: „Pluoštinių kanapių proteinas yra idealus maisto papildas sportininkams ir sveikos gyvensenos propaguotojams.“;

-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Proteino sudėtyje esanti ląsteliena <...> teigiamai veikia žarnyno peristaltiką.“;

-kurie klaidina vartotoją dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių: „Vartojant kaip maisto papildą sportuojantiems: viena porcija – 25 gramai (2 valgomieji šaukštai), rekomenduojama paros norma – 2-3 porcijos. Vartojant kaip maisto papildą nesportuojantiems, rekomenduojama paros norma priklauso nuo dietos.“;

-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Kanapių proteino sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus, alergenų <...>“;

reklamuodama maisto produktą „**Ekologiškos Agropro lukštentos pluoštinių kanapių sėklos**“ naudojo teiginius:

-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Ekologiškų lukštentų kanapių sėklų sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus, alergenų <...>“;

-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: „Kanapių sėklose yra visų esminių amino rūgščių <...>“;

reklamuodama maisto produktą „**Ekologiškos Agropro nelukštentos pluoštinių kanapių sėklos**“ naudojo teiginius:

-kurie daro užuominą apie ypatingas maisto maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą: „Nelukštentų kanapių sėklų sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus <...>“;

-kurie nebuvo pateikti vertinti Europos maisto saugos tarnybai bei tuo pačiu klaidina dėl produkto savybių, kurių galimai jis neturi: „Vartojant nelukštentas kanapių sėklas išvalomas žarnynas ir pašalinami toksinai iš organizmo, kadangi būtent lukštas valo žarnyno sieneles.“;

*-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: „Kanapių sėklose yra visų esminių amino rūgščių <...>“;*

*-kuriais lyginami skirtingų arba tos pačios kategorijos maisto produktai bei nenurodomi maistinės medžiagos kiekio skirtumai: „Nelukštentose sėklose daugiau mineralų <...>“.*

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Agropro“ 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.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad Reklaminės veiklos subjektas, teikdamas maisto produktų: „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių proteinas“, „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių aliejus“, „Ekologiškos Agropro lukštentos pluoštinių kanapių sėklos“, „Ekologiškos Agropro nelukštentos pluoštinių kanapių sėklos“ reklamą, vartojo teiginius, nurodant aukščiau ir nurodė ir užsiminė apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų. Tuo būdu UAB „Agropro“ pažeidė Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad dėl bendrovės reklamoje vartojamų teiginių („Pluoštinių kanapių aliejaus sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, dažiklių, cukraus <...> alergenų <...>“; „Kanapių proteino sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus, alergenų <...>“; „Ekologiškų lukštentų kanapių sėklų sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus, alergenų <...>“; „Nelukštentų kanapių sėklų sudėtyje nėra jokių konservantų, dirbtinių priedų, cukraus <...>“) vidutinis vartotojas galėjo susidaryti įspūdį, kad produktas yra geresnis bei pranašesnis už kitus, tokias pačias savybes turinčius, produktus.

Atsižvelgiant į tai skleista reklama galėjo turėti įtakos vidutinio vartotojo apsisprendimui pirkti maisto produktus „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių aliejus“, „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių proteinas“, „Ekologiškos Agropro lukštentos pluoštinių kanapių sėklos“, „Ekologiškos Agropro nelukštentos pluoštinių kanapių sėklos“, nes vartotojas galėjo tikėtis, kad bendrovės platinamas gaminy pasišvimi ypatingomis savybėmis, kurių neturi kiti panašūs gaminiai bei pasirinkti būtent UAB „Agropro“ į prekybą teikiamus maisto produktus.

Komisija pažymi, kad Reklaminės veiklos subjektas, teikdamas maisto produktų: „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių proteinas“, „Ekologiškas Agropro pluoštinių kanapių aliejus“, „Ekologiškos Agropro lukštentos pluoštinių kanapių sėklos“, „Ekologiškos Agropro



nelukštentos pluoštinių kanapių sėklos“ reklamą, vartojo teiginius, nurodytus aukščiau ir nurodė ir užsiminė apie tas maisto savybes, kuriomis pasižymi ir kiti panašūs gaminiai, tuo būdu UAB „Agropro“ pažeidė Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 2 punkto nuostatą.

#### 4. Dėl UAB „Agropro“ 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 pažeidimą, atsižvelgė į tai, jog UAB „Agropro“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė ir į tai, kad bendrovė reklamą skleidė apie keturis produktus, bei į tai, kad UAB „Agropro“ skleista maisto produktų reklama pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio dvi dalis, t.y. dėl teiginių apie ligų gydymą ir prevenciją bei dėl teiginių, kuriais užsimenama apie ypatingas maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams. Atsižvelgta į tai, jog UAB „Agropro“ skleista reklama galėjo būti aktuali asmenims, turintiems įvairių sveikatos sutrikimų (nervų, virškinimo sistemos).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Agropro“ reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje [www.agropro.lt](http://www.agropro.lt), taigi buvo pasiekama 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. Tačiau atsižvelgta į tyrimo metu pateiktą informaciją, jog tinklalapio lankomumas nedidelis (unikalių vartotojų lankomumas yra 1,5 lankytojo per dieną). Taip pat Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgė į tai, jog interneto tinklalapis [www.agropro.lt](http://www.agropro.lt) nėra elektroninė parduotuvė bei vartotojai tiesiogiai produktų iš šio tinklalapio įsigyti negali.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad UAB „Agropro“ reklama buvo skleidžiama nuo 2016-05-11 iki 2016-11-17.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Agropro“ pripažino padariusi pažeidimą, padėjo tyrimą vykdančiai institucijai tyrimo metu (geranoriškai bendradarbiavo, teikė prašomus dokumentus).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančių aplinkybių byloje nenustatė.

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

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto ir 2 punkto pažeidimą skirti UAB „Agropro“ 1000 (vieno tūkstančio) 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