



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE DĖL UAB „ALEGROFARMA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2016-05-05 Nr.12R-50

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, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės bei Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio,

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 Zarasų valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2016-01-07 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 71RIP-1 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Alegrofarma“ (įmonės kodas 303276964 adresas – Ežerėnų g. 7, Šaulių k., Zarasų r. sav.) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-01-14 gavo Tarnybos 2016-01-08 raštu Nr. 71AS2-(71.5.)-11 persiūtą Protokolą dėl UAB „Alegrofarma“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba Protokole nustatė, jog UAB „Alegrofarma“, reklamuodama *maisto papildus*: „FortiFi“, „Exclyzme®EN“, naudo neleistinus naudoti teiginius apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų. Protokole nustatyta, jog reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.papildai.lt. Tikslus reklamos sklaidos laikotarpis nenustatytas.

Tarnyba Protokole nurodė, jog UAB „Alegrofarma“ reklamuodama maisto papildą „FortiFi“ interneto tinklalapyje www.papildai.lt naudojo teiginius:

- *kuriais nurodoma ir užsimenama apie gydomąsias ir profilaktines savybes*: „Natūralus Jūsų organizmo valymas, gera išvaizda ir apsauga nuo ligų. Dietinė ląsteliena – efektyvi profilaktinė priemonė nuo daugelio ligų. Pakankamas kasdieninis jos kiekis (ne mažiau kaip 20-35g) užtikrina apsaugą nuo širdies ir kraujagyslių bei onkologinių ligų, mažina aukštą arterinį kraujospūdį, apsaugo nuo nutukimo ir cukrinio diabeto.“.

Reklamuodama maisto papildą „Exclyzme®EN“ naudojo teiginius:

-*kuriais nurodoma ir užsimenama apie gydomąsias ir profilaktines savybes*: „Sisteminiai anžimai – pirminė apsauga nuo uždegimo, pasižymi trombų susidarymą blokuojančiomis savybėmis. Sisteminių ezimų, bromelaino, papaino, amlos vit. C, amilazės, rutino ir kt. bioaktyvių medžiagų balansas padeda malšinti uždegimus, stiprinti fermentų aktyvumą, greitinginti žaizdų gijimą.“.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Alegrofarma“ 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 „Alegrofarma“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą atstovai bendradarbiavo, teikė visus prašomus dokumentus, pašalino ir redagavo teisės aktų neatitinkančią reklamą.

UAB „Alegrofarma“ Tarnybai 2016 m. sausio 6 d. rašte Nr. 71AS1-110 nurodė, kad nesutinka su pažeidimu, kadangi, jų nuomone www.papildai.lt esanti informacija atitiko teisės aktų reikalavimus.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-04-29 gavo UAB „Alegrofarma“ raštą, kuriame bendrovė nurodė, kad interneto tinklalapis www.papildai.lt anksčiau priklausė UAB „Abrija“; UAB „Alegrofarma“ interneto tinklalapio administravimą perėmė 2015 m. rugsėjo – spalio mėnesį, tuo metu atliko reikšmingus informacijos atnaujinimo darbus, tam, kad esanti informacija atitiktų teisės aktų reikalavimus. Bendrovės nuomone, Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos rašte Nr. 69D-(69.5)-1268 nurodoma informacija pateikiama ankstesniam interneto tinklalapio savininkui UAB „Abrija“, todėl tikėtina, kad užfiksuotas pažeidimas yra už anksčiau buvusį interneto tinklalapio turinį. UAB „Alegrofarma“ informavo, kad nagrinėjamu laikotarpiu nebuvo sudariusi sutarčių su reklamos platintojais, skleidėjais ar kaip kitaip nereklamavo nurodytų maisto papildų visuomenės informavimo priemonėse. Bendrovė pažymėjo, kad nėra gavusi klientų nusiskundimų dėl www.papildai.lt esančios informacijos.

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 papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.papildai.lt

susijusi su UAB „Alegrofarma“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtus maisto papildus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. *Dėl UAB „Alegrofarma“ 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 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 „Alegrofarma“ skleista maisto papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.papildai.lt turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas šio produkto reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Vidutinis vartotojas, perskaitęs minėtų maisto papildų reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad šie maisto papildai pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių maisto papildai neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

UAB „Alegrofarma“ reklamuodama maisto papildą „FortiFi“ interneto tinklalapyje www.papildai.lt naudojo teiginius:

- *kuriais nurodoma ir užsimenama apie gydomąsias ir profilaktines savybes:* „Natūralus Jūsų organizmo valymas, gera išvaizda ir apsauga nuo ligų. Dietinė ląsteliena – efektyvi profilaktinė priemonė nuo daugelio ligų. Pakankamas kasdieninis jos kiekis (ne mažiau kaip 20-35g) užtikrina apsaugą nuo širdies ir kraujagyslių bei onkologinių ligų, mažina aukštą arterinį kraujospūdį, apsaugo nuo nutukimo ir cukrinio diabeto.“.

Reklamuodama maisto papildą „Exclyzme®EN“ interneto tinklalapyje www.papildai.lt naudojo teiginius:

-*kuriais nurodoma ir užsimenama apie gydomąsias ir profilaktines savybes:* „sisteminiai anzimai – pirminė apsauga nuo uždegimo, pasižymi trombozų susidarymą blokuojančiomis savybėmis. Sisteminių ezimų, bromelaino, papaino, amlos vit. C, amilazės, rutino ir kt. bioaktyvių medžiagų balansas padeda malšinti uždegimus, stiprinti fermentų aktyvumą, greitinti žaizdų gijimą.“.

Kaip minėta aukščiau, UAB „Alegrofarma“ skleista maisto papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.papildai.lt, galėjo nepagrįstai sudaryti įspūdį, kad jie padės nuo aukščiau minėtų sveikatos sutrikimų ir turės profilaktinį poveikį organizmui. Atsižvelgiant į tai, teigtina, jog reklamose pateikta informacija galėjo daryti poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, t.y. paskatinti vartotojus įsigyti UAB „Alegrofarma“ reklamuojamus maisto papildus: „FortiFi“ ir „Exclyzme®EN“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Alegrofarma“ minėti maisto papildai nėra vaistiniai preparatai, todėl jie negali būti reklamuojami 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, jog UAB „Alegrofarma“ reklamuodama minėtus maisto papildus vartojo teiginius, kuriais nurodė ir užsiminė apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes, o tai neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų. Tuo UAB „Alegrofarma“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

3. Dėl UAB „Alegrofarma“ 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, mastą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė į tai, kad buvo pažeista Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog UAB „Alegrofarma“ 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 reklamoje vartota teiginių apie širdies ir kraujagyslių, bei onkologinių ligų prevenciją, todėl skleista reklama galėjo paveikti širdies, kraujagyslių, bei onkologinėmis ligomis sergančius asmenis, kurie itin jautriai vertina su širdies, kraujagyslių, bei onkologinių ligų gydymu/prewencija susijusią informaciją.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Alegrofarma“ reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.papildai.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 UAB „Alegrofarma“ reklama buvo skleidžiama nuo 2015-10-15 (Tarnybos priimtas nutarimas pradėti Reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo procedūrą) iki 2015-10-30.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Alegrofarma“ geranoriškai bendradarbiavo tyrimo metu.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančių aplinkybių byloje nenustatė.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5, 7 ir 9 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB „Alegrofarma“ 289 (dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių) 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 sumokama į Valstybinės mokesčių inspekcijos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą Nr. LT24 7300 0101 1239 4300, esančią banke „Swedbank“, AB (banko kodas 73000, SWIFT kodas HABALT22, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, įmonės kodas 188659752), kodų sąrašo „Kitos baudos“ skyriaus „Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos skirtos baudos 6780“ eilutę.

Direktorius

Feliksas Petrauskas