



## VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

### VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

#### NUTARIMAS

#### BYLOJE DĖL UAB „VILNIAUS ALUS“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2016-02-18 Nr. 12R-22

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Felikso Petrausko (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), l. e. direktoriaus pavaduotojos pareigas Neringos Baronienės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, 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 Vilniaus valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2015-11-27 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 69RIP-42 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Vilniaus alus“ (įmonės kodas 124688862, adresas – Arimų g. 29, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2015-12-01 gavo Tarnybos 2015-11-30 raštu Nr. 69D1-(69.5) persiūtą Protokolą dėl UAB „Vilniaus alus“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Tarnyba Protokole nustatė, jog UAB „Vilniaus alus“ radijuje „Power Hit Radio“ nuo 2015-08-10 iki 2015-08-29 skleidė reklamą, kurioje reklamuojamiems gaiviesiems gėrimams-limonadams „Vilnelė“ priskiriama savybė, kurios jie iš tikrųjų neturi, kai tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų. UAB „Vilniaus alus“ reklamuodama gaiviuosius gėrimus-limonadus „Vilnelė“ naudojo teiginį: „*ieškantiems to, kas natūralu*“.

Tarnyba Protokole nustatė, jog minėtas teiginys 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, 8 straipsnio 1 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) 7 straipsnio 1 dalies b punktų, 4 dalies a punkto, Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1

dalis 2 punkto reikalavimų ir tuo UAB „Vilniaus alus“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatą.

Protokole nustatyta, jog UAB „Vilniaus alus“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Sunkinančiu ir/ar lengvinančiu aplinkybių byloje nenustatyta.

UAB „Vilniaus alus“ Protokole nurodė, jog labai apgailestauja dėl šios klaidos, kuri atsirado dėl nežinojimo.

UAB „Vilniaus alus“ 2015-09-30 rašte Tarnybai nurodė, kad reklamoje per radijo stotį „Power Hit Radio“ buvo transliuojama gaiviųjų gėrimų „Vilnelė“ reklama: „Lietuviškas limonadas Vilnelė- be konservantų ar saldiklių, ieškantiems to, kas natūralu. Paragauk, abejingas neliksi“. Bendrovė nurodė, jog frazė „ieškantiems to, kas natūralu“ buvo neapdairiai panaudotas žodis „natūralu“. Rašte nurodyta, jog šiuo metu reklama nėra transliuojama, o bendrovės darbuotojas, atsakingas už reklamos tekstą, įspėtas. Bendrovė nurodė, jog vartotojų skundų dėl suklaudinimo nėra gavę. Bendrovė įsipareigojo, jog minėta frazė ateityje nebus naudojama.

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

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

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

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 gaivaus gėrimo- limonado „Vilnelė“ reklama, kuri buvo skleidžiama per radijo stotį „Power Hit Radio“, susijusi su UAB „Vilniaus alus“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti minėtą gėrimą, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

### *2. Dėl UAB „Vilniaus alus“ 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 ketinamą 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 „Vilniaus alus“ skleista informacija apie gaivųjų gėrimą- limonadą „Vilnelė“ turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vadovaujantis Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 2 punktu, vartotojams turi būti teikiama teisinga informacija apie maistą. Draudžiama rodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes. Pažymėtina, jog 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 „Vilniaus alus“ radijuje „Power Hit Radio“ skleidė reklamą, kurioje reklamuojamiems gaiviesiems gėrimams- limonadams „Vilnelė“ naudojo teiginį: „*ieškantiems to, kas natūralu*“. Pažymėtina, jog bendrovė reklamoje naudojo teiginį, kuris nurodo ypatingą ir išskirtinę produkto savybę, kurios minėtas produktas neturi. Atsižvelgiant į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad UAB „Vilniaus alus“ skleista reklama galėjo iškreipti vidutinio vartotojo elgesį siūlomo produkto atžvilgiu, kadangi vidutinis vartotojas, išgirdęs reklamoje naudojamą teiginį „*ieškantiems to, kas natūralu*“, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį kad šis produktas turi ypatingų savybių.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija konstatuoja, kad UAB „Vilniaus alus“ vartodama aukščiau nurodytą teiginį reklamoje nesilaikė teisės aktuose nustatytų reikalavimų ir dėl to pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto reikalavimus.

### 3. Dėl UAB „Vilniaus alus“ 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 pažeista Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė ir į tai, kad skleista reklama galėjo turėti įtakos vidutinio vartotojo apsisprendimui pirkti būtent gaivųjų gėrimą-limonadą „Vilnelė“, nes vartotojas galėjo tikėtis, kad būtent UAB „Vilniaus alus“ siūlomas produktas yra natūralus ir galimai naudingesnis už kitus panašius produktus, todėl galėjo suklaidinti dalį vartotojų, ieškančių geriausios kokybės natūralių produktų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Vilniaus alus“ gaivaus gėrimo- limonado „Vilnelė“ reklama buvo skleidžiama per radijo stotį „Power Hit Radio“, todėl reklama buvo pasiekiami nacionaliniu mastu bei prieinama žymiai didesnei daliai vartotojų negu spausdintuose leidiniuose.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad UAB „Vilniaus alus“ gaivaus gėrimo- limonado „Vilnelė“ reklama buvo skleidžiama per radijo stotį „Power Hit Radio“ laikotarpiu nuo 2015-08-10 iki 2015-08-29.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Vilniaus alus“ pripažino pažeidimą, geranoriškai bendradarbiavo tyrimo metu bei nutraukė teisės aktų neatitinkančios reklamos skleidimą.

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 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punkto pažeidimą skirti UAB „Vilniaus alus“ 500 (penkių 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 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