



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

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

2020-10-08 Nr. 12R-57

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktorės Neringos Ulbaitės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus pavaduotojos Neringos Baronienės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyresniosios patarėjos Ingos Grinevičės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Nuotolinės prekybos skyriaus vedėjos Aidos Gasiūnaitės – Stavginskienės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, išnagrinėjo bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno departamento (toliau – Tarnyba) 2020-06-05 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RIP-15 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Aukštėja“ (įmonės kodas – 134869786, adresas – Draugystės g. 13A, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-06-15 gavo Tarnybos raštu Nr. 33S-(33.6)-1145 persiūtą Protokolą dėl UAB „Aukštėja“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo. Tarnyba Protokole nurodė, jog pareiškėjo Maisto papildų gamintojų asociacijos iniciatyva įvertinusi UAB „Aukštėja“ reklamą, kurioje vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildus: „Pure&Fulvic DETOX“; „Jūros fitoplanktonas 60 ml“; „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ ir „Fulvo mineralų koncentratas ALKALINE 50 ml“, nustatė, kad reklamoje vartojami sveikatingumo teiginiai, neatitinkantys teisės aktuose nustatytų reikalavimų. Tarnyba Protokole pateikė šiuos teiginius: „...Dėka unikalių fulvo rūgščių bakteriostatinių bei fungicidinių savybių jokie konservantai nereikalingi. <...> Moksliskai įrodyta, kad jūros fitoplanktonas taip pat turi natūralių antibakterinių, priešgrybelinių ir net priešvirusinių savybių, todėl jokie konservantai – nereikalingi...“.

Tarnyba Protokole nurodė, jog interneto tinklalapyje www.ladika.lt reklamuojant nenotifikuotą maisto papildą „Pure&Fulvic DETOX“ naudojami teiginiai: „Išvalo organizmą nuo kenksmingų medžiagų ir sunkiųjų metalų, skatina maistinių medžiagų, vitaminų ir mineralų įsisavinimą, stiprus antioksidantas ir imunomoduliatorius, suteikia daugiau energijos“; „Vartokite kaip maisto papildą arba organizmui detoksikuoti. Poveikis organizmui: Greitai išvalo organizmą nuo kenksmingų medžiagų ir sunkiųjų metalų. Didina atsparumą ligoms ir greitina gijimą. Padeda organizmui kovoti su įvairiomis bakterijomis ir grybeliais. Yra stiprus antioksidantas. Skatina maistinių medžiagų, vitaminų, mineralų ir mikroelementų įsisavinimą. Atkuria ląstelių metabolizmo pusiausvyrą. Suteikia daugiau energijos. Pakelia dvasią. Pagerina odos būklę. Mažina odos uždegimą. Ramina ir minkština vabzdžių sukastą, išbertą, ar kitų problemų kamuojamą odą“.

Tarnyba Protokole nurodė, jog interneto tinklalapyje www.ladika.lt reklamuojant maisto papildus: „Jūros fitoplanktonas 60 ml“ ir „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ vartojami draudžiami teiginiai: „...*Palaiko ląstelių sveikatą, skatina energingumą ir gyvybiškumą, puikus mikronutrientų šaltinis, antioksidacinis, priešuždegiminis ir detoksikacinis poveikis...*“.

Tarnyba Protokole nurodė, jog interneto tinklalapyje www.ladika.lt reklamuojant maisto papildą „Fulvo mineralų koncentratas ALKALINE 50 ml“ naudojami draudžiami teiginiai: „...*Visas organinių mineralų spektras, optimizuoja organizmo šarmingumą (pH), stiprina energingumą, gyvybingumą ir padeda imuninei sistemai, antioksidantas ir detoksikatorius...*“.

Tarnyba nustatė, kad reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.ladika.lt, vartojami teiginiai neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatos, 2011-10-25 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 III skyriaus 7 straipsnio 1 dalies a, b, c punktų, 2 dalies, 4 dalies a punkto, 2006-12-20 Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (OL 2006 L 404, p. 9) (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006) 5 straipsnio 1 dalies a punkto, 10 straipsnio 3 dalies nuostatos.

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Aukštėja“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Protokole nurodyta, kad UAB „Aukštėja“ 2020-05-28 pateikė paaiškinimą raštu, kuriame nurodyta, kad UAB „Aukštėja“, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalies 5 ir 6 punktais nutraukė Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme nustatytų reikalavimų galimai neatitinkančios reklamos naudojimą ir iš internetinio tinklalapio www.ladika.lt pašalino informaciją apie maisto papildus: „Pure&Fulvic DETOX“; „Jūros fitoplanktonas 60 ml“; „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ ir „Fulvo mineralų koncentratas ALKALINE 50 ml“.

UAB „Aukštėja“, 2020-05-27 pateikdama paaiškinimus Tarnybai, nurodė, kad, bendrovė užsakomaisiais pardavimais paštu arba internetu į Lietuvos Respublikos rinką teikia tik vieną maisto papildą - (*duomenys neskelbtini*) išgaunamą fulvo mineralų koncentratą, kuris yra notifikuotas Tarnyboje (Nr. 1791/14) kaip maisto papildas. UAB „Aukštėja“ paaiškino, kad maisto papildas fulvo mineralų koncentratas iš (*duomenys neskelbtini*) į Lietuvą yra pristatomas siuntų tarnybos (*duomenys neskelbtini*) pagalba ir importuojamas tiesiai iš gamintojo (*duomenys neskelbtini*) per Vilniaus oro uosto pasienio veterinarijos postą. Bendrovė nurodė, kad gavimo dokumentuose yra nurodytas maisto papildas originalus pavadinimas anglų kalba „Fulvic Mineral Liquid Concentrate“, o kartu su siunta maisto papildas gamintojas atsiunčia komercinę sąskaitą, sudėties sertifikatą (CoA), atitikties sertifikatą (CoC) ir pažymi spaudu „realizuoti leidžiama“. Rašte nurodyta, jog tokiu būdu yra užtikrinama, kad į rinką patektų tik notifikuotas maisto papildas po dokumentinės ir fizinės patikros ir, tik tada maisto papildas yra pristatomas (*duomenys neskelbtini*) ir pagal gamybos sutartį Nr. (*duomenys neskelbtini*) atlieka maisto papildas išpilstymo iš (*duomenys neskelbtini*) stiklinius buteliukus, paslaugą. Bendrovė nurodė, jog 50 ml buteliukai yra ženklinami etikete su pavadinimu „Fulvo mineralų koncentratas“, skystis 50 ml., bet (*duomenys neskelbtini*) ant pakuotės yra užrašoma ir papildoma informacija – terminas originalus (ORIGINAL), jei planuojama produktą teikti rinkai kaip originalų žmogaus ekstraktą arba šarminis (ALKALINE), jei planuojama jį teikti komplekse su seilių šarmingumo pH matavimo juostelėmis tiems klientams, kurie rūpinasi organizmo šarminimu. Bendrovės teigimu, maisto papildas „Fulvo mineralų koncentratas“, skystis su užrašu ORIGINAL ir ALKALINE turi tą pačią sudėtį (*duomenys neskelbtini*) ir vienintelį ingredientą – fulvo mineralų koncentratą. Rašte nurodyta, jog gali susidaryti įspūdis, jog „Fulvo mineralų koncentratas“, skystis su papildoma informacija ORIGINAL ir ALKALINE yra du skirtingi produktai, bet bendrovė nurodė, jog tai yra tas pats „Fulvic Mineral Liquid Concentrate“, to paties gamintojo (*duomenys neskelbtini*) pagamintas ir Tarnybos notifikuotas maisto papildas. Bendrovė paaiškino, jog skirtingų partijų koncentratai, kaip ir visi natūralūs ekstraktai, turi neesminius fulvo rūgščių ir druskų sudėties, kiekio

ir pH skirtumus, bet formaliai ir moksliskai abu preparatai turi tik vieną sudedamąją dalį – fulvo mineralų koncentratą. Fulvo rūgštys (lot. Fulvum – geltonas) yra gelsvai rusvos spalvos natūrali huminė medžiaga, kurios visos sudėtinės dalys natūraliai randamos daržovėse, vaisiuose, salotose, riešutuose ar sėklose. Bendrovė nurodė, jog fulvo rūgštys nėra viena cheminė medžiaga, kaip, pavyzdžiui, druskos rūgštis HCl, o tai yra humatų ekstraktas, kurį sudaro visas kompleksas, daugiau nei 100 mitybinių mikromedžiagų: polifenoliai (flavonoidai, organinės rūgštys ir kt.), mikroelementai, įvairūs mineralai, organinis silicis ir kt., todėl, maisto papildų sudėtyje, fulvo rūgštys nurodomos kaip viena kompleksiška medžiaga, nedetalizuojant jos tikslios cheminės sudėties, kuri gali neesmingai skirtis priklausomai nuo partijos numerio. Rašte nurodyta, jog notifikuojant maisto papildą fulvo mineralų koncentratas, skystis 50 ml ir buvo pasirinktas variantas nurodyti fulvo rūgštis, jų druskas ir kitas mitybines mikromedžiagas kaip vieną huminę substanciją – fulvo mineralų koncentratą ir atsisakyti jos detalizavimo ženklavimo etiketėje. Bendrovės teigimu, fulvo rūgščių koncentracijos atskiruose sudėties sertifikatuose negalima lyginti, kadangi koncentracijos būna nustatytos skirtingais metodais, o bendrovės žiniomis, Lietuvoje nei viena laboratorija fulvo rūgščių koncentracijos ISO pripažintais metodais netiria. Bendrovė nurodė, jog 2020 metais ISO Europos Sąjungoje pripažino LAMAR fulvo rūgščių koncentracijos nustatymo metodą, todėl, sekančioje bendrovės maisto papildų partijoje sudėties sertifikate fulvo rūgščių koncentracija bus nurodyta LAMAR metodu ir koncentraciją bus galima palyginti su kitais produktais ir kitomis partijomis, kur fulvo rūgščių koncentracija taip pat bus nurodyta LAMAR metodu.

Bendrovė paaiškino, jog fulvo rūgštys yra iš esmės polifenolių šeima, savo cheminėje molekulių sudėtyje turinti daug aktyvių funkcinių grupių: rūgštinių su karboksilo grupe, ketonų su karbonil grupe ir t.t. Bendrovė nurodė, jog jų struktūra sudaryta iš nedidelių aromatinių, organinių polimerų, turinčių daug karboksilo grupių, todėl galinčių išskirti teigiamai įkrautus vandenilio jonus bei įgauti neigiamą krūvį, kuris leidžia surišti laisvus radikalus, sunkius metalus ir toksinus. Tokiu būdu, fulvo rūgštys veikia kaip antioksidantas, chelatorius ir detoksikuojanti, t.y. šalinanti nuodingas medžiagas substancija. Bendrovė nurodė, jog fulvo rūgštys Europos Sąjungoje yra plačiai naudojamos vandens, žemės, pašarų detoksikacijai bei funkcinių gėrimų, maisto papildų ir kitų substancijų maistinei fortifikacijai, metalų chelatavimui ir bioprieinamumui padidinti.

Bendrovė, pateikdama paaiškinimus, taip pat nurodė, jog bendrovės teikiamas Lietuvos rinkai fulvo mineralų koncentratas taip pat sudėtyje turi apie 10 mg/ml organinės formos geležies junginių, kas sudaro apie 70 proc. RMV, todėl, jį komercializuojant, bendrovės nuomone, gali būti taikomi geležies šaltiniui leistini teiginiai, kad geležis (EFSA, Europos maisto saugos tarnybos duomenimis): 1) padeda palaikyti normalią energijos apykaitą; 2) padeda palaikyti normalią imuninės sistemos veiklą; 3) padeda mažinti pavargimo jausmą ir nuovargį; 4) padeda palaikyti normalią pažinimo funkciją; 5) padeda palaikyti normalų raudonųjų kraujo kūnelių ir hemoglobino susidarymą; 6) padeda palaikyti normalų deguonies pernešimą organizme; 7) atlieka tam tikrą funkciją ląstelių dalijimosi procese. Bendrovė rašte pateikė informaciją, jog PSO duomenimis, nuo maistinių mikromedžiagų trūkumo (paslėpto alkio) pasaulyje iš tikro kenčia kas trečias žmogus, o tarpautinio maisto politikos tyrimo instituto (IFPRI) duomenimis, už maistinių mikromedžiagų trūkumo slepiasi daugelis ligų. Bendrovė nurodė, jog maisto papildas „Fulvo mineralų koncentratas“, skystis 50 ml su papildoma informacija ORIGINAL ir ALKALINE yra notifikuotas Tarnyboje, jo ženklime yra nurodyta tik viena ir ta pati sudėtinė medžiaga (fulvo mineralų koncentratas) ir todėl naudojami aukščiau minėti teiginiai. Rašte nurodyta, jog nuo sekančios partijos fulvo rūgščių koncentratai bus įvežti kaip atskiros žaliavos fulvo mineralų koncentratams ORIGINAL ir ALKALIN, kad minėtus produktus, juos išfasavus, būtų galima notifikuoti kaip atskirus maisto papildus, o jų ženklime bus nurodytos ne tik fulvo rūgščių, kaip kompleksinės medžiagos, bet ir kitų maistinių mikromedžiagų (pvz., geležies) kiekiai, nurodant jų RMV. Bendrovė paaiškino, jog visos maisto papildų partijos buvo importuotos iš to pačio gamintojo – (*duomenys neskelbtini*) per Vilniaus oro uosto pasienio veterinarijos postą, visoms importuotoms maisto papildų partijoms buvo gautas Tarnybos leidimas „realizuoti leidžiama“ ir pateikti visi įsigijimo, atitikties, transporto, sudėties dokumentai bei importo deklaracijos.

UAB „Aukštėja“ nurodė, kad 2015 metais gavo iš (*duomenys neskelbtini*) įmonės (*duomenys neskelbtini*) maisto papildo „Pure&Fulvic DETOX“ bandomąją partiją, kuri buvo pateikta potencialiems pirkėjams kaip pavyzdžiai parodose. Vėliau šio projekto UAB „Aukštėja“ atsisakė, ir produktas „Pure&Fulvic DETOX“ nebuvo komercializuotas. Interneto tinklalapio www.ladika.lt tikrinimo metu šio maisto papildo nebuvo įmonės produktų sąrašė. UAB „Aukštėja“ nurodė, kad tik dėl puslapį aptarnaujančių kompiuterių specialistų klaidos produkto „Pure&Fulvic DETOX“ prototipo 2015 metų skaitmeninės vizualizacijos su užrašu „neturime“ ir nekoreguotais iš olandų kalbos verstais tekstais pateko į interneto tinklalapio www.ladika.lt produktų sąrašą. Bendrovė nurodė, kad produktas nebuvo pagamintas, negalėjo būti parduotas ir nebuvo planuojama jo komercializacija. Todėl, UAB „Aukštėja“ prašo nevertinti maisto papildo „Pure&Fulvic DETOX“ dėl klaidos patekusios informacijos, kaip skleistos reklamos. UAB „Aukštėja“ po Tarybos pastabos nedelsiant pašalino šią informaciją, neplanuoja šio produkto gamybos ar prekybos, taip pat, bendrovė nurodė, jog nei vienas vartotojas neturėjo net teorinės galimybės įsigyti šio produkto.

UAB „Aukštėja“ nurodė, kad maisto papildai „Jūros fitoplanktonas 60 ml“ ir „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ buvo notifikuotos ir importuotos iš (*duomenys neskelbtini*) į Lietuvą 2015-10-06, o 2016-11-29 tiekėjui buvo gražintas produkto likutis pasibaigus galiojimo terminui ir nuo to laiko šių produktų UAB „Aukštėja“ nebeteikia į Lietuvos rinką ir neplanuoja teikti ateityje. Elektroninės prekybos tikrinimo metu produktų „Jūros fitoplanktonas 60 ml“ ir „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ interneto tinklalapyje www.ladika.lt nebuvo. UAB „Aukštėja“ nurodė, kad tik dėl puslapį aptarnaujančių kompiuterių specialistų klaidos produktų „Jūros fitoplanktonas 60 ml“ ir „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ neredaguota 2016 metų informacija apie produktą su užrašu „neturime“ pateko į interneto tinklalapio www.ladika.lt produktų sąrašą. UAB „Aukštėja“ prašo nevertinti maisto papildų „Jūros fitoplanktonas 60 ml“ ir „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ dėl per klaidą patekusios informacijos, kaip reklamos. UAB „Aukštėja“ nurodė, kad po Tarybos pastabos nedelsiant pašalino šią informaciją, produkto likučių sandėlyje nėra.

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

1. Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama

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

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

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog siekiant nustatyti, ar informacija gali būti vertinama kaip reklama, turi būti konstatuotas skatinimo tikslas, t. y., turi būti nustatyta, kad ši informacija yra ar gali būti reikšminga vartotojui, priimant sprendimą dėl produkto

įsigijimo, ir tokiu būdu ja siekiama daryti įtaką ekonominei elgsenai, skatinant ją 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 pateikiamos informacijos matyti, jog UAB „Aukštėja“ maisto papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.ladika.lt, skatina vartotojus įsigyti bendrovės platinamus maisto papildus, taigi, atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymuose įtvirtintą reklamos sąvoką.

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

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad draudžiama Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 ir kitų teisės aktų, nustatančių reikalavimus maisto reklamai, nuostatų neatitinkanti maisto reklama.

Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a, b ir c punkte nustatyta, kad informacija apie maistą neturi klaidinti, visų pirma, dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių, sudėties, kiekio, tinkamumo vartoti termino, kilmės šalies ar kilmės vietos, gamybos ar ruošimo būdo, taip pat, priskiriant maisto produktui poveikį arba savybių, kurių jis iš tikrųjų neturi, darant užuominą apie ypatingas 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, 2 dalyje nustatyta, kad informacija apie maistą turi būti tiksli, aiški ir vartotojui lengvai suprantama, 4 dalyje nustatyta, kad 7 straipsnio 1, 2 ir 3 dalys taip pat taikomos reklamai.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 5 straipsnio 1 dalies a punkte nustatyta, kad vartoti teiginius apie maistingumą ir sveikatingumą leidžiama tik tokiu atveju, jei tenkinamos tokios sąlygos kaip, įrodyta, kad maistinės ar kitos medžiagos, apie kurią pateikiamas teiginys, buvimas, nebuvimas arba mažesnis kiekis maisto produkte ar maisto produktų kategorijai priklausančiuose produktuose pasižymi naudingumu maistiniu arba fiziologiniu poveikiu, įrodytu visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis, 10 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad nuorodą į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą, kurią ta maistinė medžiaga ar maisto produktas apskritai teikia sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, galima daryti tik tuo atveju, jei kartu pateikiamas konkretus teiginys apie sveikatingumą, įtrauktas į sąrašus, numatytus 13 ir 14 straipsniuose.

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 pakuotė, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai“. Maisto papildų „Pure&Fulvic DETOX“; „Jūros fitoplanktonas 60 ml“; „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ ir „Fulvo mineralų koncentratas ALKALINE 50 ml“ reklama, skleidžiama aukščiau minėtame interneto tinklalapyje pateiktoje informacijoje, kurioje vartoti sveikatingumo teiginiai, neatitinkantys Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 reikalavimų bei teiginiai, kuriais nurodoma ir užsimenama apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes bei kitas savybes, galėjo suklaidinti ar iškreipti vidutinio vartotojo suvokimą. Būtent reklamos skleidėjas (šiuo atveju UAB „Aukštėja“) yra atsakingas už tai, kad tokių abejonių nekiltų. Taigi, UAB „Aukštėja“ maisto papildų „Pure&Fulvic DETOX“; „Jūros fitoplanktonas 60 ml“; „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ ir „Fulvo mineralų koncentratas ALKALINE 50 ml“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, pamatęs minėtų maisto produktų reklaminius teiginius, gali nepagrįstai susidaryti įspūdį, jog šie maisto papildai turi naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Aukštėja“ minėti produktai 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.

Atkreiptinas dėmesys į tai, kad Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 2 straipsnio 2 dalis numato, kad maistinės medžiagos – tai žmogaus organizmui būtinos maisto sudėtinės dalys (maiste esantys baltymai, riebalai, angliavandeniai, vitaminai, mineralinės ir kitos medžiagos bei specialūs maisto papildai – vitaminai, mineralinės ir kitos medžiagos). Taigi, maisto papildai yra maistinė medžiaga, kuri nepatenka į Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymo reguliavimo apimtį.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad, vadovaujantis Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsniu, vartotojams turi būti teikiama teisinga informacija apie maistą. Informacijai, įskaitant reklamą, kuri laikytina savita informacijos rūšimi ir paprastai vadinama komercine informacija, taikomas tiesos reikalavimas. Vartotojas privalo gauti teisingą informaciją apie maisto produktus bei maisto papildus, kuria remdamasis galėtų priimti sprendimus dėl maisto produktų bei maisto papildų pasirinkimo rinkoje ir jų vartojimo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija papildomai pažymi, jog UAB „Aukštėja“, reklamuodama minėtus maisto papildus, vartojo teiginius, kuriais galėjo nepagrįstai sudaryti įspūdį, kad jie turi naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, o tai neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta aukščiau, įvertinusi Tarnybos Protokole nurodytą informaciją bei UAB „Aukštėja“ teiktus paaiškinimus, taip pat byloje surinktus įrodymus, daro išvadą, jog UAB „Aukštėja“, reklamuodama „Pure&Fulvic DETOX“; „Jūros fitoplanktonas 60 ml“; „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ ir „Fulvo mineralų koncentratas ALKALINE 50 ml“ maisto papildus pateikė vartotojams informaciją, neatitinkančią Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a, b, c punktuose, 2 dalies, 4 dalies a punkte, Reglamento (EB) 1924/2006 5 straipsnio 1 dalies a punkte ir 10 straipsnio 3 dalies numatytų reikalavimų ir tokiu būdu pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatą.

3. Dėl UAB „Aukštėja“ taikytinų sankcijų

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalimi, už šio įstatymo 14 straipsnyje nustatytų reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda iki 3 procentų jų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, bet ne daugiau kaip vienas šimtas tūkstančių eurų. Reklaminės veiklos subjektams, pakartotinai per vienus metus padariusiems pažeidimą, už kurį buvo paskirta bauda ar įspėjimas už šio įstatymo 14 straipsnyje nustatytų reikalavimų pažeidimą, gali būti skiriama bauda iki 6 procentų jų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, bet ne didesnė kaip du šimtai tūkstančių eurų. Tais atvejais, kai pažeidimu nepadaroma esminės žalos šiuo įstatymu saugomiems interesams, atsižvelgiant į byloje nustatytą aplinkybių visumą, vadovaujantis teisingumo ir protingumo kriterijais, reklaminės veiklos subjektams gali būti taikomas įspėjimas, neskiriant baudos.

Pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalį, įspėjimas skiriamas ir baudos dydis nustatomas pagal Lietuvos Respublikos 2019-09-25 nutarimu Nr. 983 patvirtintą Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą (toliau – Aprašas), atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą ir šio straipsnio 6 ir 7 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė į tai, jog UAB „Aukštėja“ skleistose reklamose maisto papildai buvo reklamuojami kaip turintys žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes, taip pat nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, dėl šios priežasties vartotojai galėjo būti suklaidinti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Aukštėja“ reklama buvo sklaidžiama apie keturis maisto produktus (maisto papildus „Pure&Fulvic DETOX“; „Jūros fitoplanktonas 60 ml“; „Jūros fitoplanktonas 90 kapsulių“ ir „Fulvo mineralų koncentratas ALKALINE 50 ml“) viena sklaidos priemone – interneto tinklalapyje - www.ladika.lt.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad tiksli minėtos reklamos interneto tinklalapiuose www.ladika.lt sklaidos pradžia nenustatyta. Pažymėtina, jog pažeidimas užfiksuotas 2020-04-30, reklamos sklaida interneto tinklalapiuose sustabdyta 2020-05-27, taip pat, atsižvelgta į tai, kad reklamos sklaida buvo sustabdyta, gavus Tarnybos pranešimą ir pasižadėta ją kuo greičiau ištaisyti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog Protokole nurodyta, jog UAB „Aukštėja“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidžia pirmą kartą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad UAB „Aukštėja“, geranoriškai bendradarbiavo su Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno departamentu, teikė paaiškinimus, savo noru pašalino ir redagavo teisės aktų neatitinkančią reklamą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančių aplinkybių nenustatė.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5 ir 6 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies pažeidimą skirti UAB „Aukštėja“ įspėjimą.

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.

Direktorė

Neringa Ulbaitė