



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „CRB KONSULTACIJOS“ LIETUVOS RESPUBLIKOS
REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2020-10-08 12R-58

Vilnius

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

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 ir 4 dalimis, išnagrino bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno departamento (toliau – Tarnyba) 2020-06-25 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RIP-17 dėl UAB „CRB Konsultacijos“ (įmonės kodas – 133616399, adresas – Skuodo g. 2B-1, Kaunas) Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimų pažeidimo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-06-29 gavo Tarnybos raštu Nr. 33S-(33.6.)-1306 persiūtą 2020-06-25 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RIP-17 dėl UAB „CRB Konsultacijos“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo (toliau – Protokolas).

Tarnyba Protokole nurodė, jog pareiškėjo Maisto papildų gamintojų asociacijos iniciatyva įvertino UAB „CRB Konsultacijos“ skleidžiamą reklamą, kurioje reklamuojant maisto papildą „**Mantra VIRimmun**“ „Kauno diena Klaipėda“ 2020 m. leidinyje „Sveikata pavasaris“ Nr. 26 buvo vartojami draudžiami teiginiai: teigiama, kad „Visas pasaulis kenčia nuo Koronos viruso. Virusas yra labai pavojingas ir tai realybė! Iki šiol nėra atrasta veiksmingų cheminių tablečių, kurios išgydytų virusą, tačiau yra žinomas augalinių medžiagų poveikis, kuris padeda kovoti su virusais ir jų sukeltais uždegimais. Jų efektyvus poveikis yra patvirtintas aibe mokslinių tyrimų. Be visų rekomenduojamo rankų dezinfekavimo, distancijos laikymosi ar saviizoliacijos yra dar viena tikra pagalba imuninei sistemai – ją stiprinti su Mantra VIRimmun. Mantra VIRimmun užkerta kelią virusui, stabdo viruso sukeltą uždegimą, palaiko normalią imuninę sistemą, apsaugo viruso pažeistus organus (plaučius, širdies ir kraujagyslių sistemą)“. Tarnyba Protokole nurodė, jog reklama buvo skleidžiama internetinėje parduotuvėje www.mantrapharm.lt, kurioje buvo vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildą **Mantra VIRimmun**: „Priešvirusinis katechinų veikimas – pagalba imunitetui. Papildomas barjeras virusui, naudotinas šalia dažniausiai siūlomų: higienos, respiratorių ir distancijos laikymosi. Įsiplieskus COVID-19 viruso pandemijai, žmonija greitai suprato, kad kovai prieš naująjį

virusą neturi jokios efektyvios priemonės (bent jau kol kas). Dažniausiai primenama ir vieninteliu „ginklu“, galinčiu stabdyti viruso plitimą, yra įvardijama savisauga: kaukės, higiena, distancija, karantinas. Tuo pačiu metu galima rasti ir nuorodų ar teiginių, kreipiančių dėmesį į žmogaus imunitetą, jo galią ir gebėjimus. Praktinis vadovas, kuriame pateikiami Kinijos medicinos darbuotojų kovos su korona virusu gerosios praktikos patarimai, kaip valdyti sveikatos sistemą, aiškina, kad „medicinos personalo imunitetui stiprinti turi būti suteikiama maistinga dieta“. Užtenka pasaulinėse straipsnių duomenų bazėse (PubMed, Scholar) įvesti raktinius žodžius „imunitetas“, „virusas“ ir taps aišku, kaip šie du yra susiję ir kokia galybė tyrimų, kurie nagrinėja ryšį tarp stipraus imuniteto ir organizmo gebėjimo atsilaikyti prieš įvairaus plauko virusus, yra atlikta. Imuniteto „pareiga“ – apsaugoti organizmą nuo kenksmingų mikroorganizmų, svetimų baltymų ir kitokių svetimkūnių (Wikipedia), įskaitant ir naująjį COVID-19. Normalus imunitetas – tai barjeras, kurį bet koks virusas turi apeiti jį ar nuvarginti ilgalaikėmis atakomis. Jau daugelį metų yra atliekami tyrimai su žaliaja arbata – tiksliau joje natūraliai egzistuojančiomis medžiagomis – katechinais: EC, EGC, ECG, EGCG, pastarojo yra didžiausias kiekis. Daugelio iš jų išvadose puikuojasi teiginiai, kad katechinas, ypač EGCG (epigalokatechino galatas) turi stiprų antivirusinį poveikį. Gilinantis galima rasti ir šio mechanizmo išaiškinimą, kaip antai „EGCG, nepriklausomai nuo viruso tipo, veikia vienodai – ji konkuruoja su virusais naudodama, tuos pačius jungimosi prie ląstelių mechanizmus“ (Che C. Colpitts, Luis M. Schang, 2014). Šio tyrimo metu, buvo analizuojama daugelio žinomų virusų įsiskverbimas – rezultatas stulbinantis: maža molekulė – EGCG – stabdo viruso įsiskverbimą į ląstelę. Tokiu būdu nealinama imuninė sistema, virusas nepradeda savo replikacijos ir ląstelės „griovimo“ iš vidaus. Šiuo atveju katechinas (EGCG molekulė) veikia kaip vidinis skydas, saugantis ląstelę nuo įsibrovėlių...<...>...Taigi žaliosios arbatos stebuklingasis katechinas EGCG gali ir būti vartojamas ir šiuo sudėtingu pandemijos laikotarpiu. Didelis šios medžiagos kiekis organizme yra papildomas barjeras virusų plitimui žmogaus organizme bei palaiko imuninę sistemą normalioje būsenoje. Standartizuotas žaliosios arbatos ekstraktas yra naudojamas maisto papildų gamyboje, todėl rinkoje galima rasti produktų su dideliu EGCG kiekiu. MantraPharm gamintojas iš Vokietijos kaip papildomą pagalbą kovoje su naujuoju virusu sukūrė maisto papildą VIRIMMUN. Šiame produkte didelis kiekis EGCG maišomas su kurkuminoidais, piperinu, cinku (palaiko normalią imuninę sistemą bei lengvina kvėpavimo organų funkciją) ir vitaminu D“.

Tarnyba Protokole nustatė, kad maisto papildų reklamoje vartojami teiginiai, kurie buvo skleidžiami „Kauno diena Klaipėda“ 2020 m. leidinyje „Sveikata pavasaris“ Nr. 26 ir interneto tinklalapyje www.mantrapharm.lt, neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies bei 4 dalies nuostatų, 2011-10-25 Europos Parlamento ir Tarybos Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą tiekimo 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 (ES) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 5 straipsnio 1 dalies a punkto, 10 straipsnio 3 dalies.

UAB „CRB Konsultacijos“ Protokole pateikė paaiškinimus, kuriuose nurodė, kad apgailestauja, jog nebuvo pakankamai susipažinę su Lietuvos Respublikos reklamos įstatymu. Nurodė, jog veiklą, susijusią su maisto papildų prekyba, pradėjo neseniai. Taip pat, nurodė, jog internetinės parduotuvės informaciją pakoregavo, o minėto maisto papildu „Mantra VIRimmun“ notifikavimas nėra baigtas, jis vis dar derinamas su Tarnyba.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „CRB Konsultacijos“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „CRB Konsultacijos“ atsakingas asmuo 2020-06-19 pateikė paaiškinimus, nedelsiant pakoregavo interneto tinklalapį. UAB „CRB Konsultacijos“

paaškinimuose nurodyta, jog bendrovė apgailestauja pažeidusi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą, taip pat, nurodė, jog neseniai pradėjo savo veiklą, o dėl didelio informacinio srauto ir galimo nežinojimo, įvyko žmogiškosios klaidos. Bendrovė rašte nurodė, kad nesiekia bei nesiekė suklaidinti vartotojų bei yra pasirengusi bendradarbiauti tiek su Maisto papildų gamintojų asociacija, tiek su Tarnyba. Bendrovė taip pat nurodė, jog interneto tinklalapyje www.matrapharm.lt skleidžiamos reklamos mastas – tik tiesioginis produktų aprašymo vertimas interneto tinklalapyje iš vokiečių kalbos, kurio trukmė – apie du mėnesius.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-09-25 gavo UAB „CRB Konsultacijos“ paaškinimus, kuriuose bendrovė pateikė duomenis apie bendrovės metines pajamas, skleistos reklamos mastą, trukmę, produktų pardavimą bei interneto tinklalapio lankomumą. UAB „CRB Konsultacijos“ rašte nurodė, jog skleidžiant informaciją apie maisto papildus riba, bendrovės nuomone, tarp „leistino“ ir „neleistino“ yra labai siaura ir miglota, o vertinimai, nuomonės dažnai yra apipinami neapibrėžtumą pabrėžiančiais epitetais – „galima suprasti“, „galimai suponuoja“, „tikėtina“ ir kita, todėl, bendrovė nurodė, jog skleisdama tokio pobūdžio informaciją apie maisto papildus, analizuoja įstatymus, dalyvauja mokymuose bei atsižvelgia į kitų rinkos dalyvių, ypač tų, kurie susijungę į Maisto papildų gamintojų asociaciją ir yra pristatomi kaip gerosios praktikos pavyzdžiai, interneto puslapius. Bendrovė dar kartą pažymėjo, jog apgailestauja nusižengusi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams, nurodė, jog neseniai pradėjo veiklą, susijusią su maisto papildų prekyba, taip pat, nurodė, jog galimai dėl nežinojimo padarė žmogiškąsias klaidas, tačiau, vis labiau susipažįsta – kas yra reklama, o kas nėra reklama notifikuojant bei aprašant kiekvieną produktą. Bendrovė patikino, jog nesiekė suklaidinti vartotojų ar kitaip nusižengti teisės aktų reikalavimams, o visi teiginiai yra cituojami iš mokslinių straipsnių. UAB „CRB Konsultacijos“ pateikė paaškinimus, jog maisto papildas „Mantra VIRimmun“ reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.mantrapharm.lt, trukmė – apie 2,5 mėn (puslapis patalpintas 2020-03-23 ir koreguotas pagal Tarnybos pastabas 2020-06-25). Bendrovė nurodė, jog lankomumas pagal šį periodą buvo (*duomenys neskelbtini*) kartai, t.y. 74 dienos ir (*duomenys neskelbtini*) lankytojai per dieną.

Ištyrusi bylos aplinkybes ir pateiktus rašytinius paaškinimus 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 Nr. 15/02 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“. Taigi, 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.

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.matrapharm.lt bei „Kauno diena Klaipėda“ 2020 m. leidinyje „Sveikata pavasaris“ Nr. 26, yra susijusi su UAB „CRB Konsultacijos“ vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti bendrovės platinamus maisto papildus, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

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

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad draudžiama 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 (OL 2011 L 304, p. 18), ir kitų teisės aktų, nustatančių reikalavimus maisto reklamai, nuostatų neatitinkanti maisto reklama.

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 pakuotė, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai“.

Taigi ir UAB „CRB Konsultacijos“ skleista maisto papildų „Mantra VIRimmun“ reklama, kuri buvo skleidžiama „Kauno diena Klaipėda“ 2020 m. leidinyje „Sveikata pavasaris“ Nr. 26, interneto tinklalapyje www.mantrapharm.lt, turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, skaitydamas minėtų maisto papildų reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina šią reklamą kaip visumą. Vidutinis vartotojas, perskaitęs UAB „CRB Konsultacijos“ minėtų maisto papildų 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 „CRB Konsultacijos“ reklamuodami maisto papildą „**Mantra VIRimmun**“, naudojo teiginius, kad „Visas pasaulis kenčia nuo Koronos viruso. Virusas yra labai pavojingas ir tai realybė! Iki šiol nėra atrasta veiksmingų cheminių tablečių, kurios išgydytų virusą, tačiau yra žinomas augalinių medžiagų poveikis, kuris padeda kovoti su virusais ir jų sukeltais uždegimais. Jų efektyvus poveikis yra patvirtintas aibe mokslinių tyrimų. Be visų rekomenduojamo rankų dezinfekavimo, distancijos laikymosi ar saviizoliacijos yra dar viena tikra pagalba imuninei sistemai – ją stiprinti su Mantra VIRimmun. Mantra VIRimmun užkerta kelią virusui, stabdo viruso sukeltą uždegimą, palaiko normalią imuninę sistemą, apsaugo viruso pažeistus organus (plaučius, širdies ir kraujagyslių sistemą)“. Taip pat internetinėje parduotuvėje www.mantrapharm.lt vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildą **Mantra VIRimmun**: „Priešvirusinis katechinų veikimas – pagalba imunitetui. Papildomas barjeras virusui, naudotinas šalia dažniausiai siūlomų: higienos, respiratorių ir distancijos laikymosi. Išplieskus COVID-19 viruso pandemijai, žmonija greitai suprato, kad kovai prieš naująjį virusą neturi jokios efektyvios priemonės (bent jau kol kas). Dažniausiai primenama ir vieninteliu „ginklu“, galinčiu stabdyti viruso plitimą, yra įvardijama savisauga: kaukės, higiena, distancija, karantinas. Tuo pačiu metu galima rasti ir nuorodų ar teiginių, kreipiančių dėmesį į žmogaus imunitetą, jo galią ir gebėjimus. Praktinis vadovas, kuriame pateikiami Kinijos medicinos darbuotojų kovos su korona virusu gerosios praktikos patarimai, kaip valdyti sveikatos sistemą, aiškina, kad „medicinos personalo imunitetui stiprinti turi būti suteikiama maistinga dieta“. Užtenka pasaulinėse straipsnių duomenų bazėse (PubMed, Scholar) įvesti raktinius žodžius „imunitetas“, „virusas“ ir taps

aišku, kaip šie du yra susiję ir kokia galybė tyrimų, kurie nagrinėja ryšį tarp stipraus imuniteto ir organizmo gebėjimo atsilaikyti prieš įvairaus plauko virusus, yra atlikta. Imuniteto „pareiga“ – apsaugoti organizmą nuo kenksmingų mikroorganizmų, svetimų baltymų ir kitokių svetimkūnių (Wikipedia), įskaitant ir naująjį COVID-19. Normalus imunitetas – tai barjeras, kurį bet koks virusas turi apeiti jį ar nuvarginti ilgalaikėmis atakomis. Jau daugelį metų yra atliekami tyrimai su žaliaja arbata – tiksliau joje natūraliai egzistuojančiomis medžiagomis – katechinais: EC, EGC, ECG, EGCG, pastarojo yra didžiausias kiekis. Daugelio iš jų išvadose puikuoja teiginiai, kad katechinas, ypač EGCG (epigalokatechino galatas) turi stiprų antivirusinį poveikį. Gilinantis galima rasti ir šio mechanizmo išaiškinimą, kaip antai „EGCG, nepriklausomai nuo viruso tipo, veikia vienodai – ji konkuruoja su virusais naudodama, tuos pačius jungimosi prie ląstelių mechanizmus“ (Che C. Colpitts, Luis M. Schang, 2014). Šio tyrimo metu, buvo analizuojama daugelio žinomų virusų įsiskverbimas – rezultatas stulbinantis: maža molekulė – EGCG – stabdo viruso įsiskverbimą į ląstelę. Tokiu būdu nealinama imuninė sistema, virusas nepradeda savo replikacijos ir ląstelės „griovimo“ iš vidaus. Šiuo atveju katechinas (EGCG molekulė) veikia kaip vidinis skydas, saugantis ląstelę nuo įsibrovėlių...<...>...Taigi žaliosios arbatos stebuklingasis katechinas EGCG gali ir turi būti vartojamas ir šiuo sudėtingu pandemijos laikotarpiu. Didelis šios medžiagos kiekis organizme yra papildomas barjeras virusų plitimui žmogaus organizme bei palaiko imuninę sistemą normalioje būsenoje. Standartizuotas žaliosios arbatos ekstraktas yra naudojamas maisto papildų gamyboje, todėl rinkoje galima rasti produktų su dideliu EGCG kiekiu. MantraPharm gamintojas iš Vokietijos kaip papildomą pagalbą kovoje su naujuoju virusu sukūrė maisto papildą VIRIMMUN. Šiame produkte didelis kiekis EGCG maišomas su kurkuminoidais, piperinu, cinku (palaiko normalią imuninę sistemą bei lengvina kvėpavimo organų funkciją) ir vitaminu D“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „CRB Konsultacijos“ reklamuoti maisto papildai nėra vaistiniai preparatai, todėl 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 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 pažymi, jog Tarnyba Protokole nustatė, kad atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, bei įvertinus Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo tyrimo metu surinktą informaciją, darytina išvada, kad UAB „CRB Konsultacijos“ maisto papildas „Mantra VIRimmun“ reklamoje vartojami teiginiai neatitinka: Reglamento (EB) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a punkto, b punkto, c punkto, 3 dalies; Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 3 straipsnio a dalies, 10 straipsnio 1 dalies ir 3 dalies, 12 straipsnio c dalies; Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies, 1 ir 2 dalies, 1 ir 2 punktų; Higienos normos HN 17:2010 15 punkto reikalavimų ir UAB „CRB Konsultacijos“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad pagal Reglamentą (EB) Nr. 1924/2006) 12 straipsnio c punkto nuostatą, neleidžiama vartoti apie sveikatingumą teiginių, darančių nuorodą į atskirų gydytojų ar sveikatos srities specialistų bei kitų asociacijų rekomendacijas.

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.

Reglamento (EB) Nr. 608/2004 (OL 2011 L 304. p. 18) (toliau - Reglamentas (EB) Nr. 1169/2011) 7 straipsnio 1 dalies c punkto nuostatos nurodo, kad informacija apie maistą neturi klaidinti „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“. Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 įvadinių nuostatų 22 punkte nurodyta, kad „bendrijoje vartoti teiginius apie sveikatingumą turėtų būti leidžiama tik atlikus aukščiausio įmanomo lygio mokslinį įvertinimą. Tam, kad būtų užtikrintas suderintas mokslinis šių teiginių vertinimas, šiuos įvertinimus turėtų atlikti Europos maisto saugos tarnyba“. Atsižvelgiant į šią Reglamento Nr. 1924/2006 nuostatą, teiginiai apie sveikumą gali būti pateikiami tik moksliskai įvertinti ir patvirtinti, kad vartotoją pasiektų tik teisinga informacija, kuri jam gali būti reikalinga siūlomo produkto vertinimui prieš išsigyjant prekę.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „CRB Konsultacijos“ reklamuodama maisto papildą „Mantra VIRimmun“ naudojo sveikatingumo teiginius, taip pat teigininius, susijusius su COVID-19 pandemija, galėjo nepagrįstai sudaryti išpūdį, kad maisto papildas turi naudą sveikatai, ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, ypatingai COVID-19 pandemijos laikotarpiu, 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 „CRB konsultacijos“ teiktus paaiškinimus, taip pat byloje surinktus įrodymus, daro išvadą, jog UAB „CRB konsultacijos“, reklamuodama maisto produktą („Mantra VIRimmun“) pateikė vartotojams informaciją, neatitinkančią Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a ir b punktų bei Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 2 punkte numatytų reikalavimų ir tokiu būdu pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatą.

3. Dėl UAB „CRB Konsultacijos“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 4 dalies reikalavimams

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 4 dalyje nustatyta, kad maisto papildų reklamoje privalo būti nuoroda „Maisto papildas“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“, patvirtintos Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010-05-13 įsakymu Nr. V-432, 4 punkte įtvirtintas maisto papildas apibrėžimas, kuris nustato, jog maisto papildas - maisto produktas, skirtas papildyti įprastą maisto racioną ir kuris vienas arba derinyje su kitomis medžiagomis yra koncentruotas maistinių ar kitų medžiagų, turinčių mitybinį arba fiziologinį poveikį, šaltinis, 6 punkte nustatyta, kad Lietuvos Respublikos rinkai tiekiami tik šios higienos normos reikalavimus atitinkantys maisto papildai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog Tarnyba protokole nustatė, jog UAB „CRB Konsultacijos“ skleista informacija neatitinka Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“, patvirtintos Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010-05-13 įsakymu Nr. V-432 „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ patvirtinimo“ 4 ir 6 punktų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad šalia maisto papildas „Mantra VIRimmun“ aprašymo, naudojant sveikatingumo teiginius nepateikiamas privalomas pateikti užrašas „Maisto papildas“. Atsižvelgiant į tai, jog UAB „CRB Konsultacijos“ interneto

tinklapyje www.mantrapharm.lt skleidė maisto papildo „Mantra VIRimmun“ reklamą, tačiau reklamoje nepateikė nuorodos „Maisto papildas“, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija daro išvadą, kad bendrovė nepateikė privalomos pateikti informacijos.

Atsižvelgiant į tai, UAB „CRB Konsultacijos“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 4 dalies nuostatą.

4. Dėl UAB „CRB Konsultacijos“ 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. 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.

Vadovaujantis Aprašo 6 punktu, pirmuoju etapu apskaičiuojamas pradinis baudos dydis, lygus 1,5 procento (pakartotinai pažeidus Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą – 3 procentams) reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, neviršijant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos, o jeigu reklaminės veiklos subjektas veikia trumpiau kaip vienus metus, nustatomas pradinis baudos dydis lygus 1,5 procento jo pajamų einamaisiais finansiniais metais, neviršijant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, sprendama dėl sankcijos skyrimo, pirmuoju etapu atsižvelgia į UAB „CRB Konsultacijos“ 2019 m. metines pajamas (vadovaujantis VĮ Registrų centras pateikiama informacija apie bendrovės pajamas 2019 m).

Antruoju etapu Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į pažeidimo pobūdį, mastą ir trukmę, apskaičiuoja bazinį baudos dydį.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį ir pavojingumą, atsižvelgia į tai, jog UAB „CRB Konsultacijos“ 1 maisto papildo „**Mantra VIRimmun**“ reklamoje, be kita ko, skleidė teiginius, susijusius su COVID-19 pandemija, kas dėl informacijos trūkumo bei noro apsisaugoti nuo šio viruso profilaktiškai teiginių sklaidos laikotarpiu galėjo daryti didelę įtaką vartotojų ekonominiam elgesiui bei tokia informacija galėjo būti aktuali plačiam vartotojų ratui pandemijos laikotarpiu. Atsižvelgdama į tai, kas nurodyta, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija nusprendžia už pažeidimo pobūdį nustatytą pradinį baudos dydį didinti 30 procentų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „CRB Konsultacijos“ reklama buvo skleidžiama „Kauno diena Klaipėda“ 2020 m. leidinyje „Sveikata pavasaris“ Nr. 26, bet ir interneto tinklalapyje www.mantrapharm.lt, taigi, nors pasiekama ne regioniniu, o nacionaliniu mastu, tačiau konkrečiu atveju vertinant vartotojų lankomumą per šį periodą į puslapį nebuvo didelis (*duomenys neskelbtini*), todėl, atsižvelgiant į pažeidimo mastą pradinis baudos dydis nėra nei didinamas nei mažinamas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į Apraše nustatytą trukmės vertinimą, pažymi, jog reklama skleista ilgai – interneto tinklalapyje www.mantrapharm.lt (trukmė – 2,5 mėn. Puslapis patalpintas 2020-03-23 ir koreguotas pagal Tarnybos pastabas 2020-06-05). Taip pat, 1 maisto papildo „Mantra VIRimmun“ reklama buvo skleista ir „Kauno diena

Klaipėda“ 2020 m. leidinyje „Sveikata pavasaris“ Nr. 26. Atsižvelgdama į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažeidimo trukmę vertina kaip ilgą ir nusprendžia nustatyti pradinį baudos dydį didinti 30 procentų.

Vadovaujantis Aprašo 8 punktu, nustatius bazinį baudos dydį, trečiuoju etapu apskaičiuojamas skiriamos baudos dydis, atsižvelgiant į atsakomybę lengvinančias arba sunkinančias aplinkybes.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija UAB „CRB Konsultacijos“ atsakomybę lengvinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad UAB „CRB Konsultacijos“ tyrimo metu bendradarbiavo su tyrimą vykdančiomis institucijomis, pateikė paaiškinimus raštu bei nutraukė pažeidimą. t. y., sustabdė Protokole nurodytos reklamos sklaidą. Atsižvelgdama į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija nustatyta bazinį baudos dydis mažina 30 procentų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija UAB „CRB Konsultacijos“ atsakomybę sunkinančių aplinkybių nenustatė.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog UAB „CRB Konsultacijos“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą.

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 ir 4 dalių pažeidimą skirti UAB „CRB Konsultacijos“ 1382 (vieno tūkstančio trijų šimtų aštuoniasdešimt dviejų) 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.

Direktorė

Neringa Ulbaitė