



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „PIGU“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2020-11-12 Nr. 12R-69

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktorės Neringos Ulbaitės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus l. e. skyriaus vedėjos pareigas 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 Vilniaus departamento (toliau – Tarnyba) 2020-07-21 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 69RIP-14 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Pigu“ (įmonės kodas – 300866792, adresas – Žalgirio g. 114, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-07-22 gavo Tarnybos raštu Nr. 69S-(69.5.)-2533 persiūtą Protokolą dėl UAB „Pigu“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo. Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Pigu“ maisto papildų „VigRX Plus“, „Penis Power“, „Exxtreme Power Caps“ ir „Proseed“ reklamoje, skleistoje interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt, vartojami sveikatingumo teiginiai, galimai neatitinkantys teisės aktuose nustatytų reikalavimų:

1) Maisto papildu „VigRX Plus“ aprašyme: *„daugybei vyrų padėjo susigrąžinti pasitikėjimą, pagerindamas jų pasirodymą sekso metu, padidindamas erekcijos dydį ir kokybę. Dėl išstobulintos augalinės formulės dažnai „VigRX Plus“ naudoję vyrai nurodė, jog jų erekcija padidėjo ir ilgiau išlieka kieta <...> ingredientai Korėjos raudonasis ženšenis <...> didina atsparumą fiziniam, cheminiam ir biologiniam stresui ir gerai veikia energingumą, bei bendrą gyvybingumą. Laikoma, kad jis padeda kenčiantiems nuo erekcinės disfunkcijos. Gulsčioji serenoja <...> naudojamas šlapimo trakto infekcijų gydymui ir veikia žmogaus hormonus stiprindamas vyrų ir moterų seksualinį susijaudinimą. Gudobelė <...> yra augalinis ingredientas, naudojamas penio didinimui. Jis pagerina kraujo tekėjimą į penį, taip sustiprindamas patiriamas erekcijas. Ginkmedis <...> gerina kraujo cirkuliaciją suteikdamas didesnes ir stipresnes erekcijas“;* „Gulsčioji ragužė <...> nuo seno žinoma kaip ingredientas, kuris pakelia testosterono lygį ir pagerina erekcinę funkciją. Catuaba <...> yra afrodiziakas. Jis suteikia jėgos ir kovoja su nuovargiu. Muira Pauma <...> nuo seno žinoma kaip ingredientas didinantis lytinį potraukį, tiek lytiškai, tiek psichologiškai. Brantas <...> plačiai naudojamas Azijos medicinoje per ankstyvos ejakuliacijos ir impotencijos gydymui. Epimedis <...> yra tradicinis ingredientas, naudojamas kaip afrodiziakas. Šis ingredientas atpalaiduoja lygiuosius raumenis ir padidina penio kraujo spaudimą, padėdamas pasiekti geresnę erekciją“.

2) Maisto papildu „Penis Power“ aprašyme: *„prisideda prie lytinių organų ir hormonų*

aktyvumo. Didina varpos apimtis ir gerina erekciją“.

3) Maisto papildas „Exxtreme Power Caps“ aprašyme: „*kapsulės vyrams galinčios padidinti vyro seksualini pajėgumą*“, nepateikiama nuoroda „Maisto papildas“.

4) Maisto papildas „Proseed“ aprašyme: „*prisideda prie vaisingumo, reprodukcijos ir spermatogenezės*“, nepateikiama nuoroda „Maisto papildas“.

Tarnyba nustatė, kad reklamoje vartojami teiginiai apie maisto papildus „VigRX Plus“, „Penis Power“, „Exxtreme Power Caps“ ir „Proseed“ neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 ir 4 dalies nuostatos, 2008-01-28 Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 178/2002 nustatančio maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiančio Europos maisto saugos tarnyba ir nustatančio su maisto saugos klausimais susijusias procedūras (OL 2002 L 31, p. 463) (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 178/2002) 16 straipsnio, 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), (toliau – Reglamentas (ES) Nr. 1169/2011) 7 straipsnio 1 dalies a punkto, 3 dalies, 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), 3 straipsnio a punkto, 5 straipsnio 1 dalies, 10 straipsnio 1 dalies ir 2 dalies a ir b punktų, Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 punktų, Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010-05-13 įsakymu Nr. V-432 patvirtintos Higienos normos HN 17:2016 „Maisto papildai“ (toliau – Higienos norma HN 17:2016) 15 punkto nuostatų apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą.

Tarnyba Protokole nustatė, kad interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt, reklamuojami maisto papildai „Exxtreme Power Caps“ ir „Proseed“ nenurodant prie pavadinimo žymos „Maisto papildas“, kaip tai numato Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 14 straipsnio 4 dalis.

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Pigu“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Pigu“ reaguodama į Tarnybos 2020-04-27 Elektroninės prekybos maisto produktais patikrinimo aktą Nr. 69MPI-461 nuo 2020-04-29 sustabdė nagrinėjamos reklamos sklaidą ir šių maisto papildų platinimą, ši informacija yra suderinta su Tarnyba 2020-05-07 Trūkumų šalinimo plane. Protokole nustatyta, kad UAB „Pigu“ bendradarbiavo su Tarnyba, laiku teikė dokumentus ir paaiškinimus.

Protokole nurodyta, kad Tarnybai nėra žinoma reklamos sklaidos pradžia, reklamos sklaida užfiksuota 2020-04-27, reklama pašalinta 2020-04-29. Tarnyba Protokole užfiksavo, kad, vertinant UAB „Pigu“ pateiktus dokumentus, maisto papildas „VigRX Plus“ paskutinis pardavimas vartotojui buvo atliktas (*duomenys neskelbtini*), o maisto papildas „Proseed“ UAB „Pigu“ (*duomenys neskelbtini*).

Tarnyba Protokole nurodė, kad 2020-05-19 kreipėsi į UAB „Pigu“, kad bendrovė raštu pateiktų motyvuotus paaiškinimus ir tai pagrindžiančius įrodymus dėl nagrinėjamų maisto papildų reklamoje vartojamų teiginių apie sveikatingumą, jų teisėtumo, reklamos skleidimo laikotarpį, ir kitą svarbią informaciją.

Protokole nustatyta, kad UAB „Pigu“ 2020-06-08 pateiktame paaiškiniame nurodė, jog Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 5 straipsnio 3 dalyje nurodyta, kad teiginiai apie maistingumą ir sveikatingumą apibūdinami pagal gamintojo nurodymus vartoti paruoštus maisto produktus. Protokole nustatyta, kad reglamento 13 straipsnio 1 dalyje numatyta, kad teiginiai apie sveikatingumą, apibūdinantys ar darantys nuorodą į: maistinės ar kitos medžiagos poveikį organizmo augimui, vystymuisi ir funkcijoms; psichologines ir elgsenos funkcijas; nepažeidžiant Direktyvos 96/8/EB nuostatų, lieknėjimą, svorio metimą, alkio pojūčio slopinimą, sotumo pojūčio didinimą arba maitinantis gaunamo energijos kiekio sumažinimą, kurie yra įtraukti į Reglamento 1924/2006 3 dalyje

numatytą sąrašą, gali būti vartojami netaikant Reglamento 1924/2006 15-18 straipsniuose nustatytos leidimų suteikimo tvarkos, jei jie yra: pagrįsti visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis ir gerai suprantami vidutiniam vartotojui (Reglamento 1924/2006 13 str.). Be to, Reglamento 1924/2006 6 straipsnyje nurodyta, kad „teiginiai apie sveikatingumą pagrindžiami ir įrodomi visuotinai pripažintais moksliniais įrodomais; teiginį apie sveikatingumą pateikiantis maisto verslo operatorius pagrindžia teiginio vartojimą“. Sveikatos teiginiai reglamentuojami pagal skirtingus Reglamento 1924/2006 straipsnius – 13 ir 14. Reglamento 1924/2006 13 straipsnis reglamentuoja teiginius apie sveikatingumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą ir vaikų vystymąsi bei sveikatą. Jei teiginys yra grindžiamas pagal Reglamento 1924/2006 13 straipsnį, tai maisto verslo operatorius turi parengti dokumentus, kuriuose turi būti nurodyti maisto papildų duomenys, sudėtis, kiekiai, teiginys, taikymo sąlygos ir nuorodos į susijusius mokslinius įrodymus. Kitos patvirtinimo procedūros yra netaikomos, jei teiginiai yra pagrįsti visuotinai pripažintais moksliniais įrodymais ir gerai suprantami vidutiniam vartotojui <...>“. Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Pigu“ klaidingai interpretuoja Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 13 straipsnio nuostatas, kadangi pateiktu leistiniu teiginiu Bendrijos sąrašą bei visas būtinas šių teiginių vartojimo sąlygas Europos Komisija yra patvirtinusi dar iki 2010-01-31. Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 15-18 straipsniuose yra nustatyta tvarka kaip yra teiginiai įtraukiami į leistinių teiginių Bendrijos sąrašą.

Tarnyba Protokole nurodė, kad 2020-04-27 patikrinimo metu UAB „Pigu“ naudoti nagrinėjami reklaminiai teiginiai nebuvo įtraukti į leidžiamų naudoti teiginių Bendrijos sąrašą, todėl šie teiginiai negali būti vartojami maisto produktų ženklime, pateikime ir reklamoje. Tarnyba taip pat nurodė, kad pagal Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 2 dalį teiginiai apie sveikatingumą leidžiami tik tuo atveju, jei toliau nurodyta informacija yra pateikta etiketėje, o jei etiketės nėra – pateikime ir reklamoje: teiginys, kuriame nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarba, šios informacijos UAB „Pigu“ interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt nepaskelbė, ir tuo pažeidė Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 2 dalies a) punkto reikalavimus, todėl sveikatingumo teiginių aukščiau nurodytame interneto tinklalapyje naudoti negalėjo.

2020-06-08 UAB „Pigu“, teikdama paaiškinimus Tarnybai, nurodė, kad maisto papildų „VigRX Plus“ aprašymas buvo parengtas šios prekės tiekėjo (*duomenys neskelbtini*) atstovo, pastarajam naudojantis jam suteikta prieiga prie „*Pigu.lt*“ valdymo sistemos. Bendrovė nurodė, kad, kadangi tiekėjas yra likviduotas ir išregistruotas iš Juridiniu asmenų registro nuo 2018-02-23, UAB „Pigu“ objektyviai negali gauti ir pateikti tiekėjo paaiškinimų, kuo vadovaujantis toks prekės aprašymas buvo parengtas. UAB „Pigu“ pažymėjo, kad, atsižvelgiant į tai, kad bendrovė šio produkto faktiškai neteikė į rinką, nepardavė daugiau nei (*duomenys neskelbtini*), dėl objektyvių priežasčių negali pateikti Tarnybai prekės gamintojo pateikto prie pakuotės aprašymo bei produkto etiketės, sertifikatų. Bendrovė nurodė, kad ši prekė nebuvo iš viso reklamuojama. Ji buvo matoma tik interneto tinklalapio afrodiziakų skiltyje tik tam tikrai grupei asmenų, t. y., tik asmenims, prisijungusiems ir patvirtinusiems interneto tinklalapyje jiems esant pilnamečiams ir tik tiems, kurie sąmoningai tokios prekės ieškojo, kitų šios prekės reklamavimo būdų nenaudota. Bendrovė taip pat atkreipė dėmesį į tai, kad interneto tinklalapyje buvo pažymėta, jog prekė yra išparduota, todėl jokie vartotojai negalėjo jos įsigyti. Bendrovė pažymėjo, kad per klaidą nepastebėjo, jog šios prekės aprašymas nebuvo deaktyvuotas (padarytas nematomu svetainės lankytojams) prieš 7 metus. Būtent 7 metus šia preke bendrovė jokia forma neprekiuoja ir nesiūlo jos įsigyti vartotojams. Bendrovė paaiškino, kad, gavusi Tarnybos informaciją, nedelsiant (2020-04-29) pašalino šią prekę iš internetinės parduotuvės.

UAB „Pigu“ teikdama paaiškinimus dėl maisto papildų „Penis Power“ nurodė, kad prekės aprašymas buvo paremtas prekės gamintojo pateiktu aprašymu ir prekės sertifikavimo dokumentais, ši prekė taip pat nebuvo reklamuojama jokiais būdais, informacija apie prekę buvo skelbiama tik interneto tinklalapyje www.pigu.lt, ši informacija buvo prieinama ribotam asmenų ratui. Bendrovė paaiškino, kad, siekdama užtikrinti vartotojų interesus bei įstatymo saugomas vertybes, priėmė sprendimą pašalinti šį produktą iš prekių asortimento ir ateityje neketina jo pardavinėti.

UAB „Pigu“ teikdama paaiškinimus dėl maisto papildų „Exxtreme Power Caps“ nurodė, kad prekės aprašymas buvo sukurtas paslaugų teikėjo (*duomenys neskelbtini*) pagal su juo sudarytą paslaugų teikimo sutartį. Paslaugų teikėjas šios prekės aprašymą parengė, atsižvelgiant į prekės tiekėjo pateikiamą informaciją. Bendrovė nurodė, kad maisto papildas „Exxtreme Power Caps“ taip pat nebuvo reklamuojamas jokiais kitais būdais, informacija apie prekę buvo skelbiama tik interneto tinklalapyje www.pigu.lt. Bendrovė paaiškino, kad nutraukė maisto papildų „Exxtreme Power Caps“ prekybą.

Protokole Tarnyba nustatė, kad, vadovaujantis Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 8 straipsnio 1 ir 2 dalies nuostatomis, maisto verslo operatorius yra atsakingas už informacijos apie maistą teikimą, užtikrina, kad būtų teikiama tiksli informacija apie maistą pagal taikomus informaciją apie maistą reglamentuojančius teisės aktus ir atitinkamų nacionalinių nuostatų reikalavimus, o maisto verslo operatorius, atsakingas už informacijos apie maistą teikimą, yra operatorius, kurio pavarde ar įmonės pavadinimu prekiaujama maisto produktu, todėl šiuo atveju atsakomybė dėl nustatytų ženklavimo ir reklamos pažeidimų tenka UAB „Pigu“.

Tarnyba Protokole nustatė, kad maisto papildų „Penis Power“ ir „Exxtreme Power Caps“, nebuvo nurodomas naudingos medžiagos kiekis, galintis turėti įrodytą mitybinį arba fiziologinį poveikį žmogaus organizmui, tuo pažeidžiant Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 5 straipsnio 1 dalies d punkto reikalavimus. Protokole taip pat nustatyta, kad, reklamuojant maisto papildą „Exxtreme Power Caps“ nenurodyta, kad tai yra maisto papildas, tačiau nurodoma, kad tai yra preparatas, todėl vartotojai galėjo būti klaidinami, kad įsigyja ne įprastam racionui papildyti skirtą maisto produktą, o vaistinį preparatą, medicinos priemonę, ar kitos kategorijos produktą, o naudojamas sveikatingumo teiginys, reklamuojant maisto papildą „Exxtreme Power Caps“, pažeidė Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 3 straipsnio a dalies reikalavimus, kadangi sveikatingumo teiginiai neturi būti klaidinantys ar dviprasmiški.

UAB „Pigu“ teikdama paaiškinimus dėl maisto papildų „Proseed“, nurodė, kad aprašymas buvo sukurtas paslaugų teikėjo (*duomenys neskelbtini*) pagal su juo sudarytą paslaugų teikimo sutartį, paslaugų teikėjas aprašymą parengė, vadovaujantis prekės tiekėjo aprašymu ir sertifikavimo dokumentais, prekės aprašyme yra nurodyta: „*Proseed prisideda prie vaisingumo, dauginimosi ir spermatogenezės*“, prekės sertifikavimo dokumentuose nurodyta, kad teiginį patvirtino Europos maisto saugos tarnyba (toliau - EFSA), todėl laikytina, kad jis nepažeidžia teisės aktų reikalavimo. Bendrovė nurodė, kad prekę nebuvo reklamuojama jokiais kitais būdais, prieinamumas buvo mažas. Bendrovė paaiškino, kad (*duomenys neskelbtini*) maisto papildų „Proseed“, šiuo metu nutraukė prekybą, tačiau per klaidą laiku nepašalino prekės aprašymo.

Tarnyba Protokole nustatė, kad, reklamuojant maisto papildą „Proseed“, nebuvo nurodyta, kad tai yra maisto papildas, o nurodoma, kad tai „kapsulės vyrams“, todėl vartotojai galėjo būti klaidinami, kad gali įsigyti ne įprastam racionui papildyti skirtą maisto produktą, o vaistinį preparatą ar kitos kategorijos produktą.

Protokole nustatyta, kad, įvertinusi UAB „Pigu“ cituojamą EFSA informaciją, nustatyta, kad sveikatingumo teiginiai yra patvirtinti konkrečiai maistinei medžiagai (cinkui, selenui, pantoteno rūgščiai), o ne visam maisto papildui „Proseed“. Protokole nustatyta, kad šiuo atveju nebuvo nurodomi cinko, seleno ar pantoteno rūgšties kiekiai maisto papilde „Proseed“, taip pat nebuvo nurodytos sudedamosios dalys ir rekomenduojama paros norma, todėl šie teiginiai naudoti pažeidžiant Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 1 ir 2 dalies a ir b punktų reikalavimus. Nenurodomi naudingų medžiagos kiekiai (cinko, seleno ar pantoteno rūgšties) galintys turėti įrodytą mitybinį arba fiziologinį poveikį žmogaus organizmui, tuo pažeidžiant Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 5 straipsnio 1 dalies d punkto reikalavimus.

Protokole nustatyta, kad UAB „Pigu“, teikdama paaiškinimus, nurodė, kad nagrinėjami aprašymai ir nurodyti teiginiai yra teisėti, neklaidinantys vartotojų, nes pagrįsti gamintojo aprašymu ir visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis. Teiginiai yra patvirtinti EFSA, atitinka prekės gamintojo deklaruojamas savybes apie prekę, kurios yra pagrįstos visuotinai pripažintais moksliniais

duomenimis ir atliktais klinikiniais tyrimais. Bendrovė pažymėjo, kad nagrinėjami teiginiai nelaikytini agresyviais, o prekės aprašymai su tiriamais teiginiais buvo skelbiami tik prekės kortelės viduje interneto tinklapyje, todėl jų prieinamumas buvo ribotas, sklaidos laikotarpis yra ypatingai trumpas.

Protokole pažymėta, kad nagrinėjami teiginiai visiškai arba iš dalies neatitinka Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 1 dalies reikalavimų bei pabrėžė, kad net leidžiami vartoti teiginiai apie sveikatingumą negali būti vartojami, jeigu jų vartojimas visapusiškai neatitinka šio Reglamento reikalavimų. Tarnyba taip pat pažymėjo, kad, naudojant sveikatingumo teiginius privaloma nurodyti įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarbos teiginį, kurio UAB „Pigu“ nepaskelbė nei viename iš reklamuojamų maisto papildų, tuo pažeidžiant Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 2 dalies a punkto reikalavimus.

Protokole užfiksuota, kad UAB „Pigu“, priimdama Protokolą, nurodė, jog Protokole yra neteisingai užfiksuota aplinkybė, kad nagrinėjamoje reklamoje nebuvo pateikiama nuoroda „Maisto papildas“, bet nurodoma, kad tai yra „preparatas“, „kapsulės vyrams“, sudarant išpūdį, kad išigyjamas vaistinis preparatas. Bendrovė nurodė, jog interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt pateikiamoje informacijoje (turinyje) aiškiai pateikiama informacija, kad prekė yra maisto papildas, t. y., konkrečios prekės yra priskirtos prie kategorijos „maisto papildai“. Bendrovė nurodė, kad, kai informacija pateikiama ne etiketėje, o interneto tinklalapyje, matoma reklama apie prekę turi būti vertinama visame matomos informacijos ekrane mastu, be to, Tarnybos surašytame 2020-04-27 patikrinimo akte užfiksuota, kad šios prekės vizualiai matomos kaip įtrauktos prie maisto papildų. Bendrovės nuomone, todėl Protokole neteisingai nurodyta, jog UAB „Pigu“ nenurodė, kad tai yra maisto papildas.

UAB „Pigu“, 2020-11-06 pateikdama papildomus paaiškinimus Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai, nurodė, kad šiuo metu bendrovė neprekiauja nagrinėjamais maisto papildais ir neskleidžia jų reklamos, paaiškino, kad nagrinėjami teiginiai nebenaudojami nuo 2020-04-28, kai visos nagrinėjamos prekės buvo paslėptos bendrovės interneto tinklalapyje, o 2020-04-29 buvo priimtas sprendimas šiomis prekėmis neprekiauti ir ateityje, todėl jos buvo pašalintos iš internetinės parduotuvės prekių asortimento. Bendrovė paaiškino, kad ginčijama reklama buvo skleista tik prekių pasiūlymuose, skelbta išimtinai interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt

Bendrovė nurodė, kad, Tarnyba, surašydama Protokolą, neatsižvelgė į kelias reikšmingas aplinkybes: neatsižvelgta į tas Reglamento nuostatas, kuriose yra numatytos išimtys, kada tam tikri teiginiai gali būti vartojami / naudojami, net jeigu jie nėra įtraukti į leistinų vartoti teiginių sąrašą. Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 3 dalyje minimos dvi teiginių rūšys: a) „nuorodos bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą“; ir b) „konkretūs teiginiai apie sveikatingumą“. Šios dvi teiginių apie sveikatingumą rūšys vertintinos skirtingai: (i) nuorodos į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą, kaip apibrėžta Reglamento 10 straipsnio 3 dalyje, neturi būti tiesiogiai pagrįstos moksliniais įrodymais, kaip apibrėžta to paties Reglamento 5 straipsnio 1 dalies a punkte ir 6 straipsnio 1 dalyje; (ii) tačiau reikalaujama pateikti netiesioginių visuotinai pripažintų mokslinių įrodymų konkrečiam teiginiui, kuris turi būti teikiamas kartu su nuorodomis į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą, pagrįsti. Paaiškinimuose bendrovė nurodė, kad siekia atkreipti dėmesį, jog ne kiekvienas Protokole nurodytas teiginys apie maisto papildą ar jame esančią sudėtinę dalį turi būti įtrauktas į leistinų vartoti teiginių sąrašą ar pagrįstas moksliniais tyrimais. Taip pat Bendrovė siekė atkreipti dėmesį, kad Bendrovė objektyviai negali pakeisti ar aprašyti prekės kitaip, nei pats prekės gamintojas nurodė ir deklaravo aprašydamas jo gaminamos prekės savybes ar poveikį.

Bendrovė pakartotinai pažymėjo, kad maisto papildas „VigRX Plus“ aprašyme naudoti teiginiai buvo parengti prekės tiekėjo pagal viešai prieinamą informaciją ir iki šiol deklaruojami gamintojo, taip pat jie pagrįsti visuotinai pripažintais moksliniais tyrimais. Bendrovė taip pat paaiškino, kad maisto papildas „Proseed“ aprašymas buvo sukurtas paslaugų teikėjo, vadovaujantis prekės tiekėjo pateiktais dokumentais, kuriuose yra nurodyta, kad teiginiai yra patvirtinti EFSA.

Bendrovė pakartotinai paašškino, kad prekių aprašymai buvo skelbiami tik interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt prekių kortelėse, todėl vartotojams norint juos pamatyti, reikėjo ieškoti būtent šių konkrečių prekių ir jiems buvo būtina atidaryti šių konkrečių prekių kortelę bei tikslingai skaityti jų aprašymą. Prekės nebuvo aktyviai viešinamos ar kitaip reklamuojamos jokiuose kituose šaltiniuose ar kitais būdais (kitose internetinėse svetainėse, per tarpininkus ar kitus skleidėjus).

Bendrovė pažymėjo, kad neprekiavo maisto papildu „VigRX Plus“ nuo (*duomenys neskelbtini*) buvo nurodoma, kad ši prekė išparduota, tačiau dėl techninės klaidos ši prekė nebuvo laiku deaktyvuota, tačiau, pastebėjus šią klaidą, reklama nedelsiant pašalinta. Bendrovė pažymėjo, kad (*duomenys neskelbtini*) maisto papildu „Proseed“. Bendrovė paašškino, kad maisto papildų „Penis Power“ ir „Exxtreme Power Caps“ perkamumo buvo itin mažas, tai pagrindžiantys įrodymai buvo pateikti Tarnybai.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius paašškinimus 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 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 pateikiamos informacijos matyti, jog UAB „Pigu“ maisto papildų „VigRX Plus“, „Penis Power“, „Exxtreme Power Caps“ ir „Proseed“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt, skatina vartotojus įsigyti bendrovės platinamus maisto papildus, taigi, atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymuose įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl UAB „Pigu“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 ir 4 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. Šio straipsnio 4 dalyje numatyta, kad maisto papildų reklamoje privalo būti nuoroda „Maisto papildas“.

Reglamento (EB) Nr. 178/2002) 16 straipsnio nuostata reglamentuoja informacijos apie maistą pateikimo reikalavimus: nepažeidžiant konkretesnių maisto produktus reglamentuojančių įstatymų nuostatų, vartotojų neturi klaidinti maisto ar pašarų etiketės, reklama ir pateikimas, įskaitant jų formą, išvaizdą arba įpakavimą, pakavimo medžiagas, sudėjimo tvarką, apipavidalinimą juos demonstruojant ir įvairiausiomis priemonėmis apie juos teikiamą informaciją.

Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a, b ir c punktuose 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; 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.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad teiginiai apie sveikatingumą yra draudžiami, išskyrus atvejus, kai jie atitinka II skyriaus bendruosius ir šio skyriaus konkrečius reikalavimus bei yra leidžiami pagal šį reglamentą ir yra įtraukti į leidžiamų teiginių sąrašus, numatytus 13 ir 14 straipsniuose, 2 dalies a ir b punktuose numatyta, kad teiginiai apie sveikatingumą leidžiami tik tuo atveju, jei teiginys, kuriame nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarba ir jei būtinas suvartoti maisto produkto kiekis ir vartojimo būdas, norint užtikrinti teiginyje nurodytą naudingą poveikį, yra pateikta etiketėje, o jei etiketės nėra — pateikime ir reklamoje.

Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 punktuose yra numatyta, kad vartotojams turi būti teikiama teisinga informacija apie maistą. Draudžiama: klaidinti vartotoją apibūdinant maistą, nurodant jo rūšį, tapatumą, savybes, sudėtį, kiekį, tinkamumo vartoti terminą, kilmę, tvarkymo ir vartojimo būdą ir laikymo sąlygas; nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes.

Higienos norma HN 17:2016 15 punkte nustatyta, kad, ženklinant, pristatant bei reklamuojant maisto papildus, nė vienam iš jų negali būti priskiriamos gydomosios ar profilaktinės savybės arba daroma nuoroda į jas.

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 „Pigu“ maisto papildų „VigRX Plus“, „Penis Power“, „Exxtreme Power Caps“ ir „Proseed“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, pamatęs minėtų maisto papildų 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.

Atkreiptinas dėmesys, jog UAB „Pigu“ parduodamas produktas nėra vaistinis preparatas, todėl jis 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. Draudžiama klaidinti vartotoją apibūdinant maistą, nurodant jo rūšį, tapatumą, savybes, sudėtį, kiekį, tinkamumo vartoti terminą, kilmę, tvarkymo ir vartojimo būdą ir laikymo sąlygas; nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes. Informacijai, įskaitant reklamą, kuri laikytina savita informacijos rūšimi ir paprastai vadinama komercine informacija, taikomas tiesos reikalavimas. Vartotojas privalo gauti teisingą informaciją apie maisto papildus, kuria remdamasis galėtų priimti sprendimus dėl maisto papildų pasirinkimo rinkoje ir jų vartojimo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija papildomai pažymi, jog UAB „Pigu“, reklamuodama maisto papildus „VigRX Plus“, „Penis Power“, „Exxtreme Power Caps“ ir „Proseed“, vartojo teiginius, darant nuorodas į vyrų sveikatingumą, vaisingumą, reprodukciją, spermatogenezę, seksualinio gyvenimo kokybę, seksualinį pajėgumą, lytinių organų apimtis, reklama skleista, nepateikiant nuorodos „Maisto papildas“, dėl šios priežasties vartotojai galėjo nepagrįstai sudaryti įspūdį, kad maisto papildai turi naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta aukščiau, įvertinusi Tarnybos Protokole nurodytą informaciją bei UAB „Pigu“ teiktus paaiškinimus, taip pat byloje surinktus įrodymus, daro išvadą, jog UAB „Pigu“, reklamuodama 4 maisto papildus („VigRX Plus“, „Penis Power“, „Exxtreme Power Caps“ ir „Proseed“) pateikė vartotojams informaciją, neatitinkančią Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a punkte, 3 dalyje, Reglamento (EB) Nr. 1924/2006) 10 straipsnio 1 ir 2 dalyje, Reglamento (EB) Nr. 178/2002 16 straipsnio, Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 punktuose, Higienos normos HN 17:2016 15 punkte numatytų reikalavimų ir tokiu būdu pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 ir 4 dalies nuostatas.

3. Dėl UAB „Pigu“ taikytinų sankcijų

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalimi, už šio įstatymo 14 straipsnyje nustatytų reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriamas įspėjimas arba bauda iki 3 procentų jų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, bet ne daugiau kaip vienas šimtas tūkstančių eurų.

Pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalį, įspėjimas skiriamas ir baudos dydis nustatomas pagal Vyriausybės 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.

Aprašo 13 dalyje nustatyta, jog išnagrinėjusi bylą ir nustačiusi, kad pažeidimu nedaroma esminė žala Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo saugomiems interesams, priežiūros institucija, vadovaudamasi teisingumo ir protingumo kriterijais, už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą reklaminės veiklos subjektams gali taikyti nuobaudą – įspėjimą ir baudos neskirti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė į tai, jog UAB „Pigu“ skleistose reklamose maisto papildai buvo reklamuojami kaip turintys žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes, dėl šios priežasties vartotojai galėjo būti suklaidinti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Pigu“ reklama buvo sklaidžiama apie 4 maisto papildus viena sklaidos priemone – interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, kad maisto papildu „VigRX Plus“ neprekiauta nuo (*duomenys*

neskelbtini), maisto papildo „Proseed“ (*duomenys neskelbtini*).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad minėtos UAB „Pigu“ reklamos interneto tinklalapyje www.n18.pigu.lt sklaidos trukmė buvo trumpa, nustatyta, kad reklama skleista nuo 2020-04-27 iki 2020-04-29, reklama buvo pašalinta, gavus Tarnybos pranešimą, o šiuo metu reklama nėra skleidžiama.

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad UAB „Pigu“ geranoriškai bendradarbiavo su Tarnyba, 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 ir 4 dalies pažeidimą skirti UAB „Pigu“ įspėjimą.

Nutarimas per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo priėmimo dienos gali būti apskųstas teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Kreipimasis į teismą nesustabdo nutarimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

Direktorė

Neringa Ulbaitė