



## VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

### VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

#### NUTARIMAS

#### BYLOJE DĖL UAB „LAKTOPOLIS“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2020-04-16 Nr.12R-17

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, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyresniosios patarėjos Ingos Grinevičės bei Nuotolinės prekybos skyriaus vedėjos Aidos Gasiūnaitės – Stavginskienės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 2 punktu, Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos iniciatyva išnagrino bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2019-11-08 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RIP-23 dėl UAB „Laktopolis“ (įmonės kodas 301486693, Raudondvario pl. 164 Kaunas) Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-11-26 gavo Tarnybos 2019-11-08 raštu Nr. 33S-(33.6.)-1599 persiūtą Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RIP-23 dėl UAB „Laktopolis“ interneto tinklalapyje [www.ambermix.lt](http://www.ambermix.lt) skleistos reklamos apie maisto papildus.

Tarnyba Protokole nustatė, kad reklamoje, kurioje buvo vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildą „**Vitaminas C 1000 mg N90**“ buvo nurodyta: „...Kasdien profilaktiškai naudojamas vitaminas C sumažina peršalinimo trukmę 8 proc. suaugusiems ir 14 proc. vaikams“, „profilaktinis, reguliarus vitamino C vartojimas sumažina sportininkų riziką peršalti 50 proc.“, „ypač rekomenduojame fiziškai aktyviems asmenims ir sportininkams, o taip pat sumažėjusio imuninės sistemos atsparumo laikotarpiu“.

Tarnyba Protokole nustatė, kad reklamoje, kurioje buvo vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildą „**Multivitamin N90**“ buvo nurodyta: „Ambermix Multivitaminai yra skirti kasdieniam ir reguliariam visų fiziškai aktyvių asmenų dietos papildymui bei siekiant užpildyti vitaminų ir mineralų nepriteklių, jaučiantiems nuovargį, apatiją bei psichologinės būklės pablogėjimą, nereguliariai maitinantis, gausiai vartojantiems vaistus ar įvairių rūšių stimuliantus, po ligų ir reabilitacijos metu“, „maisto papildas taip pat teigiamai veikia mėgėjiškai sportuojančių bei kasdien nesportuojančių asmenų sveikatos būklę“.

Tarnyba Protokole nustatė, kad reklamoje, kurioje buvo vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildą „**X Complex N120**“ buvo nurodyta: „dėl unikalaus, išskirtinio ingredientų derinio X

Complex yra vienintelis toks papildas rinkoje. Vienintelis toks visapusiškas ir veiksmingas, skatinantis natūralų testosterono atsinaujinimą ir gamybą bei augimo hormono gamybos padidėjimą“, „...natūralaus testosterono bei augimo hormono gamybos padidėjimas nakties metu, užtikrins raumenų masės padidėjimą, riebalų sluoksnio sumažėjimą ir treniruočių rezultatų pagerinimą“, „stabilizuoja kraujospūdį ir mažina mėšlungio riziką“, „melatoninas reguliuoja biologinį ritmą, daro miegą tvirtesnį, mažina kraujospūdį ir tokiu būdu greičiau atsistatome. Tai yra galingas antioksidantas, o tai apsaugo organizmą nuo daugybės ligų“, „išvalo organizmą nuo toksinų ir laisvųjų radikalų. Glutathionas atstato raumenų baltymus. Turi anabolinių ir antioksidacinių savybių...“, „padidina organizmo atsparumą stresui. Padeda išlaikyti emocinį stabilumą ir bendrą psichinę veiklą nuovargio, koncentracijos praradimo, silpnumo, išsekimo būsenose. Padeda užmigti. Padeda išlaikyti sveiką odą, kvėpavimo sistemą. Daro teigiamą įtaką širdžiai ir širdies bei kraujagyslių sistemai“, „teikia kūnui natūralias, augalines medžiagas, padedančias gaminti testosteroną – hormoną, prižiūrintį anabolinius organizmo procesus ir reguliuojantį lytinį potraukį. Daro teigiamą įtaką sportininkų ir fiziškai aktyvių asmenų raumenų masės formavimuisi, riebalų sluoksnio deginimo greičiui ir atsistatymo po treniruotės efektyvumui“.

Tarnyba Protokole nurodė, kad maisto papildų „Vitaminas C 1000 mg N90“, „Multivitamin N90“ ir „X Complex N120“ reklama buvo skleidžiama interneto tinklalapyje [www.ambermix.lt](http://www.ambermix.lt).

Tarnyba Protokole nustatė, kad reklamoje 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 (ES) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą 5 straipsnio 1 dalies a punkto, 10 straipsnio 3 dalies reikalavimų.

UAB „Laktopolis“ Protokole pateikė paaiškinimus ir nurodė, jog maisto papildų pardavimo rinkoje yra naujokai, todėl nebuvo reikiamai išsiginę bei neturėjo reikiamos informacijos dėl galimų sveikatinimo teiginių vartojimo. Taip pat, UAB „Laktopolis“ nurodė, jog šiuo metu yra susipažinę su reikiama informacija ir neteisingą informaciją yra pašalinę arba pakeitę tinkama.

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Laktopolis“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Protokole nurodyta, jog UAB „Laktopolis“ atsakingas asmuo 2019-10-30 pateikė paaiškinimą raštu bei nurodė, jog „ši veikla – internetinė sporto papildų prekyba bendrovei yra nauja, tam tikrų reikalavimų UAB „Laktopolis“ nežinojo, tačiau nori atitikti visus keliamus reikalavimus ir ateityje kontroliuos, jog visa pateikiama informacija būtų teisinga“. UAB „Laktopolis“ nurodė, kad dėl laiko stokos, nežinojimo bei darbuotojų kaitos, nespėjo iki galo sutikrinti interneto tinklalapyje naudojamų sveikatingumo teiginių. UAB „Laktopolis“ nurodė, kad interneto tinklalapyje [www.ambermix.lt](http://www.ambermix.lt) pakoregavo naudojamus sveikatingumo teiginius pagal teisės aktų reikalavimus, rėmėsi [eur-lex.europa.eu](http://eur-lex.europa.eu) ir [efsa.europa.eu](http://efsa.europa.eu) interneto tinklalapiuose pateiktais sveikatingumo teiginių teisės aktų reikalavimais. UAB „Laktopolis“ taip pat nurodė, kad interneto tinklalapio kontaktų skiltyje patalpino informaciją apie išduotą maisto tvarkymo subjekto patvirtinimo pažymėjimą.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-04-15 gavo papildomus UAB „Laktopolis“ paaiškinimus, kuriuose bendrovė pateikė maisto papildų pardavimų kiekį per 2019 metus: maisto papildu „Vitaminas C 1000 mg N90“ buvo parduota (*duomenys neskelbtini*) vienetai, maisto papildu „Multivitamin N90“ – (*duomenys neskelbtini*) vienetų ir maisto papildu „X Complex N120“ - (*duomenys neskelbtini*) vienetai. UAB „Laktopolis“ nurodė, kad tyrimo metu buvo sustabdę netinkamos reklamos sklaidą. UAB „Laktopolis“ nurodė, kad tyrimo metu, kai sužinojo, jog

skleidžiama reklama neatitinka tiesės aktų reikalavimų sustabdė internetinės parduotuvės veiklą, kol netinkami teiginiai buvo pakeisti tinkamais.

Ištyrusi bylos aplinkybes ir 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 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 UAB „Laktopolis“ maisto papildų „Vitaminas C 1000 mg N90“, „Multivitamin N90“ ir „X Complex N120“ reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje [www.ambermix.lt](http://www.ambermix.lt) ir socialiniame tinkle „facebook“, skatina vartotojus įsigyti bendrovės platinamus maisto papildus, taigi, atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymuose įtvirtintą reklamos sąvoką.

### *2. Dėl UAB „Laktopolis“ 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.

Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad informacija apie maistą neturi klaidinti, visų pirma, dėl a) maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių, sudėties, kiekio, tinkamumo vartoti termino, kilmės šalies ar kilmės vietos, gamybos ar ruošimo būdo; b) priskiriant maisto produktui poveikį arba savybių, kurių jis iš tikrųjų neturi; c) darant užuominą apie ypatingas maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašioms maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą.

Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 2 dalyje nustatyta, kad informacija apie maistą turi būti tiksli, aiški ir vartotojui lengvai suprantama.

Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 4 dalies a punkte nustatyta, kad 7 straipsnio 1, 2 ir 3 dalys taip pat taikomos ir reklamai.

Reglamento (ES) Nr. 1924/2006 5 straipsnio 1 dalies a punkte nustatyta, kad vartoti teiginius apie maistingumą ir sveikatingumą leidžiama tik tokiu atveju, jei tenkinamos šios sąlygos: 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.

Reglamento (ES) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad 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 informacijai apie maistą, įskaitant reklamą, kuri laikytina savita informacijos rūšimi ir paprastai vadinama komercine informacija, taikomas tiesos reikalavimas. Kiekvienas vartotojas yra suinteresuotas gauti teisingą informaciją apie ketinamą įsigyti produktų savybes. Jei atitinkama informacija netiksli, tai gali iškreipti vidutinio vartotojo elgesį siūlomo produkto atžvilgiu. Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2005-11-17 nutartyje (adm. b. Nr. A1-931/2005) konstatavo, kad „vidutinio (paprasto) vartotojo ekonominis elgesys paprastai siejamas su bendru įspūdžiu apie prekę (jos pakuotę, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai“.

Taigi ir UAB „Laktopolis“ interneto tinklalapyje [www.ambermix.lt](http://www.ambermix.lt) skleista maisto papildų „Vitaminas C 1000 mg N90“, „Multivitamin N90“ ir „X Complex N120“ reklama 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 „Laktopolis“ minėto maisto papildų reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, kad maisto papildai „Vitaminas C 1000 mg N90“, „Multivitamin N90“ ir „X Complex N120“ pasižymi ligų gydymo, profilaktinėmis ir kitomis savybėmis, kurių neturi, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

UAB „Laktopolis“, reklamuodamas maisto papildą „**Vitaminas C 1000 mg N90**“ naudojo teiginius: „...Kasdien profilaktiškai naudojamas vitaminas C sumažina peršalinimo trukmę 8 proc. suaugusiems ir 14 proc. vaikams“, „profilaktinis, reguliarus vitamino C vartojimas sumažina sportininkų riziką peršalti 50 proc.“, „ypač rekomenduojame fiziškai aktyviems asmenims ir sportininkams, o taip pat sumažėjusio imuninės sistemos atsparumo laikotarpiu“.

UAB „Laktopolis“, reklamuodamas maisto papildą „**Multivitamin N90**“ naudojo teiginius: „Ambermix Multivitaminai yra skirti kasdieniam ir reguliariam visų fiziškai aktyvių asmenų dietos papildymui bei siekiant užpildyti vitaminų ir mineralų nepriteklių, jaučiantiems nuovargį, apatiją bei psichologinės būklės pablogėjimą, nereguliariai maitinantis, gausiai vartojantiems vaistus ar įvairių rūšių stimuliantus, po ligų ir rehabilitacijos metu“, „maisto papildas taip pat teigiamai veikia mėgėjiškai sportuojančių bei kasdien nesportuojančių asmenų sveikatos būklę“.

UAB „Laktopolis“, reklamuodamas maisto papildą „**X Complex N120**“ naudojo teiginius: „dėl unikalaus, išskirtinio ingredientų derinio X Complex yra vienintelis toks papildas rinkoje.“

Vienintelis toks visapusiškas ir veiksmingas, skatinantis natūralų testosterono atsinaujinimą ir gamybą bei augimo hormono gamybos padidėjimą“, „...natūralaus testosterono bei augimo hormono gamybos padidėjimas nakties metu, užtikrins raumenų masės padidėjimą, riebalų sluoksnio sumažėjimą ir treniruočių rezultatų pagerinimą“, „stabilizuoja kraujospūdį ir mažina mėšlungio riziką“, „melatoninas reguliuoja biologinį ritmą, daro miegą tvirtesnį, mažina kraujospūdį ir tokiu būdu greičiau atsistatome. Tai yra galingas antioksidantas, o tai apsaugo organizmą nuo daugybės ligų“, „išvalo organizmą nuo toksinų ir laisvųjų radikalų. Glutathionas atstato raumenų baltymus. Turi anabolinių ir antioksidacinių savybių...“, „padidina organizmo atsparumą stresui. Padeda išlaikyti emocinį stabilumą ir bendrą psichinę veiklą nuovargio, koncentracijos praradimo, silpnumo, išsekimo būsenose. Padeda užmigti. Padeda išlaikyti sveiką odą, kvėpavimo sistemą. Daro teigiamą įtaką širdžiai ir širdies bei kraujagyslių sistemai“, „teikia kūnui natūralias, augalines medžiagas, padedančias gaminti testosteroną – hormoną, prižiūrintį anabolinius organizmo procesus ir reguliuojantį lytinį potraukį. Daro teigiamą įtaką sportininkų ir fiziškai aktyvių asmenų raumenų masės formavimuisi, riebalų sluoksnio deginimo greičiui ir atsistatymo po treniruotės efektyvumui“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Laktopolis“ reklamuoti maisto papildai nėra vaistinis preparatas, 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, jog UAB „Laktopolis“ reklamuodama maisto papildus „Vitaminas C 1000 mg N90“, „Multivitamin N90“ ir „X Complex N120“ bei vartodama teiginius dėl a) maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių, sudėties, kiekio, tinkamumo vartoti termino, kilmės šalies ar kilmės vietos, gamybos ar ruošimo būdo; b) priskiriant maisto produktui poveikį arba savybių, kurių jis iš tikrųjų neturi; c) 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, informaciją apie siūlomus maisto papildus pateikdama netiksliai ir vartotojui lengvai nesuprantami, taip pat teikė bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą, kurią ta maistinė medžiaga ar maisto produktas apskritai teikia sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, tačiau kartu nepateikė konkretaus teiginio apie sveikatingumą, kuris įtrauktas į sąrašus, taip pat teiginius apie sveikatingumą, kai nėra įrodyta, jog maistinės ar kitos medžiagos, apie kurias 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, pateikė vartotojams informaciją, neatitinkančią Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a, b, c punktų, 2 dalies, 4 dalies a punkto bei Reglamento (ES) Nr. 1924/2006) 5 straipsnio 1 dalies a punkto, 10 straipsnio 3 dalies ir tuo pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatą.

### *3. Dėl UAB „Laktopolis“ taikytinų sankcijų*

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalimi, įspėjimas skiriamas ir baudos dydis nustatomas pagal Vyriausybės patvirtintą Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą, 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, kad UAB „Laktopolis“ reklamoje skleidė teiginius apie žmogaus organizmo sistemų ligų prevenciją ir gydymą, todėl galėjo būti aktuali plačiam vartotojų ratui.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad UAB „Laktopolis“ socialiniame tinkle „facebook“ maisto papildų reklamą skleidė 5 dienas, interneto tinklalapyje [www.ambermix.lt](http://www.ambermix.lt) vienerius metus, išskyrus 1,5 mėn. laikotarpį, kai interneto tinklalapis buvo išjungtas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Laktopolis“ reklama buvo skleidžiama apie tris maisto papildus interneto tinklalapyje [www.ambermix.lt](http://www.ambermix.lt) ir socialiniame tinkle „facebook“.

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama atsakomybę lengvinančias aplinkybes, atsižvelgė į tai, kad UAB „Laktopolis“ pripažino padariusi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą, nedelsdama nutraukė teisės aktų neatitinkančios reklamos sklaidą bei ėmėsi įvairiapusių priemonių siekiant užtikrinti, jog bendrovės platinamų produktų reklama atitiktų teisės aktų nuostatas, bendradarbiavo geranoriškai su tyrimą vykdančiomis institucijomis bei teikė informaciją.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsakomybę sunkinančių aplinkybių nenustė.

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 „Laktopolis“ 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