

**VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA****VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA****NUTARIMAS****DĖL UAB „NEW NORDIC“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2020-04-02 Nr. 12R-14
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, 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 1 punktu, išnagrinėjo bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – Tarnyba) 2019-06-05 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RPP-9 (toliau – Protokolas Nr. 33RPP-9), 2019-06-19 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RPP-11 (toliau – Protokolas Nr. 33RPP-11) bei 2019-08-26 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 33RPP-18 (toliau – Protokolas Nr. 33RPP-18) dėl UAB „New Nordic“ (įmonės kodas – 300065428, adresas – K. Donelaičio g. 62, Kaunas) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-06-11 gavo Tarnybos raštu Nr. 33S-(3.6.)-873 persiustą Protokolą Nr. 33RIP-9 (tyrimas dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo pradėtas 2019-05-20 Tarnybos nutarimu 33 RIP-6).

Protokole Nr. 33RIP-9 nurodyta, kad Tarnyba, pareiškėjos A.B. iniciatyva įvertinusi UAB „New Nordic“ reklamą, skleistą interneto tinklalapyje www.newnordic.lt, nustatė, kad joje buvo vartojami draudžiami teiginiai apie maisto papildą „Apple Cider“: „Kai medžiagų apykaita sulėtėja, gali atsirasti virškinimo problemų, kauptis skysčių perteklius, didėti kūno svoris <...> Apple Cider 600 veikliosios medžiagos padeda palaikyti <...> riebalų apykaitą, organizmo skysčių pusiausvyrą <...> Artišokų ekstraktas padeda palaikyti normalią tulžies rūgšties gamybą. Kiaulpienių ekstraktas padeda palaikyti normalią šlapimo sistemos funkciją“. Tarnyba Protokole taip pat nustatė, kad apie maisto papildą „HAIR VOLUME“ minėtame interneto tinklalapyje buvo vartojami tokie teiginiai: „...Obuoliuose yra įvairių medžiagų. Viena jų – procianidinas B-2, kuris reguliuoja plaukų folikulų ląstelių augimą <...> Aminorūgštis L-cisteinas yra svarbi keratino, plauką sudarančios medžiagos dalis. Dėl keratino plaukai yra tvirti ir lankstūs“. Tarnyba Protokole Nr. 33RIP-9 nustatė, kad maisto papildų „Apple Cider“ ir „HAIR VOLUME“ reklama neatitiko Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies, 2011-09-25 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 (toliau – Reglamentas (ES) Nr. 1169/2011) I skyriaus 7 straipsnio 1 dalies a, b, c punktų, 2 dalies, 4 dalies a punkto bei 2006-12-20 Europos Parlamento ir tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006) 5 straipsnio 1 dalies a punkto nuostatos.

UAB „New Nordic“, pateikdama paaiškinimus Protokole Nr. 33RĮP-9, nurodė, kad apgailestauja, jog dėl techninės klaidos neleistinas teiginys liko prie vienos iš trijų pakuočių aprašymų. Bendrovė nurodė, kad informaciją interneto tinklalapyje www.newnordic.lt nedelsiant pakoregavo bei nurodė, kad ateityje nuolat peržiūrės produktų aprašymus, esančius minėtame interneto tinklalapyje.

Tarnyba Protokole Nr. 33RĮP-9 nurodė, kad UAB „New Nordic“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

UAB „New Nordic“, pateikdama paaiškinimus Tarnybai, 2019-05-23 pateiktame rašte nurodė, kad, skleisdama maisto papildo „Apple Cider“ reklamą, dėl žmogiškosios darbuotojo klaidos pateikė klaidingą informaciją. Bendrovė nurodė, kad informaciją pakoregavo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-06-28 gavo Tarnybos raštu Nr. 33S-(33.6.)-954 persiūtą Protokolą Nr. 33RĮP-11 (tyrimas dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo pradėtas 2019-06-03 Tarnybos nutarimu 33 RĮP-8).

Tarnyba Protokole Nr. 33RPP-11 nurodė, kad, pareiškėjos E.B. iniciatyva įvertinusi UAB „New Nordic“ 2019-05-16 žurnale „Žmonės“ (Nr. 20, psl. 93) ir laikotarpiu nuo 2019-04-16 iki 2019-04-22 žurnale „Stilius“ (Nr. 14, psl. 59) skleistą reklamą, nustatė, kad bendrovė minėtose sklaidos priemonėse naudojo draudžiamus teiginius apie maisto papildą „Fat Burner“: „Deginkite kalorijas su Fat Burner“, „Ieškojau kažko ypatingo ir natūralaus, kas galėtų man padėti deginti riebalus. Ir netikėtai vaistinėje atradau Fat Burner, kuriame yra paragvajinių bugienių (Yerba Mate) lapų ekstrakto ir cholino, padedančių deginti riebalus, palaikyti medžiagų apykaitą ir kepenų veiklą“ <...> Jaučiu, kaip Fat Burner gerai veikia mano medžiagų apykaitą ir džiaugiuosi, kad jis veikia mano naudai“, „Fat Burner yra gaminamas iš moksliskai ištirtų augalinių ekstraktų, kurie palaiko medžiagų apykaitą“ ir neleistinus naudoti teiginius apie maisto papildą „Multivitamin active woman“: „Stebuklinga tabletė, gražinusi man švytėjimą ir gyvenimo džiaugsmą“, „atrodė, kad organizmui trūksta kažkokio vidinio pastiprinimo. Nežinojau, ko griebtis, tad pažįstamos medikės pasiteiravau apie vitaminų kompleksus ir maisto papildus.“ Tarnyba Protokole Nr. 33RPP-11 nurodė, kad skleista reklama neatitiko Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies, Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 I skyriaus 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 bei 10 straipsnio 3 dalies nuostatų.

UAB „New Nordic“, pateikdama paaiškinimus Tarnybai, Protokole Nr. 33RPP-11 nurodė, kad nedelsiant peržiūrėjo ir pakoregavo reklaminius tekstus.

Tarnyba Protokole Nr. 33RPP-11 nurodė, kad UAB „New Nordic“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

UAB „New Nordic“, pateikdama paaiškinimus Tarnybai, 2019-06-06 pateiktame rašte nurodė, kad pateiktoje reklaminėje medžiagoje apie maisto papildą „Fat Burner“ darė nuorodą į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą, kurią maistinės medžiagos ar visas maisto produktas apskritai teikia sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai. Bendrovė nurodė, kad maisto papildas „Fat Burner“ yra skirtas „riebalų deginimui“, o šis teiginys yra patvirtintas teiginiu „Cholinas padeda palaikyti normalią lipidų apykaitą“, įtrauktu į sąrašus, numatytus Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 13 ir 14 straipsniuose. Bendrovė nurodė, kad dėl to, jog žmogaus organizmas skaido energines medžiagas, įskaitant riebalus (lipidus) metabolinių procesų metu, sunaudojama energija, kuri matuojama kalorijomis. Bendrovė nurodė, kad dėl to teiginys „Deginkite kalorijas su „Fat Burner““ nurodo ryšį tarp riebalų skaidymo ir energijos sunaudojimo. Bendrovė nurodė, kad suprasdama, jog vidutinis vartotojas gali ne taip suprasti minėtą teiginį, informaciją pakoregavo. Bendrovė nurodė, kad vizualizacija, pateikta reklaminėje medžiagoje, tik atkreipia skaitytojo dėmesį į galimas riebalinio

audinio sankaupas ant žmogaus kūno, tačiau nenurodo jokio ryšio tarp reklamuojamo produkto savybių ar poveikio. Bendrovė nurodė, kad, suprasdama, jog vidutinis vartotojas gali ne taip suprasti minėtą vizualizaciją, ją pašalino. Bendrovė nurodė, kad, atsižvelgdama į kitas gautas pastabas, reklamą keitė arba pašalino bei atkreipė dėmesį, jog dėl to, kad reklamoje keliami klausimai apie normalaus kūno svorio palaikymą, šalia pakuotės nuotraukos esantis „metras“ yra tik nuoroda į normalias kūno apimtis. Pateikdama paaiškinimus dėl maisto papildo „Multivitamin active woman“ reklamos, UAB „New Nordic“ nurodė, kad šio maisto papildo reklamoje darė nuorodą į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą, kurią maistinės medžiagos ar visas maisto produktas apskritai teikia sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai. Bendrovė nurodė, kad reklaminiame tekste buvo pateikti teiginiai apie sveikumą, įtraukti į sąrašus, numatytus Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 13 ir 14 straipsniuose („sudėtyje esantis cinkas padeda palaikyti normalią plaukų, nagų ir odos būklę. Vitaminai A, D, C, B6, B12, folio rūgštis, geležis, varis, cinkas ir selenas padeda palaikyti normalią imuninės sistemos veiklą. Vitaminai B6, B12, C ir magnis padeda palaikyti normalią energijos apykaitą, mažinti pervargimo jausmą ir nuovargį“). Bendrovė nurodė, kad minėti teiginiai pagrindžia reklaminio straipsnio personažo nurodomą savijautą. Bendrovė nurodė, kad teiginys „Nežinojau, ko griebtis, tad pažįstamos medikės pasiteiravau apie vitaminų kompleksus ir maisto papildus.“ yra bendrinio pobūdžio informacija, nurodanti, jog žmogus norėjo daugiau sužinoti apie šią maisto kategoriją, tačiau negavo ir neklausė rekomendacijos vartoti. Bendrovė nurodė, kad tekste vienareikšmiškai nurodyta, jog vartoti maisto papildą „Multivitamin active woman“ rekomendavo draugė: „jei ne nuoširdi draugės konsultacija, galbūt taip ir nebūčiau atradusi...“. Bendrovė nurodė, kad įvertindama tai, jog vidutinis vartotojas gali netiksliai suprasti pateiktą maisto papildo aprašymą, reklaminį tekstą peržiūrėjo ir pakoregavo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-08-29 gavo Tarnybos raštu Nr. 33S-(33.6.)-1250 persiūtą Protokolą Nr. 33RIP-18 (tyrimas dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo pradėtas 2019-06-06 Tarnybos nutarimu 33 RIP-15).

Tarnyba Protokole Nr. 33RPP-18 nurodė, kad, pareiškėjos E.B. iniciatyva įvertinusi UAB „New Nordic“ reklamą, skleistą 2019 m. žurnale „Ieva“ (vasaros numeris), nustatė, kad bendrovė minėtoje sklaidos priemonėje naudojo draudžiamus teiginius apie maisto papildą „Skin care Collagen Filler“: „Daugiau nei veido patempimas“, „...odos ląstelėms suteikia impulsą be skalpelio ar injekcijų <...> tam tiesiog tereikia nedidelės tabletės.“, „Medžiagos, esančios Skin Care Collagen Filler tabletėse, per kraujotaką patenka į giliuosius audinius, odos struktūras ir juos maitina“, „...padidėja odos drėgnumas, sumažėja veido raukšlių, padidėja odos stangrumas ir elastingumas, sumažėja veido odos nelygumų...“. Tarnyba Protokole Nr. 33RIP-18 nurodė, kad minėta reklama neatitiko Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies, Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 I skyriaus 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 bei 10 straipsnio 3 dalies nuostatų.

UAB „New Nordic“, pateikdama paaiškinimus Tarnybai, Protokole Nr. 33RPP-18 nurodė, kad reklaminis maisto papildo „Skin care Collagen Filler“ maketas spaudoje nepublikuojamas nuo liepos mėn., kadangi birželio mėnesį buvo iš esmės pakoreguotas.

Tarnyba Protokole Nr. 33RPP-18 nurodė, kad UAB „New Nordic“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

UAB „New Nordic“, pateikdama paaiškinimus Tarnybai, 2019-08-06 pateiktame rašte nurodė, kad reklaminiame makete nurodyti teiginiai „...odos ląstelėms suteikia impulsą be skalpelio ar injekcijų <...> tam tiesiog tereikia nedidelės tabletės“, „moksliniu požiūriu tai naujas ir vienas iš efektyviausių odos ląstelių aktyvinimo būdų“ yra pašalinti, kiti teiginiai pakeisti. Bendrovė nurodė, kad taip pat sustabdė ir planuojamų reklaminių maketų publikavimą iki teisės aktų reikalavimus atitinkančios reklamos suderinimo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-12-19 raštu Nr. 4E-12725 kreipėsi į UAB „New Nordic“ prašydama pateikti papildomą informaciją dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-01-08 gavo UAB „New nordic“ raštą, kuriame bendrovė pateikdama paaiškinimus nurodė, kad Internetiniame puslapyje www.newnordic.lt informacija apie MP „Apple Cider 600 N120“ buvo skleidžiama nuo 2018 m. (*duomenys neskelbtini*) mėn. iki 2019 m. (*duomenys neskelbtini*). Informacija apie MP „Hair Volume“ buvo skleidžiama nuo 2018 m. (*duomenys neskelbtini*) mėn. iki 2019 m. (*duomenys neskelbtini*). Informaciją apie MP „Apple Cider 600“ peržiūrėjo (*duomenys neskelbtini*) unikalūs lankytojai. Informaciją apie MP „Hair Volume“ peržiūrėjo (*duomenys neskelbtini*) unikalių lankytojų. Žurnalo „Žmonės“ Nr.20 tiražas buvo (*duomenys neskelbtini*). Žurnalo „Stilius“ Nr.14 tiražas buvo (*duomenys neskelbtini*) vnt. (Gražinta (*duomenys neskelbtini*) vnt.) Pagrindžiantys dokumentai pridedami. MP „Fat Burner“ reklama buvo skleidžiama tik žurnale „Žmonės“ Nr. 20. MP „Multivitamin active women“ reklama buvo skleidžiama tik žurnale „Stilius“ Nr. 14. Žurnalo „Ieva“ (vasaros numeris) tiražas buvo (*duomenys neskelbtini*) vnt. Bendrovė nurodė, kad visos šiame nutarime nagrinėjamos reklamos šiuo metu pakeistos arba pašalintos. UAB „New Nordic“ nurodė, kad klaidinga informacija, kuri buvo pateikta interneto tinklalapyje www.newnordic.lt apie maisto papildo „Apple Cider 600 N120“ sudėtinę dalį – kiaulpienių ekstraktą, dėl žmogiškos klaidos nebuvo pakeista į teisingą. Bendrovė pažymėjo, kad ši informacija liko prie N120 pakuotės aprašymo, nors prie N60 pakuotės aprašymo jos nebuvo. Bendrovė nurodė, kad apgailestauja dėl įvykusios žmogiškos klaidos.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-03-06 raštu Nr. 4-511 informavo UAB „New Nordic“ apie bylos nagrinėjimą rašytinio proceso tvarka bei paprašė bendrovės pateikti papildomą informaciją.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-03-24 gavo UAB „New Nordic“ raštą, kuriame pateikdama paaiškinimus bendrovė nurodė, kad interneto tinklalapio www.newnordic.lt lankomumas 2019 m. per dieną – (*duomenys neskelbtini*) lankytojai, vidutinis per mėnesį – (*duomenys neskelbtini*) lankytojai, vidutinis lankomumas per metus – (*duomenys neskelbtini*) lankytojai.

Bendrovė pažymėjo, kad klaidinga informacija interneto tinklalapyje www.newnordic.lt maisto papildus „Apple Cider 600“ ir MP „Hair Volume“ ir reklaminių maketų „Fat Burner“, „Multivitamin active women“, „Skin Care Collegen Filler“ publikavimas buvo nedelsiant sustabdytas ir panaikintas. Bendrovė nurodė, kad tinkamai sukoreguota informacija buvo pateikta ir suderinta su Tarnyba. Visos reklamos šiuo metu yra pakeistos arba pašalintos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į tai, jog dėl UAB „New Nordic“ skleistos reklamos per 3 mėnesius buvo surašyti 3 skirtingi Tarnybos protokolai (Protokolas Nr. 33RIP-9, Protokolas Nr. 33RPP-11 ir Protokolas Nr. 33RIP-18) ir visuose protokoluose nurodytos aplinkybės dėl to paties dalyko – neleidžiamos maisto papildų reklamos. (galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies pažeidimo), Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 25 straipsnio 19 dalimi, 2019-11-14 nutarimu Nr. 12R-45 prijungė Tarnybos Protokole Nr. 33RPP-11 ir Protokole Nr. 33RIP-18 pateiktus duomenis prie Protokole Nr. 33RIP-9 pateiktos informacijos ir pratęsė nagrinėjimo procedūros dėl galimo UAB „New Nordic“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo terminą.

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 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 „New Nordic“ maisto papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapyje www.newnordic.lt, 2019-05-16 žurnale „Žmonės“ (Nr. 20, psl. 93), 2019-04-22 žurnale „Stilius“ (Nr. 14, psl. žurnale „Ieva“ (vasaros numeris) skatina vartotojus įsigyti bendrovės platinamus maisto papildus, taigi, atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymuose įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl UAB „New Nordic“ 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 Nr. 1169/2011 2 straipsnio 2 dalyje nustatyta, kad informacija apie maistą – informacija apie maisto produktą, pateikiama galutiniam vartotojui etiketėje, kitoje kartu pateikiamoje medžiagoje ar kitomis priemonėmis, įskaitant šiuolaikinių technologijų priemones arba žodinę komunikaciją.

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 panašiams 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 ketinamų įsigyti produktų savybes, todėl 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. 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 „New Nordic“ maisto papildų „Apple Cider“, „HAIR VOLUME“, „Fat Burner“, „Multivitamin active woman“ bei „Skin care Collagen Filler“ reklama, kurioje buvo skleidžiami Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 I skyriaus 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 ir 10 straipsnio 3 dalies nuostatų neatitinkanti reklama galėjo suklaidinti vartotojus, kurie, perskaitę ar pamatę aukščiau nurodytus reklaminius teiginius, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, jog, pavartojus aukščiau minėtus maisto papildus, bus palaikoma riebalų apykaita, organizmo skysčių pusiausvyra, išlaikyta normali tulžies rūgšties gamyba, normali šlapimo sistemos funkcija, reguliuojamas plaukų folikulų ląstelių augimas, palaikyta medžiagų apykaita ir kepenų veikla, odos ląstelėms bus suteikiamas impulsas be skalpelio ar injekcijų, padidės odos drėgnumas, stangrumas ir elastingumas, sumažės veido raukšlių bei veido odos nelygumų ir pan.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta aukščiau, įvertinusi Tarnybos Protokole nurodytą informaciją bei UAB „New Nordic“ teiktus paaiškinimus, taip pat byloje surinktus įrodymus, daro išvadą, jog UAB „New Nordic“ interneto tinklalapyje www.newnordic.lt, žurnaluose „Žmonės“, „Stilius“ ir „Ieva“ reklamuodama 5 maisto papildus: „Apple Cider“, „HAIR VOLUME“, „Fat Burner“, „Multivitamin active woman“ bei „Skin care Collagen Filler“ ir jų reklamoje vartodama vartotojus klaidinančius 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 „New Nordic“ taikytinų sankcijų

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalimi, skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį ir atsižvelgiant į šio straipsnio 6 ir 7 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė į tai, kad UAB „New Nordic“ skleista reklama galėjo vartotojams sudaryti nepagrįstą įspūdį, kad reklamuojami maisto papildai palaiko riebalų apykaitą, organizmo skysčių pusiausvyrą, kepenų veiklą, normalią tulžies rūgšties gamybą, normalią šlapimo sistemos funkciją, reguliuoja plaukų folikulų ląstelių augimą, padidins odos drėgnumą, stangrumą ir elastingumą, sumažina veido raukšlių bei veido odos nelygumus ir pan., ir dėl šios priežasties vartotojai galėjo būti suklaidinti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „New Nordic“ reklama buvo skleidžiama apie penkis maisto papildus keturiomis sklaidos priemonėmis – interneto tinklalapyje www.newnordic.lt (lankomumas (*duomenys neskelbtini*) lankytojai) bei žurnaluose „Žmonės“ (tiražas (*duomenys neskelbtini*)), „Stilius“ (tiražas (*duomenys neskelbtini*)) ir „Ieva“ (tiražas (*duomenys neskelbtini*)).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad minėta UAB „New Nordic“ reklama interneto tinklalapyje www.newnordic.lt buvo skleista nuo 2018 m. sausio iki 2019 m. gegužės bei žurnaluose „Žmonės“ „Stilius“ ir „Ieva“, todėl reklamos pažeidimo trukmė laikytina kaip didelė.

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad UAB „New Nordic“ tyrimo metu bendradarbiavo, nedelsdama nutraukė teisės aktų neatitinkančios reklamos sklaidą bei ėmėsi įvairiapusių priemonių siekiant užtikrinti, jog bendrovės platinamų produktų reklama atitiktų teisės aktų nuostatas ir vartotojai nebūtų klaidinami.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5 ir 7 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies pažeidimą skirti UAB „New Nordic“ 1000 (vieno tūkstančio) eurų baudą.

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.

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.