



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE DĖL MB „SIGNUMUS“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2020 m. liepos 9 d. Nr. 12R-38

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 vedėjos Mildos Deimantės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyresniosios patarėjos Ingos Grinevičės, Teisės skyriaus vyresniosios patarėjos, pavaduojančios Teisės skyriaus vedėją, Irinos Martinkevič, 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 Šiaulių departamento (toliau – Tarnyba) 2020-04-29 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 57RIP-1 (toliau – Protokolas) dėl MB „Signumus“ (įmonės kodas – 303094698, adresas – Algirdo g. 55-3, Alksniupių k., Radviliškio r. sav.) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-05-26 gavo Tarnybos raštu Nr. 57S-(57.5.)-557 persiustą Protokolą dėl MB „Signumus“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo. Tarnyba Protokole nustatė, kad MB „Signumus“ maisto papildų „Fortivium vitaminas D3“, „Laluna melatonininas su vaistažolių ekstraktu“, „Fortivium Energy“, „Fortivium vitaminas B12 su folio rūgštimi“, „Fortivium multivitaminas“, „Fortivium slim line“, „Fortivium CBD“ reklamoje vartojami sveikatingumo teiginiai, neatitinkantys teisės aktuose nustatytų reikalavimų:

- 1) interneto tinklalapyje www.fortivium.lt nuo 2019-06-20 vartojami teiginiai:
 - a. Apie maisto papildą „Fortivium Energy“: *„tai purškiklis, skirtas žmonėms, kuriems trūksta energijos <...> sveikai širdžiai. Sveikai kraujo sandarai <..> natūralus energijos šaltinis be šalutinio poveikio širdžiai“;*
 - b. Apie maisto papildą „Fortivium vitaminas D3“: *„tai vitaminas D3, vienas naudingiausių maisto papildų, gerinančių bendrą žmogaus sveikatą“;*
 - c. Apie maisto papildą „Laluna melatonininas su vaistažolių ekstraktu“: *„padeda pagerinti miego kokybę ir pailginti bendrą miego laiką. Padeda sutrumpinti laiką, kurio reikia, norint užmigti ir subalansuoti jūsų miego ir būdravimo ciklą. Padeda sumažinti dieną kamuojančio nuovargio simptomus, kuriuos sukelia organizmo paros ritmo sutrikimas, nuskrudus keletą laiko juostų. Pasižymi senėjimą stabdančiomis savybėmis. Buvo įrodyta, kad jis padeda užkirsti kelią ne vienai ligai ir jas gydyti, nes padeda atstatyti normalią hormoninę organizmo veiklą“;*
 - d. Apie maisto papildą „Fortivium vitaminas B12 su folio rūgštimi“: *„vitamino B12 nepakankamumas gali pridaryti negrįžtamų pasekmių, ypač smegenims bei nervų sistemai“;*
 - e. Apie maisto papildą „Fortivium multivitaminas“: *„Su Oksfordo profesoriumi mes sukūrėme pačius stipriausius multivitaminus, kurie skirti kariūnams“;*
- 2) interneto tinklalapyje www.fortivium.lt vartojami teiginiai: *„Moksliniai tyrimai rodo, jog aktyvūs ingredientai, purškiami į vidinę žando pusę, per kapiliarus patenka iš karto į kraujo“;*

sistemą, dėl to net 93-95% elementų yra efektyviai įsisavinami. Palyginimui, kapsulių ar tablečių įsisavinimas siekia vos 10-30%. Aktyvūs ingredientai dulksna purškiamuose „Fortivium“ vitaminuose yra jau pilnai ištirpę ir lengvai pasklinda per purkštuką. Tai reiškia, kad sudėtyje esančius vitaminus ir mineralus organizmui jau nebereikia skaidyti juos prarijus (pvz. tablečių pavidalu) ir yra maksimaliai, net iki 93%, pasisavinami per gleivinės kapiliarus bei ima iškart veikti organizme”; pateikiama vaizdinė medžiaga (nuoroda: <https://www.youtube.com/watch?v=QsQ68hc0264>).

3) interneto tinklalapyje www.lrytas.lt publikuotame straipsnyje „Su medicina nieko bendro neturėjęs lietuvis metė iššūkį farmacijos vilkams“ (nuoroda: <https://www.lrytas.lt/verslas/skmes-istorijos/2019/09/26/news/su-medicina-nieko-bendro-neturejes-lietuvis-mete-issuki-farmacijos-vilkams-11901533/>) vartojami teiginiai: „Vitaminas D3 vienas naudingiausių maisto papildų, gerinančių bendrą žmogaus sveikatą“; „Su Oksfordo profesoriumi mes sukūrėme pačius stipriausius multivitaminus, kurie skirti kariūnams“.

Tarnyba 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 (OL 2011 L 304, p. 18) (toliau – Reglamentas (ES) Nr. 1169/2011) 7 straipsnio 1 dalies a punkto, 2006-12-20 Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (OL 2006 L 404, p. 9) (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006) 5 straipsnio 1 dalies a punkto, 8 straipsnio 1 dalies, 10 straipsnio 1 ir 3 dalies nuostatų dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą.

Tarnyba Protokole nurodė, kad MB „Signumus“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Protokole nustatytos kitos būtinos aplinkybės: protokolo surašymo dieną teiginiai vis dar naudojami.

MB „Signumus“, 2019-07-30 pateikdama paaiškinimus Tarnybai, nurodė, kad, reklamoje yra vartojami moksliniais tyrimais pagrįsti teiginiai apie vitaminų įsisavinimą. 2019-11-06 paaiškinimuose Tarnybai, MB „Signumus“ paaiškino, kad bendrovė siekia vartotojams teikti tik aukščiausios kokybės maisto papildus, todėl pageidauja bendradarbiauti su Tarnyba, peržiūrės visą rinkodarinę medžiagą, kad ji atitiktų teisės aktų reikalavimus. Bendrovė nurodė, kad interneto tinklalapyje www.lrytas.lt publikuotas straipsnis „Su medicina nieko bendro neturėjęs lietuvis metė iššūkį farmacijos vilkams“ negali būti laikomas maisto papildų „Fortivium“ reklama, nes straipsnio turinys nebuvo derinamas su bendrove, bendrovė nesuteikė atlygio už šį straipsnį. Bendrovė paaiškino, kad žurnalistai savo iniciatyva susisieki su bendrove, siekdami publikuoti straipsnį apie inovatyvių maisto papildų specifiką. 2019-11-15 UAB „Lrytas“ paaiškino Tarnybai yra nurodyta, kad nagrinėjamas straipsnis yra parengtas redakcijos iniciatyva. UAB „Lrytas“ paaiškino, kad vykdo projektą „Verslo genas“, todėl viešojoje erdvėje pastebėjus atitinkamą pranešimą spaudai, žurnalistai tą temą, kaip tinkančią nurodytam projektui, išnagrinėja plačiau ir parengia pirmiau nurodytą publikaciją. UAB „Lrytas“ paaiškino, kad redakcija neturėjo tikslo reklamuoti ir nereklamavo produktų, o surado tinkančią vykdomam projektui temą ir ją paviešino atitinkamame interneto portalo skyriuje.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-06-04 kreipėsi į MB „Signumus“, informuodama apie numatytą bylos „Dėl MB „Signumus“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo“ nagrinėjimą bei paprašė pateikti papildomus įrodymus, tačiau iki nustatyto termino bei iki šio nutarimo priėmimo dienos negavo MB „Signumus“ papildomų paaiškinimų.

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 MB „Signumus“ maisto papildų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapiuose www.fortivitum.lt, www.youtube.com, www.lrytas.lt dienraštyje ir socialiniame tinkle „Facebook“, skatina vartotojus įsigyti bendrovės platinamus maisto papildus, taigi, atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymuose įtvirtintą reklamos sąvoką.

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

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

Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a, b ir c 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, taip pat, priskiriant maisto produktui poveikį arba savybių, kurių jis iš tikrųjų neturi, taip pat, darant užuominą apie ypatingas maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą, 2 dalyje nustatyta, kad informacija apie maistą turi būti tiksli, aiški ir vartotojui lengvai suprantama.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 3 straipsnio a, c ir e dalyse nustatyta, kad teiginiai apie maistingumą ir sveikatingumą gali būti vartojami ženklinant, pristatant arba reklamuojant į Bendrijos rinką pateikiamus maisto produktus, tik jei šie teiginiai atitinka šio reglamento nuostatas, taip pat, kad, teiginiai apie maistingumą ir sveikatingumą neturi būti melagingi, dviprasmiški ar klaidinantys bei skatinti ar pritarti perdėtam maisto produkto vartojimui, taip pat, tekstu arba naudojant vaizdinę,

grafinę ar simbolinę išraišką nurodyti organizmo funkcijų pasikeitimus, jei šios nuorodos gali sukelti vartotojo baimę arba ja pasinaudoti, 5 straipsnio 1 dalies a punkte nustatyta, kad vartoti teiginius apie maistingumą ir sveikatingumą leidžiama tik tokiu atveju, jei tenkinamos tokios sąlygos kaip, įrodyta, kad maistinės ar kitos medžiagos, apie kurią pateikiamas teiginys, buvimas, nebuvimas arba mažesnis kiekis maisto produkte ar maisto produktų kategorijai priklausančiuose produktuose pasižymi naudingumu maistiniu arba fiziologiniu poveikiu, įrodytu visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis.

Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1, 2 ir 3 punktuose nustatyta, kad vartotojams turi būti teikiama teisinga informacija apie maistą bei, kad draudžiama klaidinti vartotoją apibūdinant maistą, nurodant jo rūšį, tapatumą, savybes, sudėtį, kiekį, tinkamumo vartoti terminą, kilmę, tvarkymo ir vartojimo būdą ir laikymo sąlygas, taip pat nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes, taip pat, nurodyti, kad koks nors maistas turi ypatingų savybių, jeigu iš tikrųjų tokiomis savybėmis pasižymi visi panašūs gaminiai.

Pažymėtina, kad kiekvienas vartotojas yra suinteresuotas gauti teisingą informaciją apie ketinamą įsigyti produktų savybes. Jei atitinkama informacija netiksli, tai gali iškreipti vidutinio vartotojo elgesį siūlomo produkto atžvilgiu. Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2005-11-17 nutartyje (a. b. Nr. A1-931/2005) konstatavo, kad „vidutinio (paprasto) vartotojo ekonominis elgesys paprastai siejamas su bendru išpūdžiu apie prekę (jos pakuotė, prekės ženklas, bendro pobūdžio informacija apie prekės savybes, prekės kaina), neanalizuojant kiekvienos detalės. Šis principas taikytinas ir prekės reklamai“. Maisto papildų „Fortivium“ reklama, skleidžiama interneto tinklalapiuose www.fortivium.lt, www.youtube.com, www.lrytas.lt dienraštyje ir socialiniame tinkle „Facebook“, kurioje vartoti sveikatingumo teiginiai, neatitinkantys Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 reikalavimų bei teiginiai, kuriais nurodoma ir užsimenama apie žmogaus ligų gydymo ir profilaktines savybes bei kitas savybes, galėjo suklaidinti ar iškreipti vidutinio vartotojo suvokimą. Taigi, MB „Signumus“ maisto papildų „Fortivium“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, pamatęs minėtų maisto produktų reklaminius teiginius, gali nepagrįstai susidaryti išpūdį, jog šie maisto papildai turi naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog MB „Signumus“ minėti produktai nėra vaistiniai preparatai, todėl jie negali būti reklamuojami nurodant vaistinio preparato savybes. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vaistiniams preparatams taikomi reikalavimai yra nustatyti Lietuvos Respublikos farmacijos įstatyme. Šio įstatymo 2 straipsnio 50 dalis nustato, kad vaistas (vaistinis preparatas) – tai vaistinė medžiaga arba jų derinys, pagaminti ir teikiami vartoti, kadangi atitinka bent vieną šių kriterijų: 1) pasižymi savybėmis, dėl kurių tinka žmogaus ligoms gydyti arba jų profilaktikai; 2) dėl farmakologinio, imuninio ar metabolinio poveikio gali būti vartojamas ar skiriamas atkurti, koreguoti ar modifikuoti žmogaus fiziologines funkcijas arba diagnozuoti žmogaus ligas.

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

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija papildomai pažymi, jog MB „Signumus“, reklamuodamas minėtus maisto papildus, vartojo teiginius, kuriais galėjo

nepagrįstai sudaryti įspūdį, kad jie turi naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, o tai neatitiko aukščiau išdėstytų teisės aktų reikalavimų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta aukščiau, įvertinusi Tarnybos Protokole nurodytą informaciją bei MB „Signumus“ teiktus paaiškinimus, taip pat byloje surinktus įrodymus, daro išvadą, jog MB „Signumus“, reklamuodama „Fortivitem“ maisto papildus pateikė vartotojams informaciją, neatitinkančią Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a, b, c punktuose, Reglamento (EB) 1924/2006 3 straipsnio a ir c dalyse ir 5 straipsnio 1 dalies a punkte bei Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1, 2 ir 3 punktuose numatytų reikalavimų ir tokiu būdu pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatą.

3. Dėl MB „Signumus“ 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 7 ir 8 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, jog MB „Signumus“ skleistose reklamose maisto papildai buvo reklamuojami kaip turintys žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes, taip pat nurodoma į bendro pobūdžio, nekonkrečią naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, nepateikiant konkretaus teiginio apie sveikatingumą, dėl šios priežasties vartotojai galėjo būti suklaidinti. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį taip pat atkreipė dėmesį į tai, jog bendrovė, skleisdama reklamą apie maisto papildus, vartotojo stipresnį poveikį vartotojų elgesiui turinčius teiginius (t. y., gąsdinančius, nerimą keliančius – pvz., *„vitamino B12 nepakankamumas gali pridaryti negrįžtamų pasekmių, ypač smegenims bei nervų sistemai“* arba itin išsiskiriančius, atkreipiančius dėmesį – pvz., - *„Su Oksfordo profesoriumi mes sukūrėme pačius stipriausius multivitaminus, kurie skirti kariūnams“*).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad MB „Signumus“ reklama buvo skleidžiama apie septynis maisto produktus (maisto papildą „Fortivitem vitaminas D3“, „Laluna melatoninas su vaistažolių ekstraktu“, „Fortivitem Energy“, „Fortivitem vitaminas B12 su folio rūgštimi“, „Fortivitem multivitaminas“, „Fortivitem slim line“, „Fortivitem CBD“) keliomis sklaidos priemonėmis – interneto tinklalapiuose www.fortivitem.lt, www.youtube.com, www.lrytas.lt dienraštyje ir socialiniame tinkle „Facebook“. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgė į tai, jog reklama buvo skleidžiama internete, todėl reklama buvo pasiekama ne regioniniu, o nacionaliniu mastu. Atkreiptinas dėmesys, jog Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2011-08-11 nutartimi Nr. A492-2642/2011 konstatavo, jog informacija internete yra prieinama žymiai didesnei daliai vartotojų negu spausdintuose leidiniuose, todėl pažeidimo mastas turi būti vertinamas kaip didelis.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad interneto tinklalapyje www.fortivitem.lt sklaidos pradžia yra nuo 2019-06-20, interneto tinklalapyje www.youtube.com, www.lrytas.lt dienraštyje ir socialiniame tinkle „Facebook“ tiksli sklaidos pradžia nenustatyta, šiuo metu reklamos sklaida yra iš dalies pakoreguota.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgė į tai, kad MB „Signumus“ tik iš dalies pakoregavo teisės aktų neatitinkančią reklamą, todėl teigtina, kad Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidžianti reklama nėra nutraukta nutarimo priėmimo metu.

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija nenustatė lengvinančių bei sunkinančių aplinkybių.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 ir 8 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies pažeidimą skirti MB „Signumus“ 2000 (dviejų tūkstančių) 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