



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE UAB „KOKO LT“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO
PAŽEIDIMO**

2020-03-12 Nr. 12R-10

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktorės pavaduotojos Neringos Baronienės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušlyienės, 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) 2019-12-12 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. 69RIP-32 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Koko LT“ (įmonės kodas – 304694984, adresas – Laisvės pr. 60-1107, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-12-13 gavo Tarnybos raštu Nr. 69D1-(69.5)-3848 persiustą Protokolą dėl UAB „Koko LT“ reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo. Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Koko LT“ skleistoje maisto produktų „Koko tea 14 day detox“, „Koko tea 28 day detox“, „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“ reklamoje vartojami sveikatingumo teiginiai, neatitinkantys teisės aktuose nustatytų reikalavimų:

1) interneto tinklalapyje www.kokosmile.lt reklamuojant maisto produktus „Koko tea 14 day detox“ ir „Koko tea 28 day detox“ naudojami teiginiai:

a. *„Pagrindinė nepavykusio svorio metimo priežastis – apetito nekontroliavimas. 14 ir 28 dienų detox kurse esančios natūralios veikliosios medžiagos užtikrina sumažėjusį apetitą be jokių nemalonių pokyčių. Tai yra pagrindinis mūsų produkto išskirtinumas, kuris leidžia siekti savo lieknėjimo tikslų be diskomforto“;*

b. *„Galingas visų natūralių ingredientų mišinys, su reikalingais antioksidantais ir ECGC! Veikliosios medžiagos ingredientų sudėtyje: organinės ir amino rūgštys, alkaloidai, fruktozės, eteriniai aliejai, kalcis, magnis, geležis, kalis, chloras, natris, fosforas, vitaminai C, B1, B12, B2, K, A, D, U“;*

c. *„slopina apetitą; Skatina riebalų deginimą; Detoksikuoja ir valo toksinus; Kovoja su išpūsto pilvo problema“;*

d. *„14 day detox weight loss“; „28 day detox weight loss“; „herbal tea supplement“;*

e. Produktų aprašymuose pateikiama nuotrauka, kurioje vaizduojama matavimo juosta ir liemens apimtį mažinantis poveikis;

2) UAB „Koko LT“ socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje reklamuojant maisto produktus

„Koko tea 14 day detox“ ir „Koko tea 28 day detox“ naudojami teiginiai: *„slopina apetitą; Skatina riebalų deginimą; Detoksikuoja ir valo toksinus; Kovoja su išpūsto pilvo problema“*;

3) Interneto tinklalapyje www.balancepharm.lt reklamuojant maisto produktus „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“ naudojami teiginiai:

a. „Detox cleanse“ <...> *šalina susikaupusius toksinus; greitina medžiagų apykaitą; atstato žarnyno veiklą; šalina pilvo pūtimą*“;

b. „Detox cleanse“ <...> *galingas visų natūralių ingredientų mišinys leidžia būti 100% užtikrintiems produkto veiksmingumu. Veikliosios medžiagos šalina susikaupusius toksinus, subalansuoja medžiagų apykaitą bei žarnyno veiklą. Šie procesai yra pagrindiniai siekiant geros savijautos ir išvaizdos. 100% natūrali sudėtis*“;

c. Pateikiama vaizdinė išraiška, nurodanti organizmo funkcijų pasikeitimus: produkto „Detox cleanse“ aprašyme pateikiama nuotrauka, kurioje vaizduojama delnais apgaubta pilvo sritis aplink bambą, imituojuojant kamuolį;

d. „Slim burn fat“ <...> *slopina apetitą, skatina riebalų deginimą, šalina pilvo pūtimą; greitina medžiagų apykaitą*“;

e. „Slim burn fat“ <...> *pagrindinė nepavykusio svorio metimo priežastis – apetito nekontroliavimas. BalancePharm skaidulose esančios veikliosios medžiagos ir vitaminai slopina apetitą, skatina riebalų deginimą bei greitina medžiagų apykaitą. Subalansavus šiuos procesus pašalinami nereikalingi kilogramai, dingsta pilvo pūtimas bei sugrįžta puiki savijauta ir išvaizda*“;

f. Pateikiama vaizdinė medžiaga, nurodanti organizmo funkcijų pasikeitimus: produkto „Slim burn fat“ aprašyme yra pateikiama nuotrauka, kurioje vaizduojama matavimo juosta ir liemens apimtį mažinantis poveikis.

g. Produktų „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“ pakuotės ženkliniame nurodomi bendro pobūdžio teiginiai: prekės ženklas „Balance Pharm“, „detox cleanse; detox; detoxifies“, „slim; burn fat; weight loss“.

Tarnyba nustatė, kad reklama buvo skleidžiama: bendrovės socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje nuo 2019-01-08 iki 2019-08-09, interneto tinklalapyje www.kokosmile.lt (tikslus sklaidos periodas nenustatytas, tačiau interneto tinklalapio www.domreg.lt duomenimis, interneto tinklalapis www.kokosmile.lt įkurtas 2018-01-07, reklamos sklaida užfiksuota nuo 2019-04-19 iki 2019-12-12) ir interneto tinklalapyje www.balancepharm.lt (tikslus sklaidos periodas nenustatytas, tačiau interneto tinklalapio www.domreg.lt duomenimis, interneto svetainė www.balancepharm.lt įkurta 2019-11-09, reklamos sklaida užfiksuota nuo 2019-12-02 iki 2019-12-12).

Tarnyba nustatė, kad reklamoje vartojami teiginiai neatitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatos, 2002-01-28 Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 178/2002, nustatančio maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiančio Europos maisto saugos tarnybą ir nustatančio su maisto saugos klausimais susijusias procedūras (OL 2004 m. specialusis leidimas, 15 skyrius, 6 tomas, p. 463) (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 178/2002) 16 straipsnio, 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 ir e dalių, 5 straipsnio 1 dalies a punkto, 8 straipsnio 1 dalies, 10 straipsnio 1 dalies, 2 dalies ir 3 dalies, 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, 4 dalies a punkto, 14 straipsnio 1 dalies a ir b punktų, Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 ir 4 punkto reikalavimų dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą.

Tarnyba nustatė, kad UAB „KOKO LT“ reklamoje pateikti maistingumo ir sveikatingumo teiginiai, kurie neatitinka Reglamente (EB) Nr. 1924/2006 nustatytų reikalavimų, galėjo suklaidinti ir iškreipti vidutinio vartotojo ekonomini elgesį šių produktu atžvilgiu bei skatinti įsigyti aukščiau nurodytus produktus. Tarnyba nustatė, kad vertinant pateiktą informaciją pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris skaitydamas reklaminius teiginius, neatskiria teiginių apie produkto savybes ir vertina reklamą kaip visumą, galėto nepagristai susidaryti įspūdį, kad reklamuojami maisto produktai turi naudą sveikatai, ir galėjo būti suklaidintas dėl produkto ypatybių.

UAB „Koko LT“, 2019-05-20 pateikdama paaiškinimus Tarnybai, nurodė, kad, nagrinėjami produktų aprašymai pasirinkti įvertinus rinkoje esančių produktų pakuočių ženklumą, taip pat pasiremta moksliniu tyrimu paskelbtu tarptautinėje leidinių duomenų bazėje (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4818050/>).

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai, nurodė, kad skleidžiama informacija apie poveikį sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai atitinka Europos Komisijos koordinuojamame registre pateikiamus teiginius apie sveikatingumą. Tarnyba nustatė, kad bendrovės skleisti teiginiai neatitinka Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 2 dalies nuostatos, kad teiginiai apie sveikatingumą leidžiami tik tuo atveju, jei toliau nurodyta informacija yra pateikta etiketėje, o jei etiketės nėra – pateikime ir reklamoje: a) teiginys, kuriame nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarba; b) būtinas suvartoti maisto produkto kiekis ir vartojimo būdas, norint užtikrinti teiginyje nurodytą naudingą poveikį. Tarnyba nustatė, kad interneto tinklalapyje www.balancepharm.lt maisto produktų „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“ aprašymuose informacija apie būtiną suvartoti maisto produkto kiekį, norint užtikrinti teiginyje nurodytą naudingą poveikį, nepateikta, nėra teiginio, kuriame nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos ir sveiko gyvenimo būdo svarba.

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai, nurodė, kad pagal Europos Komisijos teiginių apie sveikatingumą registrą, leidžiama vartoti teiginius, susijusius su gliukomanano savybėmis mažinant svorį bei palaikant normalią cholesterolio koncentraciją kraujyje, o vertinant teiginių, jog produktai atstato žarnyno veiklą, šalina pilvo pūtimą, greitina medžiagų apykaitą bei slopina apetitą, skatina riebalų deginimą, teisingumą, būtina atsižvelgti į tai, koku būdu pasireiškia gliukomanano poveikis mažinant svorį. Tarnyba nustatė, kad pagal 2012-05-16 Komisijos reglamento (ES) Nr. 432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą (toliau – Reglamentas (ES) Nr. 432/2012) priedą „Leidžiamų vartoti teiginių apie sveikumą sąrašas“ galimas vartoti sveikatingumo teiginys yra: *„laikantis sumažintos energinės vertės dietos gliukomananas padeda mažinti svorį“*, o teiginio vartojimui yra nurodytos sąlygos: *„teiginys gali būti vartojamas kalbant tik apie maisto produktą, kurio kiekybiškai išreikštoje porcijoje yra 1 g gliukomanano, norint vartoti teiginį vartotojui pateikiama informacija, kad teigiamas poveikis pasireiškia suvartojant prieš valgį per parą 3 g gliukomanano trimis porcijomis po 1 g, kartu išgeriant 1-2 stiklines vandens, jei laikomasi sumažintos energinės vertės dietos.“* Taip pat nurodomi reikalavimai nurodyti perspėjimą dėl užspringimo žmonėms, kurie patiria rijimo sunkumų, arba patarimas gerti daug vandens, kad medžiaga tikrai pasiektų skrandį. Tarnyba nustatė, kad vadovaujantis Reglamento (ES) Nr. 432/2012 priedu galimas sveikatingumo teiginys yra: *„gliukomananas padeda palaikyti normalią cholesterolio koncentraciją kraujyje“*, tačiau jis turi atitikti šiam teiginiui keliamas sąlygas, tai yra, *„teiginys gali būti vartojamas kalbant tik apie maisto produktą, su kuriuo per parą gaunama 4 g gliukomanano. Norint vartoti teiginį, vartotojui pateikiama informacija, kad teigiamas poveikis pasireiškia per parą suvartojant 4 g gliukomanano“*. Tarnyba nustatė, kad interneto tinklalapyje www.balancepharm.lt maisto produktų „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“ aprašymuose nėra informacijos apie maisto produktuose esantį gliukomanano kiekį, o toks sveikatingumo teiginių apie produktą pateikimas neatitinka Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 keliamų reikalavimų.

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai, nurodė, kad trikalčio citratas – tai kalcio pateikimo forma, kuri palengvina kalcio pasisavinimą. Tai – tiek „Detox

cleanse“, tiek „Slim burn fat“ produktų sudedamoji dalis, vertinant teiginių, jog produktai greitina medžiagų apykaitą bei skatina riebalų deginimą konkretumą, būtina atsižvelgti į tai, koku būdu pasireiškia kalcio poveikis prisidedant prie energiją teikiančios medžiagų apykaitos. Tarnyba nustatė, kad Reglamento (EB) Nr. 1170/2009 dėl vitaminų ir mineralinių medžiagų bei jų formų, kurių galima pridėti į maisto produktus, įskaitant maisto papildus, sąrašų III priede „Vitaminų formulės ir mineralinės medžiagos, kuriomis galima papildyti maisto produktus“ grafoje „Mineralinės medžiagos“ nurodoma, kad leistina maisto produktuose medžiaga yra „kalcio citrato malatas“, o Reglamento (EB) Nr. 1333/2008 sudarant Sąjungos maisto priedų, leistinų naudoti maisto produktuose, sąrašo B dalyje „Visų maisto priedų sąrašas“, 3 lentelėje „Maisto priedai, išskyrus dažiklius ir saldiklius“ Kalcio citratas (E333) priskiriamas maisto priedams. Tarnyba nustatė, kad, UAB „KOKO LT“ nepateikė jokios informacijos apie produktų sudedamųjų dalių formas bei kiekius, todėl nėra aišku, kokia kalcio forma ir kiekis yra „Detox cleanse“ bei „Slim bum fat“ produktuose, taip pat nepateikti patvirtinantys dokumentai, kad trikalčio citratas yra kalcio pateikimo forma, kuri palengvina kalcio pasisavinimą. Tarnyba nustatė, kad Reglamento (EB) Nr. 432/2012 priede nurodoma, kad *„kalcis padeda palaikyti normalią energijos apykaitą, o teiginys gali būti vartojamas jeigu atitinka teiginio vartojimo sąlygas“*, teiginys gali būti vartojamas kalbant tik apie tą maisto produktą, kuris yra bent jau kalcio šaltinis, o sveikatingumo teiginių „greitina medžiagų apykaitą“ bei „skatina riebalų deginimą“, pateiktų maisto produktų „Detox cleanse“ ir „Slim bum fat“ aprašymuose, Reglamente (EB) Nr. 432/2012 nėra.

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai nurodė, kad magnio citratas yra magnio pateikimo forma, esanti produkto „Slim bum fat“ sudedamąja dalimi, vertinant teiginių, jog produktai „greitina medžiagų apykaitą“ bei „skatina riebalų deginimą“, konkretumą, būtina atsižvelgti į tai, koku būdu pasireiškia magnio poveikis prisidedant prie energiją teikiančios medžiagų apykaitos. Tarnyba nustatė, kad Reglamente (EB) Nr. 1924/2006 yra aiškiai išdėstoma, koku atveju teiginiai apie sveikatingumą yra draudžiami, išskyrus atvejus, nurodytus 10 straipsnio 1 ir 2 dalyse. Reglamento (EB) Nr. 432/2012 priede nurodoma, kad *„magnis padeda palaikyti normalią energijos apykaitą“*, o teiginys gali būti vartojamas jeigu atitinka teiginio vartojimo sąlygas: *„teiginys gali būti vartojamas kalbant tik apie tą maisto produktą, kuris yra bent jau magnio šaltinis, o sveikatingumo teiginių „greitina medžiagų apykaitą“ bei „skatina riebalų deginimą“, nurodytų maisto produkto „Slim bum fat“ aprašymuose, Reglamente (EB) Nr. 432/2012 nėra pateikta.*

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai nurodė, kad: *„Vitaminas B6 yra „Slim bum fat“ produkto sudedamoji dalis“, nepateikiama informacija apie vitamino B6 formą ir kiekį, esantį minėtame maisto produkte, o tai yra būtina sąlyga norint naudoti sveikatingumo teiginius. Bendrovė nurodė, kad vitaminas B6 prisideda prie medžiagų apykaitos greitinimo bei riebalų deginimo“* nėra įtrauktas į Reglamento (EB) Nr. 432/2012 priedą.

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai nurodė, kad kadangi nustatyta, jog produktų sudėtinės dalys pasižymi naudingu arba fiziologiniu poveikiu, įrodytu visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis ir prie produkto „Slim bum fat“ pateikiama asociatyvi nuotrauka vaizduoja asmenį, laikantį matavimo juostą, apsuktą aplink liemenį. Bendrovė paaiškino, kad tai yra asociacija su galimu kūno svorio mažėjimu bei pateikiamas teiginys yra atitinkantis keliamus reikalavimus. Bendrovė nurodė, kad prie produkto „Detox cleanse“ pateikiama asociatyvi nuotrauka vaizduoja asmenį, laikantį rankas prieš pilvo sritį bei jomis įrėminant pilvo srities vaizdą. UAB „Koko“ paaiškino, kad ši nuotrauka – tai asociacija su teigiamu poveikiu organizmui, bendru savijautos gerinimu, svorio mažinimu, normalia energiją teikiančia medžiagų apykaita bei normalaus virškinimo fermentų veikimu.

Tarnyba nustatė, kad, UAB „KOKO LT“ nepateikė jokios informacijos apie produktu sudedamųjų dalių formas ir jų kiekius, todėl nėra aišku kokios sudedamosios dalys ir jų kiekiai yra „Slim bum fat“ ir „Detox cleanse“ produktuose, kas yra svarbu, norint naudoti sveikatingumo teiginius.

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai nurodė, kad „produkto „Detox cleanse“ aprašyme pateikiama formuluotė, nurodanti apie natūralią sudėtį, produkto veiksmingumą bei galimą veikliųjų medžiagų poveikį yra vertintos kartu su tame pačiame aprašyme pateiktais teiginiais, pateikiančiais informaciją apie produktu efektus“, tačiau Tarnyba nurodė, kad bendrovė nepateikė patvirtinančių dokumentų, kad produkto „Detox cleanse“ sudedamosios dalys yra 100 proc. natūralios.

UAB „Koko LT“, 2019-12-10 pateikdama paaiškinimus Tarnybai nurodė, kad šiuo metu prekės yra parduodamos tik internetinėje parduotuvėje, kurioje lietuvių kalba pateiktas prekių bei jų sudėtinių dalių ir maistinės vertės aprašymas. Tarnyba nustatė, kad Reglamente (ES) Nr. 1169/2011 numatyti reikalavimai, taikomi nuotolinę prekybą vykdančioms ūkio subjektams, 14 straipsnio 1 dalis nustato, kad „fasuotų maisto produktų, kuriais prekiaujama nuotolinėmis ryšio priemonėmis, atveju: a) privaloma informacija apie maistą, išskyrus 9 straipsnio 1 dalies f punkte nustatytus duomenis, pateikiama nepasibaigus pirkimo procesui ir išdėstoma informacinėje medžiagoje, kuria naudojamosi prekiaujant nuotoliniu būdu, arba pateikiama kitomis maisto verslo operatoriaus aiškiai nurodytomis tinkamomis priemonėmis. Kai naudojamos kitos tinkamos priemonės, maisto verslo operatorius pateikia privaloma informaciją apie maistą be papildomo mokesčio vartotojams; b) visi privalomi duomenys turi būti pateikiami pristatymo metu“. Tarnyba nustatė, kad informacijos pateikimas interneto tinklalapyje www.balancepharm.lt apie maisto produktus „Slim bum fat“ ir „Detox cleanse“ neatitinka nuotolinei prekybai keliamų Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 reikalavimų.

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Koko LT“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą. Protokole nustatytos kitos būtinos aplinkybės: UAB „Koko LT“ 2019-05-20 rašte „Dėl informacijos pateikimo“ nurodė, kad apgailėstauta dėl susiklosčiusios situacijos ir gavusi Tarnybos pastabas bei nurodymus ėmėsi veiksmų – pakoregavo interneto tinklalapyje www.kokosmile.lt skleidžiamus teiginius, tačiau koreguojant informaciją apie produktus „Koko tea 14 day detox“ bei „Koko tea 28 day detox“ interneto svetainėje www.kokosmile.lt buvo atsižvelgta ne į visas pastabas.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-03-06 gavo UAB „Koko LT“ raštą, kuriame bendrovė, pateikdama paaiškinimus, nurodė, kad šiuo metu ginčijama reklama nebėra skleidžiama, bendrovė nurodė, kad ginčijama reklama buvo skleista interneto tinklalapyje www.kokosmile.lt nuo 2019-01-01 iki 2019-05-20; interneto tinklalapyje www.balancepharm.lt nuo 2019-11-10 iki 2020-03-01; socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje www.facebook.com 2019 m. gegužės mėn.

UAB „Koko LT“ nurodė, kad nesutinka su Protokole pateiktomis išvadomis dėl teiginių „slopina apetitą“, „Užtikrina sumažėjusį apetitą“, kadangi jie negali būti laikomi teiginiais, nurodančiais naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, kadangi jų turinys nenustato ryšio su konkrečiomis sveikatos problemomis ar jų sprendimu, taip pat – teigiamo poveikio sveikatai. UAB „Koko LT“ nurodė, kad pagal Lietuvių kalbos žodyną, apetitas – tai noras valgyti, apetito buvimas nėra laikomas asmens sveikatos sutrikimu, nurodomas poveikis apetitui nėra poveikis sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, apetitais yra subjektyvus asmens noras, kuris priklauso ne vien nuo fiziologinių organizmo funkcijų, bet ir tokių faktorių, kaip nuotaika, aplinka. UAB „Koko LT“ nurodė, kad apetito buvimas ar jo nebuvimas nenulemia geros savijautos.

UAB „Koko LT“ nurodė, kad teiginys „Skatina riebalų deginimą“ taip pat nėra susijęs su sveikata ar su sveikata susijusia gera savijauta. UAB „Koko LT“ nurodė, kad „riebalai“ vartotojų yra interpretuojami kaip žmogaus kūne poodiniame sluoksnyje esantys riebalai, jų „deginimas“ – tai natūrali, savaime vykstanti organizmo funkcija, kurios metu lipidinio audinio ląstelėse sukaupti riebalų masė paverčiama energija. UAB „Koko LT“ nurodė, kad tokiu būdu apibrėžtas „riebalų deginimas“ vyksta atliekant bet kokius fizinius veiksmus, ir nėra susijęs su konkrečiu sveikatingumo poveikiu, be to, kūno riebalų kiekis nėra sveikatą ar sveikatingumą apibrėžiantis kriterijus.

UAB „Koko LT“ nurodė, kad teiginys „greitina medžiagų apykaitą“ yra susijęs su fraze „skatina riebalų deginimą“, tačiau jos prasmė bendrinėje šnekamojoje kalboje yra abstraktesnė – „lėta“ ar „greita“ „medžiagų apykaita“ vartojama neformaliai teikiant informaciją apie numanomas svorio augimo ar jo mažėjimo priežastis (dažniausias kontekstas, kuriame sutinkama ši frazė – tam tikros dietos ar mitybos įpročių aptarimas vertinant jų poveikį skirtingiems individams). Bendrovė paaiškino, kad medžiagų apykaita žmogaus organizme vyksta visą laiką, ji suintensyvėja didelio fizinio aktyvumo metu ir sulėtėja nesant fizinio aktyvumo, tačiau kasdienėje kalboje frazė „greita medžiagų apykaita“ vartojama kaip bendra asmens savybė greičiau paversti su maistu suvartojamas kalorijas energija, o ne poodiniais riebalais. UAB „Koko LT“ nurodė, kad teiginys „greitina medžiagų apykaitą“, vartotojo interpretuojamas kaip poveikis poodinio riebalų sluoksnio augimo greičiui, nesudaro prielaidų to kaip galimo poveikio sveikatai, kadangi medžiagų apykaitos greitis neturi poveikio sveikatai ar su sveikatingumu susijusiai gerai savijautai.

UAB „Koko LT“ nurodė, kad teiginiai „Detoksikuoja ir valo toksinus“, „*detox cleanse*“, „*detox*“, „*detoxifies*“ yra vertintini atsižvelgiant į tai, kokia prasmė priskiriama žodžiams „toksinai“ bei „detoksikacija“. UAB „Koko LT“ nurodė, kad „detoksikacija“ yra vartojamas kasdienėje kalboje, ne tik mediciniame kontekste, sutinkamas tokiuose junginiuose, kaip „skaitmeninė detoksikacija“ (skaitmeninių dirgiklių, tokių, kaip kompiuteris, mobiliojo telefono programėlės ar kitų elektroninių prietaisų atsisakymas tam tikram laiko tarpui), „detoksikacijos stovyklos“ (kuriose meditacijos ar kitų psichologijos technikų pagalba siekiama suvaldyti stresą, pagerinti psichologinę savijautą), „psichologinė detoksikacija“ (anglų kalba „*mental detox*“, asocijuojama su gyvenimo būdo keitimu atsisakant negatyvių emocijų). UAB „Koko LT“ nurodė, kad „toksinai“, „toksiškas“ taip pat vartojami ne vien medicinine prasme: „toksiškas žmogus“, „toksiška darbo aplinka“ (darbovietės aplinka, kurioje asmuo jaučia blogas emocijas, jaučiasi žeminamas, nevertinamas ar įžeidinėjamas), ar „toksiški santykiai“ (konfliktiški, nelygiaverčiai, destruktivūs asmenų tarpusavio santykiai). Bendrovė nurodė, kad dėl plačiai paplitusio šių žodžio vartojimo ne mediciniame kontekste galima teigti, jog kasdienėje kalboje frazės „detoksikacija“ ir „toksinų valymas“ vartojamos siekiant ne apibūdinti medicininį procesą, o išreikšti procesą, kurio metu asmuo atsiriboja nuo negatyvų poveikį turinčių reiškinų, pakeičia gyvenimo būdą, rūpinasi savo gerove. Šia prasme vartojami teiginiai reiškia asmens siekio keisti gyvenimo būdą pozityvia linkme realizavimą, žalingų įpročių atsisakymą, gyvensenos tobulinimą.

UAB „Koko LT“ nurodė, kad teiginį „Kovoja su išpūsto pilvo problema“ reikia vertinti, atsižvelgiant į tai, kaip vartotojai įprastai supranta frazę „išpūstas pilvas“ bei reiškinio priežastis, nurodė, kad teiginys „išpūstas pilvas“ vartojamas apibūdinti pilvo „išpūtimo“ pojūčiui virškinamajame trakte kaupiantis dujoms, arba „išpūtimas“, kai suvartojamas maisto kiekis, visiškai pripildantis skrandį ir ištempiantis jo sienelės, nurodė, kad tokiu būdu sukeltas pojūtis nėra žalingas sveikatai, todėl frazė, jog produktas „kovoja su išpūsto pilvo problema“ nėra laikytina poveikį sveikatingumui ar naudą sveikatai apibūdinančiu teiginiu.

UAB „Koko LT“ nurodė, kad teiginys „sugrįžta puiki savijauta ir išvaizda“ yra vertintinas kaip poveikio asmens savimonei aprašymas: „išvaizda“ – tai sąvoka, vertinama per subjektyvią nuomonę. Todėl šiame kontekste „savijauta“ negali būti suprantama vien kaip susijusi su sveikatingumu – asmens savijauta priklauso nuo daugeto faktorių, todėl frazė „sugrįžta puiki savijauta ir išvaizda“ negali būti vertinama kaip teikianti nuorodą į poveikį sveikatai.

UAB „Koko LT“ nurodė, kad grafinė iliustracija, vaizduojanti matavimo juostą ir liemens apimtį yra asociatyvus vaizdas, neimplikuojantis konkrečių rezultatų, svorio pokytis gali būti interpretuojamas skirtingai, svorio pokyčiai dažniausiai vyksta ne dėl konkrečių organizmo funkcijų pasikeitimo, o dėl gyvenimo būdo, todėl iliustracija negali reikšti nei teiginio apie sveikatingumą, nei nuorodos į konkretų poveikį organizmui ir siejama su bendru gyvenimo būdu, pokyčių vykdymu.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius paaiškinimus ir įrodymus, Valstybinė 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 „Koko LT“ maisto produktų reklama, kuri buvo skleidžiama interneto tinklalapiuose www.kokosmile, www.balancepharm.lt ir UAB „Koko LT“ socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje, skatina vartotojus įsigyti bendrovės platinamus maisto papildus, taigi, atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatymuose įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl UAB „Koko LT“ 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 punkte 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, 3 dalyje nustatyta, kad taikant specialios paskirties maisto produktams taikomuose Europos Sąjungos teisės aktuose numatytas nukrypti leidžiančias nuostatas, informacijoje apie maistą maisto produktams neturi būti priskiriamos žmogaus ligų profilaktinės ar gydomosios savybės arba daroma į jas nuoroda.

Reglamento (EB) Nr. 178/2002 16 straipsnyje nustatyta, kad nepažeidžiant konkretesnių maisto produktų 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 (EB) Nr. 1924/2006 3 straipsnio a ir c 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, 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 naudingu maistiniu arba fiziologiniu poveikiu, įrodytu visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis, 10 straipsnio 2 dalies a punkte nustatyta, kad reklamuojant maisto papildus, teiginiai apie sveikatingumą leidžiami tik tuo atveju, jei ženkliname, o jei ženklavimo nėra – pateikime ir reklamoje – yra pateikti teiginiai, kuriuose nurodoma įvairios ir subalansuotos mitybos bei sveiko gyvenimo būdo svarba.

Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 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.

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 „Koko LT“ maisto produktų „Koko tea 14 day detox“, „Koko tea 28 day detox“, „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, pamatęs minėtų maisto produktų reklaminius teiginius, gali nepagrįstai susidaryti įspūdį, jog šie maisto produktai turi naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Atkreiptinas dėmesys, jog UAB „Koko LT“ 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.

Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 2 ir 3 punktuose nustatyta, kad vartotojams turi būti teikiama teisinga informacija apie maistą bei, kad draudžiama nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes; nurodyti, kad koks nors maistas turi ypatingųjų savybių, jeigu iš tikrųjų tokiomis savybėmis pasižymi visi panašūs gaminiai.

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 UAB „Koko LT“, reklamuodama minėtus produktus, 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 UAB „Koko LT“ teiktus paaiškinimus, taip pat byloje surinktus įrodymus, daro išvadą, jog UAB „Koko LT“, reklamuodama 4 maisto produktus („Koko tea 14 day detox“, „Koko tea 28 day detox“, „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“) pateikė vartotojams informaciją, neatitinkančią Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a punkte, Reglamento (EB) Nr. 178/2002 16 straipsnyje, Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 3 straipsnio a ir c dalyse, 5 straipsnio 1 dalies a punkte, 10 straipsnio 2 dalies a punkte bei Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 punktuose numatytų reikalavimų ir tokiu būdu pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatą.

3. Dėl UAB „Koko LT“ 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 UAB „Koko LT“ skleistose reklamose maisto produktai 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 mastą, atsižvelgė į tai, kad UAB „Koko LT“ reklama buvo skleidžiama apie keturis maisto produktus („Koko tea 14 day detox“, „Koko tea 28 day detox“, „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“) ir keliomis sklaidos priemonėmis – interneto tinklalapiuose www.kokosmile.lt, www.balancepharm.lt ir UAB „Koko LT“ socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, kad bendrovės pajamos iš produktų „Koko tea“, „Detox cleanse“ ir „Slim burn fat“ 2019 m. sudarė (*duomenys neskelbtini*).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad reklama buvo skleidžiama: bendrovės socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje nuo 2019-01-08 iki 2019-08-09, interneto tinklalapyje www.kokosmile.lt nuo 2019-01-01 iki 2019-12-12 ir interneto tinklalapyje www.balancepharm.lt reklamos sklaida užfiksuota nuo 2019-11-10 iki 2020-03-01.

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

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad UAB „Koko LT“ tyrimo metu padėjo tyrimą vykdančiai Tarnybai (pateikė paaiškinimus raštu, koregavo skleidžiamą reklamą).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad skleidžiama reklama nėra visa apimtimi pakoreguota pagal Tarnybos Protokole nustatytus pažeidimus, bendrovė ne visa apimtimi sutinka su pažeidimu.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 7 ir 8 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies pažeidimą skirti UAB „Koko LT“ 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