



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „SIMNEKA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

Nr.
Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktorės Godos Aleksaitės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), direktoriaus pavaduotojos Aidos Gasiūnaitės – Stavginskienės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Tyrimų ir prevencijos skyriaus vedėjos Ingos Grinevičės bei Tyrimų ir prevencijos skyriaus vyresniosios patarėjos Justinos Kirstukės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, išnagrinėjo bylą pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Priežiūros departamento Kauno apygardos priežiūros skyriaus (toliau – Tarnyba) 2024-08-29 Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo protokolą Nr. RĮP (RĮ) – 8 (toliau – Protokolas) dėl UAB „Simneka“ (įmonės kodas – 305604274, adresas – Draugystės g. 17-1, Kaunas) Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo bei pareiškėjo Algimanto Kvecio pranešimą dėl UAB „Simneka“ (įmonės kodas – 305604274, adresas – Draugystės g. 17-1, Kaunas) Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo.

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

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2024-08-30 Tarnybos raštu Nr. S6-(8.10E)-12995 gavo 2024-08-29 Protokolą dėl UAB „Simneka“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo. Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Simneka“ maisto produkto fasuoto geriamojo vandens „TROPOSPHERIC WATER“ reklamoje, skleistoje UAB „Simneka“ socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje „Struktūrizuotas vanduo“, reklaminėse skrajutėse, interneto svetainėje www.troposphericwater.lt buvo vartojami nepatvirtinti, draudžiami teiginiai.

1. Reklamuojant maisto produktą – geriamąjį vandenį „TROPOSPHERIC WATER“ socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje „Struktūrizuotas vanduo“ aprašomojoje dalyje naudojami nepatvirtinti, draudžiami teiginiai: „*Kaip sau padėti? Užtikrinkite, kad organizme būtų pakankamai deguonies, taip toksinės medžiagos pasišalins iš organizmo greičiau ir lengviau. Dar geriau, jei yra galimybė vartoti deguonies turintį vandenį*“; „*Lietuvių kuriamas unikalus produktas – Troposferinis © (Tropo ©) vanduo gali pagerinti sveikatos būklę, praturtinti ir išryškinti maisto produktų sudėtį. Miško deguonies savyje turintis Tropo © vanduo: Aktyvina ląstelių regeneraciją Spartina fermentuotų ir panašių produktų gamybos procesus. Išryškina subtiliausius produktų skonius*“; „*Tam labai tinka Troposferinis © vanduo. Šiame deguonies turinčiame vandenyje nėra kalcinatų ir cheminių elementų, jis suaktyvina biologinius procesus ir prisideda prie geros savijautos*“; „*Troposferinis © (Tropo ©) vanduo turi sukaupęs išskirtinai didelį gryno deguonies bei natūralių mineralų kiekį. Jame nėra kietųjų dalelių, kadangi iš žemės atmosferos išgautas Tropo © lašas vėlesniuose gamybos procesuose yra nuodugnai ir kruopščiai perdirbamas paliekant Tropo ©*

ypatingai tyrą su natūraliais elementais, reikalingais žmogui“; „Su TROPO sferiniu vandeniu organizmas ne tik gauna naudos iš vandens, bet ir energijos iš gryo deguonies“; „Jei investuojate į papildus, į sveikatą, - užgerkite juos su TROPO vandeniu. Kelios stiklinės per dieną kartu su gerais papildais gali duoti stipresnį ir greitesnį papildų poveikį, energijos užtaisą“; „Šis produktas turi natūraliai minimalų natūralių mineralų kiekį ir yra gausiai prisotintas natūralaus troposferos deguonies. TROPOSPHERIC WATER – vanduo skirtas gerinimui ir kūno biologinių procesų aktyvinimui, detoxui.<...>“; „TROPO vandens galia - jo gyvybingume. Vandens švara jungtyje su švairiu deguonimi suteikia kūnui unikalią galią atsistatyti, apšvalyti bei pernešti maistines medžiagas“; „POŽYMIAI, KAD GERIATE NEPAKANKAMAI VANDENS ARBA NEKOKYBIŠKĄ VANDENĮ: - sausa oda, kurios būklė negerėja net naudojant tinkamas kosmetikos priemones;- sausa, lipni burna ir troškulys yra dehidratacijos požymiai; - galvos skausmai, nuovargis dažnai lydi dehidratacijos būseną; - bloga nuotaika, apatija irgi gali būti dehidratacijos ir judesio trūkumo simptomai; - svorio didėjimas gali būti dehidratacijos požymis; - sąrašą galima tęsti vardinant simptomines bei lėtines ligas“ ir šalia pateikiami teiginiai apie struktūrizuotą vandenį TROPOSPHERIC WATER „KĄ DARYTI, KAD JAUSTIS GERIAU? Išgerkite 4-6-8 stiklines švaraus kokybiško vandens per dieną. Greitesniam poveikiui kviečiame išmėginti TROPO... vandens galią<...>“; „Kokybiško vandens gėrimas: - apsaugo nuo priešlaikinio senėjimo; - skatina ląstelių regeneraciją, gijimą; - mažina paburkimą; - šalina odos niežėjimą; - apsaugo nuo spuogų, nes oda gerai valosi pati; - palaiko odos elastingumą, stangrumą, spalvos vientisumą; - palaiko sveikos odos PH“; „Kviečiame išmėginti TROPO... vandens galią. <...>“; „TROPO vanduo turtingas deguonimi, todėl padeda įsisavinti maistines medžiagas, jas pernešti greičiau ir absorbuoti geriau. <...>“; „Kodėl deguonimi prisotintas vanduo yra svarbus? Toks vanduo yra GYVAS. Jeigu vandenyje ištirpusio deguonies yra per mažai, gyvybiniai procesai negali vykti. Kodėl yra gerai gerti deguonimi turtingą vandenį? Vanduo perneša maistines medžiagas ir deguonį į visas kūno ląsteles. Aktyvuojasi visi gyvybiniai procesai. Ar vanduo perneša deguonį į smegenis? Vandens gėrimas gali pagerinti smegenų aprūpinimą deguonimi paprasčiausiai suaktyvindamas biologinius procesus kūne per skysčių, kraujo tekėjimo suaktyvinimą. Tai savo ruožtu gerina smegenų veiklą, dėmesingumą, koncentraciją ir palaiko atminties funkcijas, padeda subalansuoti nuotaiką ir emocijas, mažina stresą ir galvos skausmą. „Tai yra aukštesnė deguonies koncentracija nei paprastame vandenyje, todėl aktyvuojasi visi maistinių medžiagų pernešimo ir ląstelių dauginimosi procesai. Labai naudingas ne tik augalams, bet ir žmonių, gyvūnų sveikatai, grožiui, kūno detoksui, kokybiškam maistui gaminti ar sveikatos kokteiliams ruošti“; „Nes TROPO... atveju susijungia aukščiausio tyrumo vanduo su švairiu deguonimi. Abu organiškai, todėl susijungus turi daug kartų stipresnę galią ir poveikį ląstelėms. <...>tikslas yra pristatyti žmonėms kokybišką sferinį vandenį, kuris padeda atkurti jėgas, sveikatą ir gyventi kokybiškiau“; „<...>todėl geriant tokį vandenį aktyvuojasi visi kūno fiziologiniai procesai. Geriau veikia skysčių, limfos, kraujo apykaitos procesai, o tai gerina visų kūno organų veiklą bei smegenų darbą“.

2. Reklamuojant maisto produktą geriamąjį vandenį „TROPOSPHERIC WATER“ reklaminėse skrajutėse, aprašomojoje dalyje naudojami nepatvirtinti, draudžiami teiginiai: „Jis yra gausiai prisotintas natūralaus troposferos deguonies“; „jame yra natūralių mineralų“; „Daugelis lėtinių skausmų gali atsirasti dėl to, kad ląstelėms trūksta deguonies. Papildomas deguonis, gaunamas su vandeniu, teigiamai veikia žarnyno mikroflorą, mažina nuolatinio nuovargio sindromo pasekmes, palaiko medžiagų apykaitą ir organizmo atsparumą išorinei aplinkai. Troposferiniame vandenyje, kitaip nei įprastame, yra ištirpusio miško deguonies, kuris, kraujo išnešiotas po visą organizmą, suteikia papildomos energijos bei geresnę savijautą“; „vanduo surinktas ne iš grunto, o iš miško, atitolusio nuo bet kokių galimų taršos šaltinių, oro“; „Sveikatai: aktyvina ląstelių regeneraciją, yra prisotintas deguonimi, kuris veikia taip kaip pasivaikščiojimas parke“; „Grožiui: praturtina produktų sudėtį, aktyvina procedūrų efektyvumą“; „Apskritai: aktyvina biologinius procesus“; „Susipažinkite su šiuo unikaliu produktu ir įsitikinkite jo veiksmingumu“; „Tyrimais nustatyta, kad TROPO...produktuose ištirpusio miško deguonies yra 5,7 -9,8 mg/l, o paprastame vandenyje – iki 5 mg/l“.

3. Reklamuojant maisto produktą geriamąjį vandenį „TROPOSPHERIC WATER“ interneto svetainėje <https://www.troposphericwater.net/>, aprašomojoje dalyje naudojami teiginiai, darantys nuorodą į maisto produkto ar jo sudedamosios dalies gydomąjį poveikį: „*TROPOSPHEROL*” is extracted by liquefying the air from microclimate spaces in the troposphere.<...>.”, „*Cleanse to heal. Drinking this water in the morning can provide a significant boost for the entire body, aiding in cleansing and healing. Moreover, the oxygen content enhances the activity of the central nervous system and reduces fatigue*”, „*Fight disease. People experience recovery from chronic diseases and inflammations, as their immunity strengthens. Oxygen enhances wound healing and promotes comprehensive regeneration, improving both blood circulation and metabolism*”, „*Regeneration. Oxygen triggers regeneration, leading to improvements in the condition of the skin and hair. It assists in tissue recovery, stimulates collagen and elastin production*<...>”.¹

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Simneka“ reklamoje vartojami teiginiai neatitinka 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, (toliau – Reglamentas (ES) Nr. 1169/2011) 7 straipsnio 1 dalies a, b, c punktų, 4 dalies a punkto, 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), 3 straipsnio a ir c dalių, 5 straipsnio 1 dalies i, e punktų, 6 straipsnio 1 ir 2 dalies, 8 straipsnio 1 dalies, 10 straipsnio 1 ir 3 dalių reikalavimų ir tuo pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatas.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Simneka“ maisto produkto „TROPOSPHERIC WATER“ reklama, reklaminėse skrajutėse skleista apie 1,5 metų, dėl reklamos interneto svetainėje, reklamos skleidimas fiksuotas 2024-06-04 (buvo gautas Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos 2024-06-04 persiųstas pareiškėjo pranešimas dėl UAB „Simneka“ maisto produkto reklamos, kuri galimai neatitinka teisės aktų reikalavimų).

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Simneka“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą pažeidė pirmą kartą.

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Simneka“ maisto tvarkymo veikla įregistruota nuo 2023-05-09 Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Kauno departamento įsakymu Nr. 33MTSPĮ-3131 „Dėl maisto tvarkymo subjekto registracijos“ (registracija papildyta 2024-07-02 Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos Paslaugų departamento Kauno apygardos paslaugų skyriaus įsakymu Nr. 33MTSPĮ-406).

Tarnyba Protokole nustatė, kad UAB „Simneka“ geranoriškai bendradarbiavo. Sunkinančių aplinkybių Tarnyba nenustatė.

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Simneka“, adresu Universiteto g. 8A, Akademija, Kauno r., vykdo viešai tiekiamo UAB „Kauno vandenys“ geriamojo vandens išpilstymą iš vidaus vartojimo čiaupo, naudojant filtravimo sistemą bei sufasuotą geriamąjį vandenį ženklinant įregistruotu prekės ženklu „TROPOSPHERIC WATER“.

Tarnyba Protokole nurodė, kad UAB „Simneka“ vadovas ar jo įgaliotas asmuo į Protokolo surašymą neatvyko, jo pasirašyme nedalyvavo.

2024-07-18 UAB „Simneka“ pateikė Tarnybai paaiškinamąjį raštą, kuriame nurodė, kad dėl jauno verslo vadovo neapdairumo ir žinių stokos reklamos sklaidoje įvyko nesusikalbėjimas su

¹ Teksto vertimas į lietuvių kalbą: „TROPOSPHEROL“ išgaunamas skystinant orą iš mikroklimatinių erdvių troposferoje. <...>. Valykite, kad išgytumėte. Geriant šį vandenį ryte, organizmas gali gauti reikšmingą postūmį, kuris padeda valyti ir gydyti kūną. Be to, deguonies kiekis stiprina centrinės nervų sistemos veiklą ir mažina nuovargį. Kovokite su ligomis. Žmonės patiria atsigavimą nuo lėtinių ligų ir uždegimų, kai stiprėja jų imuninė sistema. Deguonis skatina žaizdų gijimą ir visapusišką regeneraciją, gerina kraujotaką ir medžiagų apykaitą. Regeneracija. Deguonis skatina regeneraciją, dėl kurios pagerėja odos ir plaukų būklė. Jis padeda atkurti audinius, stimuliuoja kolageno ir elastino gamybą. <...>.“

marketingo atstovais, kurie ir administravo ir prižiūrėjo bendrovės reklamas, jų turinį. Bendrovė nurodė, kad teigdami apie visuotinai žinomą pozityvų poveikį žmogaus sveikatai, norėjo atkreipti dėmesį, kad ištirpęs deguonis vandenyje parodo vandens kokybę, o ne naudą sveikatai.

Bendrovė nurodė, jog niekada nenorėjo klaidinti vartotojų. Bendrovė nurodė, jog, gavus Tarnybos raštą, reklaminius teiginius apie sveikatą bei visus kitus teiginius iš visų socialinių tinklų pašalino nedelsiant.

Bendrovė papildomai nurodė, jog tiek socialiniame tinkle „Facebook“ esanti bendrovės paskyra, tiek bendrovės interneto svetainėje esanti parduotuvė yra laikinai sustabdyta, šiuo metu yra atliekami pertvarkymo darbai.

Bendrovė nurodė, kad visas reklaminių skrajučių likutis yra sunaikintas. Bendrovė papildomai nurodė, kad skrajučių platinimo laikotarpis truko apie pusantų metų.

Dėl „Tropospheric Water“ (troposferinis vanduo) prekės ženklo reikšmės, bendrovė Tarnybai pateikė sertifikatą bei papildomai nurodė, kad bet kokį vandenį, turintį deguonies, galima vadinti troposferiniu, nes deguonis ar oras jame turi asociaciją su troposfera, kurioje, bendrovės žiniomis, yra daugiau deguonies, nei kitose žemės atmosferos sluoksniuose.

Dėl filtrų, kuriais naudojasi UAB „Simneka“ gaminant fasuotą negazuotą geriamąjį vandenį „Tropospheric Water“, bendrovė raštu nurodė, kad yra visiškai garantuota, kad jos platinamas geriamas vanduo yra vienas iš kokybiškiausių geriamų vandenių, ką įrodo bei patvirtina bendrovės turimi sertifikatai.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius paaiškinimus ir įrodymus, Valstybinės vartotojų apsaugos tarnybos komisija k o n s t a t u o j a

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 bylos Nr. 15/02 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 minėtame 2005-09-29 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“. Tokiu būdu 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.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad informacija apie maisto produktą fasuota geriamąjį vandenį „TROPOSPHERIC WATER“, kuri buvo skleidžiama UAB „Simneka“ socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje „Struktūrizuotas vanduo“, reklaminėse skrajutėse, interneto svetainėje www.troposphericwater.lt, galėjo paskatinti vartotojus įsigyti minėtą produktą ir todėl atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

Dėl UAB „Simneka“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo atitikties 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 dalyje nustatyta, kad informacija apie maistą neturi klaidinti, visų pirma, dėl maisto produkto ypatybių, ypač jo pobūdžio, tapatumo, savybių, sudėties, kiekio, tinkamumo vartoti termino, kilmės šalies ar kilmės vietos, gamybos ar ruošimo būdo; priskiriant maisto produktui poveikį arba savybių, kurių jis iš tikrųjų neturi; darant užuominą apie ypatingas maisto produkto savybes, nors jos iš tikrųjų yra būdingos visiems tokiems panašiams maisto produktams, ypač specialiai atkreipiant dėmesį į tam tikrų sudedamųjų dalių ir (arba) maistinių medžiagų buvimą ar nebuvimą;

Reglamento (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 dalyje nustatyta, kad Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1, 2 ir 3 dalys taip pat taikomos reklamai, maisto produktų pateikimui, ypač jų formai, išvaizdai, pakuotei, naudojamoms pakavimo medžiagoms, jų išdėstymo tvarkai ir aplinkai.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 3 straipsnyje 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. Nepažeidžiant Direktyvų 2000/13/EB ir 84/450/EEB, teiginiai apie maistingumą ir sveikatingumą neturi: būti melagingi, dviprasmiški ar klaidinantys; skatinti ar pritarti perdėtam maisto produkto vartojimui.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 5 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad vartoti teiginius apie maistingumą ir sveikatingumą leidžiama tik tokiu atveju, jei tenkinamos šios sąlygos: galutiniame produkte yra didelis kiekis, kaip nustatyta Bendrijos teisės aktuose, arba, jei tokių taisyklių nėra, kiekis, kuris darys teiginyje nurodytą ir visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis įrodytą maistinį arba fiziologinį poveikį; atitinkamai laikomasi III arba IV skyriuje išdėstytų konkrečių sąlygų.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 6 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad „teiginiai apie maistingumą ir sveikatingumą pagrindžiami ir įrodomi visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis“. O minėto straipsnio 2 dalyje nustatyta, kad teiginį apie maistingumą arba sveikatingumą pateikiantis maisto verslo operatorius pagrindžia teiginio vartojimą.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 8 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad „teiginiai apie maistingumą gali būti leidžiami tik tuo atveju, jei jie išvardyti priede ir atitinka šiame reglamente išdėstytas sąlygas.“ ir priedo „teiginys, kad maisto produktas yra vitaminų ir (arba) mineralų šaltinis, arba kitas teiginys, kuris vartotojui gali reikšti tą patį, gali būti nurodomas tik tuo atveju, jei produkto sudėtyje yra mažiausias būtinas vitaminų ir (arba) mineralų kiekis“.

Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad teiginiai apie sveikatingumą yra draudžiami, išskyrus atvejus, kai jie atitinka II skyriaus bendruosius ir šio skyriaus konkrečius reikalavimus bei yra leidžiami pagal šį reglamentą ir yra įtraukti į leidžiamų teiginių sąrašus, numatytus 13 ir 14 straipsniuose. O to paties straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad nuorodą 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 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 „Simneka“ maisto produkto fasuoto geriamojo vandens „TROPOSPHERIC WATER“ reklama turėtų būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris, pamatęs minėto maisto produkto reklaminius teiginius, gali nepagrįstai susidaryti įspūdį, jog šie produktai turi naudą sveikatai ar su sveikata susijusiai gerai savijautai, ir dėl šios priežasties būti suklaidintas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad UAB „Simenka“ reklamuojamas maisto produktas nėra vaistinis preparatas, todėl juos reklamuojant negalima nurodyti savybių, kurios priskirtinos būtent vaistiniams preparatams.

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.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos maisto įstatymo 2 straipsnio 2 dalimi, maistinės medžiagos – 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). Šio įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 ir 2 punkte nustatyta, kad vartotojams turi būti teikiama teisinga informacija apie maistą. Draudžiama klaidinti vartotoją apibūdinant maistą, nurodant jo rūšį, tapatumą, savybes, sudėtį, kiekį, tinkamumo vartoti terminą, kilmę, tvarkymo ir vartojimo būdą ir laikymo sąlygas; nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes. Informacijai, įskaitant reklamą, kuri laikytina savita informacijos rūšimi ir paprastai vadinama komercine informacija, taikomas tiesos reikalavimas. Vartotojas privalo gauti teisingą informaciją apie maisto produktus, kuria remdamasis galėtų priimti sprendimus dėl maisto produktų pasirinkimo rinkoje ir jų vartojimo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atkreipia dėmesį, jog UAB „Simneka“ skleidė maisto produkto – fasuoto geriamojo vandens „TROPOSPHERIC WATER“ reklamą, kurioje buvo naudojami teiginiai, kuriais buvo daromos nuorodos į lėtinių ligų profilaktiką, žarnyno mikrofloros veiklą, grožį, geros savijautos profilaktiką, ląstelių regeneraciją, gijimą, odos apsaugą nuo spuogų, jos elastingumą, priešlaikinio senėjimo sustabdymą, todėl reklama galėjo būti aktuali itin didelei visuomenės daliai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog vartotojai, gavę teisingą informaciją apie minėtą maisto produktą, ir nebūdami suklaidinti, galėjo priimti kitokius sprendimus dėl minėto maisto produkto įsigijimo ir, pavyzdžiui, jo nepirkti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į anksčiau nurodytas aplinkybes, Tarnybos Protokole nurodytą informaciją ir į tai, kad nurodytoje produktų reklamoje pateikiami sveikatingumo teiginiai neatitinka nustatyto reguliavimo, daro išvadą, kad UAB „Simneka“, socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje „Struktūrizuotas vanduo“, reklaminėse skrajutėse bei interneto svetainėje www.troposphericwater.lt reklamuodama 1 maisto produktą – fasuota geriamąjį vandenį „TROPOSPHERIC WATER“, reklamoje pateikė informaciją, neatitinkančią Reglamento (ES) Nr. 1169/2011 7 straipsnio 1 dalies a, b, c punkto, 4 dalies a punkto, Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 3 straipsnio a ir c dalių, 5 straipsnio 1 dalies i ir e punktų, 6 straipsnio

1 dalies; 8 straipsnio 1 dalies; 10 straipsnio 1 ir 3 dalies punktų reikalavimų, tokiu būdu pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalį.

Dėl UAB „Simneka“ taikytinų sankcijų

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, sprendama dėl sankcijos UAB „Simneka“ už padarytą Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies pažeidimą, pažymi, jog, sankcijai individualizuoti, būtina atsižvelgti į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą, lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalimi, už reklamos pažeidimus reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda iki 3 procentų jų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, bet ne daugiau kaip vienas šimtas tūkstančių eurų. Jeigu reklaminės veiklos subjektas veikia trumpiau kaip vienus metus, bauda skiriama iki 3 procentų jo pajamų einamaisiais finansiniais metais, bet ne didesnė kaip vienas šimtas tūkstančių eurų. Tais atvejais, kai pažeidimu nepadaroma esminės žalos šiuo įstatymu saugomiems interesams, atsižvelgiant į byloje nustatytą aplinkybių visumą, vadovaujantis teisingumo ir protingumo kriterijais, reklaminės veiklos subjektams gali būti taikomas išpėjimas, neskiriant baudos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama UAB „Simneka“ pažeidimo pobūdį ir pavojingumą, atsižvelgė į tai, jog UAB „Simneka“ skleistoje reklamoje maisto produktas – vanduo – buvo reklamuojamas kaip turintis žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes (buvo daromos nuorodos į lėtinių ligų profilaktika, žarnyno mikrofloros veiklą, grožiui, geros savijautos profilaktiką, ląstelių regeneraciją, gijimą, odos apsaugą nuo spuogų, jos elastingumą, priešlaikinio senėjimo sustabdymą), dėl šios priežasties asmenys, kurie itin jautriai vertina tokią informaciją, galėjo būti suklaidinti bei skleista reklama galėjo iškreipti jų ekonominę elgesį bei – esant tam tikriems sveikatos sutrikimams – atidėti vartotojų vizitą pas sveikatos priežiūros specialistus (tikintis, jog su sveikatos problemomis padės susitvarkyti UAB „Simneka“ siūlomas įsigyti vanduo „TROPOSPHERIC WATER“).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama UAB „Simneka“ padaryto pažeidimo pobūdį, įvertino ir tai, jog minėta bendrovės reklama pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įvirtinto 14 straipsnio 1 dalies nuostatas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, jog teiginiai buvo naudojami reklamuojant tik 1 maisto produktą, o reklama buvo skleista 3 (trimis) sklaidos priemonėmis – interneto svetainėje, socialinio tinklo paskyroje ir skrajutėse. Taigi, reklamuota tik vienas produktas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į Apraše nustatytą pažeidimo trukmės vertinimą, atsižvelgė ir į tai, jog bendrovė Tarnybai nurodė, kad produkto reklaminė skrajutė buvo platinama apie pusantrų metų (1,5 m.), o reklama interneto svetainėje pareiškėjo pranešime užfiksuota 2024-06-04. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija įvertino tai, jog UAB „Simneka“ po Tarnybos rašto nedelsiant nutraukė maisto produkto reklamą, sunaikino turimas reklamines skrajutes.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija UAB „Simneka“ lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių nenustatė.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, kad UAB „Simneka“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą, bendradarbiavo su Tarnyba tyrimo metu.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi teisingumo ir protingumo kriterijais bei Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 ir 5 dalimis,

n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies pažeidimą skirti UAB „Simneka“ įspėjimą.

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

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

Direktorė

Goda Aleksaitė

DETALŪS METADUOMENYS

Dokumento sudarytojas (-ai)	Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 188770044, Vilniaus g. 25, 01402 Vilnius
Dokumento pavadinimas (antraštė)	BYLOJE DĖL UAB „SIMNEKA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO
Dokumento registracijos data ir numeris	2024-12-05 Nr. 12R-17
Dokumento gavimo data ir dokumento gavimo registracijos numeris	–
Dokumento specifikacijos identifikavimo žymuo	ADOC-V1.0
Parašo paskirtis	Pasirašymas
Parašą sukūrusio asmens vardas, pavardė ir pareigos	Goda Aleksaitė, Direktorė
Sertifikatas išduotas	GODA ALEKSAITĖ, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba LT
Parašo sukūrimo data ir laikas	2024-12-05 15:49:34 (GMT+02:00)
Parašo formatas	XAdES-T
Laiko žymoje nurodytas laikas	2024-12-05 15:49:42 (GMT+02:00)
Informacija apie sertifikavimo paslaugų teikėją	ADIC CA ECC, Asmens dokumentu israsymo centras prie LR VRM LT
Sertifikato galiojimo laikas	2024-06-11 08:28:04 – 2028-06-10 08:28:04
Informacija apie būdus, naudotus metaduomenų vientisumui užtikrinti	"Registravimas" paskirties metaduomenų vientisumas užtikrintas naudojant "RCSC IssuingCA, VI Registru centras - i.k. 124110246 LT" išduotą sertifikatą "DBSIS, Informatikos ir ryšių departamentas prie Lietuvos Respublikos vidaus reikalų ministerijos, į.k.188774822 LT", sertifikatas galioja nuo 2022-05-19 16:48:06 iki 2025-05-18 16:48:06
Pagrindinio dokumento priedų skaičius	–
Pagrindinio dokumento priedamų dokumentų skaičius	–
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	–
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	–
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	–
Programinės įrangos, kuria naudojantis sudarytas elektroninis dokumentas, pavadinimas	DBSIS, versija 3.5.80
Informacija apie elektroninio dokumento ir elektroninio (-ių) parašo (-ų) tikrinimą (tikrinimo data)	Atitinka specifikacijos keliamus reikalavimus. Visi dokumente esantys elektroniniai parašai galioja (2024-12-06 08:16:50)
Paieškos nuoroda	–
Papildomi metaduomenys	Nuorašą suformavo 2024-12-06 08:16:51 DBSIS