

Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija
Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 • tālr. (+371) 67388624 • fakss (+371) 67388634 • e-pasts: ptac@ptac.gov.lv

SIA „Taula Rīga”
Vien. reģ. Nr.40003668320
Brīvības gatvē 224 k-4
Rīgā, LV-1039

LĒMUMS
par reklāmu
Rīgā

2011.gada 31.augustā

Nr. 1-r

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 13.panta pirmo daļu, izvērtēja produkta „Joint protection” reklāmu (turpmāk – Reklāma), kura saskaņā ar lietā esošo informāciju tika izplatīta žurnāla „Māja” 2011.gada 10.-16.jūnija izdevumā un avīzes „Mana Veselība” 2011.gada aprīļa izdevumā (turpmāk – Reklāma), un konstatēja tās neatbilstību reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām. Reklāmas devējs ir SIA „Taula Rīga” (turpmāk – Sabiedrība).

Iepazīstoties ar Reklāmas tekstu, PTAC ir konstatējis tālāk tekstā minēto. Reklāmā ir iekļauti šādi apgalvojumi: *ātri un efektīvi mazina locītavu sāpes, glikozamība un hondroitīna kombinācijas efektivitāte pierādīta klīniskajos pētījumos, efektīvāks par pretsāpju līdzekļiem, glikozamīns veicina skrimšļa reģenerāciju, pretsāpju efekts, hondroitīns (..) pretiekaisuma un pretsāpju efekts, veicina sinoviālā šķidruma atjaunošanos.* Reklāmā nav iekļauta informācija par šī produkta klasifikāciju kā pārtiku uztura bagātinātāju kategorijā.

Saskaņā ar Pārtikas un veterinārā dienesta datu bāzē esošo informāciju produkts „Joint protection” ir uztura bagātinātājs.

Saskaņā ar Veselības inspekcijas datu bāzē esošo informāciju Sabiedrība uztura bagātinātājam „Joint protection” līdz 30.08.2011. ir iesniegusi šādas veselīguma norādes: *Saglabāsiet veselās un stipras locītavas. Veselām locītavām,* kuras saskaņā ar *Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (EK) Nr. 1924/2006 (2006. gada 20. decembris) par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem* (turpmāk – Regula) noteikumiem ir izmantojamas uztura bagātinātāja reklāmā.

Ministru kabineta 20.09.2005. noteikumu Nr.725 „Noteikumi par obligātajām nekaitīguma un marķējuma prasībām uztura bagātinātājiem un uztura bagātinātāju reģistrācijas kārtību” (turpmāk – Noteikumi) 4.punkts nosaka, ka *uztura bagātinātāji ir pārtikas produkti parastā uztura papildināšanai. Tie ir koncentrētas uzturvielas (vitamīni un minerālvielas) vai citas vielas, kurām ir uzturvērtība vai fizioloģiska ietekme, atsevišķi vai kombinācijās, un tos izplata un realizē devās.* Noteikumu 21.punkts nosaka, ka *uztura bagātinātāju (..) reklāmā nedrīkst izvietot vai lietot norādes vai atsauces par to, ka uztura bagātinātājs novērš saslimšanu, ārstē vai izārstē slimības, vai atsauces uz šādu iespēju un nedrīkst ietvert jebkādas tiešas vai*

netiešas atsauces par to, ka līdzsvarots un daudzveidīgs uzturs nespēj nodrošināt pietiekamu uzturvielu daudzumu.

Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka *reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.*

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem.* Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo un izplata reklāmu.* Sabiedrība ir reklāmas devējs Reklāmas likuma 10.panta pirmās daļas izpratnē. Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.*

PTAC ieskatā, izmantojot Reklāmā iepriekš tekstā minētos apgalvojumus, Sabiedrība nav ievērojusi Noteikumu 21.punkta prasību, kā arī Regulas noteikumus, jo apgalvojumi, un īpaši apgalvojums – *efektīvāks par pretsāpju līdzekļiem* – un tam saturā analogie apgalvojumi – *pretsāpju efekts* un *pretiekaisuma un pretsāpju efekts* – nepārprotami norāda uz produkta ārstnieciskām īpašībām, un Reklāmā iekļautie apgalvojumi neatbilst Veselības inspekcijā iesniegtajām veselīguma norādēm. Tādējādi ir secināms, ka Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.pantā noteikto reklāmas likumīguma prasību.

Atbildot uz PTAC 01.07.2011. vēstuli Nr. 21-06/3950-P-49, Sabiedrība 12.07.2011. vēstulē atzīst, ka produkta „Joint protection” reģistrācijas statuss neļauj Reklāmā izmantot datus, kas varētu tikt uztverti kā maldinoši, un norāda, ka ir gatava Reklāmu atsaukt. Ņemot vērā minēto un saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta trešās daļas 2.punktu, izvērtējot Reklāmas raksturu un būtību, izplatīšanas apjomu un iespējamo negatīvo ietekmi, PTAC 20.07.2011. vēstulē Nr.21-06/4332-P-49 ierosināja Sabiedrībai līdz 05.08.2011. rakstveidā apņemties turpmāk neiekļaut minētos apgalvojumus reklāmās, kā arī ievietot žurnāla „Māja” un avīzes „Mana Veselība” iespējamā tuvākajos izdevumos Reklāmas atsaukumus, tajos attiecīgi iepriekš publicētajam norādot, ka tiek atsaukti Reklāmā sniegtie apgalvojumi „*ātri un efektīvi mazina locītavu sāpes, glikozamība un hondroitīna kombinācijas efektivitāte pierādīta klīniskajos pētījumos, efektīvāks par pretsāpju līdzekļiem, glikozamīns veicina skrimšļa reģenerāciju, pretsāpju efekts, pretiekaisuma un pretsāpju efekts, veicina sinoviālā šķidrums atjaunošanos*” un „*Satur glikozamīnu – iekaisuma novēršanai un skrimšļa atjaunošanai*”. Informācija par atsaukumu publicēšanas laiku Sabiedrībai bija jāiesniedz PTAC nekavējoties pēc to nodošanas publicēšanai. Sabiedrības rakstveida apņemšanos PTAC nav saņēmis, un par Reklāmas atsaukuma sniegšanu PTAC rīcībā nav informācijas.

Ņemot vērā, ka Reklāmā iekļautie apgalvojumi nepārprotami norāda uz produkta ārstnieciskām īpašībām, un tādējādi personas ar locītavu veselības traucējumiem, kas saņēmušas Reklāmā iekļautos apgalvojumus, var paļauties, ka uztura bagātinātājs palīdzēs novērst slimības, ir būtiski un lietderīgi, ņemot vērā Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 4.punktā noteikto, personas un sabiedrību kopumā informēt, ka tikai uztura bagātinātāja „Joint protection” lietošana, neveicot ārstēšanu, nevar novērst veselības problēmas, uzdodot Sabiedrībai atsaukt Reklāmu.

Lai novērstu Reklāmā sniegtās, normatīvajiem aktiem neatbilstošās informācijas atkārtotu izplatīšanu, ir lietderīgi pieņemt lēmumu saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 3.punktā noteikto, t.i. – aizliegt turpmāku Reklāmas izplatīšanu.

Ņemot vērā iepriekš minēto, lai nodrošinātu patērētāju likumīgo interešu ievērošanu, PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 10.panta pirmo daļu, 13.panta pirmo daļu, 15.panta ceturtās daļas 3. un 4.punktu, 16.panta pirmo un otro daļu, Administratīvā procesa likuma 63.panta pirmās daļas 1.punktu, 66.pantu un 01.08. 2006. Ministru kabineta noteikumu Nr.632 „Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums” 6.4.apakšpunktu, nolemj:

1. uzdot Sabiedrībai atsaukt Reklāmu, ievietojot atsaukumu žurnāla „Māja” un avīzes „Mana Veselība” iespējami tuvākajos izdevumos, tajos attiecīgi iepriekš publicētajam norādot, ka tiek atsaukti Reklāmā sniegtie apgalvojumi *„ātri un efektīvi mazina locītavu sāpes, glikozamība un hondroitīna kombinācijas efektivitāte pierādīta klīniskajos pētījumos, efektīvāks par pretstāpju līdzekļiem, glikozamīns veicina skrimšļa reģenerāciju, pretstāpju efekts, pretiekaisuma un pretstāpju efekts, veicina sinoviālā šķidrums atjaunošanos”* un *„Satur glikozamīnu – iekaisuma novēršanai un skrimšļa atjaunošanai”*.
2. aizliegt Reklāmas izplatīšanu.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Direktors vietā direktors vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS