



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL „DR. LEVINE‘S“ PREKIŲ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS

2013 m. liepos 17 d. Nr. 2S-11
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) 2013 m. liepos 17 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl „Dr. Levine‘ s“ prekių reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo¹ (toliau – Reklamos įstatymas) reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Tyrimas dėl „Dr. Levine‘ s“ prekių reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams pradėtas Konkurencijos tarybos iniciatyva 2012 m. rugsėjo 25 d. nutarimu Nr. 1S-133 „Dėl „Dr. Levine‘ s“ prekių reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams tyrimo pradėjimo“², atsižvelgus į Valstybinės akreditavimo sveikatos priežiūros veiklai tarnybos prie Sveikatos apsaugos ministerijos (toliau – Akreditavimo tarnyba) pateiktą bei Konkurencijos tarybos nustatytą informaciją, susijusią su skleidžiama informacija apie UAB „Studio moderna“ (kodas 111794125) (toliau taip pat – Įmonė) platinamas „Dr. Levine‘ s“ prekes.

(3) Akreditavimo tarnyba nurodė, kad „Dr. Levine‘ s“ magnetinių juostelių aprašymas atitinka medicinos prietaiso sąvoką, tačiau nėra pagrįstų duomenų, patvirtinančių tokių juostelių poveikį³. Be to nustatyta, kad bent 2012 m. liepos 19 d. interneto svetainėje www.topshop.lt buvo skleisti teiginiai apie „Dr. Levine‘ s“ kelių ir riešo magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį: „*Dr. Levine‘ s“ magnetinės juostelės gražina įprastą sąnarių lankstumą ir padeda įveikti kelių ir riešų skausmą, o diržas padeda įveikti nugaros skausmą*“. Apie „Dr. Levine‘ s“ diržą buvo nurodyta: „*Magnetinis laukas mažina skausmą, turi priešuždegiminį poveikį*“; „*Levino diržas skatina kraujo apytaką, atpalaiduoja raumenis, malšina nugaros skausmus*“⁴.

(4) Tyrimas pratęstas Konkurencijos tarybos 2013 m. vasario 19 d. nutarimu 1S-22 ir 2013 m. balandžio 22 d. nutarimu Nr. 1S-59⁵.

(5) Tyrimo metu buvo vertinama, ar įvairiomis priemonėmis skleisti teiginiai apie „Dr. Levine‘ s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo teigiamą poveikį sveikatai nėra klaidinanti reklama. Siekiant nustatyti tyrimui reikšmingas aplinkybes, tyrimo metu dėl informacijos pateikimo buvo susirašinėjama su UAB „Studio moderna“ bei Akreditavimo tarnyba.

1. UAB „Studio moderna“ skleista informacija apie „Dr. Levine‘ s“ prekes

(6) UAB „Studio moderna“ įvairiais laikotarpiais ir įvairiomis priemonėmis skleidė toliau nurodytus teiginius apie „Dr. Levine‘ s“ kelių ir riešo magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį ir savybes.

¹ Žin., 2000, Nr. 64-1937.

² Bylos 1 tomas, 103-104 lapai.

³ Bylos 1 tomas, 2-9 lapai.

⁴ Bylos 1 tomas, 10-12 lapai.

⁵ Bylos 3 tomas, 1-2, 101-102 lapai.

(7) Pastebėtina, kad nors nagrinėjami teiginiai daugiausiai buvo nurodyti prie „Dr. Levine‘s“ magnetinių kelio juostelių ar magnetinio nugaros diržo, tačiau beveik visais atvejais taip pat buvo nurodoma, kad dovanojama magnetinė riešo juostelė (pavyzdžiui, „Dovana: juostelė riešui“, „Dovana: riešo juostelė“, „Dovanų gausite magnetinę riešo juostelę“, „<...> dovanų gausite ir magnetinę riešo juostelę, kuri veikia taip pat kaip ir juostelė keliui“ ir pan.⁶). Todėl nurodytas magnetinių juostelių poveikis sietinas tiek su kelių, tiek su riešo juostelėmis (toliau bendrai – magnetinės juostelės).

1.1. Poveikis skausmui

(8) Teiginiai apie „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių ir nugaros diržo poveikį skausmui buvo skleidžiami kataloguose, lankstinukuose, internete, spaudoje ir televizijoje įvairiais laikotarpiais apytiksliai nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d.

(9) Prekių kataloguose skleisti teiginiai:

(a) „Top shop“ kataloge (2011/2012 m. žiemos (180 250 egz.), 2012 m. pavasario (254 000 egz.), 2012 m. vasaros (290 000 egz.); taip pat „Top shop“ kataloge nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d. (300 000 egz.). Bendrai iš viso buvo išleista 1024 250 katalogų egzemplioriai, o bendra informacijos šiuose kataloguose sklaidos trukmė: nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.)⁷:

(i) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „Gydytojo Levino magnetinės juostelės Sumažinkite kelių skausmus! <...> sumažinkite traumų <...> skausmus“⁸ (skleista nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.);

(ii) apie magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta „Gydytojo Levino magnetinis nugaros diržas Pamirškite skaudančią nugarą! Neleiskite, kad nugaros skausmas taptų Jūsų kasdieniu palydovu. Atsikratykite <...> sąnarių skausmų. Pamirškite <...> maudžiantį juosmenį. <...> Magnetinis laukas mažina skausmą <...> Malšina nugaros skausmus“⁹ (skleista nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.);

(iii) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „Gydytojo Levino magnetinės juostelės ir nugaros diržas Magneto terapija <...> Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas malšina <...> skausmus <...>. Magnetis gali būti naudojamas kaip pagrindinė terapijos priemonė arba kartu su medikamentiniu gydymu. Skirtingai nei gydymas vaistais, magneto terapija neturi šalutinio poveikio ir ją galima taikyti ilgą laiką. Yra žinoma, jog magnetas <...> gali sumažinti skausmą. Taikant magneto terapiją, galima tikėtis pagerėjimo ir ilgainiui judėti be skausmo <...> sąnariuose“¹⁰ (skleista nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki spalio 16 d.);

(b) „Club 5*“ kataloge, platintame apytiksliai nuo 2012 m. rugsėjo 1 d.¹¹ iki 2012 m. rugsėjo 14 d.¹², apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „Gydytojo Levino magnetinės juostelės ir nugaros diržas Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi priemonė skausmui malšinti <...> Gydytojo Levino juostelių pagrindą sudaro

⁶ Nėra nurodyta tinklalapyje www.topshop.lt, „Google“ mokamose reklamose apie magnetines juosteles (Bylos 1 tomas, 19, 23 lapai).

⁷ Bylos 2 tomas, 8, 36, 147 lapai; 3 tomas, 94, 107 lapai. Pastaba: UAB „Studio moderna“ nurodė, kad „Top shop“ katalogas, išleistas 2012 m. rugpjūčio 1 d., išplatintas vidutiniškai per 2,5 mėnesio (bylos 3 tomas, 107 lapas), todėl šiame kataloge nurodytų teiginių sklaidos trukmė nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. yra ilginama šiuo laikotarpiu, t. y. iki 2012 m. spalio 16 d.

⁸ Bylos 1 tomas, 20 lapas; 2 tomas, 21, 24, 27 lapai.

⁹ Bylos 1 tomas, 20 lapas; 2 tomas, 21, 24, 27 lapai.

¹⁰ Bylos 2 tomas, 45 lapas.

¹¹ Bylos 2 tomas, 36 lapas.

¹² „Studio moderna“ teigimu, vidutiniškai katalogas „Club 5*“ išplatintas per 10 darbo dienų (bylos 3 tomas, 107 lapas), todėl reklamos sklaidos trukmė nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. yra ilginama šiuo laikotarpiu, t. y. iki 2012 m. rugsėjo 14 d.

*magnetas. Taikant magneto terapiją, galima tikėtis pagerėjimo ir ilgai nei judėti be skausmo <...>*¹³.

(10) Lankstinukuose skleisti teiginiai:

(a) „Top shop“ lankstinukuose (30 000 egz.) nuo 2012 m. kovo 1 d. iki 2012 m. kovo 31 d.¹⁴:

(i) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „*Gydytojo Levino magnetinės juostelės <...> sumažinkite traumų <...> skausmus*“¹⁵;

(11) Internetu skleisti teiginiai:

(a) interneto svetainėje *www.topshop.lt* apytiksliai nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 22-23 d. (apie magnetines juosteles iš viso peržiūrėjo apie 2 900 unikalių vartotojų; apie „Dr. Levine‘s“ magnetinį nugaros diržą – 549 unikalūs vartotojai; apie magnetines juosteles – 7112 unikalių vartotojų¹⁶);

(i) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „*Gyd. Levino magnetinės juostelės <...> padeda įveikti kelių ir riešų skausmą <...>. Levino magnetinės juostelės <...> padeda įveikti skausmą. Pabandykite – vėl sportuosite ir judėsite visiškai normaliai – be skausmo <...> sąnariuose*“ (skleista bent 2012 m. liepos 19 d.)¹⁷; „*<...> Levino magnetinės juostelės <...> padeda įveikti skausmą. Pabandykite – vėl sportuosite ir judėsite visiškai normaliai – be skausmo <...> sąnariuose*“¹⁸ (skleista apytiksliai nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 22-23 d.)¹⁹;

(ii) apie magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*<...> diržas padeda įveikti nugaros skausmą. <...> Levino diržas – numalšinkite skausmus <...> Pamirškite <...> maudžiantį juosmenį. <...> Magnetinis laukas mažina skausmą <...>*“ (skleista bent 2012 m. liepos 19 d.)²⁰;

(b) interneto svetainėje „Google“ apytiksliai nuo 2012 metų sausio mėn. iki 2012 m. liepos 22 d. imtinai (iki 2012 m. 30 savaitės)²¹ buvo nurodyta: „*Magnetinės juostelės sumažins kelių skausmus <...>*“; „*Magnetinės juostelės mažina sąnarių skausmus <...>*“; „*Kamuoja sąnarių skausmai? Dr. Levino magnetinės juostelės numalšins sąnarių skausmą*“²².

(12) Spaudoje skleisti teiginiai:

(a) žurnale „Savaitė“ (ankstesnis pavadinimas – „Savaitė su TV“) nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 4 d. (iš viso 73 žurnalo numeriai²³, o vidutinis žurnalo tiražas buvo daugiau nei 160 000 egz.²⁴):

(i) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „*Gyd. Levino magnetinės juostelės Padaeda įveikti skausmą!*“; „*Gydytojo Levino magnetinės juostelės Įveikite skausmą!*“ (skleista nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2011 m. rugpjūčio 17 d.)²⁵;

(ii) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Gydytojo Levino magnetinės juostelės ir nugaros diržas Efyktyvi magneto terapija!*“

¹³ Bylos 2 tomas, 163 lapas.

¹⁴ Bylos 2 tomas, 8, 147 lapai.

¹⁵ Bylos 2 tomas, 18 lapas.

¹⁶ Bylos 1 tomas, 16, 23 lapai; 2 tomas, 8 lapas.

¹⁷ Bylos 1 tomas, 10-12 lapai.

¹⁸ Bylos 1 tomas, 23 lapas.

¹⁹ Bylos 1 tomas, 16 lapas; bylos 2 tomas, 8 lapas.

²⁰ Bylos 1 tomas, 10-12 lapai.

²¹ Įmonė nenurodė tikslios reklamos skleidimo trukmės, tačiau atsižvelgiant į tai, kad Įmonė 2012 m. liepos 30 d. rašte (bylos 1 tomas, 16 lapas) nurodė, kad 2012 metais buvo skleidžiama ši reklama, taip pat į tai, kad paspaudus šią „Google“ reklamą vartotojas buvo nukreipiamas į *www.topshop.lt* tinklalapį (bylos 1 tomas, 19 lapas; bylos 2 tomas, 148 lapas), kuriame reklama buvo skleidžiama iki 2012 m. liepos 22-23 d., laikytina, kad „Google“ reklamos sklaidos trukmė yra analogiška.

²² Bylos 1 tomas, 16, 19 lapai.

²³ Bylos 2 tomas, 39-44 lapai.

²⁴ Vadovaujantis tinklalapio *www.lrkmlt/index.php?4025754182* duomenimis.

²⁵ Bylos 2 tomas, 152 lapas.

Atpalaiduokite skaudančius sąnarius ir pamirškite veriantį skausmą“ (skleista nuo 2011 m. rugpjūčio 17 d. iki 2012 m. liepos 4 d.)²⁶;

(b) dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „TV antena“ (vidutinis tiražas buvo daugiau nei 114 000 egz.²⁷) 2012 m. vasario 25 d. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Gydytojo Levino magnetinės juostelės ir nugaros diržas Efektyvi magneto terapija! Atpalaiduokite skaudančius sąnarius ir pamirškite veriantį skausmą*“²⁸.

(13) Per televiziją skleisti teiginiai:

(a) televizijos kanaluose: BTV, FIRST BALTIC CHANNEL, INFO TV, LIUKS!, LNK, L.RYTAS.TV, NTV MIR, SPORT1, TV1, TV3, TV6, TV8 nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 16 d. ir nuo 2012 m. rugpjūčio 13 d. iki 2012 m. rugsėjo 23 d. (iš viso 1347 kartus)²⁹:

(i) apie magnetines juosteles balsu buvo teigiama: „*Jie pamiršo kelių skausmą, kaip ir daugelis žmonių visame pasaulyje, nes naudoja gydytojo Levino magnetines juosteles <...> Magnetinis laukas malšina skausmą <...>*“; o raštu nurodyta: „*Pamirškite sąnarių skausmą*“³⁰ (skleista nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 16 d.);

(ii) apie magnetines juosteles balsu buvo teigiama: „*Šie žmonės pamiršo kelių skausmą, kaip ir daugelis kitų, kurie naudoja gydytojo Levino magnetines juosteles*“; o raštu nurodyta: „*<...> Magnetis gali padėti <...> Numalšinti skausmą*“³¹ (skleista nuo 2012 m. rugpjūčio 13 d. iki 2012 m. rugsėjo 23 d.).

1.2. Poveikis tinimams

(14) Teiginiai apie „Dr. Levine“³² magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį tinimams buvo skleidžiami prekių kataloguose, spaudoje ir televizijoje įvairiais laikotarpiais bent nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d.

(15) Prekių kataloguose skleisti teiginiai:

(a) „Top shop“ kataloge (300 000 egz.) nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki spalio 16 d.³² apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetis <...> mažina patinimus <...>*“³³;

(b) „Club 5*“ kataloge, platintame apytiksliai nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. rugsėjo 14 d.³⁴, apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi priemonė <...> tinimui <...> lengvinti.*“³⁵.

(16) Spaudoje skleisti teiginiai:

(a) žurnale „Savaitė“ (ankstesnis pavadinimas – „Savaitė su TV“) nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 4 d. (iš viso 73 žurnalo numeriai³⁶, o vidutinis žurnalo tiražas buvo virš 160 000 egz.³⁷):

(i) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „*<...> mažina tinimą <...>*“ (nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2011 m. rugpjūčio 17 d.)³⁸;

²⁶ Bylos 2 tomas, 153 lapas.

²⁷ Vadovaujantis tinklalapio www.lrkm.lt/index.php?4025754182 duomenimis.

²⁸ Bylos 2 tomas, 162 lapas.

²⁹ Bylos 2 tomas, 6, 28, 149 lapai; 3 tomas, 94-95 lapai.

³⁰ Bylos 1 tomas, 24 lapas; bylos 2 tomas, 32 lapas.

³¹ Bylos 2 tomas, 32 lapas.

³² Bylos 2 tomas, 36, 147 lapai; bylos 3 tomas, 94, 107 lapai.

³³ Bylos 2 tomas, 45 lapas.

³⁴ Bylos 2 tomas, 36, 44 lapai; bylos 3 tomas, 107 lapas.

³⁵ Bylos 2 tomas, 163 lapas.

³⁶ Bylos 2 tomas, 39-44 lapai.

³⁷ Vadovaujantis tinklalapio www.lrkm.lt/index.php?4025754182 duomenimis.

³⁸ Bylos 2 tomas, 152 lapas.

- (ii) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „<...> *Magnetinis laukas <...> mažina tinimą*“ (nuo 2011 m. rugpjūčio 17 d. iki 2012 m. liepos 4 d.)³⁹;
- (b) dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „TV antena“ (vidutinis tiražas buvo virš 114 000 egz.⁴⁰) 2012 m. vasario 25 d. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „<...> *Magnetinis laukas <...> mažina tinimą*“⁴¹.

(17) Per televiziją skleisti teiginiai:

- (a) televizijos kanaluose: BTV, FIRST BALTIC CHANNEL, INFO TV, LIUKS!, LNK, L.RYTAS.TV, NTV MIR, SPORT1, TV1, TV3, TV6, TV8 nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 16 d. ir nuo 2012 m. rugpjūčio 13 d. iki 2012 m. rugsėjo 23 d. (iš viso 1347 kartus) apie magnetines juosteles raštu buvo nurodyta: „<...> *mažina tinimą <...>*“⁴² (nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 16 d.) ir „*Magnetas gali padėti <...> Sumažinti tinimą*“⁴³ (nuo 2012 m. rugpjūčio 13 d. iki 2012 m. rugsėjo 23 d.)⁴⁴.

1.3. Poveikis sąstingui (sąnario nelankstumui)

(18) Teiginiai apie „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį sąstingui buvo skleidžiami prekių kataloguose, lankstinukuose ir internete įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.

(19) Prekių kataloguose skleisti teiginiai:

- (a) „Top shop“ kataloge (2011/2012 m. žiemos (180 250 egz.), 2012 m. pavasario (254 000 egz.), 2012 m. vasaros (290 000 egz.), taip pat kataloge nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d. (300 000 egz.). Bendrai iš viso buvo išleista 1024 250 katalogų egzempliorių, o bendra informacijos juose sklaidos trukmė: nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.)⁴⁵;

(i) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „<...> *Magnetinis krūvis <...> šalina sąstingį, grąžina sąnariams lankstumą <...>*“⁴⁶ (nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.);

(ii) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas <...> mažina <...> sąstingį*“ „<...> *magnetas <...> padeda atkurti sąnarių lankstumą <...>*“⁴⁷ (nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.).

- (b) „Club 5*“ kataloge apytiksliai nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. rugsėjo 14 d.⁴⁸ apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi priemonė <...> sąstingui lengvinti.*“⁴⁹.

(20) Lankstinukuose skleisti teiginiai:

- (a) „Top shop“ lankstinukuose (30 000 egz.) nuo 2012 m. kovo 1 d. iki 2012 m. kovo 31 d.⁵⁰ apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „<...> *grąžinkite sąnariams lankstumą*“⁵¹.

(21) Internetė skleisti teiginiai:

- (a) interneto svetainėje www.topshop.lt apytiksliai nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 22-23 d. (nustatyta, kad reklamą apie „Dr. Levine‘s“ magnetines juosteles ir

³⁹ Bylos 2 tomas, 153 lapas.

⁴⁰ Vadovaujantis tinklalapio www.lrkmlt/index.php?4025754182 duomenimis.

⁴¹ Bylos 2 tomas, 162 lapas.

⁴² Bylos 2 tomas, 32 lapas.

⁴³ Bylos 2 tomas, 32 lapas.

⁴⁴ Bylos 2 tomas, 6, 28, 149 lapai; bylos 3 tomas, 94-95 lapai.

⁴⁵ Bylos 2 tomas, 8, 36, 147 lapai; bylos 3 tomas, 94, 107 lapai.

⁴⁶ Bylos 2 tomas, 21, 24, 27 lapai.

⁴⁷ Bylos 2 tomas, 45 lapas.

⁴⁸ Bylos 2 tomas, 36, 44 lapai.; bylos 3 tomas, 107 lapas.

⁴⁹ Bylos 2 tomas, 163 lapas.

⁵⁰ Bylos 2 tomas, 8, 147 lapai.

⁵¹ Bylos 2 tomas, 18 lapas.

magnetinį nugaros diržą laikotarpiu nuo 2012 m. sausio 1 d. iki 2012 m. liepos 23 d. iš viso peržiūrėjo 2 899 unikalūs vartotojai; apie magnetines juosteles – 7112 unikalių vartotojų)⁵² apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „*Gyd. Levino magnetinės juostelės grąžina įprastą sąnarių lankstumą <...> Gyd. Levino magnetinės juostelės grąžina keliams lankstumą. <...> Levino magnetinės juostelės grąžina įprastą sąnarių lankstumą <...> Magnetinis krūvis <...> šalina sąstingį, grąžina lankstumą.*“ (2012 m. liepos 19 d.)⁵³ ir „<...> *Levino magnetinės juostelės grąžina įprastą sąnarių lankstumą. <...> Magnetis <...> tirpdo sąstingį, grąžina lankstumą.*“⁵⁴ (apytiksliai nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 22-23 d.)⁵⁵.

1.4. Poveikis artritui

(22) Teiginiai apie „Dr. Levine“s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį artritui buvo skleidžiami prekių kataloguose, lankstinukuose ir internete įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.

(23) Prekių kataloguose skleistieji teiginiai:

(a) „Top shop“ kataloge (2011/2012 m. žiemos (180 250 egz.), 2012 m. pavasario (254 000 egz.), 2012 m. vasaros (290 000 egz.), taip pat kataloge nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d. (300 000 egz.). Bendrai iš viso buvo išleista 1024 250 katalogų egzempliorių, o bendra informacijos juose sklaidos trukmė: nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.)⁵⁶:

(i) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „<...> *sumažinkite <...> artrito skausmus. <...> Magnetinis krūvis <...> pagerina būklę po <...> artrito*“⁵⁷ (nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 balandžio 30 d.) ir „<...> *sumažinkite <...> artrito sukeltus skausmus. <...> Magnetinis krūvis <...> pagerina būklę <...> sergant artritu*“⁵⁸ (nuo 2012 m. gegužės 1 d. iki 2012 liepos 31 d.);

(ii) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas <...> malšina artrito sukeltus <...> skausmus <...>*“⁵⁹ (nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.).

(24) Lankstinukuose skleistieji teiginiai:

(a) „Top shop“ lankstinukuose (30 000 egz.) nuo 2012 m. kovo 1 d. iki 2012 m. kovo 31 d.⁶⁰ apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „<...> *sumažinkite <...> artrito skausmus*“⁶¹.

(25) Internetuose skleistieji teiginiai:

(a) interneto svetainėje www.topshop.lt apytiksliai nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 22-23 d. (iš viso 7112 unikalių vartotojų)⁶² apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „*Levino magnetinės juostelės pagerina Jūsų kelių būklę, atsiradusią dėl <...> artrito.*“⁶³.

1.5. Poveikis nemigai

⁵² Bylos 1 tomas, 16, 23 lapai; bylos 2 tomas, 8 lapas.

⁵³ Bylos 1 tomas. 10-12 lapai.

⁵⁴ Bylos 1 tomas, 16, 23 lapai.

⁵⁵ Bylos 1 tomas, 16, 23 lapai; bylos 2 tomas, 8 lapas.

⁵⁶ Bylos 2 tomas, 8, 36, 45, 147 lapai; bylos 3 tomas, 94, 107 lapai.

⁵⁷ Bylos 2 tomas, 21, 24 lapai.

⁵⁸ Bylos 2 tomas, 27 lapas.

⁵⁹ Bylos 2 tomas, 36, 45 lapai.

⁶⁰ Bylos 2 tomas, 8, 147 lapai.

⁶¹ Bylos 2 tomas, 18 lapas.

⁶² Bylos 2 tomas, 8 lapas.

⁶³ Bylos 1 tomas, 10-12, 23 lapai.

(26) Teiginys apie „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį nemigai buvo skleidžiamas „Top shop“ kataloguose (300 000 egz.) nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.⁶⁴ Buvo nurodyta: „<...> *Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas <...> gali <...> padėti įveikti nemigą <...>*“⁶⁵.

1.6. Priešuždegiminis poveikis

(27) Teiginiai apie „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo priešuždegiminį poveikį buvo skleidžiami prekių kataloguose ir spaudoje nuo 2011 m. rugpjūčio 17 d. iki 2012 m. liepos 31 d.

(28) Prekių kataloguose skleisti teiginiai:

(a) „Top shop“ kataloge (2011/2012 m. žiemos (180 250 egz.), 2012 m. pavasario (254 000 egz.), 2012 m. vasaros (290 000 egz.). Bendrai iš viso buvo išleista 724 250 katalogų egzempliorių, o bendra informacijos juose sklaidos trukmė: nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.)⁶⁶ apie magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Magnetinis laukas <...> turi priešuždegiminį poveikį*“⁶⁷ (nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. balandžio 30 d.) ir „*Magnetinis laukas <...> turi priešuždegimo slopinamąjį poveikį*“⁶⁸ (nuo 2012 m. gegužės 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.).

(29) Spaudoje skleisti teiginiai:

(a) žurnale „Savaitė“ (ankstesnis pavadinimas – „Savaitė su TV“) nuo 2011 m. rugpjūčio 17 d. iki 2012 m. liepos 4 d. (iš viso 17 žurnalo numerių⁶⁹, vidutinis žurnalo tiražas buvo virš 160 000 egz.⁷⁰) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Magnetinis laukas <...> turi priešuždegiminį poveikį <...>*“⁷¹;

(b) dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „TV antena“ 2012 m. vasario 25 d. („TV antena“ (vidutinis tiražas buvo daugiau nei 114 000 egz.⁷²) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Magnetinis laukas <...> turi uždegimo slopinamąjį poveikį*“⁷³.

1.7. Poveikis radikulitui

(30) Teiginys apie „Dr. Levine‘s“ magnetinio nugaros diržo poveikį radikulitui buvo skleidžiamas kataloguose „Top shop“ (2011/2012 m. žiemos (180 250 egz.), 2012 m. pavasario (254 000 egz.), 2012 m. vasaros (290 000 egz.). Bendrai iš viso buvo išleista 724 250 katalogo egzempliorių, o bendra informacijos juose sklaidos trukmė: nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.)⁷⁴. Buvo nurodyta: „<...> *Atsikratykite radikulito <...>*“⁷⁵.

1.8. Raumenis atpalaiduojantis poveikis

(31) Teiginiai apie „Dr. Levine‘s“ magnetinio nugaros diržo raumenis atpalaiduojantį poveikį buvo skleidžiami prekių kataloguose ir internete nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.

⁶⁴ Bylos 2 tomas, 36, 45, lapai; bylos 3 tomas, 94, 107 lapai.

⁶⁵ Bylos 2 tomas, 45 lapas.

⁶⁶ Bylos 1 tomas, 20 lapas; bylos 2 tomas, 8, 21, 24, 27, 147 lapai.

⁶⁷ Bylos 2 tomas, 21, 24 lapai.

⁶⁸ Bylos 2 tomas, 27 lapas.

⁶⁹ Bylos 2 tomas, 43-44 lapai.

⁷⁰ Vadovaujantis tinklalapio www.lrkmlt/index.php?4025754182 duomenimis.

⁷¹ Bylos 2 tomas, 153 lapas.

⁷² Vadovaujantis tinklalapio www.lrkmlt/index.php?4025754182 duomenimis.

⁷³ Bylos 2 tomas, 162 lapas.

⁷⁴ Bylos 2 tomas, 8, 147 lapai.

⁷⁵ Bylos 1 tomas, 20 lapas; bylos 2 tomas, 21, 24, 27 lapai.

(32) Prekių kataloguose skleisti teiginiai:

(a) „Top shop“ kataloge (2011/2012 m. žiemos (180 250 egz.), 2012 m. pavasario (254 000 egz.), 2012 m. vasaros (290 000 egz.). Bendrai iš viso buvo išleista 724 250 katalogų egzempliorių, o bendra informacijos juose sklaidos trukmė: nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.)⁷⁶ apie magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „<...> *Atpalaiduoja raumenis*“⁷⁷.

(33) Internete skleisti teiginiai:

(a) interneto svetainėje *www.topshop.lt* 2012 m. liepos 19 d. (laikotarpiu nuo 2012 m. sausio 1 d. iki 2012 m. liepos 23 d. svetainę galėjo aplankyti apie 14 unikalių vartotojų per parą)⁷⁸ apie magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „<...> *Atpalaiduoja raumenis* <...>“⁷⁹.

1.9. Kraujo apytaką gerinantis poveikis

(34) Teiginiai apie „Dr. Levine“s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo kraujo apytaką gerinantį poveikį buvo skleidžiami prekių kataloguose, internete, spaudoje ir televizijoje įvairiais laikotarpiais apytiksliai nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. rugsėjo 23 d.

(35) Prekių kataloguose skleisti teiginiai:

(a) kataloguose „Top shop“ (2011/2012 m. žiemos (180 250 egz.), 2012 m. pavasario (254 000 egz.), 2012 m. vasaros (290 000 egz.). Bendrai iš viso buvo išleista 724 250 egz., o bendra informacijos juose sklaidos trukmė: nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.)⁸⁰ apie magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „<...> *Skatina kraujo apytaką*. <...>“⁸¹.

(36) Internete skleisti teiginiai:

(a) interneto svetainėje *www.topshop.lt* 2012 m. liepos 19 d. (laikotarpiu nuo 2012 m. sausio 1 d. iki 2012 m. liepos 23 d. svetainę galėjo aplankyti apie 14 unikalių vartotojų per parą)⁸² apie magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „<...> *Skatina kraujo apytaką* <...>“⁸³.

(37) Spaudoje skleisti teiginiai:

(a) žurnale „Savaitė“ (ankstesnis pavadinimas – „Savaitė su TV“) nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2011 m. rugpjūčio 17 d. (iš viso 57 žurnalo numeriai⁸⁴, vidutinis žurnalo tiražas buvo daugiau nei 160 000 egz.⁸⁵) apie magnetines juosteles buvo nurodyta: „<...> *gerina kraujo apytaką* <...>“⁸⁶;

(b) dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „TV antena“ 2012 m. vasario 25 d. (vidutinis tiražas buvo daugiau nei 114 000 egz.⁸⁷) apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą buvo nurodyta: „*Magnetinis laukas gerina kraujo apytaką* <...>“⁸⁸.

(38) Televizijoje skleisti teiginiai:

(a) televizijos kanaluose: BTV, FIRST BALTIC CHANNEL, INFO TV, LIUKS!, LNK, L.RYTAS.TV, NTV MIR, SPORT1, TV1, TV3, TV6, TV8 nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 16 d. (1133 kartus) ir nuo 2012 m. rugpjūčio 13 d. iki 2012 m. rugsėjo 23 d. (214 kartų)⁸⁹ iš viso 1347 kartus apie magnetines juosteles raštu buvo nurodyta: „<...>

⁷⁶ Bylos 2 tomas, 8, 147 lapai.

⁷⁷ Bylos 1 tomas, 20 lapas; bylos 2 tomas, 21, 24, 27 lapai.

⁷⁸ Bylos 2 tomas, 8 lapas.

⁷⁹ Bylos 1 tomas, 10-12 lapai;

⁸⁰ Bylos 2 tomas, 8, 147 lapai.

⁸¹ Bylos 1 tomas, 20 lapas; bylos 2 tomas, 21, 24, 27 lapai.

⁸² Bylos 2 tomas, 8 lapas.

⁸³ Bylos 1 tomas, 10-12 lapai.

⁸⁴ Bylos 2 tomas, 39-43 lapai.

⁸⁵ Vadovaujantis tinklalapio *www.lrkm.lt/index.php?4025754182* duomenimis.

⁸⁶ Bylos 2 tomas, 152 lapas;

⁸⁷ Vadovaujantis tinklalapio *www.lrkm.lt/index.php?4025754182* duomenimis.

⁸⁸ Bylos 2 tomas, 162 lapas.

⁸⁹ Bylos 2 tomas, 6, 28, 149 lapai; bylos 3 tomas, 94-95 lapai.

*gerina kraujo apytaką*⁹⁰ (nuo 2012 m. sausio mėn. iki 2012 m. liepos 16 d.) ir „*Magnetas gali padėti Paskatinti kraujotaką* <..>“⁹¹ (nuo 2012 m. rugpjūčio 13 d. iki 2012 m. rugsėjo 23 d.).

2. UAB „Studio moderna“ veikla

(39) „Dr. Levine‘s“ magnetines juosteles ir magnetinius nugaros diržus Lietuvoje parduoda UAB „Studio moderna“, kurios veikla apima didmeninę ir mažmeninę prekybą įvairios paskirties produktais (daugiausia – ne maisto produktais)⁹².

(40) Nustatyta, kad vien 2012 m. iš UAB „Studio moderna“ vartotojai įsigijo 23 642 „Dr. Levine‘s“ kelių juosteles, 11 831 „Dr. Levine‘s“ riešo juosteles, 7 561 „Dr. Levine‘s“ nugaros diržus, t. y. iš viso – 43 034 prekių. Nuo 2012 m. sausio 13 d. iki 2012 m. rugpjūčio 29 d. vartotojai įsigijo 9 707 „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių pakuočių⁹³.

3. Su „Dr. Levine‘s“ prekėmis susijusios aplinkybės

(41) Tyrimo metu nustatyta, kad „Dr. Levine‘s“ magnetinėse juostelėse yra magnetinė plėvelė, kurios stiprumas – 400 gausų; magnetiniame nugaros dirže naudojamų magnetų stiprumas – 800 gausų.

(42) Tyrimo metu nustatyta, kad „Dr. Levine‘s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas nėra registruoti kaip medicinos prietaisai Lietuvoje, taip pat nenustatyta, kad šios prekės būtų pripažintos medicinos prietaisais kitose Europos Sąjungos valstybėse⁹⁴.

(43) Akreditavimo tarnyba nurodė, kad „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių pakuočių aprašymo teiginiai („*sumažina sąnarių skausmą, gerina audinių mikrocirkuliaciją, padeda, jei vargina kelių skausmai, jei po aktyvios fizinės veiklos skausmas paaštrėja, magnetas, esantis juostelėje, slopina uždegimą, patinimą ir mažina skausmą, gerina regeneraciją*“) atitinka medicinos prietaiso savybes, tačiau tokia informacija nėra pagrįsta tokį poveikį patvirtinančiais klinikiniais tyrimais ar atitiktis dokumentais⁹⁵.

(44) Atsižvelgus į Akreditavimo tarnybos pateiktą informaciją, nustatyta, kad Lenkijos įmonė *TV Promotion Direct Sp. z o. o.*⁹⁶ kreipėsi į kompetentingą Lenkijos instituciją⁹⁷ dėl Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių registravimo, tačiau neįrodė prietaiso veiksmingumo, o minėta Lenkijos institucija nepatvirtino, kad „Dr. Levine‘s“ magnetinės juostelės yra registruotos Lenkijoje kaip medicinos prietaisai⁹⁸. Akreditavimo tarnyba taip pat pateikė Šveicarijos kompetentingos institucijos „Swissmedic“⁹⁹ informaciją, kad įmonei, platinančiai „Dr. Levine‘s“ produktus buvo nurodyta iki 2012 m. spalio 31 d. pašalinti medicininio pobūdžio teiginius (pavyzdžiui, „*padeda sumažinti skausmą*“). Akreditavimo tarnybos teigimu, atsižvelgus į Lenkijos ir Šveicarijos institucijų informaciją, nėra pakankamai duomenų, įrodančių „Dr. Levine‘s“ gaminių medicininę paskirtį¹⁰⁰.

(45) Nustatyta, kad pati UAB „Studio moderna“ nurodė, kad magnetinės juostelės nėra ir nebuvo numatytos medicinos prietaisu, t.y., produktas nebuvo priskirtas medicinos prietaisų

⁹⁰ Bylos 2 tomas, 32 lapas.

⁹¹ Bylos 2 tomas, 32 lapas.

⁹² Bylos 2 tomas, 184 lapas.

⁹³ Bylos 2 tomas, 35, 109, 176 lapai.

⁹⁴ Bylos 1 tomas, 2, 95, 98-99 lapai; bylos 2 tomas, 122-124B, 131-131A, 136, 150 lapai.

⁹⁵ Bylos 1 tomas, 2 lapas.

⁹⁶ „Dr. Levine‘s“ prekių įgaliotas atstovas.

⁹⁷ Vaistų, medicinos prietaisų ir biocidinių produktų registracijos tarnyba (angl. *Office for Registration of Medicinal Products, Medical Devices and Biocidal Products*).

⁹⁸ Bylos 1 tomas, 95 lapas; bylos 2 tomas, 122-124B,

⁹⁹ Šveicarijos Terapinių produktų agentūra (angl. *Swiss Agency for Therapeutic Products, Swissmedic*).

¹⁰⁰ Bylos 1 tomas, 2, 95 lapai; bylos 2 tomas, 122-124B, 131A lapai.

kategorijai¹⁰¹. Taip pat Įmonė patvirtino, kad ir „Dr. Levine‘ s“ magnetiniam nugaros diržui nėra suteikta atitiktis medicinos prietaisui deklaracija¹⁰².

4. UAB „Studio moderna“ pateikti įrodymai

(46) UAB „Studio moderna“ nurodė, kad „Dr. Levine‘ s“ prekes apibūdinantys teiginiai, nepriklausomai nuo to, ar jos pripažintos medicinos prietaisais ar ne, yra teisingi, nes jų poveikį žmogaus fizinei būklei patvirtina įvairūs tyrimų duomenys ir kiti įrodymai¹⁰³. UAB „Studio moderna“ teigimu, nors dalis informacijos yra susijusi su kitų gamintojų gaminiais, tačiau šie gaminiai yra lygiaverčiai „Dr. Levine‘ s“ gaminiams, turintiems palyginamą magneto stiprumą, konstrukcinį panašumą, paskirtį ir naudojimo būdą¹⁰⁴. Dalis UAB „Studio moderna“ pateiktų duomenų susiję būtent su „Dr. Levine‘ s“ juostelėmis. Įmonė nepateikė įrodymų, kuriuose būtų aptariamas būtent „Dr. Levine‘ s“ magnetinio nugaros diržo poveikis.

(47) Toliau nurodyti UAB „Studio moderna“ pateikti, jos nuomone, teiginių apie magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį teisingumą patvirtinantys įrodymai, atsižvelgus į jų objektą, turinį ar pobūdį.

4.1. Informacija apie „Dr. Levine‘ s“ juosteles

(48) UAB „Studio moderna“ pateikta informacija apie „Dr. Levine‘ s“ magnetinių juostelių poveikį:

(a) Jack Levine, MD straipsnis „*Nauja sąvarža chondromalacia girnelėi ir panašioms būklėms*“¹⁰⁵, publikuotas 1978 m. „*American Journal of Sports Medicine*“, kuriame pateikti J. Levine atliktų bandymų su juostelėmis pacientams rezultatai. Tačiau straipsnyje nėra nurodyta, kad juostelėse būtų magnetas, ar kad juostelės turėtų magnetines savybes (apibūdinta: „*Paprasta sąvarža (laukianti patento) <...>*“; „*Ji susideda iš paminkštintos suapvalintos maždaug 2 cm diametro paramos, kuri yra lengvai išlenkta savo ilga ašimi taip, kad velcro užsegimai, kurie pritvirtinti jos gale, gulėtų <...>*“). Straipsnyje teigiama: „*Šis įtaisas buvo panaudotas ant 24 kelių 17-ai pacientų*“ su aiškiais chondromalacia simptomais, taip pat ir kitų negalavimų atžvilgiu. Dėl poveikio artritui buvo nurodyta, kad „*<...> Trečias pacientas su girnelės-šlaunikaulio sąnario artritu, kurio simptomai pasirodydavo tik kartais, žaidžiant tenisą, naudoja sąvaržą sėkmingai ir gali nesustabdyti savo žaidimo, kai artritas paūmėja*“. Taip pat nurodoma: „*Šis paprastas įtaisas <...> suteikia didelį simptomų palengvėjimą dideliame procentui pacientų, kurie turi chondromalacia girnelę ir kitus girnelės-šlaunikaulio sąnario sutrikimus*“. Išvadose pažymėta: „*Atrodo, kad įtaisas yra vertas išbandymo, kartu su pratimais ir salicilatais, kur reikalinga, prieš ruošiantis operacijai*“¹⁰⁶;

(b) chirurgo Slawomir Kiwala 2011 m. birželio 5 d. išvada dėl „Dr. Levine‘ s“ kelio ir riešo juostelių poveikio, parengta remiantis jo stebėjimų rezultatais: „*Iš pacientų (Komplektų¹⁰⁷ naudotojų) nuomonės ir mano stebėjimų seka <...>*“. Nurodoma: „*I Komplektą įeinantys keliui skirti magnetiniai dirželiai, nešiojami žemiau kelio girnelės, daro tam tikrą stabilizuojamąjį ir skausmą malšinantį poveikį. O riešui skirtas magnetinis dirželis, nešiojamas riešo srityje, sumažina jo nelankstumą ir riešo skausmą, tačiau nevaržo judesius*“; „*Esant rimtoms sąnarių traumoms dėl pagalbinės terapijos naudojantis šiuo Komplektu reikia pasitarti su gydytoju, taikančiu pagrindinę terapiją*“¹⁰⁸. Išvadoje nėra informacijos, kokiam

¹⁰¹ Bylos 1 tomas, 98-99 lapai.

¹⁰² Bylos 2 tomas, 35, 150 lapai.

¹⁰³ Bylos 2 tomas, 36, 148 lapai; bylos 3 tomas, 100 lapas.

¹⁰⁴ Bylos 2 tomas, 35 lapas.

¹⁰⁵ Angl. „*A new brace for chondromalacia patella and kindred conditions*“.

¹⁰⁶ Bylos 1 tomas, 37-44 lapai.

¹⁰⁷ Komplektą „Dr. Levine‘ s Set. Power Magnetic 3-Pack“ sudaro dvi kelio juostelės ir viena riešo juostelė. Nugaros diržas į komplektą nepatenka (bylos 2 tomas, 8 lapas).

¹⁰⁸ Bylos 1 tomas, 61-66 lapai.

skaičiui pacientų padėjo juostelės ir kokiais objektyviais duomenimis grindžiamas nurodytas poveikis.

4.2. Straipsniai apie magneto poveikį

(49) UAB „Studio moderna“ pateikė informaciją apie magneto gydomąsias savybes, tačiau joje nėra duomenų, jog kuriame nors iš nurodytų tyrimų buvo naudojamos „Dr. Levine‘s“ magnetinės juostelės ar magnetinis nugaros diržas (kai kuriuose nurodytuose tyrimuose buvo naudojami kitokie objektai (pavyzdžiui, diskai, čiužinių užtiesalai), o kai kuriais atvejais naudotų magnetų stiprumas buvo kitoks nei „Dr. Levine‘s“ gaminių):

(a) Harlow, T. ir kt. straipsnis *„Atsitiktinių imčių kontroliuojamas magnetinių juostelių, skirtų skausmo sumažinimui klubo ir kelio osteoartrito atveju, klinikinis tyrimas“*¹⁰⁹, publikuotas 2004 m. *„British Medical Journal“*. Tyrime buvo panaudoti kelių rūšių magnetai: A grupės magnetinės juostelės lauko jėga ties kontakto su riešu paviršiumi buvo 170-200 mTslų (1700-2000 gausų); B grupės – 21-30 mTslų (210-300 gausų); C grupė – nemagnetinės plieno poveržlės. Nurodyta, jog tyrimo metu buvo tirtas skausmo, kojos sustingimo ir funkcionavimo pokytis naudojant stiprų, silpną magnetą ir placebo. Straipsnyje pažymėta, kad ankstesni tyrimai parodė, kad 210-300 gausų magnetas nėra terapeutiškai pakankamas. Straipsnyje nurodoma, kad magnetų palyginimas parodė reikšmingą vidurkio skirtumą skausmo ir funkcionavimo rezultatuose lyginant standartinių ir dirbtinių magnetų grupes, bet ne standartinių ir silpnų magnetų grupes. Jokio pasikeitimo nebuvo matyti sustingimo reikšmėse, galimai dėl matavimo jautrumo trūkumo. Rezultatų aptarime daroma išvada, kad *„Duomenys atitinka ankstesnes studijas dėl magnetinės terapijos ir skausmo. Studijos, kurios neparodė efekto skausmui <...> bendrai, buvo atliekamos su silpnais magnetais (nuo 19 iki 50 mTslų) [t. y., 190-500 gausų]. Studijos, kurios parodė efektą, buvo atliekamos su stipresniais magnetais (nuo 47 iki 180 mTslų) [t. y., 470-1800 gausų], kurie yra palyginami su mūsų standartinio stiprumo magnetais <...>. Šios išvados kartu sako, kad lauko stiprumas yra svarbus“*. Rezultatų aptarime pažymima: *„Mūsų studija galutinai neapibrėžė apimties, kurioje magnetinė juostelė yra specifiška ar dėl placebo. <...> Nors ypač specifinių juostelių analizė taip pat rodo specifinį efektą, rezultatas yra tik tendencija ir reikalauja patvirtinimo. Taigi, mes negalime būti tikri, ar mūsų duomenys rodo specifinį magnetų efektą, placebo efektą, ar abu kartu. Koks bebūtų mechanizmas, magnetinių juostelių nauda kliniškai atrodo naudinga“*; *„Yra reikalingas tolimesnis darbas mūsų duomenų pakartojimui ir nustatymui ar efektas prasitęsia po 12 savaičių“*¹¹⁰;

(b) Vallbona, C. ir kt. straipsnis *„Statinų magnetinių laukų atsakymas į skausmą, kurį turi pacientai su postpoliomielitu: Dvigubai aklas bandomasis tyrimas“*¹¹¹, publikuotas 1997 m. *„American Congress of Rehabilitation Medicine and the American Academy of Physical Medicine and Rehabilitation“*. Šiame tyrime kaip specifiniai įtaisai buvo panaudoti BIOflex magnetai su kintamo magneto poliškumo koncentriškai¹¹² išdėstytais ratais (diskai ir juostelės), kurių stiprumas apie 500 gausų įtaiso paviršiuje bei diskai ir juostelės, kurių stiprumas buvo 300 gausų. Rezultatų aptarime nurodoma: *„<...> tyrimo rezultatai rodo, kad statiniai magnetiniai laukai, kurių intensyvumas nuo 300 iki 500 gausų, yra efektyvūs skausmo kontrolei pas pacientus, kurie turi postpoliomielito sindromą. Ar skausmas buvo miofascialinio ar artritinio pobūdžio, atrodo, kad jis lygiai gerai reaguoja į statinį magnetinį lauką ir efektas buvo pastebėtas per 45 minutes nuo taikymo pradžios.“*¹¹³;

¹⁰⁹ Angl. *„Randomised controlled trial of magnetic bracelets for relieving pain in osteoarthritis of the hip and knee“*

¹¹⁰ Bylos 1 tomas, 45-57 lapai.

¹¹¹ Angl. *„A response of pain to static magnetic fields in postpolio patients: A double-blind pilot study“*

¹¹² Koncentrinis, koncentrinė – turintis bendrą centrą (remiantis tinklalapiu <http://www.zodinas.lt/terminu-zodynas/k/koncentrinis>).

¹¹³ Bylos 2 tomas, 74-91 lapai.

(c) Brown., C. S. ir kt. straipsnis „*Statinio magnetinio lauko terapijos veiksmingumas esant chroniniam dubens skausmui: dvigubai akklasis bandomasis tyrimas*“¹¹⁴, publikuotas 2002 m. „*American Journal of Obstetrics and Gynecology*“. Tyrimo metu dešimtyje zonų, esančių viršutinėje, vidurinėje ir apatinėje pilvo dalyje, buvo naudoti įmonės *BIOflex Medical Magnets, Inc.* koncentriniai magnetai, bipolinės konfigūracijos¹¹⁵, su 500 gausų magnetinio lauko intensyvumu ties paviršiumi, ir placebo. Rezultatų aptarime teigiama, kad rezultatai parodė, kad statinio magnetinio lauko terapija su ~ 500 gausų stiprumo bipoliniais magnetais žymiai pagerino negalią ir gali sumažinti skausmą, kuomet moterys su chroniniu dubens skausmu nuolatos jį nešioja 4 savaites¹¹⁶;

(d) Segal., N. A., MD ir kt. straipsnis „*Dvi statinių magnetinių laukų konfigūracijos reumatoidinio kelių artrito gydymui: dvigubo anonimiškumo klinikiniai tyrimai*“¹¹⁷, publikuotas 2001 m. „*Archives of Physical Medicine and Rehabilitation*“. Straipsnyje nurodyto tyrimo metu prietaisai MagnaBlocTM buvo pridėti prie odos aplink kelio sąnarį. Straipsnyje nurodyta: „*MagnaBlock yra nefarmacinis, neinvazinis, keturių polių statinis magnetinis prietaisas su 4 nuolatiniais įkrautais centrais; retieji žemės magnetai išdėstyti kintamo poliariškumo tvarka alerginės reakcijos nesukeliamame plastiko korpuse. <...> kiekvienas polių generuoja apie 190 mT magnetinį lauką [1900 gausų x 4 - iš viso 7600 gausų]. Magnetinis laukas, kurį kuria magnetų kvadratas (neodimio-geležies boro), prasiskverbia 5 cm į kūno audinius <...>*“. Poveikis lygintas su kontroliniais prietaisais, kuriuose „<...> vietoje keturių polių <...> buvo įdėti 3 aliuminio gabalėliai ir 1 neodimio magnetas. <...> maksimalus lauko poveikis 72 mT [720 gausų] paviršiuje“. Išvados nurodoma: „<...> nustatyta, kad abu prietaisai efektyviai mažina skausmą ir palengvina bendrą ligos sunkumą; vis dėlto statistiškai ženklus skirtumo tarp abiejų grupių nebuvo“¹¹⁸;

(e) Colbert, A. P. ir kt. straipsnis „*Magnetinių čiūžinių užtiesalų naudojimas tiriant pacientus su fibromialgija: atsitiktinės parinktės principo dvigubo anonimiškumo eksperimentinis tyrimas*“¹¹⁹, publikuotas 1999 m. žurnale „*Journal of Back and Musculoskeletal Rehabilitation*“. Aprašytame tyrime naudoti magnetiniai čiūžinių užtiesalai. Keramikos gabalėliai eksperimentinės grupės čiūžinių užtiesaluose buvo įmagnetinti; paviršiaus lauko stiprumas buvo 1100 +/- 50 gausų. Esant šiam paviršiaus lauko stipriui ir nurodytai magnetų padėčiai, apskaičiuota, kad į įvairias anatomines vietas yra skleidžiamas 200 – 600 gausų laukas (buvo lyginta su imitaciniu (nemagnetizuotu) kontroliniu užtiesalu). Straipsnyje pažymėta: „*Gamintojai apibūdina savo magnetinius produktus naudodami terminą „įvertinimas gausais“, kuris apibūdina įmagnetinimo energiją magneto šerdyje. Vis dėlto šis pavadinimas nenurodo terapinės reikšmės arba magneto dozimetrijos, kadangi nesuteikia jokios informacijos apie magnetinį lauką magneto paviršiuje arba magnetinės energijos kiekį, skleidžiamą į tikslinį audinį. <...> Srauto tankis mažėja eksponentiškai tolstant nuo magneto paviršiaus. Faktinė magnetinės energijos dozė tiksliniam audiniui (audiniams) priklauso nuo magneto santykinio dydžio ir tikslo bei gydomos zonos atstumo nuo magneto*“. Išvada: „<...> bandomojo tyrimo rezultatai rodo, kad vidutiniškai 8 valandų per naktį miegas <...> ant čiūžinio užtiesalo (kuriam yra 270 domino formos keraminių magnetų <...>), skleidžiančio 200-600 G statinį magnetinį lauką 16 savaitių laikotarpiu žymiai sumažino skausmą ir pagerino miegą moterų su FM [fibromialgija] atveju.“¹²⁰;

(f) Lang, R., MD straipsnis apie magnetų poveikį „*Nauji skausmo, nuovargio ir miego sutrikimų gydymo būdai*“¹²¹ (1999 m.). Straipsnyje aptariamas čiūžinių ir čiūžinių

¹¹⁴ Angl. „*Efficacy of static magnetic field therapy in chronic pelvic pain: A double-blind pilot study*“.

¹¹⁵ Keičiant šiaurinį ir pietinį polių iš kiekvienos pusės (Bylos 2 tomas, 99 lapas).

¹¹⁶ Bylos 2 tomas, 92-108 lapai.

¹¹⁷ Angl. „*Two Configurations of Static Magnetic Fields for Treating Rheumatoid Arthritis of the Knee: A Double-Blind Clinical Trial*“.

¹¹⁸ Bylos 3 tomas, 38-59 lapai.

¹¹⁹ Angl. „*Magnetic mattress pa duse in patients with fibromyalgia: a randomized double-blind pilot study*“.

¹²⁰ Bylos 3 tomas, 60-90 lapai.

¹²¹ Angl. „*New Applications for the Treatment of Pain, Fatigue, and Sleep Disorders*“.

užtiesalų su magnetais bei gydytojo H. Baermann išradimas – naudojami koncentrinį žiedų magnetai ir akcentuojamas jų efektyvumas¹²². Tačiau straipsnyje nenurodyti konkretūs tyrimai apie magneto poveikį, nuorodos į mokslinius šaltinius, o pateikiama tik autoriaus nuomonė.

4.3. Įmonės *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* parengti dokumentai

(50) Tyrimo metu UAB „Studio moderna“ kaip duomenis, kurie grindžia „Dr. Levine’s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį, taip pat pateikė ir Lenkijos įmonės *TV Promotion Direct Sp. z o. o.*, kuri yra įgaliota „Dr. Levine’s“ prekių gamintojo atstovė, rengtus dokumentus:

(a) klinikinio vertinimo ataskaita ir mokslinės literatūros paieškos ir peržvalgos protokolas, kurie 2011 m. buvo parengti Lenkijos vaistų, medicinos prietaisų ir biocidinių produktų registracijos tarnybai. Juose apibendrinami aukščiau šio nutarimo 4.1 ir 4.2 dalyse nurodyti Levine, J., Harlow, T., Vallbona, C., Brown, C. S., chirurgo S. Kiwala ir kt. straipsniai bei išvados¹²³. Kaip nurodyta šio nutarimo 44 pastraipoje, Lenkijos institucija pripažino, jog įmonė *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* neįrodė prietaiso veiksmingumo¹²⁴;

(b) 2011 m. rugpjūčio 6 d. atitikties 1993 m. birželio 14 d. Tarybos direktyvai 93/42/EEB dėl medicinos prietaisų ir Lenkijos teisės aktams deklaracija (toliau – medicinos prietaiso atitikties deklaracija), kurią parengė įmonės *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* atstovas. Šiame šaltinyje nurodoma, kad trijų magnetinių dirželių komplektas „Dr. Levine’s“ Set. Power Magnetic 3-Pack“¹²⁵ priskirtas I klasės medicinos prietaisui. Tačiau įrodymai, kuriais grindžiamas toks priskyrimas, pačioje deklaracijoje nebuvo nurodyti. Tokie įrodymai taip pat nebuvo pateikti kaip deklaracijos priedai¹²⁶.

(c) 2011 m. rugpjūčio 6 d. įmonės *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* parengtas formuliaras organizacijoms dėl magnetinių dirželių komplekto „Dr. Levine’s“ Set. Power Magnetic 3-Pack“ klasifikavimo I klasės mediciniam prietaisui¹²⁷.

4.4. Jungtinių Amerikos Valstijų Patentų ir prekių ženklų biuro duomenų bazės informacija

(51) UAB „Studio moderna“ taip pat pateikė informaciją iš Jungtinių Amerikos Valstijų Patentų ir prekių ženklų biuro¹²⁸ duomenų bazės, kuri rodo, kad 1979 m. Jack Levine sukurto juostelėms buvo suteiktas patentas Nr. D251,682. Rezultatuose, be kita ko, nurodyta: „*Originalus dizainas, toks, kaip parodyta, chirurginėms juostelėms ar panašioms gaminiams*“; „*Išradėjai: Levine, Jack*“; „*Pateikta: 1977 m. kovo 10 d.*“¹²⁹. Tačiau šioje informacijoje nėra nurodyta, jog juostelės turėtų magnetą, taip pat nėra duomenų apie juostelių poveikį sveikatai.

5. Tyrimo išvados ir UAB „Studio moderna“ pateikti paaiškinimai

(52) Tyrimas dėl „Dr. Levine’s“ prekių reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams buvo baigtas ir tyrimo metu nustatytos aplinkybės bei jų pagrindu padarytos išvados

¹²² Bylos 3 tomas, 32-37 lapai.

¹²³ Bylos 2 tomas, 46-57, 66-73, 158-159 lapai.

¹²⁴ Bylos 1 tomas, 95 lapas; bylos 2 tomas, 122-124B lapai

¹²⁵ Komplektą „Dr. Levine’s Set. Power Magnetic 3-Pack“ sudaro dvi kelio juostelės ir viena riešo juostelė. Nugaros diržas į minėtą komplektą nepatenka (Bylos 2 tomas, 8 lapas).

¹²⁶ Bylos 1 tomas, 58-59 lapai.

¹²⁷ Bylos 1 tomas, 67-74 lapai.

¹²⁸ Angl. *United States Patent and Trademark Office*.

¹²⁹ Bylos 2 tomas, 35 lapas, 110-113 lapai.

buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos skyriaus 2013 m. birželio 17 d. pranešime apie atliktą tyrimą Nr. 5S-18 (toliau – Pranešimas)¹³⁰.

(53) Pranešime padaryta išvada, kad UAB „Studio moderna“ skleisti reklaminiai teiginiai apie magnetinių kelių ir riešo juostelių bei magnetinio nugaros diržo poveikį skausmo, patinimo, sąstingio (sąnario lankstumo), artrito, nemigos, uždegimo, radikulito, raumenų atpalaidavimo, kraujo apytakos gerinimo atžvilgiu bei teiginiai apibūdinantys minėtas prekes kaip terapijos priemonės¹³¹, vartotojams sudaro klaidingą įspūdį, kad minėtos „Dr. Levine“s“ prekės gydo ligas bei funkcinis sutrikimus, t. y. turi tokį poveikį, kokį turi medicinos prietaisai. Atsižvelgus į tai, kad nenustatyta, jog reklamuotos „Dr. Levine“s“ prekės yra Lietuvoje pripažintos medicinos prietaisais, bei į tai, kad UAB „Studio moderna“ pateikta informacija nepatvirtina šių prekių teigiamo poveikio fizinei žmogaus būklei, Pranešime buvo padaryta išvada, kad nagrinėta „Dr. Levine“s“ prekių reklama turi Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo¹³² (toliau – Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas) 7 straipsnio 15 punkto požymių, todėl laikytina klaidinančia reklama, kurios sklaidymas pažeidžia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus. Pranešime taip pat padaryta išvada, kad už tokį Reklamos įstatymo pažeidimą UAB „Studio moderna“ turi būti skirta bauda, įvertinus visas baudos dydžiui darančias įtaką aplinkybes, įskaitant nustatytą atsakomybę sunkinančią aplinkybę – pakartotinai padarytą Reklamos įstatymo pažeidimą.

(54) Su tyrimo išvadomis UAB „Studio moderna“ buvo supažindinta išsiuntus Pranešimą, taip pat Įmonei buvo sudaryta galimybė susipažinti su tyrimo medžiaga bei raštu pateikti savo paaiškinimus dėl tyrimo išvadų¹³³.

(55) UAB „Studio moderna“ pateiktuose rašytiniuose paaiškinimuose¹³⁴ nurodė, kad nesutinka su tyrimo metu padarytomis išvadomis.

(56) UAB „Studio moderna“ nurodė, kad reklamose skleisti teiginiai buvo apie „Dr. Levine“s“ prekių fizinę būklę gerinančią poveikį, tačiau reklamose nebuvo minima, kad „Dr. Levine“s“ magnetinės juostelės ir (ar) nugaros diržas gali gydyti ligas, funkcinis ar vystymosi sutrikimus, todėl tokia reklama negali būti laikoma turinti Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkte nurodytų požymių. Be to, skleistose reklamose nebuvo teigiama, jog „Dr. Levine“s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas yra medicinos prietaisai, todėl šiems gaminiams negali būti taikomi kriterijai (reikalavimai) kaip medicinos prietaisams. Taip pat, UAB „Studio moderna“ teigimu, nėra svarbu, ar reklamuojamas gaminytis yra medicinos prietaisas, ar ne, nes svarbu yra tai, ar reklamoje nurodomą teigiamą gaminio poveikį sveikatai patvirtina moksliskai pagrįsti įrodymai, o tokius įrodymus UAB „Studio moderna“ Konkurencijos tarybai pateikė. Įmonė nurodė, kad Jack Levine straipsnyje ir specialisto chirurgo Slawomir Kiwala išvadoje aprašomas būtent „Dr. Levine“s“ gaminių poveikis. Tuo tarpu kituose įrodymuose, Įmonės teigimu, aprašomas lygiaverčių „Dr. Levine“s“ prekėms gaminių poveikis; tokį lygiavertiškumą liudija įrodymuose aptariamų gaminių konstrukcinis panašumas, magnetų stiprumas, ta pati paskirtis ir naudojimo būdas.

(57) UAB „Studio moderna“ taip pat nurodė, kad didelės dalies nagrinėtų reklaminių teiginių atžvilgiu nuo paskutinės reklamos sklaidimo dienos yra praėję daugiau nei vieneri metai, todėl už minėtų teiginių sklaidimą Įmonei negali būti taikoma sankcija – bauda. Be to, UAB „Studio moderna“ nuomone, ji savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms, nes savo iniciatyva ir gera valia ėmėsi aktyvių veiksmų, kad abejonių galėję sukelti reklaminiai teiginiai nebebūtų sklaidžiami, bei geranoriškai bendradarbiavo su Konkurencijos taryba tyrimo metu.

(58) UAB „Studio moderna“ taip pat nesutinka, kad egzistuoja jos atsakomybę sunkinanti aplinkybė – pakartotinai metus nuo Reklamos įstatyme numatytos administracinės nuobaudos paskyrimo padarytas pažeidimas. Įmonės nuomone, įtarimas pažeidimas buvo daromas nuo 2009 m.

¹³⁰ Bylos 3 tomas, 111-141 lapai.

¹³¹ Nutarimo 1.1.-1.9. dalyse nurodyti reklaminiai teiginiai.

¹³² Žin., 2008, Nr. 6-212.

¹³³ Bylos 3 tomas, 143-152 lapai.

¹³⁴ Bylos 3 tomas, 153-165 lapai.

sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d., t. y. reklama buvo pradėta skleisti daugiau nei prieš 3 metus iki Konkurencijos tarybos 2012 m. liepos 3 d. nutarimo Nr. 2S-11 „Dėl „Top shop“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“ ir 2012 m. gruodžio 20 d. nutarimo Nr. 2S-16 „Dėl „Dormeo“ čiužinių reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“ priėmimo. UAB „Studio moderna“ taip pat nurodė, kad Konkurencijos tarybos 2012 m. gruodžio 20 d. nutarimas Nr. 2S-16 „Dėl „Dormeo“ čiužinių reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“ buvo apskųstas teismui ir negali būti laikomas įsiteisėjusiu, todėl į šį nutarimą negali būti atsižvelgta sprendžiant dėl skirtinos baudos dydžio.

(59) UAB „Studio moderna“ prie paaiškinimų papildomai taip pat pridėjo „Dr. Levine’s“ prekių gamintojo patvirtinimą, kad magnetinėse juostelėse yra 400 gausų magnetas, o magnetiniame nugaros dirže - 800 gausų magnetas¹³⁵.

(60) 2013 m. liepos 11 d. įvykusio Konkurencijos tarybos bylos nagrinėjimo posėdžio¹³⁶ metu UAB „Studio moderna“ atstovė iš esmės nurodė analogiškus, kaip ir raštu pateiktoje UAB „Studio moderna“ nuomonėje dėl Pranešime padarytų išvadų, argumentus.

Konkurencijos taryba k o n s t a t u o j a :

(61) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis draudžia naudoti klaidinančią reklamą.

(62) Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalį klaidinančia reklama pripažįstama tokia reklama, kuri bet koku būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominį elgesį, arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti. Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių.

(63) Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (toliau – LVAT) yra konstatavęs:

„Sistemiškai ir lingvistiškai aiškinant Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1, 2, 4 ir 6 dalis darytina išvada, kad nustačius, jog vertinama reklama turi nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių, nėra teisinio pagrindo ir faktinio poreikio byloje aptariamoms reklamos turinį papildomai vertinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje įtvirtintų teisingumo, išsamumo ir pateikimo kriterijų požiūriu, nes įstatymo leidėjas, priimdamas Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį expressis verbis nurodė, kad šioje teisės normoje nurodyta reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia. Ši nuostata taip pat reiškia, kad tokiu atveju preziumuojama, jog ekonominis vartotojo elgesys yra paveiktas“¹³⁷.

(64) Atsižvelgus į šias Reklamos įstatymo nuostatas ir LVAT praktiką darytina išvada, jog nustačius, kad nagrinėjama informacija yra reklama pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalį, ir kad reklama atitinka Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytus klaidinančios komercinės veiklos požymius, tai yra pakankamas pagrindas reklamą pripažinti Reklamos įstatymo draudžiama klaidinančia reklama.

6. Dėl reklamos ir reklamos davėjo

(65) Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalį reklama laikoma 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

¹³⁵ Bylos 3 tomas, 166-169 lapai.

¹³⁶ Konkurencijos tarybos 2013 m. liepos 16 d. protokolai Nr. 4S-19. Bylos 3 tomas, 170-178 lapai.

¹³⁷ LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ prieš Konkurencijos tarybą.

2004 m. sausio 26 d. nutarime išaiškino: „<...> reklama yra ne bet kokia informacija, o tik tokia, kuria siekiama daryti poveikį vartotojų pasirinkimams, t. y. skatinti juos įsigyti ar vartoti tam tikrus produktus“. Būtent skatinimas įsigyti ar vartoti produktus ir rodo komercinį tokios informacijos tikslą.

(66) UAB „Studio moderna“ veiklos pobūdis yra didmeninė ir mažmeninė prekyba įvairios paskirties produktais (daugiausia – ne maisto produktais), įskaitant ir „Dr. Levine‘ s“ magnetinėmis kelio ir riešo juostelėmis bei magnetiniais nugaros diržais. Kaip matyti iš nustatytų aplinkybių, UAB „Studio moderna“ skleidė informaciją apie „Dr. Levine‘ s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį sveikatai, tokiu būdu skatindama vartotojus įsigyti Įmonės platinamas prekes. Todėl tyrimo metu nagrinėta informacija apie šias prekes laikytina reklama, kaip tai apibrėžiama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalyje. Nustatyta, kad UAB „Studio moderna“ yra skleistos reklamos davėjas, šią aplinkybę patvirtino ir pati Įmonė¹³⁸.

(67) Be to, minėta Įmonės veikla laikytina ir komercine veikla Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo prasme, kadangi šio įstatymo 2 straipsnio 4 dalyje nurodyta, kad komercine veikla vartotojams laikomi komercinės veiklos subjekto veiksmai, neveikimas, elgesys arba pareiškimas, įskaitant reklamą ir rinkodarą, tiesiogiai susiję su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba teikimu vartotojams.

7. Dėl „Dr. Levine‘ s“ prekių reklamos klaidingumo vertinimo

(68) Kaip minėta, pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalį klaidinančia reklama pripažįstama tokia reklama, kuri bet koku būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominį elgesį, arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti. Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių.

(69) Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkte numatyta, kad preziumuojama, kad komercinė veikla yra klaidinanti, jei ji pasireiškia kaip apgaulingas tvirtinimas, kad produktas gali gydyti ligas, funkcinis ar vystymosi sutrikimus. Europos Komisijos 2009 m. gruodžio 3 d. priimtų Direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos komercinės veiklos įgyvendinimo ir taikymo gairių (SEC(2009) 1666)¹³⁹ (toliau – Gairės)¹⁴⁰ 3.3.3 dalyje paaiškinta, kad minėta nuostata, taip pat taikytina ir tiems atvejams, kurie susiję su produktais ar paslaugomis (pavyzdžiui, kosmetikos priemonėmis, estetinėms procedūroms, sveikatos gerinimo produktais (taip pat tais produktais, kurie nėra laikomi kosmetikos priemonėmis)), kuriomis siekiama tam tikro poveikio žmogaus fizinei būklei¹⁴¹.

(70) Atsižvelgus į minėtas Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo nuostatas bei Gairėse pateiktus paaiškinimus, siekiant įvertinti, ar yra pagrindas UAB „Studio moderna“ skleistą „Dr. Levine‘ s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo reklamą pripažinti Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto požymių turinčia reklama, būtina nustatyti, ar reklamoje buvo pateikta informacija apie jose nurodytą „Dr. Levine‘ s“ prekių savybes ir poveikį sveikatai. Toks vertinimas atliekamas atsižvelgus į tai, kaip konkrečioje reklamoje pateiktą informaciją suprastų vidutinis vartotojas, kuris pagal

¹³⁸ Bylos 1 tomas, 16 lapas; bylos 2 tomas, 8, 182 lapai.

¹³⁹ Europos Komisijos interneto svetainė, adresas

http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/Guidance_UCP_Directive_lt.pdf

¹⁴⁰ LVAT yra pripažinęs, kad į Gairės galima atsižvelgti ir remtis jomis kaip doktrininiu (pagalbinu) ES teisės aiškinimo šaltiniu (LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ prieš Konkurencijos tarybą).

¹⁴¹ Gairių 3.3.3 dalis, 56 psl. Šioje Gairių dalyje yra pateikti paaiškinimai dėl 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos 2005/29/EB (OL 2005 L 149, p. 22) I priedo 17 punkto, kurį įgyvendina Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punktas.

Nesažiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalį suprantamas kaip pakankamai informuotas, protingai apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius vartotojas.

7.1. Dėl nagrinėjamos reklamos pobūdžio

(71) Kaip nustatyta tyrimo metu ir nurodyta šio nutarimo 1.1–1.9. dalyse, UAB „Studio moderna“ reklamoje naudojo teiginius apie tai, kad „Dr. Levine’s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas turi poveikį sąnarių ir (ar) nugaros skausmui, patinimui, sąnario sustingimui (nelankstumui), artritui, radikulitui, nemigai, taip pat kraujo apytaką skatinantį, raumenis atpalaiduojantį ir priešuždegiminį poveikį, taip pat, kad „Dr. Levine’s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas gali būti laikomos terapijos priemone.

(72) Pažymėtina, kad toks prekių apibūdinimas, koks nurodytas reklamoje, gali būti prilyginamas informacijai apie tai, kad šios prekės skirtos, be kita ko, vartotojų fizinei būklei, susijusiai su ligomis, gerinimu. Šią aplinkybę patvirtina tai, jog reklamoje nurodytos fizinės būklės (sąnarių skausmas, patinimas, artritas, radikulitas ir kt.) gali būti laikomos atitinkančiomis visuotinai pripažintus ligų apibūdinimus.

(73) Tarptautinėje statistinėje ligų ir sveikatos sutrikimų klasifikacijoje (toliau – Tarptautinė ligų klasifikacija)¹⁴² 13 skyriuje „Jungiamojo audinio ir raumenų bei skeleto ligos“ bei 5 skyriuje „Psichikos ir elgesio sutrikimai“ yra išvardintos įvairios su sąnariais ir raumenimis bei nemiga susijusios ligos bei sutrikimai. Išnagrinėjus šioje klasifikacijoje pateiktą ligų sąrašą, pastebėtina, kad nagrinėjamoje „Dr. Levine’s“ prekių reklamoje nurodyti teiginiai apie jų poveikį sveikatai gali būti priskiriami, be kita ko, poveikiui šioms minėtoje klasifikacijoje nurodytoms ligoms ir funkciniais sutrikimams, pavyzdžiui:

(a) šio nutarimo 1.1 dalyje nurodyti teiginiai apie poveikį skausmui iš esmės atitinka Tarptautinėje ligų klasifikacijoje nurodytą būseną – sąnario skausmą bei apatinės nugaros dalies skausmą (kodai M25.5, M54.5, M54.9);

(b) 1.2 dalyje nurodyti teiginiai apie poveikį tinimams – sąnario patinimą (kodas M25.4);

(c) 1.3 dalyje nurodyti teiginiai apie poveikį sustingimui (nelankstumui) – sąnario sustingimą (nelankstumą) (kodas M25.6);

(d) 1.4 dalyje nurodyti teiginiai apie poveikį artritui – artropatiją (kodai M00-M25);

(e) 1.5 dalyje nurodyti teiginiai apie poveikį nemigai – nemigą (kodas F51);

(f) 1.6 dalyje nurodyti teiginiai apie priešuždegiminį poveikį – uždegimines poliartropatijas (kodai M05-M14);

(g) 1.7 dalyje nurodyti teiginiai apie poveikį radikulitui – radikulitą (radikulopatiją) (kodas 54.1)¹⁴³.

(74) Taip pat atkreiptinas dėmesys, kad dalis reklamoje nurodytų teiginių (pavyzdžiui, nutarimo 1.1 dalyje nurodyti teiginiai: „Gydytojo Levino magnetinės juostelės ir nugaros diržas *Magneto terapija* <...> *Magnetas gali būti naudojamas kaip pagrindinė terapijos priemonė arba kartu su medikamentiniu gydymu. Skirtingai nei gydymas vaistais, magneto terapija neturi šalutinio poveikio ir ją galima taikyti ilgą laiką. Yra žinoma, jog magnetas <...> gali sumažinti skausmą. Taikant magneto terapiją, galima tikėtis pagerėjimo ir ilgai judėti be skausmo <...> sąnariuose“; „Efektyvi magneto terapija!“; „Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi*

¹⁴² Vadovaujantis Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2011 m. vasario 23 d. įsakymo Nr. V-164 (Žin., 2011, Nr. 23-1108) 1.1 punktu nuo 2011 m. balandžio 1 d. visos Lietuvos asmens sveikatos priežiūros įstaigos privalo vadovautis Tarptautinės statistinės ligų ir sveikatos sutrikimų klasifikacijos dešimtuoju pataisytu ir papildytu leidimu „Sisteminis ligų sąrašas“ (Australijos modifikacija, TLK-10-AM) (Valstybinės ligonių kasos prie Sveikatos apsaugos ministerijos interneto svetainė, adresas <http://ebook.vlk.lt/e.vadovas/index.jsp>). Iki 2011 m. balandžio 1 d. buvo vadovaujama 10-tą redakciją „Tarptautinę statistinę ligų ir sveikatos problemų klasifikaciją“ (TLK-10) (Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 1996 m. spalio 28 d. įsakymas Nr. 542 (Žin., 2001, Nr. 50-1758)) (bylos 3 tomas, 108-109 lapai).

¹⁴³ Bylos 2 tomas, 187-198 lapai.

priemonė skausmui malšinti <...> Gydytojo Levino juostelių pagrindą sudaro magnetas. Taikant magneto terapiją, galima tikėtis pagerėjimo ir ilgainiui judėti be skausmo <...>“) pateikta informacija galėjo sudaryti įspūdį, kad „Dr. Levine‘*s*“ prekės gali būti naudojamos kaip terapijos priemonė. Pastebėtina, kad terapija gali būti suprantama kaip tam tikras ligų ar kitokių sutrikimų gydymo būdas¹⁴⁴. todėl vartotojai pagrįstai galėjo tikėtis gydomojo reklamoje nurodytų „Dr. Levine‘*s*“ prekių poveikio.

(75) Atkreiptinas dėmesys, kad vertinant reklamą kaip visumą, akivaizdu, kad net ir nesant konkrečioje reklamoje tiesioginės nuorodos į konkrečią įvardintą ligą, tačiau akcentuojant gydomąjį prekės pobūdį kaip terapijos priemonę ar kitaip susiejus su ligomis, vidutinis vartotojas gali pagrįstai tikėtis, kad reklamoje nurodyta prekė turi toje pačioje reklamoje nurodytų ligas gydančių savybių. Pavyzdžiui, kaip ir šio nutarimo 1.8. ir 1.9. dalyse įvardintais ir kitais atvejais, reklamoje nurodžius, kad magnetinis laukas turi priešuždegiminį poveikį, skatinama kraujo apytaką, atpalaiduojami raumenys ar grąžinamas (įprastinis) sąnarių lankstumas, tokius reklamos teiginius vartotojai pagrįstai gali suprasti taip, kad „Dr. Levine‘*s*“ prekės skirtos ne sveiko kūno sveikatos stiprinimui, o sutrikusios sveikatos gydymui.

(76) Be to, atkreiptinas dėmesys, kad ir pati UAB „Studio moderna“ neteikė įrodymų, kuriuose būtų aptariamasi reklamoje nurodytų magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikis jokių sutrikimų neturintiems asmenims. Taigi, pati Įmonė reklaminius teiginius grindžia įrodymais, kuriuose aptariamasi būtent gydomasis tam tikrų gaminių poveikis. Todėl akivaizdu, kad pačios Įmonės išdėstyta pozicija, kad reklamos teiginiai buvo apie „Dr. Levine‘*s*“ prekių tik fizinę būklę gerinantį, o ne gydomąjį poveikį, yra prieštaringa.

(77) Papildomai pažymėtina, kad tai, jog „Dr. Levine‘*s*“ magnetinės juostelės bei magnetinis nugaros diržas turi reklamoje nurodytas gydomąsias savybes galėjo sustiprinti ir reklamoje nurodomas teiginys „gydytojas *Levinas*“ ir pan. Nors šiuo atveju nėra pagrindo teigti, kad teiginys „gydytojo *Levino*“ pats savaime būtų klaidinantis (nes nėra pagrindo abejoti, kad prekių išradėjas galėjo būti gydytojas J. Levine), tačiau atkreiptinas dėmesys, kad akcentuojant reklamose konkrečias „Dr. Levine‘*s*“ gydomojo poveikio savybes (mažina skausmą, tinimą, turi priešuždegiminį poveikį ir kt.), papildomai nurodyti teiginiai, jog magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas yra „gydytojo *Levino*“, galėjo vartotojams dar labiau sustiprinti įspūdį, kad reklamoje nurodytos „Dr. Levine‘*s*“ prekės tikrai turi gydomųjų savybių.

(78) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad „Dr. Levine‘*s*“ magnetinių juostelių bei magnetinio nugaros diržo reklamoje skleisti teiginiai apie poveikį konkrečioms fizinėms būklėms, kurios gali būti laikomos ligomis, taip pat teiginiai, sudarantys įspūdį, kad apie „Dr. Levine‘*s*“ prekes bei jose esantį magnetą galima laikyti terapijos priemone vartotojams galėjo sudaryti pagrįstą įspūdį, kad šios prekės turi ligų ar funkcinių sutrikimų gydomąsias savybes, kaip šios savybės yra suprantamos Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto prasme.

7.2. Dėl „Dr. Levine‘*s*“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo reklamoje nurodyto poveikio vertinimo

(79) Nustačius, kad nagrinėjamoje „Dr. Levine‘*s*“ prekių reklamoje naudojami teiginiai apie magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį yra susiję su šių prekių turimomis ligų ar funkcinių sutrikimų gydymo savybėmis, būtina įvertinti, ar šių savybių nurodymas reklamoje nebuvo apgaulingas Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto prasme.

(80) Įvertinus nagrinėjamos reklamos pobūdį bei joje naudotus teiginius (pavyzdžiui, „*Atsikratykite <...> sąnarių skausmų. Pamirškite <...> maudžiantį juosmenį. <...> Magnetinis laukas mažina skausmą <...> Malšina nugaros skausmus*“; „*<...> Magnetinis krūvis <...> šalina sąstingį, grąžina sąnariams lankstumą <...>*“; „*Gyd. Levino magnetinės juostelės grąžina įprastą*

¹⁴⁴ Pavyzdžiui, gydymas ne chirurginiais metodais. El. lietuvių kalbos žodynas, <http://www.lkz.lt/startas.htm>.

sąnarių lankstumą <...>“; „Magnetinis krūvis <...> pagerina būklę <...> sergant artritu“ ir t.t.), darytina išvada, kad atsižvelgęs į ją vidutinis vartotojas pagrįstai galėjo tikėtis, jog reklamoje nurodytos konkrečios „Dr. Levine’s“ prekės turės tokį poveikį, koks yra nurodytas reklamoje, t. y. kad magnetinės juostelės ar magnetinis nugaros diržas iš tikrųjų gali pagerinti vartotojo fizinę būklę. Taigi reklamoje iš esmės buvo teigiama, kad nurodytos „Dr. Levine’s“ prekės turi realų gydomąjį poveikį.

(81) Tačiau prekių gydomojo poveikio nustatymą reglamentuoja atitinkami teisės aktų reikalavimai, numatantys medicininių prietaisų reglamentavimą.

(82) Lietuvos medicinos normos MN 4:2009 „Medicinos prietaisų saugos techninis reglamentas“¹⁴⁵ 7 punkte nurodyta, kad medicinos prietaisas yra instrumentas, aparatas, įtaisas, programinė įranga, medžiaga ar kitas reikmuo, naudojamas atskirai ar kartu su kitais reikmenimis, įskaitant programinę įrangą, jos gamintojo specialiai numatytą naudoti diagnostikos ir (arba) gydymo tikslais ir reikalingą tinkamai jam naudoti, ir kurį gamintojas numatė naudoti žmogaus ligai diagnozuoti, jos plitimui sustabdyti, eigai stebėti, gydyti ar palengvinti; traumai ar negaliai diagnozuoti, stebėti, gydyti, palengvinti ar kompensuoti; anatomijai ar fiziologiniam procesui tirti, pakeisti ar modifikuoti; pastojimui kontroliuoti, ir kurio naudojimas pagal paskirtį neveikia žmogaus organizmo iš vidaus ar išoriškai farmakologinėmis, imunologinėmis ar metabolinėmis priemonėmis, tačiau šios priemonės gali būti naudojamos kaip pagalbinės veikimo priemonės.

(83) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „Studio moderna“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo reklamoje naudojo medicinos prietaiso savybes atitinkančius teiginius apie „Dr. Levine’s“ prekių (bei jose esančio magneto) poveikį sąnarių ir (ar) nugaros skausmui, patinimui, sąnario sustingimui (nelankstumui), artritui, radikulitui, nemigai, taip pat kraujo apytaką skatinantį, raumenis atpalaiduojantį ir priešuždegiminį poveikį, taip pat, kad „Dr. Levine’s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas gali būti laikomos terapijos priemone, kaip pavyzdžiui: „<...> Moksliniais tyrimais įrodyta*, kad magnetas <...> malšina patinimus <...>“; *Sumažinkite kelių skausmus! <...> sumažinkite traumų <...>skausmus; „<...> Atsikratykite <...> sąnarių skausmų“; „Atpalaiduokite skaudančius sąnarius ir pamirškite veriantį skausmą <...>“; „Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi priemonė <...> sąstingiumi lengvinti“; „<...> sumažinkite <...> artrito skausmus <...>“; „<...> sumažinkite <...> artrito sukeltus skausmus“; „<...> diržas padeda įveikti nugaros skausmą. <...> Pamirškite <...> maudžiantį juosmenį <...>“; „Taikant magneto terapiją, galima tikėtis pagerėjimo ir ilgainiui judėti be <...> skausmo sąnariuose <...>“; „<...> Magnetinis laukas <...> turi priešuždegiminį poveikį“; „<...> turi priešuždegimo slopinamąjį poveikį <...>“; „<...> Atpalaiduoja raumenis <...>“; „<...> sumažinkite <...> artrito sukeltus skausmus. <...> Magnetinis krūvis <...> pagerina būklę <...> sergant artritu“; „<...> Atsikratykite radikulito <...>“ ir pan.*

(84) Iš aukščiau nurodytų teiginių akivaizdu, jog „Dr. Levine’s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo reklamoje naudoti teiginiai atitinka medicinos prietaiso savybes, kad toks prietaisas yra skirtas naudoti žmogaus ligos plitimui sustabdyti, gydyti ar palengvinti, taip pat traumai ar negaliai gydyti, palengvinti ir t.t.

(85) Be to, kaip minėta šio nutarimo 3 dalyje, taip pat ir Akreditavimo tarnyba nurodė, kad „Dr. Levine’s“ magnetinių juostelių prekių pakuočių aprašymuose pateikti teiginiai, pavyzdžiui, kad „Dr. Levine’s“ magnetinės juostelės sumažina sąnarių skausmą, padeda, jei vargina kelių skausmai, kad magnetas, esantis juostelėje, slopina uždegimą, patinimą ir mažina skausmą, ir kt. atitinka medicinos prietaiso savybes. Pažymėtina, kad atsižvelgus į Lietuvos Respublikos sveikatos sistemos įstatymo¹⁴⁶ (toliau – Sveikatos sistemos įstatymas) ir Valstybinės akreditavimo sveikatos priežiūros veiklai tarnybos prie Sveikatos apsaugos ministerijos nuostatus¹⁴⁷ darytina išvada, kad Lietuvoje pateiktus dokumentus medicinos prietaisų klinikiniams tyrimams atlikti vertina ir teikia

¹⁴⁵ Patvirtinta Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2009 m. sausio 19 d. įsakymu Nr. V-18 (Žin., 2009, Nr. 13-523).

¹⁴⁶ Žin., 1994, Nr. 63-1231; 1998, Nr. 112-3099.

¹⁴⁷ Patvirtinti Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2011 m. rugsėjo 7 d. įsakymu Nr. V-839 (Žin., 2011, Nr. 112-5279).

išvadas, registruoja teikiamus rinkai medicinos prietaisus, organizuoja ir vykdo medicinos prietaisų rinkos priežiūrą Akreditavimo tarnyba.

(86) Atsižvelgiant į išdėstytas aplinkybes, laikytina, kad UAB „Studio moderna“ skleidė magnetinių juostelių bei magnetinio nugaros diržo reklamą, kuri vartotojams galėjo sudaryti įspūdį, kad iš minėtų prekių jie gali tikėtis ne atsitiktinio, o garantuojamo bei saugaus gydomojo poveikio, kokio paprastai tikimasi iš medicinos prietaisų. Atitinkamai, Įmonė tokią reklaminius teiginius nurodytą poveikį turėjo pagrįsti kompetentingos institucijos atlikta medicinos prietaiso registracija, kuri patvirtintų apie tokių reklamose nurodytų prekių gydomųjų savybių egzistavimą.

(87) Tačiau, kaip minėta šio nutarimo 3 dalyje, Akreditavimo tarnyba nurodė, kad nei magnetinės juostelės, nei magnetinis nugaros diržas nėra registruoti Lietuvoje kaip medicinos prietaisai, taip pat nėra duomenų, kad tokios „Dr. Levine‘‘s“ prekės būtų įteisintos kaip medicinos prietaisai kitose šalyse¹⁴⁸. Be to, ir pati UAB „Studio moderna“ yra nurodžiusi, kad „Dr. Levine‘‘s“ prekės nėra medicinos prietaisai ir nebuvo ketinama jų registruoti Akreditavimo tarnyboje¹⁴⁹.

(88) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, iš nustatytų aplinkybių akivaizdu, kad „Dr. Levine‘‘s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas nėra pripažinti medicinos prietaisais, turinčiais reklamoje nurodytas savybes. Todėl darytina išvada, kad nėra duomenų, kurie patvirtintų, jog nagrinėjamoje reklamoje nurodytos prekės iš tikrųjų pasižymi medicinos prietaisams priskirtinomis savybėmis gydyti ligas ar funkcinis sutrikimus, nors būtent tokios savybės nurodytos reklamoje.

(89) Pastebėtina, kad UAB „Studio moderna“ nuomone, dėl to, kad reklamoje nebuvo teigiama, jog „Dr. Levine‘‘s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas yra medicinos prietaisai, nėra pagrindo reklamoje nurodytam šių prekių poveikiui fizinei būklei pagrįsti pateikti duomenis, kurie reikalingi medicinos prietaisui, jei yra pateikiami kiti įrodymai, kurie pagrindžia, jog reklamuotos prekės vis dėlto turi reklamoje nurodytas savybes. Tačiau šie UAB „Studio moderna“ argumentai nepaneigia to, kad nagrinėjamoje reklamoje nurodytų „Dr. Levine‘‘s“ prekių savybių, susijusių su žmogaus fizinės būklės gerinimu (gydymu) pagrindimui būtina pateikti įrodymus, jog reklamuotos prekės buvo pripažintos medicinos prietaisais teisės aktų nustatyta tvarka.

(90) Tokia išvada darytina dėl to, kad Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkte numatyta, jog nesąžininga komercinė veikla pripažįstama tokia veikla, kai apgaulingai tvirtinama, jog produktai gali gydyti ligas, funkcinis ar vystymosi sutrikimus. Todėl tai, jog konkrečioje reklamoje konkrečios prekės nėra tiesiogiai įvardinamos kaip medicinos prietaisai, nesudaro pagrindo teigti, kad tokia reklama, vertinant jos pobūdį, turinį, visais atvejais bus laikoma tinkama. Įvertinus minėtas Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo nuostatas, darytina išvada, kad apgaulinga reklama pripažintina ir tokia reklama, kurioje nors ir tiesiogiai nenurodoma, kad tam tikra prekė yra medicinos prietaisas, tačiau dėl reklamoje pateiktos informacijos apie prekės savybes vartotojams sudaromas įspūdis, jog konkreči prekė vis dėlto gali turėti tokią poveikį sveikatai, kokį turi medicinos prietaisai, t. y. tokią pat garantuotą ir saugų.

(91) Taigi, nagrinėjamu atveju nustačius, kad „Dr. Levine‘‘s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas reklamoje buvo apibūdinami teiginiais, kuriais paprastai yra apibūdinami medicinos prietaisai, yra pagrįsta reikalauti iš tokią reklamą skleidžiančios UAB „Studio moderna“ pateikti įrodymus, patvirtinančius, jog šios prekės yra Lietuvoje pripažintos medicinos prietaisais, turinčiais reklamoje nurodomas savybes, kurie yra skirti ir iš tikrųjų gydo reklamoje nurodytas ligas ar funkcinis sutrikimus bei vartotojams suteikia su medicinos prietaisais siejamas patikimumo, saugumo ir kitas garantijas.

(92) Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad „Dr. Levine‘‘s“ magnetinių juostelių bei magnetinio nugaros diržo reklamoje skleisti teiginiai, kuriais buvo nurodomos jų gydomosios savybės, poveikis, vartotojams galėjo sudaryti pagrįstą įspūdį, kad šios prekės užtikrina

¹⁴⁸ Bylos 1 tomas, 2, 95 lapai; bylos 2 tomas, 136 lapas.

¹⁴⁹ Bylos 1 tomas, 98-99 lapai; bylos 2 tomas, 150 lapas

tokį poveikį, kaip tai užtikrintų atitinkamos paskirties medicinos prietaisai. Tačiau nesant duomenų, kad „Dr. Levine‘ s“ prekės teisės aktų nustatyta tvarka buvo įvertintos ir pripažintos medicinos prietaisais, turinčiais reklamoje nurodomas savybes, tokie reklamoje naudoti teiginiai laikytini apgaulingu tvirtinimu, jog šios prekės iš tikrųjų gydo ligas ar funkcinius sutrikimus, kaip tai suprantama Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto prasme.

7.3. Dėl Įmonės pateiktų įrodymų vertinimo

(93) Kaip minėta, reklamose nurodžius, jog „Dr. Levine‘ s“ magnetinės juostelės ir magnetinis nugaros diržas turi konkretų su ligų ar funkcinių sutrikimų gydymu susijusį poveikį, koku paprastai pasižymi teisės aktais patvirtinti medicinos prietaisai, UAB „Studio moderna“ privalėjo pateikti įrodymus, patvirtinančius, jog jos reklamuotos prekės yra pripažintos medicinos prietaisais. Tačiau, UAB „Studio moderna“ nuomone, nepriklausomai nuo to, ar yra „Dr. Levine‘ s“ prekės pripažintos medicinos prietaisais ar ne, magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo poveikį sveikatai patvirtina Konkurencijos tarybai UAB „Studio moderna“ pateikti įvairūs duomenys, nurodyti šio nutarimo 4 dalyje.

(94) Vis dėlto, net ir įvertinus UAB „Studio moderna“ pateiktą informaciją, nėra pagrindo teigti, jog ji patvirtina reklamose nurodytus teiginius, net jei būtų laikoma, kad be duomenų apie prekių pripažinimą medicinos prietaisais, kiti įrodymai taip pat gali būti pakankami nagrinėjamo pobūdžio reklamos klaidingumui įvertinti. Kaip pažymima Gairėse dėl teiginių apie fizinį poveikį, kad tokie teiginiai nebūtų uždrausti, prireikus, visus tokius faktinius teiginius prekybininkai turi pajėgti moksliskai pagrįsti¹⁵⁰. Taigi, net jei Įmonė ir nebūtų turėjusi pateikti įrodymų, kad jos platinamos „Dr. Levine‘ s“ prekės yra priskirtinos medicinos prietaisams, kurie turi reklamoje nurodytas savybes, siekiant išvengti šios teisės normos pažeidimo, Įmonė privalėtų dėl savo paskleistų teiginių pateikti moksliskai pagrįstų, neginčijamų įrodymų, o jų nepateikus, t. y. neįrodžius fizinio poveikio, kurio vartotojas gali tikėtis naudojant produktą, skleisti teiginiai tokiu atveju bus laikomi nepagrįstais.

(95) Kaip matyti iš aukščiau nurodytų aplinkybių, UAB „Studio moderna“ Konkurencijos tarybai pateikė iš esmės tokius pačius įrodymus, kuriais įgaliota prekių gamintojo atstovė Lenkijos įmonė *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* siekė pagrįsti „Dr. Levine‘ s“ prekių poveikį sveikatai ir kuriuos ji pateikė Lenkijos vaistų, medicinos prietaisų ir biocidinių produktų registracijos tarnybai. Tačiau, kaip paaiškinta šio nutarimo 3 dalyje, ši Lenkijos institucija Akreditavimo tarnybai nurodė, kad vis dėlto nebuvo įrodytas prietaiso veiksmingumas ir paragino įmonę iš naujo atlikti prietaiso klinikinį vertinimą. Taigi, darytina išvada, kad net ir įvertinus UAB „Studio moderna“ pateiktos informacijos visumą, nėra pagrindo išvadai, kad pateikti įrodymai pagrindžia, jog „Dr. Levine‘ s“ prekės turėtų tokias fizinę būklę gerinančias savybes apie kurias teigiama nagrinėjamoje reklamoje.

(96) Toliau šiame nutarime nurodomi paaiškinimai ir priežastys, kodėl UAB „Studio moderna“ pateikti atskiri įrodymų ar jų grupės nepagrindžia „Dr. Levine‘ s“ prekių reklamoje nurodytų teiginių, susijusių su magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo gydomuoju ar fizinę būklę gerinančiu poveikiu.

7.3.1. Įrodymų apie „Dr. Levine‘ s“ juostelės keliui ir riešui poveikį vertinimas

(97) Šio nutarimo 4.1. dalyje apibūdintas Levine, J. straipsnis „*Nauja sąvarža chondromalacia girnelei ir panašioms būklėms*“ neįrodo skleistų reklamos teiginių apie „Dr. Levine‘ s“ juostelių poveikį dėl toliau nurodytų priežasčių:

(a) Atkreiptinas dėmesys, kad kaip nurodoma straipsnyje, įtaisas buvo panaudotas tik 17 pacientų atžvilgiu. Daugiausia iš esmės buvo naudojamas pacientams su chondromalacia simptomais. Nors straipsnyje taip pat buvo nurodytas poveikis artrito atžvilgiu, tačiau

¹⁵⁰ Gairių 56 psl., 3.3.3 dalis.

pažymėtina, kad įtaisas buvo naudotas tik vieno paciento atveju. Akivaizdu, kad iš esmės negalima daryti kokių nors apibendrinimų reklamoje dėl poveikio remiantis tik vienu atveju.

(b) Svarbu paminėti, kad minėtame šaltinyje nėra apskritai minima, jog juostelių sudėtį sudaro magnetas ar kad juostelė turėtų magnetinių savybių. Taigi, tikėtina, kad naudota bandymuose juostelė skyrėsi nuo reklamoje nurodytų „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių, ir šis šaltinis niekaip negali pagrįsti teiginių apie „Dr. Levine‘s“ juostelėse esančio magneto poveikį.

(c) Taip pat pažymėtina, kad straipsnyje pateikiama išvada „<...> *Atrodo, kad įtaisas vertas išbandymo <...>*“ suponuoja, kad naudotų juostelių poveikis nėra visiškai aiškus ir garantuotas, taigi, nėra vienareikšmiškų neginčytinų išvadų dėl tokių juostelių veiksmingumo.

(98) Kitame Įmonės pateiktame įrodyme – 2011 m. birželio 5 d. chirurgo Sławomir Kiwala išvadoje – buvo vertinamos „Dr. Levine‘s“ magnetinės juostelės („Dr. Levine‘s Set. Power Magnetic 3-Pack“). Chirurgo nuomone, „*I Komplektą įeinantys keliui skirti magnetiniai dirželiai, nešiojami žemiau kelio girnelės, daro tam tikrą stabilizuojamąjį ir skausmą malšinantį poveikį. O riešui skirtas magnetinis dirželis, nešiojamas riešo srityje, sumažina jo nelankstumą ir riešo skausmą <...>*“. Tačiau šis įrodymas nepagrindžia skleistų reklamos teiginių dėl toliau nurodytų priežasčių:

(a) Įvertinus išvadoje pateikiamus duomenimis, galima teigti, jog minėta išvada remiasi subjektyvaus pobūdžio duomenimis, t. y., chirurgas rėmėsi pacientų (magnetinių juostelių naudotojų) nuomone ir stebėjimais atliktais per minėto chirurgo medicininę praktiką. Tačiau šaltinyje nėra pateikta jokių objektyvių duomenų apie tai, kaip buvo nustatytas toks magnetinių juostelių poveikis, minėta išvada iš esmės nėra niekuo grįsta.

(b) Pažymėtina ir tai, kad išvadoje esantis teiginys: „*Esant rimtoms sąnarių traumoms dėl pagalbinės terapijos naudojantis šiuo Komplektu reikia pasitarti su gydytoju, taikančiu pagrandinę terapiją*“ leidžia manyti, kad „Dr. Levine‘s“ magnetinės juostelės yra tik pagalbinė priemonė ir savaime nelemia, kad liga ar sveikatos sutrikimas bus išgydytas ar palengvintas.

(c) Be kita ko, net jei ir nebūtų pagrindo abejoti pateikto dokumento pagrįstumu, šiuo atveju minėta išvada yra veikiau susijusi tik su skausmo gydymu, tačiau nėra jokio pagrindo teigti, kad minėta išvada galėtų pagrįsti teiginius apie poveikį tinimui, uždegimui ir pan.

7.3.2. Straipsnių apie tyrimus, kuriuose nebuvo naudojamos „Dr. Levine‘s“ magnetinės juostelės ar magnetinis nugaros diržas, vertinimas

(99) Kaip nurodyta šio nutarimo 4.2. dalyje, UAB „Studio moderna“ pateikė įvairių straipsnių apie tyrimus, kuriuose buvo nagrinėjamas tam tikrų prietaisų su magnetais poveikis sveikatai, tačiau juose nurodyti tyrimai buvo atliekami ne su „Dr. Levine‘s“ magnetinėmis juostelėmis ar magnetiniu nugaros diržu: Harlow, T. ir kt. straipsnis „*Atsitiktinių imčių kontroliuojamas magnetinių juostelių, skirtų skausmo sumažinimui klubo ir kelio osteoartrito atveju, klinikinis tyrimas*“, Vallbona, C. ir kt. straipsnis „*Statinių magnetinių laukų atsakymas į skausmą, kurį turi pacientai su postpoliomielitu*“, Brown., C.S. ir kt. straipsnis „*Statinio magnetinio lauko terapijos veiksmingumas esant chroniniam dubens skausmui: dvigubai aklašis bandomasis tyrimas*“, Segal., N.A., MD ir kt. straipsnis „*Dvi statinių magnetinių laukų konfigūracijos reumatoidinio kelių artrito gydymui: dvigubo anonimiškumo klinikiniai tyrimai*“, Colbert, A.P. ir kt. straipsnis „*Magnetinių čiužinių užtiesalų naudojimas tiriant pacientus su fibromialgija: atsitiktinės parinktės principo dvigubo anonimiškumo eksperimentinis tyrimas*“, Lang, R., MD straipsnis „*Nauji skausmo, nuovargio ir miego sutrikimų gydymo būdai*“.

(100) Įmonė nurodė, kad straipsniuose aptariami tyrimai susiję su kitų gamintojų gaminiais, tačiau šie gaminiai yra lygiaverčiai „Dr. Levine‘s“ gaminiams, turintiems palyginamą magneto stiprumą (anot UAB „Studio moderna“, „Dr. Levine‘s“ kelio ir riešo juostelėse naudojamų magnetų stiprumas yra 400 gausų, o nugaros dirže – 800 gausų), konstrukcinį panašumą, paskirtį ir naudojimo būdą. Vis dėlto, nėra pagrindo sutikti su Įmone, kad jos pateikti tyrimai apie kitų

gaminių poveikį sveikatai pagrįstų jos skleistus teiginius apie „Dr. Levine‘‘s“ prekes dėl toliau nurodytų priežasčių:

(101) Kai kuriuose šaltiniuose nurodytas magneto poveikis buvo nustatytas naudojant specifinius prietaisus, tuo tarpu nėra jokio pagrindo teigti, kad „Dr. Levine‘‘s“ magnetinės juostelės ar magnetinis nugaros diržas būtų lygiaverčiai įrodymuose nurodytiems prietaisams:

(a) Brown, C. S. ir kt. tyrime naudoti koncentriniai magnetai, bipolinės konfigūracijos;

(b) Segal., N.A., MD ir kt. tyrime naudoti diskai aplink kelio sąnarį;

(c) Colbert, A.P. ir kt. tyrime naudoti magnetiniai čiuzinių užtiesalai (magnetai buvo čiuzinių užtiesaluose);

(d) Lang., R. straipsnyje aptariamas čiuzinių ir čiuzinių užtiesalų su magnetais bei vokiečių gydytojo H. Baermann išradimas – naudojami koncentrinų žiedų magnetai ir akcentuojamas jų efektyvumas.

(102) Kai kuriuose šaltiniuose naudoto magneto stiprumas buvo kitoks nei „Dr. Levine‘‘s“ prekių (400 gausų magnetinėse juostelėse, nugaros dirže – 800 gausų):

(a) Harlow, T. ir kt. tyrime naudotos magnetinės juostelės, kuriose lauko jėga ties kontakto su riešu paviršiumi buvo 170-200 mTeslų (1700-2000 gausų);

(b) Segal., N.A., MD ir kt. tyrime naudoti magnetai aplink kelio sąnarį: keturių polių magneto, kurio kiekvienas polius generuoja po 190 mTeslų (1900 gausų x 4 - iš viso 7600 gausų) poveikis lygintas su magneto, kurio stiprumas iki 72 mTeslų (720 gausų)¹⁵¹ paviršiuje, poveikiu;

(c) Colbert, A.P. ir kt. tyrime čiuzinio užtiesalo magneto paviršiaus lauko stiprumas buvo 1100 +/- 50 gausų.

(103) Nors kai kuriuose nurodytuose tyrimuose buvo panaudoti magnetai, kurių stiprumas gali būti panašus į „Dr. Levine‘‘s“ juostelių magnetų 400 gausų stiprumą, tačiau pačios Įmonės pateikti šaltiniai nurodo, kad nurodomas gausų lygis gali būti matuojamas skirtingai arba kad tokio stiprumo kaip „Dr. Levine‘‘s“ juostelių magnetai gali būti per silpni:

(a) Colbert, A.P. ir kt. nurodė, kad „*Gamintojai apibūdina savo magnetinius produktus naudodami terminą „įvertinimas gausais“, kuris apibūdina įmagnetinimo energiją magneto šerdyje. Vis dėlto šis pavadinimas nenurodo terapinės reikšmės arba magneto dozimetrijos, kadangi nesuteikia jokios informacijos apie magnetinį lauką magneto paviršiuje arba magnetinės energijos kiekį, skleidžiamą į tikslinį audinį. <...> Srauto tankis mažėja eksponentiškai tostant nuo magneto paviršiaus. Faktinė magnetinės energijos dozė tiksliniam audiniui (audiniams) priklauso nuo magneto santykinio dydžio ir tikslo bei gydomos zonos atstumo nuo magneto.*“¹⁵². Taigi, nors kai kuriuose Įmonės pateiktuose šaltiniuose nurodyti panašaus stiprumo magnetai, tačiau tai savaime nereiškia, kad „Dr. Levine‘‘s“ prekėse esantys magnetai galėtų būti tapatinami su minėtuose tyrimuose naudotais magnetais, kadangi Įmonės nurodytas „Dr. Levine‘‘s“ prekių magnetų stiprumas gali žymėti magneto stiprumą kitais aspektais nei tyrimuose naudotų magnetų nurodytas stiprumas;

(b) Harlow, T. ir kt. tyrimo aprašyme dėl 210-300 gausų magneto taip pat nurodyta, jog ankstesni tyrimai parodė, kad toks magnetas nėra terapiškai pakankamas.

(104) Įmonės nurodytuose kai kuriuose tyrimuose buvo tirtos kitokios ligos nei nurodytos reklamoje, taip pat buvo tirtas poveikis kitoms kūno dalims nei keliai, riešai bei nugarą:

(a) Brown., C.S. ir kt. tyrime tirtas poveikis moterų chroniniam dubens skausmui (magnetai naudoti zonose, esančiose viršutinėje, vidurinėje ir apatinėje pilvo dalyje), taigi magnetai nebuvo naudoti kelių, riešo bei nugaros srityje;

(b) Colbert, A.P. ir kt. tyrime buvo tirtas magneto poveikis skausmo sumažinimui ir miego pagerinimui moterų su fibromialgija (M79.7 pagal TLK-10 AM) atveju. Tačiau tai, kad

¹⁵¹ Atkreiptinas dėmesys, kad šis magnetas buvo naudotas keliui, o ne nugarai, todėl nėra pagrindo lyginti šio keliui naudoto magneto su „Dr. Levine‘‘s“ nugarai naudotu 800 gausų magnetu.

¹⁵² Bylos 3 tomas, 74 lapas.

tam tikros konkrečios ligos atveju galėjo būti nustatytas minėtas magneto poveikis, nesudaro pagrindo teigti, kad magnetas ir kitais atvejais gali sumažinti skausmą ar padėti esant nemigai.

(105) Kai kuriuose tyrimuose pateiktos išvados dėl gautų rezultatų nėra vienareikšmiškos. Pavyzdžiui, Harlow, T., ir kt. tyrime apie tirtą efekto realumą teigiama: „*Mūsų studija galutinai neapibrėžė apimties, kurioje magnetinė juostelė yra specifiška ar dėl placebo. Kodavimas nepaveikė rezultatų pavyzdžio, bet savarankiškai pranešto kodavimo statuso teisingumas turi būti ginčijamas. Nors ypač specifinių juostelių analizė taip pat rodo specifinį efektą, rezultatas yra tik tendencija ir reikalauja patvirtinimo. Taigi, mes negalime būti tikri, ar mūsų duomenys rodo specifinį magnetų efektą, placebo efektą, ar abu kartu.*“.

(106) Kai kurių šaltinių nėra pagrindo laikyti moksliniais įrodymais. Pavyzdžiui, Lang., R., MD straipsnis nėra grįstas kokiais nors duomenimis, straipsnyje pateikiama asmeninė straipsnio autoriaus nuomonė.

(107) Apibendrinant darytina išvada, kad Įmonės pateikti tyrimai dėl magneto poveikio nepagrindžia skleistų reklamos teiginių apie „Dr. Levine‘s“ magnetinės juostelės bei magnetinio nugaros diržo poveikį, kadangi tyrimuose buvo naudoti kitų gamintojų specifiniai prietaisai bei magnetai siekiant nustatyti poveikį konkrečių ligų atžvilgiu. Nėra jokių duomenų, kad „Dr. Levine‘s“ prekės galėtų atitikti tyrimuose naudotų objektų savybes.

7.3.3. Kitų įrodymų vertinimas

(108) Įmonė taip pat pateikė Klinikinio vertinimo ataskaitą ir mokslinės literatūros paieškos ir peržvalgos protokolą, parengtus Lenkijos vaistų, medicinos prietaisų ir biocidinių produktų registracijos biurui, medicinos prietaiso atitikties deklaraciją, formuliarą organizacijoms bei Jungtinių Valstijų Patentų ir prekių ženklų biuro duomenų bazės rezultatus. Tačiau šie įrodymai taip pat niekaip nepagrindžia skleistų reklaminių teiginių.

(109) Klinikinio vertinimo ataskaita ir mokslinės literatūros paieškos ir peržvalgos protokolas apibendrina aukščiau nurodytus tyrimus, straipsnius bei išvadas, kurie kaip jau minėta, nepagrindė reklamoje skleistų teiginių.

(110) Be to, nustatyta, kad klinikinio vertinimo ataskaita ir mokslinės literatūros paieškos ir peržvalgos protokolas bei medicinos prietaiso atitikties deklaracija yra pasirašyti įmonės *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* atstovų, o ne parengti atitinkamus tyrimu atliekančios ar juos vertinančios institucijos. Kaip minėta aukščiau, Lenkijos vaistų, medicinos prietaisų ir biocidinių produktų registracijos biuras 2012 m. rugsėjo 10 d. Akreditavimo tarnybai nurodė, kad laikėsi pozicijos, jog įgaliotas prietaiso atstovas įmonė *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* neįrodė prietaiso veiksmingumo¹⁵³.

(111) Pateikta informacija iš Jungtinių Valstijų Patentų ir prekių ženklų biuro duomenų bazės tik patvirtina, kad Jack Levine yra juostelių išradėjas, tačiau niekaip nepatvirtina, kad „Dr. Levine‘s“ prekės turi reklamoje akcentuotas sveikatos poveikio savybes.

(112) Kaip minėta, apie nugaros diržą Įmonė apskritai nepateikė jokių duomenų ir įrodymų. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, laikytina, kad Įmonės pateikti įrodymai nepagrindžia nagrinėjamų „Dr. Levine‘s“ prekių reklamoje nurodytų teiginių.

7.4. Išvados dėl „Dr. Levine‘s“ prekių reklamos klaidingumo

(113) Apibendrinus tai, kas išdėstyta šio nutarimo 7.1-7.3 dalyse, yra pagrindas pripažinti, kad UAB „Studio moderna“ skleista „Dr. Levine‘s“ magnetinių juostelių ir magnetinio nugaros diržo reklama, kurioje buvo nurodytas šių prekių poveikis sveikatai (teiginiai apie magnetinių kelių ir riešo juostelių bei magnetinio nugaros diržo poveikį skausmo, patinimo, sąstingio (sąnario lankstumo), artrito, nemigos, uždegimo, radikulito, raumenų atpalaidavimo, kraujo apytakos gerinimo atžvilgiu bei teiginiai apibūdinantys minėtas prekes kaip terapijos priemonės), turi

¹⁵³ Bylos 1 tomas, 95 lapas; bylos 2 tomas, 122-124B.

Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkte nurodytos klaidinančios komercinės veiklos, pasireiškiančios apgaulingu tvirtinimu, kad nagrinėtoje reklamoje nurodytos „Dr. Levine‘s“ prekės gali gydyti ligas ar funkcinis sutrikimus, požymių.

(114) Atsižvelgus į tai bei remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, yra pagrindas pripažinti, kad UAB „Studio moderna“ skleista „Dr. Levine‘s“ prekių reklama yra klaidinanti reklama, kurios skleidimas vertintinas kaip Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimų pažeidimas.

8. Dėl UAB „Studio moderna“ taikytinų sankcijų

(115) Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalyje numatyta, kad reklamos davėjas už klaidinančios reklamos naudojimą atsako tuo atveju, jei jis neįrodo, kad šio įstatymo nuostatos buvo pažeistos ne dėl jo kaltės. Atsižvelgus į tai, kad nebuvo pateikta įrodymų, kad Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl UAB „Studio moderna“ kaltės, konstatuotina, kad ši Įmonė yra atsakinga už klaidinančios reklamos skleidimą.

(116) Pagal Reklamos įstatymo 22 straipsnio 7 dalies nuostatas už klaidinančios reklamos naudojimą skirtinos baudos dydis priklauso nuo pažeidimo pobūdžio, pažeidimo trukmės ir masto, atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių, ir skiriamas pagal baudos minimumo ir maksimumo vidurkį.

8.1. Pažeidimo pobūdis

(117) Skiriant UAB „Studio moderna“ baudą, atsižvelgta į tai, jog Įmonė skleidė reklamą, kuri turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto požymių, todėl, atsižvelgiant į Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį, pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(118) Vertinant pažeidimo pobūdį taip pat būtina atsižvelgti į tai, kad pažeidimas padarytas Įmonei skleidus klaidinančią reklamą apie magnetinių kelių ir riešo juostelių bei magnetinio nugaros diržo poveikį skausmo, patinimo, sąstingio (sąnario lankstumo), artrito, nemigos, uždegimo, radikulito, raumenų atpalaidavimo, kraujo apytakos gerinimo atžvilgiu bei teiginius, kurie sudaro įspūdį, kad minėtos prekės yra terapijos priemonė. Kaip matyti iš šiame nutarime pateiktų aplinkybių ir jų vertinimo, tokia reklama galėjo sukelti nepagrįstus lūkesčius vartotojams itin reikšmingoje jiems srityje, t. y., dėl prekių poveikio sveikatos atžvilgiu, ir skatinti naudotis „Dr. Levine‘s“ prekėmis, kurių gydymasis poveikis, koks buvo nurodytas reklamoje, vis dėlto nebuvo pagrįstas.

(119) Atsižvelgiant į tai, kas paminėta, darytina išvada, kad Įmonės skleista reklama buvo itin žalinga vartotojų interesams ir todėl vien jau savo pobūdžiu laikytina esminę žalą Reklamos įstatymo saugomiems asmenų interesams darančiu pažeidimu.

8.2. Pažeidimo trukmė

(120) Tyrimo metu nustatyta, kad klaidinanti reklama buvo skleidžiama įvairiais laikotarpiais apytiksliai bent nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d. (kaip matyti iš šio nutarimo 1.1.-1.9. dalyse nurodytos informacijos, šiuo laikotarpiu Įmonė skleidė reklamą prekių kataloguose ir lankstinukuose, spaudos leidiniuose, internete bei televizijoje) todėl atsižvelgiant į šią aplinkybę, laikytina, kad reklamos sklaidos trukmė – apytiksliai 3 metai ir 10 mėnesių – yra itin ilga.

(121) Nėra pagrindo sutikti su UAB „Studio moderna“ pozicija, kad dalies nagrinėtų reklaminių teiginių atžvilgiu nuo paskutinės reklamos skleidimo dienos yra praėję daugiau nei vieneri metai, todėl, vadovaujantis Reklamos įstatymo 22 straipsnio 13 dalimi, nebegali būti skiriama bauda už šiuos teiginius. Šiuo atveju Įmonė skleidė tęstinio pobūdžio reklamą apie „Dr. Levine‘s“ prekių poveikį sveikatai įvairiomis priemonėmis įvairiais laikotarpiais apytiksliai nuo

2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d.¹⁵⁴. Todėl akivaizdu, kad nutarimo priėmimo dieną (2013 m. liepos 17 d.), vienerių metų senaties terminas dar nėra suėjęs.

(122) Taip pat atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad jeigu būtų vertinami Įmonės skleisti reklaminiai teiginiai atskirai, kaip kad tokį vertinimą suponuoja UAB „Studio moderna“ pateikti argumentai, akivaizdu, kad nėra pagrindo manyti, jog tokiu atveju Įmonei grėstų mažesnė atsakomybė. Vadovaujantis Įmonės argumentų seka, skleisti reklaminiai teiginiai galėtų būti vertinami atskirai pagal rūšis bei sklaidos priemones. Šiuo atveju, kaip matyti iš nustatytų aplinkybių, Įmonė skleidė keliasdešimt įvairių teiginių, iš kurių kiekvieną būtų galima vertinti atskirai, ir pripažinus klaidinančiu, už jį skirti sankciją. Todėl akivaizdu, kad atskirai išskyrus skleistus reklaminius teiginius, ir įvertinus aplinkybę, kad kiekvieno iš jų atžvilgiu galėtų būti skaičiuojama bauda pagal Reklamos įstatymo 22 straipsnio nuostatas, bendra tokių baudų suma, tikėtina, galėtų būti ir didesnė nei šiuo atveju, kai skleista reklama apie „Dr. Levine’s“ prekes įvertinta bendrai.

8.3. Pažeidimo mastas

(123) Klaidinanti reklama pažeidimo laikotarpiu buvo skleista prekių kataloguose ir lankstinukuose („Top shop“ kataloguose (iš viso 1024 250 egz.), kataloge „Club 5“, lankstinukuose (30 000 egz.)), spaudos leidiniuose (dienraštyje „Lietuvos rytas“ (priede „TV Antena“) (1 numerįje, vidutinis tiražas virš 114 000 egz.), žurnale „Savaitė“ (ankstesnis pavadinimas – „Savaitė su TV“) (73 numeriuose, vidutinis tiražas virš 160 000 egz.)), internete (svetainėje www.topshop.lt (reklamą apie „Dr. Levine’s“ magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą laikotarpiu nuo 2012 m. sausio 1 d. iki 2012 m. liepos 23 d. iš viso peržiūrėjo 2 899 unikalūs vartotojai (apie 14 unikalių vartotojų per parą); apie „Dr. Levine’s“ magnetinį nugaros diržą – 549 unikalūs vartotojai; apie magnetines juosteles – 7112 unikalių vartotojų; „Google“ mokamose reklamose) bei televizijoje (kanaluose: BTV, FIRST BALTIC CHANNEL, INFO TV, LIUKS!, LNK, LRYTAS TV, NTV MIR, SPORT1, TV1, TV3, TV6, TV8 (iš viso 1347 kartus)).

(124) Atsižvelgiant į tai, laikytina, kad klaidinančios reklamos sklaidos mastas buvo itin didelis.

8.4. Atsakomybę sunkinančios ir lengvinančios aplinkybės

(125) Pagal Reklamos įstatymo 22 straipsnio 10 dalį, atsakomybę lengvinančiomis aplinkybėmis laikoma tai, kad reklaminės veiklos subjektas, padaręs pažeidimą, savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms, padėjo reklamos kontrolės institucijoms tyrimo metu, atlygino nuostolius ar pašalino padarytą žalą.

(126) UAB „Studio moderna“ nurodė, kad jos atžvilgiu turėtų būti pripažinta atsakomybę lengvinanti aplinkybė dviem pagrindais: ji nutraukė reklamos sklaidimą, todėl turėtų būti laikoma, kad ji savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms; be to, ji geranoriškai bendradarbiavo su Konkurencijos taryba tyrimo metu.

(127) Pažymėtina, jog tai, kad ūkio subjektas nutraukia reklamos sklaidimą iki pažeidimo tyrimo pradžios, savaime nelaikytina atsakomybę lengvinančia aplinkybe¹⁵⁵. Tačiau šiuo atveju, kaip matyti iš nustatytų aplinkybių, UAB „Studio moderna“ ilgą laiką vykdė plataus masto reklaminių kampanijų ir, gavusi Konkurencijos tarybos prašymą dėl skleistų reklaminių teiginių pagrindimo, ėmėsi aktyvių veiksmų pakeisti reklamas. Šiuo atveju Įmonė iki tyrimo pradžios patikslino didžiąją dalį reklaminių teiginių, o reklaminiai teiginiai, skleisti „Top shop“ kataloge nuo

¹⁵⁴ Įmonė reklaminius teiginius apie poveikį skausmo, tinimų, sąstingio, artrito, nemigos, sąnario lankstumo atžvilgiu skleidė iki 2012 m. spalio 16 d., teiginius apie priešūždegiminį poveikį ir poveikį radikulito bei raumenų atpalaidavimo atžvilgiu skleidė iki 2012 m. liepos 31 d., o teiginius apie poveikį kraujo apytakos gerinimo atžvilgiu skleidė iki 2012 m. rugsėjo 23 d.

¹⁵⁵ LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ prieš Konkurencijos tarybą.

2012 m. rugpjūčio 1 d., buvo nutraukti tyrimo pradžioje (pažymėtina, kad Įmonė nurodė, jog minėtas katalogas buvo išleistas 2012 m. rugpjūčio 1 d., t. y. dar iki tyrimo pradėjimo, o platintas iki 2012 m. spalio 16 d.). Todėl įvertinus Įmonės veiksmus ir šio konkretaus atvejo aplinkybes, yra pagrindas teigti, kad Įmonė operatyviai savo veiksmais pakeitė skleistos reklamos turinį, todėl laikytina, kad yra pagrindas šias aplinkybes laikyti UAB „Studio moderna“ atsakomybę lengvinančia aplinkybe – ji savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms.

(128) Tačiau nėra pagrindo pripažinti egzistuojant kitą UAB „Studio moderna“ nurodytą jos atsakomybę lengvinančią aplinkybę – Įmonės bendradarbiavimą su Konkurencijos taryba tyrimo metu. Pati Įmonė konkrečiai nenurodė, kaip jos bendradarbiavimas šiuo atveju galėtų būti laikomas padėjimu Konkurencijos tarybai tyrimo metu. Pažymėtina, kad vien Konkurencijos tarybos nurodymų vykdymas ir prašomos informacijos pateikimas negali būti pripažintas padėjimu reklamos kontrolės institucijoms tyrimo metu¹⁵⁶. Be to, pažymėtina, kad Įmonė pateikė daug informacijos, kuri objektyviai negalėjo pagrįsti skleistų reklaminių teiginių teisingumo (pavyzdžiui, informacija apie įvairius straipsnius ir tyrimus, kurie nebuvo susiję su „Dr. Levine‘s“ prekėmis, aptartus šio nutarimo 4.2. dalyje, įmonės *TV Promotion Direct Sp. z o. o.* parengti dokumentai, kurie prieštarauja Lenkijos kompetentingos institucijos išvadai, aptarti šio nutarimo 4.3. dalyje ir pan.). Dėl tokių Įmonės veiksmų tyrimas buvo reikšmingai apsunkintas ir užtruko ilgiau, nes Konkurencijos taryba turėjo išsamiai įvertinti didelį kiekį Įmonės pateiktos informacijos. Taigi, tyrimui akivaizdžiai nereikšmingos, perteklinės informacijos pateikimas negali būti laikomas UAB „Studio moderna“ bendradarbiavimu su Konkurencijos taryba tyrimo metu ir todėl tokie veiksmai negali būti pripažinti Įmonės atsakomybę lengvinančia aplinkybe. Veikia galėtų būti keliamas klausimas, ar tokie veiksmai negali būti vertinami kaip kliudymas tyrimui.

(129) Nustatyta, kad egzistuoja UAB „Studio moderna“ atsakomybę sunkinanti aplinkybė. Reklamos įstatymo 22 straipsnio 11 dalyje numatyta, kad sunkinančia aplinkybe laikoma tai, kad pažeidimas padarytas pakartotinai per metus nuo šiame įstatyme numatytos administracinės nuobaudos paskyrimo. UAB „Studio moderna“, atsižvelgiant į Konkurencijos tarybos 2012 m. gruodžio 20 d. priimtą nutarimą Nr. 2S-16 „Dėl „Dormeo“ čiužinių reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“, pakartotinai per metus nuo šiame įstatyme numatytos administracinės nuobaudos paskyrimo padarė Reklamos įstatymo pažeidimą.

(130) Pažymėtina, kad nėra pagrindo sutikti su Įmonės pozicija, jog minėtas Konkurencijos tarybos 2012 m. gruodžio 20 d. nutarimas negali būti naudojamas Įmonei skirtinos sankcijos dydžio vertinime dėl to, jog nutarimas buvo apskūstas administraciniam teismui ir dar nėra įsiteisėjusio teismo sprendimo dėl jo. Reklamos įstatymo 22 straipsnio 11 dalis jokių papildomų sąlygų sunkinančioms aplinkybėms konstatuoti nenumato, užtenka nustatyti, kad pažeidimas padarytas pakartotinai per metus nuo Reklamos įstatyme numatytos administracinės nuobaudos paskyrimo. Taigi nėra savaiminio pagrindo laikyti Konkurencijos tarybos nutarimą negaliojančiu, jei jis nėra panaikintas teismo. Pažymėtina, kad poziciją, jog apskundus Konkurencijos tarybos nutarimą dėl pažeidimo, nėra užkertamas kelias tokio nutarimo vertinimui nustatant pažeidimo pakartotinumą, patvirtina ir teismų praktika¹⁵⁷.

8.5. UAB „Studio moderna“ skiriamas baudos dydis

(131) Atsižvelgus į aukščiau šio nutarimo 8 dalyje išdėstytas aplinkybes, už klaidinančios reklamos skleidimą UAB „Studio moderna“ skiriama 83 700 (aštuoniasdešimt trijų tūkstančių septynių šimtų) litų bauda.

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsniu, 19 straipsnio 2 dalies 1 ir 6 punktais, 22 straipsnio 1, 7 ir 8 dalimis,

¹⁵⁶ LVAT 2007 m. liepos 13 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-248-709-07, UAB „ACME“ prieš Konkurencijos tarybą.

¹⁵⁷ LVAT 2009 m. balandžio 30 d. nutartis byloje Nr. A822-576/2009, UAB „Tez tour“ prieš Konkurencijos tarybą.

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Pripažinti toliau nurodytą UAB „Studio moderna“ įvairiomis sklaidos priemonėmis įvairiais laikotarpiais nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d. skleistą „Dr. Levine‘s“ prekių reklamą, klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus:

1.1. šio nutarimo 1.1. dalyje nurodyti reklaminiai teiginiai apie poveikį skausmui, skleisti prekių kataloguose, lankstinukuose, internete, spaudoje ir televizijoje įvairiais laikotarpiais apytiksliai nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d.:

1.1.1. apie magnetines juosteles: „<...> magnetinės juostelės Sumažinkite kelių skausmus! <...> sumažinkite traumų <...> skausmus.“;

1.1.2. apie magnetinį nugaros diržą: „<...> magnetinis nugaros diržas Pamirškite skaudančią nugarą! Neleiskite, kad nugaros skausmas taptų Jūsų kasdieniu palydovu. Atsikratykite <...> sąnarių skausmų. Pamirškite <...> maudžiantį juosmenį. <...> Magnetinis laukas mažina skausmą <...> Malšina nugaros skausmus.“;

1.1.3. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „<...> magnetinės juostelės ir nugaros diržas Magneto terapija! <...> Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas malšina <...> skausmus. Magnetą gali būti naudojamas kaip pagrindinė terapijos priemonė arba kartu su medikamentiniu gydymu. Skirtingai nei gydymas vaistais, magneto terapija neturi šalutinio poveikio ir ją galima taikyti ilgą laiką. Yra žinoma, jog magnetas <...> gali sumažinti skausmą. Taikant magneto terapiją, galima tikėtis pagerėjimo ir ilgai nei judėti be skausmo <...> sąnariuose.“;

1.1.4. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „<...> magnetinės juostelės ir nugaros diržas Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi priemonė skausmui malšinti <...> juostelių pagrindą sudaro magnetas. Taikant magneto terapiją, galima tikėtis pagerėjimo ir ilgai nei judėti be skausmo <...>“;

1.1.5. apie magnetines juosteles: „<...> magnetinės juostelės <...> sumažinkite traumų <...> skausmus“;

1.1.6. apie magnetines juosteles: „<...> magnetinės juostelės <...> padeda įveikti kelių ir riešų skausmą <...>: „<...> magnetinės juostelės <...> padeda įveikti skausmą. Pabandykite – vėl sportuosite ir judėsite visiškai normaliai – be skausmo <...> sąnariuose.“;

1.1.7. apie magnetines juosteles: „<...> magnetinės juostelės <...> padeda įveikti skausmą. Pabandykite – vėl sportuosite ir judėsite visiškai normaliai – be skausmo <...> sąnariuose“;

1.1.8. apie magnetinį nugaros diržą: „<...> diržas padeda įveikti nugaros skausmą. <...> numalšinkite skausmus <...> Pamirškite <...> maudžiantį juosmenį. <...> Magnetinis laukas mažina skausmą <...>“;

1.1.9. apie magnetines juosteles: „Magnetinės juostelės sumažins kelių skausmus <...>“; „Magnetinės juostelės mažina sąnarių skausmus <...>“; „Kamuoja sąnarių skausmai? <...> magnetinės juostelės numalšins sąnarių skausmą“;

1.1.10. apie magnetines juosteles: „<...> magnetinės juostelės Padaeda įveikti skausmą!“; „<...> magnetinės juostelės Įveikite skausmą!“;

1.1.11. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „<...> magnetinės juostelės ir nugaros diržas Efektyvi magneto terapija! Atpalaiduokite skaudančius sąnarius ir pamirškite variantį skausmą“;

1.1.12. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „<...> magnetinės juostelės ir nugaros diržas Efektyvi magneto terapija! Atpalaiduokite skaudančius sąnarius ir pamirškite variantį skausmą“;

1.1.13. apie magnetines juosteles garsu: „Jie pamiršo kelių skausmą, kaip ir daugelis žmonių visame pasaulyje, nes naudoja <...> magnetines juosteles <...> Magnetinis laukas malšina skausmą <...>“;

1.1.14. apie magnetines juosteles raštu: „Pamirškite sąnarių skausmą“;

1.1.15. apie magnetines juosteles garsu: „Šie žmonės pamiršo kelių skausmą, kaip ir daugelis kitų, kurie naudoja <...> magnetines juosteles“;

1.1.16. apie magnetines juosteles raštu: „<...> *Magnetas gali padėti <...> Numalšinti skausmą*“.

1.2. Nutarimo 1.2. dalyje nurodytus reklaminius teiginius apie poveikį tinimų atžvilgiu, skleistus prekių kataloguose, spaudoje ir televizijoje įvairiais laikotarpiais apytiksliai nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. spalio 16 d.:

1.2.1. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „<...> *Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas <...> mažina patinimus <...>*“;

1.2.2. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „*Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi priemonė <...> tinimui <...> lengvinti.*“;

1.2.3. apie magnetines juosteles: „<...> *mažina tinimą <...>*“;

1.2.4. apie magnetines juosteles ir nugaros diržą: „<...> *Magnetinis laukas <...> mažina tinimą*“;

1.2.5. apie magnetines juosteles ir nugaros diržą: „<...> *Magnetinis laukas <...> mažina tinimą*“;

1.2.6. apie magnetines juosteles raštu: „<...> *mažina tinimą <...>*“;

1.2.7. apie magnetines juosteles raštu: „*Magnetas gali padėti <...> Sumažinti tinimą*“.

1.3. Nutarimo 1.3. dalyje nurodytus reklaminius teiginius apie poveikį sąstingio (sąnario nelankstumo) atžvilgiu, skleistus prekių kataloguose ir internete įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.:

1.3.1. apie magnetines juosteles: „<...> *Magnetinis krūvis <...> šalina sąstingį, grąžina sąnariams lankstumą <...>*“;

1.3.2. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „*Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas <...> mažina <...> sąstingį*“ „<...> *magnetas <...> padeda atkurti sąnarių lankstumą <...>*“;

1.3.3. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „*Magneto terapija nuo seno taikoma kaip saugi priemonė <...> sąstingiumi lengvinti.*“;

1.3.4. apie magnetines juosteles: „<...> *grąžinkite sąnariams lankstumą*“;

1.3.5. apie magnetines juosteles: „<...> *magnetinės juostelės grąžina įprastą sąnarių lankstumą <...> magnetinės juostelės grąžina keliams lankstumą. <...> magnetinės juostelės grąžina įprastą sąnarių lankstumą <...> Magnetinis krūvis <...> šalina sąstingį, grąžina lankstumą.*“;

1.3.6. apie magnetines juosteles: „<...> *magnetinės juostelės grąžina įprastą sąnarių lankstumą. <...> Magnetas <...> tirpdo sąstingį, grąžina lankstumą.*“.

1.4. Nutarimo 1.4. dalyje nurodytus reklaminius teiginius apie poveikį artrito atžvilgiu, skleistus prekių kataloguose, lankstinukuose ir internete įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.:

1.4.1. apie magnetines juosteles: „<...> *sumažinkite <...> artrito skausmus. <...> Magnetinis krūvis <...> pagerina būklę po <...> artrito*“;

1.4.2. apie magnetines juosteles: „<...> *sumažinkite <...> artrito sukeltus skausmus. <...> Magnetinis krūvis <...> pagerina būklę <...> sergant artritu*“;

1.4.3. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „*Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas <...> malšina artrito sukeltus <...> skausmus <...>*“;

1.4.4. apie magnetines juosteles: „<...> *sumažinkite <...> artrito skausmus*“;

1.4.5. apie magnetines juosteles: „<...> *magnetinės juostelės pagerina Jūsų kelių būklę, atsiradusią dėl <...> artrito.*“.

1.5. Nutarimo 1.5. dalyje nurodytą reklaminių teiginių apie poveikį nemigos atžvilgiu, skleistus prekių kataloguose nuo 2012 m. rugpjūčio 1 d. iki 2012 m. spalio 16 d.:

1.5.1. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „<...> *Moksliniais tyrimais* įrodyta, kad magnetas <...> gali <...> padėti įveikti nemigą <...>*“.

1.6. Nutarimo 1.6. dalyje nurodytus reklaminius teiginius apie priešuždegiminį poveikį, skleistus prekių kataloguose ir spaudoje nuo 2011 m. rugpjūčio 17 d. iki 2012 m. liepos 31 d.:

1.6.1. apie nugaros diržą: „<...> *Magnetinis laukas <...> turi priešuždegiminį poveikį*“;

- 1.6.2. apie nugaros diržą: „*Magnetinis laukas <...> turi priešūždegimo slopinamąjį poveikį.*“;
- 1.6.3. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „*Magnetinis laukas <...> turi priešūždegiminį poveikį <...>*“;
- 1.6.4. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „*Magnetinis laukas <...> turi uždegimo slopinamąjį poveikį.*“.
- 1.7. Nutarimo 1.7. dalyje nurodytą reklaminių teiginių apie poveikį radikulito atžvilgiu, skleistą prekių kataloguose nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.:
- 1.7.1. apie magnetinį nugaros diržą: „*<...> Atsikratykite radikulito <...>*“.
- 1.8. Nutarimo 1.8. dalyje nurodytus reklaminius teiginius apie poveikį raumenų atpalaidavimo atžvilgiu, skleistus prekių kataloguose ir internete įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. lapkričio 1 d. iki 2012 m. liepos 31 d.:
- 1.8.1. apie magnetinį nugaros diržą: „*<...> Atpalaiduoja raumenis.*“;
- 1.8.2. apie magnetinį nugaros diržą: „*<...> Atpalaiduoja raumenis <...>*“.
- 1.9. Nutarimo 1.9. dalyje nurodytus reklaminius teiginius apie poveikį kraujo apytakos gerinimo atžvilgiu, skleistus prekių kataloguose, internete, spaudoje ir televizijoje įvairiais laikotarpiais apytiksliai nuo 2009 m. sausio mėn. iki 2012 m. rugsėjo 23 d.:
- 1.9.1. apie magnetinį nugaros diržą: „*<...> Skatina kraujo apytaką. <...>*“;
- 1.9.2. apie magnetinį nugaros diržą: „*<...> Skatina kraujo apytaką <...>*“;
- 1.9.3. apie magnetines juosteles: „*<...> gerina kraujo apytaką <...>*“;
- 1.9.4. apie magnetines juosteles ir magnetinį nugaros diržą: „*Magnetinis laukas gerina kraujo apytaką <...>*“;
- 1.9.5. apie magnetines juosteles raštu: „*<...> gerina kraujo apytaką*“;
- 1.9.6. apie magnetines juosteles raštu: „*Magnetas gali padėti Paskatinti kraujotaką <...>*“.
2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą skirti UAB „Studio moderna“ 83 700 (aštuoniasdešimt trijų tūkstančių septynių šimtų) litų baudą.
3. Įpareigoti UAB „Studio moderna“ per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nustatytos baudos sumokėjimo pranešti apie tai Konkurencijos tarybai ir pateikti tai patvirtinančius įrodymus.

Nutarimas per 20 dienų nuo jo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje www.kt.gov.lt dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui. Skundo padavimas nesustabdo Konkurencijos tarybos nutarimo vykdymo.

Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 39 straipsniu, paskirtos piniginės baudos per tris mėnesius nuo nutarimo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje dienos turi būti sumokėtos į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą LT24 7300 0101 1239 4300 (įmokos kodas 6920, lėšų gavėjas – Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas – 188659752).

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas