

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO

TEISĖS FAKULTETO

TEISĖS FILOSOFIJOS IR ISTORIJOS KATEDRA

SAULĖ UMBRASIENĖ

BIOTEISĖS STUDIJŲ PROGRAMA

**MAISTO PAPILDŲ REKLAMOS TEISINIS
REGULIAVIMAS**

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovė -

Dr. doc. Janina Balsienė

Darbo konsultantė -

Dr. doc. Indrė Špokienė

Vilnius, 2012

TURINYS

SAVOKOS	3
Anotacija	5
Abstract	5
ĮVADAS.....	6
1. MAISTO PAPILDŲ TEISINIO REGULIAVIMO PRIELAIDOS	9
1.1. Duomenys apie maisto papildų vartojimą Europoje, jų vertinimas.....	9
1.2. Europos Sąjungos ir nacionaliniai teisės aktai, reglamentuojantys su maisto papildais susijusius aspektus.....	13
1.3. Maisto papildų ir vaistinių preparatų teisinio atribojimo problema	18
2. MAISTO PAPILDŲ REKLAMOS TEISINIS REGULIAVIMAS NACIONALINĖJE IR EUROPOS SAJUNGOS TEISĖJE	24
2.1. Maisto papildų reklamos teisinio reglamentavimo ypatumai	24
2.1.1. Bendrieji teisiniai reikalavimai ir apribojimai maisto papildų reklamai	24
2.1.2. Sveikatingumo teiginių vartojimo ypatumai	27
2.2. Maisto papildų ir vaistinių preparatų reklamos reglamentavimo skirtumai	31
3. MAISTO PAPILDŲ REKLAMOS KONTROLĖ LIETUVOJE IR PRAKTIKOJE KYLANČIOS PROBLEMOS	34
3.1. Maisto papildų reklamos kontrolės subjektai, jų kompetencija.....	34
3.2. Maisto papildų reklamos pažeidimai Lietuvoje: pobūdis, atsakomybė, problemos	36
3.3. Klaidinančios maisto papildų reklamos internete kontrolė ir praktikoje kylančios problemos	40
IŠVADOS.....	44
REKOMENDACIJOS.....	45
LITERATŪRA	46
SANTRAUKA	55
SUMMARY	56

SAVOKOS

Nagrinėjant maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo ypatumus, tikslinga aptarti su darbo tema susijusias sąvokas, kadangi Europos Sąjungos teisės aktuose, skelbiamuose lietuvių kalba, pastebima kai kurių terminų vertimo į lietuvių kalbą interpretacija.

Maisto papildas - maisto produktas, skirtas papildyti įprastą maisto racioną ir kuris vienas arba derinyje su kitomis medžiagomis yra koncentruotas maistinių medžiagų ar kitų medžiagų, turinčių mitybinį arba fiziologinį poveikį, šaltinis¹.

Maisto produktas – tai medžiaga arba produktas, perdirbtas, perdirbtas iš dalies arba neperdirbtas, kurį žmogus nurys arba pagrįstai tikimasi, kad nurys².

Maistinės medžiagos - tai vitaminai ir mineralinės medžiagos³.

Kita medžiaga - maistinių medžiagų kategorijai nepriklausančios medžiagos, kurios turi mitybinį arba fiziologinį poveikį⁴.

Teiginys - bet koks pranešimas arba išraiška, taip pat vaizdinė, grafinė arba simbolinė bet kokia forma pateikiama išraiška, kuria tiesiogiai ar netiesiogiai teigiama arba užsimenama, kad maisto produktas turi tam tikrų savybių⁵.

Teiginys apie sveikatingumą - teiginys, kuriuo tiesiogiai ar netiesiogiai teigiama ar užsimenama, kad esama ryšio tarp maisto produkto kategorijos, maisto produkto ar vienos jo sudėtinių dalių ir sveikatos⁶.

Teiginys apie maisto produktų sveikumą – teiginys, kuriuo teigiama, kad yra nustatytas priežastinis ryšys tarp maisto produktų kategorijos, maisto produkto ar vienos iš jo sudedamųjų dalių ir deklaruojamo poveikio⁷.

Informacija apie maistą – informacija apie maisto produktą, pateikiama galutiniam vartotojui etiketėje, kitoje kartu pateikiamoje medžiagoje ar kitomis priemonėmis, įskaitant šiuolaikinių technologijų priemones arba žodinę komunikaciją⁸.

¹ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. gegužės 13 d. įsakymas Nr. V-432 „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai” patvirtinimo. Valstybės žinios.2010, Nr.58-2844.

² Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 178/2002 nustatantis maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiantis Europos maisto saugos tarnybą ir nustatantis su maisto saugos klausimais susijusias procedūras. [2002] OL L 31.

³ Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/46/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto papildais, suderinimo. [2002] OL L 183.

⁴ Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą. [2006] OL L 404. 2 str. 2 p.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*, 2 str. 2 p.

⁷ Europos Komisijos reglamentas (ES) Nr. 432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo. [2012] OL L 136.

⁸ Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr.1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams. [2011] OL L 304/18, 2 str.

Ženklimas – su maisto produktu susiję žodžiai, duomenys, prekės ženklai, registruotas prekės pavadinimas, vaizduojamoji medžiaga arba simbolis, pateikti ant pakuotės, dokumente, informaciniame lapelyje, etiketėje⁹.

Reklama - žinių, duomenų apie ką nors skleidimas, norint išpopuliarinti, išgarsinti ką nors, padidinti paklausą¹⁰.

Reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama¹¹.

Reklamos vartotojas – asmuo, kuriam skiriama arba kurį gali pasiekti reklama¹².

Klaidinanti reklama – 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 ekonominę elgesį arba kusi dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti¹³.

Vaistas (vaistinis preparatas) – vaistinė medžiaga arba jų derinys, pagaminti ir teikiami vartoti, kadangi atitinka bent vieną šių kriterijų: 1) pasižymi savybėmis, dėl kurių tinka žmogaus ligoms gydyti arba jų profilaktikai; 2) dėl farmakologinio, imuninio ar metabolinio poveikio gali būti vartojamas ar skiriamas atkurti, koreguoti ar modifikuoti žmogaus fiziologines funkcijas arba diagnozuoti žmogaus ligas¹⁴.

Vaistinių preparatų reklama – gyventojams, sveikatos priežiūros ir farmacijos specialistams bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama kryptinga informacija apie vaistinius preparatus, agitacinė veikla ar raginimas, kuriais siekiama skatinti vaistinių preparatų skyrimą, tiekimą, pardavimą ar vartojimą¹⁵.

⁹ Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr.1169/2011, *supra* note, 2 str.

¹⁰ *Tarptautinių žodžių žodynas*. Vilnius: Alma littera, 2001, p.635.

¹¹ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas. *Valstybės žinios*. 2000, Nr.64-1937, 2 str. 8 p.

¹² *Ibid.*, 2 str. 15 p.

¹³ *Ibid.*, 2 str. 4 p.

¹⁴ Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymas. *Valstybės žinios*.2006, Nr. 78-3056, 2 str.

¹⁵ *Ibid.*, 70 p.

Anotacija

Magistro baigiamajame darbe nagrinėjami maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo ypatumai nacionalinėje ir Europos Sąjungos teisėje, aptariant bendrusius reklamos reikalavimus ir draudimus bei sveikatingumo teiginių vartojimo aspektus. Analizuojama praktikoje aktuali maisto papildų reklamos problema dėl vartotojų klaidinimo, nurodant ar užsimenant apie maisto papildų gydomąsias ir profilaktines savybes, kurios paprastai būdingos vaistams. Kadangi klaidinanti reklama skatina nepagrįstą maisto papildų vartojimą, galintį turėti neigiamą įtaką vartotojų sveikatai, darbe aptariami klaidinančios reklamos kontrolės ir teisinės atsakomybės klausimai. Remiantis atlikto teorinio tyrimo duomenimis, pateikiamos rekomendacijos maisto papildų reklamos teisiniam reguliavimui patobulinti ir reklamos priežiūros kontrolei pagerinti.

Reikšminiai žodžiai: *maisto papildas, sveikatingumo teiginys, maisto papildų reklama, klaidinanti reklama.*

Abstract

The master's thesis deals with the legal regulation of food supplements advertising in the national and European Union law, by discussing general requirements and prohibitions for advertising, as well as aspects of using health claims. The paper examines the relevant issue of food supplement advertising that misleads consumers by stating or implying the therapeutic and prophylactic properties of food supplements, which normally pertain exclusively to medical drugs. Since misleading advertising often encourages unjustified consumption of food supplements, which may have a negative effect on the consumers' health, the paper elaborates on the issues of control and legal liability with regard to misleading advertising. Basing on the results of the theoretical research undertaken, recommendations are given regarding improvement of legal regulation for advertising and development of its regulatory control.

Keywords: *food supplement, health claim, food supplement advertising, misleading advertising.*

IVADAS

Temos problematika ir aktualumas. Internetinėse svetainėse, vaistinių reklaminiuose leidiniuose, spaudoje mirga maisto papildus mistifikuojanti reklama: „Energija ir gera savijauta moterims“, „Energija ir gyvybingumas vyrams“, „Jūsų sveikatai, grožiui ir ilgaamžiškumui“, „Sėkmingas ginklas protų kovose“, „Triguba jaunystės dovana“, „Sužydėk iš naujo“, „Didžioji svorio mažinimo revoliucija“, suteikianti vartotojams nepamatuotų vilčių apie šių preparatų poveikį sveikatai ir grožiui bei skatinanti dažnai nepagrįstą jų vartojimą. Nors Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas¹⁶ aiškiai įtvirtina draudimą reklamuojant maistą, tame tarpe ir maisto papildus, nurodyti ar užsiminti apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes, tačiau praktikoje šio draudimo dažnai nesilaikoma. Maisto papildų reklamose gana dažnai naudojami vartotojus klaidinantys teiginiai, pažeidžiantys minėtą draudimą ir darantys aiškias nuorodas į tam tikrų susirgimų gydymą ar profilaktiką (pavyzdžiui: „stiprina imuninę sistemą“, „pagalba virškinimui sutrikus“, „vėžio profilaktikai“, „širdžiai stiprinti“, „ efektyviai apsaugo nuo gripo ir peršalimo“ ir kt.). Dėl klaidinančio maisto papildų reklamos pobūdžio, vaistų ir maisto papildų pateikimo formos panašumo, vidutinio vartotojo supratimu maisto papildų paskirtis ir poveikis neretai prilyginami vaistams. Kadangi išreklamuoti maisto papildai lengvai įsigijami be gydytojo recepto, juos linkę vartoti tie, kas nori savarankiškai priimti sprendimus susijusius su savo sveikata. Siekiant užtikrinti vartotojų sveikatos apsaugą ir suteikti jiems galimybę tinkamai pasirinkti ir papildyti įprastą maistą saugiais maisto papildais, būtina teisiškai sureguliuoti reikalavimus ir apribojimus, skirtus maisto papildų reklamai.

Lietuvoje reklamos teisinis reguliavimas vis dar formuojasi, o jo turinys plečiamas analizuojant ir sprendžiant vartotojų teisių apsaugos ir klaidinančios reklamos klausimus. Šiame kontekste maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo tema yra aktuali. Norint ieškoti efektyvesnių teisinio reguliavimo būdų, galinčių padėti spręsti praktines reklamos vartojimo ir kontrolės problemas, atsiranda poreikis analizuoti maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo ypatumus, siekiant išsiaiškinti, ar šiuo metu galiojantis maisto papildų reklamos teisinis reguliavimas ir reklamos kontrolė yra pakankami, norint apsaugoti vartotojus nuo neigiamo klaidinančios reklamos poveikio.

Tyrimo objektas - maisto papildų reklamos teisinis reguliavimas.

¹⁶ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas, *supra* note 11, 14 str.

Tyrimo tikslas - išnagrinėti maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo ypatumus Europos Sąjungos ir nacionalinėje teisėje bei atsakyti į klausimą, ar maisto papildų teisinis reguliavimas ir jų reklamos kontrolė Lietuvoje yra pakankami, siekiant užtikrinti visuomenės sveikatos saugumą nuo galimo neigiamo klaidinančios reklamos poveikio.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išnagrinėti maisto papildų teisinio reguliavimo prielaidas;
2. Atskleisti maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo ypatumus Europos Sąjungos bei nacionalinėje teisėje;
3. Nustatyti ir atskleisti praktikoje kylančias maisto papildų reklamos ir jos kontrolės problemas.

Tyrimo metodai:

- Teisės aktų analizė;
- Mokslinės literatūros analizė;
- Bendrieji mokslinio tyrimo metodai: sisteminės analizės, lyginamasis, apibendrinimo.

Darbo struktūra. Darbą sudaro 3 dalys. Pirmoji darbo dalis skirta maisto papildų teisinio reguliavimo prielaidų analizei Europos Sąjungoje ir Lietuvoje. Antroje dalyje, remiantis Europos Sąjungos ir nacionaliniais teisės aktais, Teisingumo Teismo jurisprudencija nagrinėjami maisto papildų reklamos teisinio reglamentavimo ypatumai. Trečioje dalyje atkreipiamas dėmesys į praktikoje kylančias problemas dėl maisto papildų reklamos ir visuomenės sveikatos apsaugos intereso derinimo, nagrinėjami vartotojus klaidinančios reklamos kontrolės ir teisinės atsakomybės aspektai.

Tyrimo naujumas ir svarba. Iš užsienio autorių, nagrinėjusių maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo aspektus, paminėtini Ch.Eberhardie¹⁷; B.Schwitters, A.Bast, J.C. Hanekamp¹⁸; H.Karajiannis, C. Fish¹⁹, J.Mulryne, E. Driver²⁰ ir kt.

Tuo tarpu Lietuvos teisės doktrinoje su maisto papildų teisiniu reguliavimu susijusi problematika nėra plačiai nagrinėta. Bene daugiausiai ji analizuota I. Špokienės moksliniuose straipsniuose, kuriuose nagrinėta iki tol Lietuvoje netyrinėta vaistų ir maisto

¹⁷ Eberhardie, Ch. Nutritional supplements and EU: is anyone happy? *Proceedings of the Nutrition Society*. 2007, 66, 508-511.

¹⁸ Schwitters B. et all. The European regulation of food supplements and food fortification. *Environmental Law & Management*. (2007) 19, 19-29.

¹⁹ Karajiannis, H.; Fish, C. Legal aspects: how do food supplements, differ from drugs, medical devices and cosmetics products? *Nutrition for Healthy Skin*. 2011.

²⁰ Mulryne, J.; Driver, E. Control of Advertising of Borderline Products: Medical Devices, Foods and Cosmetics. *The International Comparative Legal Guide to: Pharmaceutical Advertising*. 2011.

papildų teisinio atribojimo tema²¹, analizuota maisto papildų, kaip papildomos ir alternatyvios medicinos produktų, ženklinimo bei reklamos praktinė problematika²². Vertingų įžvalgų dėl maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo galima rasti ir L. Markausko mokslinėse publikacijose²³ ir leidiniuose²⁴, kur nagrinėjami įvairūs reklamos teisinio reglamentavimo aspektai. Atskirai maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo tematika Lietuvoje iki šiol plačiau nebuvo tyrinėta.

Įgyvendinant magistro baigiamajame darbe iškeltus uždavinius naudota Lietuvos bei užsienio autorių mokslinė literatūra, Europos Sąjungos direktyvos, reglamentai, Europos Teisingumo Teismo jurisprudencija, Lietuvos Respublikos įstatymai ir kiti teisės aktai, Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo praktika.

Praktinė šio darbo nauda pasireiškia tuo, kad maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo analizės rezultatai gali būti naudingi tobulinant Lietuvoje šių preparatų reklamos reglamentavimą bei gerinant reklamos priežiūros institucijų veiklą.

²¹ Špokienė I. Vaistų ir maisto papildų teisinio atribojimo teoriniai ypatumai ir praktinės problemos. *Jurisprudencija*.2011, 18(2), p.769-790.

²² Špokienė I. Papildomosios ir alternatyviosios medicinos teisinio reguliavimo Lietuvoje probleminiai aspektai. *Sveikatos politika ir valdymas: mokslo darbai / Mykolo Romerio universitetas*. 2011, [Nr.] 1(3), p. 182-183.

²³ Markauskas, L. Reklamos ir kitos informacijos apie prekes ir paslaugas santykis: teisinis aspektas. *Socialinių mokslų studijos*.2010, 2 (6).

²⁴ Markauskas, L. Reklamos teisinis reglamentavimas: teorija ir praktika. *Vilnius*, 2008.

1. MAISTO PAPILDŲ TEISINIO REGULIAVIMO PRIELAIDOS

1.1 Duomenys apie maisto papildų vartojimą Europoje, jų vertinimas

Vieningos nuomonės apie maisto papildų vartojimo būtinybę nėra, nes nepakanka moksliniais tyrimais pagrįstų duomenų apie jų naudą. Pasaulio sveikatos organizacijos (PSO) parengtose mitybos rekomendacijose²⁵ nurodyta, kad maitinimasis visaverčiu maistu gali užtikrinti žmogaus organizmo poreikius ir be papildomo vitaminų ar kitų maisto papildų vartojimo. Tačiau įvairių tyrėjų duomenimis per pastaruosius 20 metų Europos šalyse maisto papildų vartojimas labai išaugo²⁶ ir auga toliau, kasmet plečiasi į rinką pateikiamų maisto papildų asortimentas, didėja jų pardavimai ir reklamai išleidžiamos lėšos.

Europos Komisijos užsakymu atlikto ir 2006 metais publikuoto sociologinio Eurobarometro „Sveikata ir maistas“²⁷ duomenimis didelė Lietuvos gyventojų dalis prastai vertino savo sveikatos būklę ir manė, kad nesubalansuotai maitinasi²⁸. Tuo tarpu virš 90% senųjų Europos valstybių (Danijos, Airijos, Olandijos) gyventojų nurodė, kad maitinasi sveikai. Poreikis būti sveikiems, noras tinkamai maitintis daugelį žmonių skatina keisti mitybos ar fizinio aktyvumo įpročius, tačiau neretai galvojama, jog įmanoma pagerinti sveikatą be didelių pastangų, vien papildžius mitybą išreklamuotais maisto papildais. Visuomenėje įskiepyti geresnės savijautos, tobulo kūno, ilgaamžiškumo lūkesčiai atitinka maisto papildų komercinės reklamos užsakovų interesus. Kadangi dažnas vartotojas nėra tikras, ar su maistu gauna pakankamai vitaminų ir mineralų, todėl lengvai patiki reklama, kuri siūlo, kad tik viena tabletė per dieną yra tai, ko reikia daug dirbantiems, stresą patiriantiems, paskubomis ir nereguliariai besimaitinantiems. Vartotojai, paveikti informacijos apie reklamuojamų maisto papildų galią, juos perka ir gausiai vartoja.

²⁵ World Health Organisation. Diet, nutrition and prevention of chronic disease: report of WHO/FAO expert consultation. *Technical Report Series 91*. Geneva: 2003;149.

²⁶ Eberhardie, Ch., *supra* note 17, p. 508.

²⁷ Special Eurobarometer 246/Wave 64.3. *TNS Opinion&Social*. 2006. [interaktyvus, žiūrėta 2012-02-05]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/health/ph_publication/eb_food_en.pdf>

²⁸ *Ibid.*, Tik 52% apklausoje dalyvavusių Lietuvos gyventojų nurodė, kad jų sveikata yra gera, 45% respondentų teigė, jog maitinasi nesveikai ir jų dieta nėra subalansuota.

2007 m. atliktas tyrimas apie suaugusių Lietuvos gyventojų maisto papildų vartojimą²⁹ parodė, kad vieną mėnesį per metus maisto papildus vartojo 71 proc. Lietuvos gyventojų (56,6 proc. vyrų ir 80,5 proc. moterų). Ištyrus maisto papildų vartojimą Lietuvos aukštųjų mokyklų studentų tarpe, paaiškėjo, jog maisto papildus vartojo net 73,6 proc. studentų (68,8 proc. vyrų ir 78,3 proc. moterų)³⁰. Minėti tyrimai atskleidė pagrindines priežastis, kurios lėmė gausų maisto papildų vartojimą: tai - bendras sveikatos pagerinimas, išvaizdos pagerinimas³¹, noras sustiprinti savo organizmą ir imuninę sistemą, noras kompensuoti dėl nevisavertės mitybos atsiradusį vitaminų ir mineralinių medžiagų trūkumą³². Tai, kad Lietuvoje sparčiai auga maisto papildų vartojimas rodo ir Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos paskelbti duomenys³³, iš kurių matyti, kad lyginant 2010-2011 metų prekybos maisto papildais rodiklius, 2011 m. į Lietuvą šių produktų importuota net 70 tonų daugiau (2010-180t, 2011- 250t).

Kitose Europos šalyse, panašiai kaip ir Lietuvoje, maisto papildų populiarumas ir vartojimas taip pat auga, prie to prisideda ir platus maisto papildų pasiekiamumas: jais prekiaujama tiek vaistinėse, tiek „sveiko maisto“ parduotuvėse, prekybos centruose, juos lengvai galima užsisakyti internetu ar atsisiųsti paštu. Jungtinėje Karalystėje 2008 m. Maisto Standartų Tarnybos užsakymu atlikto sociologinio tyrimo „Vitaminų ir mineralinių medžiagų suvartojimas“³⁴ duomenimis apie 40% apklaustųjų paskutiniųjų 12 mėnesių laikotarpyje vartojo maisto papildus. Dauguma apklaustųjų nurodė, kad maisto papildus vartojo norėdami ilgiau išlikti sveiki, apsisaugoti nuo ligų, sustiprinti imunitetą, užkirsti kelią lėtinių ligų paūmėjimui ir hospitalizacijai³⁵. Be to, nurodoma, kad maisto papildų vartojimą skatina ir prasta maisto kokybė, kai dėl maisto produktų perdirbimo ir ilgo transportavimo bei laikymo, juose galimai trūksta vitaminų. Pažymėtina, kad pusė apklaustųjų įsigijo ir vartojo maisto papildus be specialistų patarimo savo nuožiūra prekybos centruose (49%), atsisiuntė paštu (13%) ar užsisakė per internetą (3%). Tyrėjų

²⁹ Kriaučionienė, V.; Petkevičienė, J.; Klumbienė, J.; Ramažauskienė, V. Suaugusių Lietuvos gyventojų maisto papildų vartojimas atsižvelgiant į socialinius ir demografinius veiksnius. Kaunas: *Lietuvos bendrosios praktikos gydytojas* 2007, tomas XI, Nr.12.

³⁰ Stukas, R.; Barkevičiūtė, R.; Barzda, A.; Šurkienė, G.; Karpenk, E. Lietuvos aukštųjų mokyklų studentų gyvensena, maisto papildų vartojimas ir požiūris į maisto papildus. *Medicinos teorija ir praktika* 2006; 12(3):249-259.

³¹ Kochanskienė, I.; Petkevičienė, J.; Šumskas, I.; Kregždytė, R. Suaugusiųjų žmonių maisto papildų vartojimo ypatybės. *Bendrosios praktikos gydytojas* 2008, tomas XII, Nr.7-8, p.487-493.

³² Stukas R., Voicechovskaja, I. Maisto papildų vartojimas tarp studentų medikų ir jų požiūris į maisto papildų vartojimą. *Visuomenės sveikata* 2010/1 (48):67-73

³³ Lietuvos Respublikos Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos naujienos [interaktyvus, žiūrėta 2012-02-03]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/naujienos/2404/>>

³⁴ Consumer consumption of vitamin and mineral food supplements. *Social Research*. 2008. [interaktyvus, žiūrėta 2012.05.20]. Prieiga per internetą: <http://www.foodbase.org.uk/admintools/reportdocuments/472-1-841_viminsupconsumer.pdf>

³⁵ Stukas, R., op. cit., p.70.

akcentuotas svarbus pastebėjimas, jog trečdalis vartojusių maisto papildus neskaitė etiketėse jų sudėties bei nesuprato, ką reiškia „rekomenduojama paros dozė“. Apibendrinant galima teigti, kad platus maisto papildų pasiekiamumas, gausus jų vartojimas, bet kartu ribotas vartotojų supratimas apie papildų poveikį sveikatai, kelia tam tikrą grėsmę visuomenės sveikatos požiūriu. Kadangi vartotojai dažniausiai maisto papildus renkasi patys, gerai nežinodami preparatų sudėties ir poveikio, sergantiems lėtiniais susirgimais ir vartojantiems vaistus, kyla pavojus sveikatai dėl galimos vaistų ir maisto papildų sąveikos.

Anot Vokietijos federalinės maisto grandinės rizikos vertinimo instituto prezidento prof. A. Henzelio, vieno iš vedančiųjų maisto saugos ir rizikos vertinimo specialistų Europoje ir pasaulyje, „maisto papildus atskiroms žmonių grupėms naudoti tikslinga ir netgi būtina, bet perdozavus jie gali tapti nuodais. Siekiant užtikrinti vartotojų saugumą, reikia pastoviai kontroliuoti maisto papildų poveikį sveikatai. Vienas svarbiausių uždavinių – aiškinti visuomenei, kad, esant racionaliai ir subalansuotai mitybai, sveikiems žmonėms vartoti maisto papildus nėra būtina“³⁶. Profesoriaus skaitytoje paskaitoje Lietuvos sveikatos priežiūros specialistams apie maisto papildus pabrėžta, kad „nerimą kelia agresyvi maisto papildų reklama ir kiekvienam prieinamas šių papildų įsigijimas internetu iš bet kurios pasaulio šalies. Patikėdami reklama, žmonės nustoja vartoti vaistus, o ima patys gydytis maisto papildais“. A. Henzelis pažymėjo, kad labai svarbu, jog maisto papildai būtų teisingai ženklinami ir tinkamai dozuojami, nurodant dienos vartojimo normą, nes vartotojams atrodo, kad papildų naudingas poveikis tiesiogiai priklauso nuo didesnio suvartoto jų kiekio.

Paskutinį dešimtmetį mokslinėje spaudoje pasirodžius vis daugiau straipsnių apie neigiamą kai kurių maisto papildų ar jų sudedamųjų dalių poveikį (pvz. efedrino alkaloidų³⁷), medicinos bendruomenė ėmė nerimauti dėl galimos rizikos pacientams netinkamai dozuojant maisto papildus, taip pat dėl jų kokybės ir galimos maisto papildų ingredientų bei vartojamų vaistų sąveikos. Išaiškėjus maisto papildų skirtų lieknėjimui, kurių sudėtyje yra sibutramino, nepageidaujamoms reakcijoms ir net mirties atvejams po jų vartojimo, Europos vaistų agentūra nuo 2010 m. uždraudė Europos Sąjungoje prekiauti

³⁶ Prof. A. Henzelio paskaita Lietuvos specialistams apie maisto papildus. *VMVT įvykiai, strategija*. 2007-08-20. [interaktyvus, žiūrėta 2012.04.16]. Prieiga per internetą: < <http://vmvt.lt/lt/naujienos/1359/> >

³⁷ Dėl apetitą slopinančio ir organizmą tonizuojančio poveikio efedrinas kaip sudedamoji medžiaga ilgą laiką buvo plačiai naudojama maisto papilduose. Žmonės juos vartojo, kad sulieknėtų, sustiprintų fizinį pajėgumą sportuojant, padidintų energingumą. Pavyzdžiui 1996-1998 m. šiuos papildus vartojo 2,5 mln. JAV gyventojų. Dėl dažnėjančių nepageidaujamų reakcijų ir net mirties atvejų 1999 m. pradėtas šių preparatų uždraudimo procesas, kuris 2004m. įsigaliojo. Reingardienė, D. Efedrinai. Klinikinė farmakologija. *Lietuvos bendrosios praktikos gydytojas*. 2007, tomas XI, Nr.2, p.122.

maisto papildais su sibutraminu³⁸. 2011 m. publikuoto moterų sveikatos tyrimo³⁹, kurį atliko Suomijos mokslininkai, rezultatai parodė, kad kai kurie plačiai vartojami vitaminų ir mineralų maisto papildai, ypač geležies preparatai, gali būti susiję su didesne mirties rizika vyresniame amžiuje, todėl nerekomenduotina vartoti vitaminų ir mineralų profilaktikos tikslu tiems, kurių mityba yra pilnavertė. M. Martinez ir kt. autorių naujausioje mokslinėje publikacijoje⁴⁰ paskelbtoje 2012 m. nurodoma, kad maisto papildų vartojimą skatina įsitikinimas, kad jie gali apsaugoti nuo lėtinių ligų, įskaitant ir vėžinius susirgimus. Autoriai teigia, jog keletas ekspertų komitetų ir mokslinių organizacijų yra pateikę išvadas, kad nėra jokių mokslinių įrodymų, patvirtinančių maisto papildų vartojimo naudą vėžio profilaktikai. Priešingai, yra įrodymų, kad didelės kai kurių papildų dozės galimai padidina vėžio riziką⁴¹. Nepaisant esamų įrodymų, maisto papildų platintojai ir toliau naudoja rinkodarinius teiginius apie priešvėžinę maisto papildų naudą, taip klaidindami vartotojus ir skatindami nepagrįstą jų vartojimą⁴².

Apibendrinant konstatuotina, kad maisto papildų vartojimas yra labai plačiai paplitęs tiek Lietuvos, tiek kitų Europos šalių gyventojų tarpe, nors jų vartojimas ne visada pagrįstas, dažnai sąlygotas gana agresyvios maisto papildų reklamos. Pažymėtina, kad maisto papildai skirti tik papildyti maisto racioną. Jie turėtų būti vartojami tuomet, kai nėra galimybės gauti visų reikalingų maistinių medžiagų iš pilnavertės mitybos. Maisto papildai būtini tik toms gyventojų grupėms, kurios turi vitaminų ir mineralų trūkumo riziką. Įvairių tyrėjų duomenimis nesaikingas ir neatsargus maisto papildų vartojimas kai kada gali būti žalingas ar net pavojingas sveikatai. Todėl, siekiant užtikrinti visuomenės sveikatos saugumą, reklamuojant maisto papildus būtina skleisti teisingą informaciją apie jų naudą ir vartojimo tikslingumą.

³⁸ Sibutraminas - serotonino receptorių inhibitorius, slopina apetitą, mažina maisto poreikį, didina sotumo jausmą. Europos vaistų agentūra (EVA) užbaigė vaistinių preparatų, kurių veiklioji medžiaga yra sibutraminas, saugumo duomenų apžvalgą ir 2010 m. paskelbė išvadą, kad šių vaistinių preparatų keliamas pavojus širdžiai ir kraujagyslių sistemai yra didesnis už jų teikiamą naudą, todėl rekomenduota sustabdyti jų prekybą Europos Sąjungoje. *Europos vaistų agentūra* [interaktyvus, žiūrėta 2012.03.01] Prieiga per internetą: <http://www.emea.europa.eu/docs/en_GB/document_library/Press_release/2010/01/WC500069995.pdf>

³⁹ Mursu, J.; Robien, K.; Harnack, L. et al. Dietary Supplements and Mortality Rate in Older Women-The Iowa Women's Health Study. *Archives of Internal Medicine*. 2011; 171 (18):1625-1633.

⁴⁰ Martinez, ME. et al. Dietary supplements and cancer prevention: Balancing potential benefits against proven harms. *Journal of the national cancer institute*. 2012. [interaktyvus, žiūrėta 2012.06.10]. Prieiga per internetą: <<http://jnci.oxfordjournals.org/content/early/2012/04/24/jnci.djs195>>.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² Pavyzdžiui, interneto svetainėje skleidžiama reklama apie *Kordicepso* priešvėžinį poveikį: „Kordicepsas - be specifinio nuo vėžio apsaugančio ir jo progresavimą stabdančio poveikio, pasižymi ir antimetastaziniu poveikiu“ [interaktyvus, žiūrėta 2012.06.10]. Prieiga per internetą: <<http://www.kordicepsas1.info/kordicepsas.55.html>>

1.2 Europos Sąjungos ir nacionaliniai teisės aktai, reglamentuojantys su maisto papildais susijusius aspektus

Prieš analizuojant maisto papildų reklamos teisinį reguliavimą, naudinga panagrinėti svarbiausių Europos Sąjungos teisės aktų, susijusių su maisto papildais, atsiradimo priežastis, detaliau pasigilinti į jų turinį, kadangi jis taip pat apima maisto papildų ženklavimo, pateikimo ir reklamos sritis. Maisto papildus Europos bendrijos šalyse reglamentuoja šie pagrindiniai teisės aktai:

- 2002 m. birželio 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/46/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto papildais suderinimo (toliau – Direktyva 2002/46/EB) ;
- 2002 m. sausio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 178/2002 nustatantis maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiantis Europos maisto saugos tarnybą ir nustatantis su maisto saugos klausimais susijusias procedūras (toliau – Reglamentas (EB) Nr.178/2002) ;
- 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr.1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (toliau – Reglamentas (EB) Nr.1924/2006)
- 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1925/2006 dėl maisto produktų papildymo vitaminais ir mineralais bei tam tikromis kitomis medžiagomis (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 1925/2006) .
- 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir tarybos reglamentas (EB) Nr. 109/2008, iš dalies keičiantis Reglamentą (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą (toliau - Reglamentas (EB)Nr.109/2008)
- 2009 m. lapkričio 30 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1170/2009 iš dalies keičiantis Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2002/46/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 1925/2006 dėl vitaminų ir mineralinių medžiagų bei jų formų, kurių galima pridėti į maisto produktus, įskaitant maisto papildus, sąrašų.
- 2012 m. gegužės 16 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr.432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo (toliau –Reglamentas (ES) Nr.432/2012)

Kaip jau minėta 1.1 darbo dalyje, per pastaruosius 20 metų daugelyje Europos šalių pastebimai išaugo įvairių maisto papildų vartojimas. Kartu iškilo rizika visuomenės sveikatos saugumui dėl kartais prastos šių produktų kokybės, vitaminų, mineralinių bei kitų medžiagų nepagrįstų dozių vartojimo. Kai kuriose Europos Sąjungos šalyse (pvz. Vokietijoje⁴³), kur vitaminų ir mineralinių medžiagų suvartojimas buvo didelis, nacionalinėmis taisyklėmis imta reguliuoti kokie ingredientai ir kokie jų kiekiai galėtų būti maisto papilduose. Maisto papildų sudėčiai ėmus taikyti skirtingas nacionalinių teisės aktų nustatytas taisykles, Europos bendrijoje iškilo laisvo prekių judėjimo ir visuomenės sveikatos apsaugos suderinimo problema. Todėl atsirado būtinybė Europos lygiu harmonizuoti maisto papildų teisinį reglamentavimą. Kitas, ne mažiau svarbus, uždavinys buvo suderinti Europos šalių viešojo saugumo standartus tiek maisto papildams gaminamiems ir parduodamiems Europos Sąjungos viduje, tiek produktams patenkantiems į bendrijos rinką iš kitur. Daugeliui Europos šalių ypatingą susirūpinimą kėlė sunkiai kontroliuojamas nelegalių žolinių preparatų ir maisto papildų importas⁴⁴, todėl reikėjo užtikrinti, kad teisės aktuose neliktų spragų leidžiančių maisto papildus pateikti kaip vaistinius preparatus ar žolinius vaistus. Sveikatos priežiūros specialistai ir vartotojai taip pat laukė aiškios maisto papildų reguliavimo tvarkos, nustatančios, kurios maistinės medžiagos gali būti saugiai vartojamos.

Dar 2000 m. gegužės 16 d. Europos vartotojų organizacija viešai paskelbė savo išvadą dėl poreikio sureguliuoti maisto papildų rinką⁴⁵. Šiose išvadose pabrėžta, kad, siekiant apsaugoti vartotojų sveikatą, svarbu kuo skubiau Europos lygiu suderinti maisto papildų teisinį reglamentavimą. Organizacija pasiūlė sukurti maisto papildų notifikavimo sistemą, nustatyti bendrą maisto papildų sąvokos apibrėžimą, bendrus reikalavimus informacijai, kuri galėtų būti pateikiama reklamuojant ar parduodant maisto papildus bei taikyti vienodas šių produktų prekybos taisykles visose ES šalyse. Todėl, siekdamas užtikrinti žmonių sveikatos ir vartotojų interesų apsaugą maisto atžvilgiu bei veiksmingą Europos vidaus rinkos veikimą, 2002 m. sausio 22 d. Europos Parlamentas ir Taryba priėmė reglamentą (EB) Nr.178/2002, nustatantį maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiantį Europos maisto saugos tarnybą ir nustatantį su maisto

⁴³ Eberhardie, Ch. Nutritional supplements and the EU: is anyone happy? *Proceedings of the Nutrition Society* (2007), 66, 508-511.

⁴⁴ World Health Organisation. *Substandard and counterfeit medicines* - fact sheet No. 275 November 2003. [interaktyvus, žiūrėta 2012.04.01]. Prieiga per internetą: <<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs275/en/>>

⁴⁵ The European Consumers' Organisation (BEUC) Paper on food supplements-final.[2000] [interaktyvus, žiūrėta 2012.06.15]. Prieiga per internetą: <<http://www.beuc.org/Content/foodsupplements>>

saugos klausimais susijusias procedūras⁴⁶. Konstatuojamojoje reglamento dalyje pažymėta, jog norint apsaugoti žmonių sveikatą, būtina imtis priemonių, kurios garantuotų, kad į rinką nepatektų nesaugus maistas⁴⁷. Remiantis atsargumo principu Reglamente įtvirtinta nuostata, „esant aplinkybėms, kai nustatoma maisto galimo kenksmingo poveikio sveikatai galimybė, priimti rizikos valdymo priemonės, užtikrinančias Bendrijos pasirinktą aukštą sveikatos lygį“⁴⁸. Šio reglamento 8 straipsnyje akcentuota ir vartotojų interesų apsauga, pažymint, kad maisto produktus reglamentuojančiais įstatymais siekiama apsaugoti vartotojų interesus bei užkirsti kelią nesažiningai, apgaulingai ar vartotoją klaidinančiai praktikai. Reikalavimai maisto produktų reklamai numatyti 16 straipsnyje, nurodant, kad „vartotojų neturi klaidinti maisto<...>etiketės, reklama ir pateikimas“. Svarbu pažymėti, kad šiuo reglamentu buvo įsteigta Europos maisto saugos tarnyba (European Food Safety Authority - EFSA)⁴⁹, kurios pagrindinis tikslas - saugoti visuomenės sveikatą ir stiprinti vartotojų pasitikėjimą Europos maisto produktais bei teikti nepriklausomas mokslines nuomones ir patarimus, kuriant Europos maisto politikos teisės aktus.

Siekiant suvienodinti maisto papildų rinkos reglamentavimą Europos Sąjungos valstybėse narėse, 2002 m. birželio 10 d. Europos Parlamentas ir Taryba priėmė direktyvą 2002/46/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto papildais, suderinimo⁵⁰. Šios direktyvos 2 straipsnio a) punkte buvo suformuluotas *maisto papildų* sąvokos apibrėžimas, nurodant, kad „maisto papildai-tai maisto produktai, kurie skirti papildyti įprastą racioną ir kurie, vieni arba derinyje su kitomis medžiagomis, yra koncentruotas maistinių ar kitų medžiagų šaltinis, turintys mitybinį arba fiziologinį poveikį, ir kuriais prekiaujama dozuota forma, t.y. tokiomis formomis kaip kapsulės, pastilės, piliulės, tabletės ir kitos panašios formos, miltelių maišeliai, ampulės su skysčiu, buteliukai su lašų dozatoriumi bei kitos panašios skysčių ir miltelių, skirtų vartoti mažais dozuotais kiekiais, formos“. Tame pačiame straipsnyje pateiktas ir sąvokos *maistinės medžiagos* išaiškinimas, pažymint, kad „tai- vitaminai ir mineralinės medžiagos“, nurodant konkrečių vitaminų ir mineralinių medžiagų bei jų formų, leistinų maisto papildų gamybai, sąrašus Direktyvos I-II prieduose. Konstatuojamojoje 12 dalyje pabrėžta, jog siekiant neatsilikti nuo mokslo ir technikos raidos, ateityje numatoma pririnkus patikslinti vitaminų ir mineralinių medžiagų sąrašus, kurie nėra baigtiniai. Be to, akcentuota, kad Bendrijos šalyse prekiaujama maisto papildais,

⁴⁶ Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr.178/2002, nustatantis maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiantis Europos maisto saugos tarnybą ir nustatantis su maisto saugos klausimais susijusias procedūras.[2002] OL L 031 , p. 0001 – 0024.

⁴⁷ *Ibid.*, konstatuojamosios dalies 26-27 punktai

⁴⁸ *Ibid.*, 7 str., 1 p.

⁴⁹ *Ibid.*, 22 str.

⁵⁰ Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/46/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto papildais, suderinimo. [2002]OL L 183.

kuriuose be vitaminų ir mineralų yra didelis kiekis kitų maistinių medžiagų ir ingredientų, kurie galėtų būti maisto papilduose (pvz. amino rūgštys, nepakeičiamosios riebalų rūgštys, skaidulos, įvairūs augalų bei žolių ekstraktai), tačiau pirmajame etape Direktyva nustatoma konkrečios taisyklės tik dėl vitaminų ir mineralų, vartojamų kaip maisto papildų ingredientai. Konkrečias taisykles kitoms medžiagoms, turinčioms maistinį arba fiziologinį poveikį, numatoma nustatyti vėlesniame etape, kai apie tokias medžiagas bus gautos nešališkos mokslinės išvados dėl tokių medžiagų saugumo. Kol bus patvirtintos konkrečios Bendrijos taisyklės dėl kitų medžiagų naudojimo, šalyse gali būti taikomos nacionalinės taisyklės toms maistinėms medžiagoms, kurių nereglamentuoja ši direktyva. Direktyvos 2002/46/EB 6 straipsnyje įtvirtintas draudimas ženklinti, pateikiant ir reklamuojant maisto papildus jiems priskirti savybes, užkertančias kelią žmonių ligoms ir jas gydančias, o 7 straipsnyje nustatytas reikalavimas reklamuojant maisto papildus nedaryti nuorodos, aiškinančios arba leidžiančios suprasti, kad tinkamai maitinantis neįmanoma gauti reikiamo maistinių medžiagų kiekio.

Atsižvelgdama į mokslinį Europos maisto saugos tarnybos vertinimą dėl kai kurių vitaminų ir mineralinių medžiagų, Europos Komisija 2009 m. lapkričio 30 d. priėmė sprendimą patikslinti kai kurių vitaminų ir mineralinių medžiagų specifikacijas, todėl nutarta direktyvą 2002/46/EB ir reglamentą (EB) Nr. 1925/2006⁵¹ iš dalies pakeisti pakoreguojant vitaminų ir mineralinių medžiagų bei jų formų, kurių galima pridėti į maisto produktus, įskaitant maisto papildus, sąrašus⁵².

Kadangi vis daugiau maisto produktų Europos Sąjungos šalyse imta ženklinti ir reklamuoti pateikiant teiginius apie maistingumą ir sveikatingumą bei siekiant apsaugoti vartotojus ir palengvinti jų pasirinkimą, 2006 m. gruodžio 20 d. priimtas Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą⁵³. Numatyta, jog Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 taikomas visiems teiginiais apie maistingumą ir sveikatingumą, skelbiamiems komerciniuose pranešimuose t.y. etiketėse, pateikime ir reklamoje. Pažymėta, kad šis Reglamentas taip pat turėtų būti taikomas prekių ženkliams ir kitiems prekių pavadinimams, kurie gali būti vartotojų suprasti kaip teiginiai apie maistingumą ar sveikatingumą. Reglamento 3 straipsnyje numatyta, jog teiginiai apie maistingumą ir sveikatingumą gali būti vartojami

⁵¹ Europos Parlamento ir tarybos reglamentą (EB) Nr. 1925/2006 dėl maisto produktų papildymo vitaminais ir mineralais bei tam tikromis kitomis medžiagomis. [2006] OL L 404.

⁵² Europos Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1170/2009 iš dalies keičiantis Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2002/46/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 1925/2006 dėl vitaminų ir mineralinių medžiagų bei jų formų, kurių galima pridėti į maisto produktus, įskaitant maisto papildus, sąrašus. [2009] OL L 314/36.

⁵³ Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą. [2006] OL L 404.

pristatant ir reklamuojant maisto produktus tik tuomet, kai atitinka reglamento nuostatas, tokie teiginiai neturi būti melagingi, dviprasmiški ar klaidinantys vartotoją.

Ruošiantis Lietuvos narystei Europos Sąjungoje nuo 2003 metų teisės aktai maisto papildų reglamentavimo srityje pradėti derinti su Europos Sąjungoje galiojančiais normatyviniais dokumentais, todėl 2003 m. gruodžio 24 d. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro įsakymu Nr. V-772 patvirtinta Lietuvos higienos norma HN 17:2003 „Maisto papildai“⁵⁴. Taip į Lietuvos nacionalinę teisę buvo perkelta sąvoka *maisto papildai*, kurios turinys ir apibrėžimas tapatus apibrėžčiai, pateiktai Direktyvos 2002/46/EB⁵⁵ 2 straipsnyje. 2009 m. patvirtinus Reglamentą (EB) Nr.1170/2009 jo nuostatos perkeltos į Lietuvos higienos normos HN 17: 2010 „Maisto papildai“ naują redakciją, kurios VI skyriaus 15 punktu nustatytas draudimas ženklinant, pristatant bei reklamuojant maisto papildus nurodyti ar užsiminti apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes, o 18 punktu pabrėžiama, kad neturi būti jokios nuorodos, leidžiančios suprasti, kad tinkamai maitinantis neįmanoma gauti reikiamo maistinių medžiagų kiekio⁵⁶.

Siekiant vykdyti maisto papildų sudėties ir galimo jų poveikio visuomenės sveikatai stebėseną bei norint sukurti į Lietuvos rinką patenkančių maisto papildų duomenų bazę, 2010 metais patvirtinta pranešimo (notifikavimo) apie į Lietuvos Respublikos rinką pateikiamus maisto papildus tvarka⁵⁷, kuria nustatyta, kad fiziniai, juridiniai asmenys, tiekiantys Lietuvos Respublikos rinkai maisto papildus, pagamintus ar importuojamus iš valstybių, nepriklausančių Europos ekonominei bendrijai, privalo maisto papildus notifikuoti. Nuo 2012 metų liepos 1 d. maisto papildų notifikavimo funkcija patikėta Vilniaus visuomenės sveikatos centrui⁵⁸. Būtina atkreipti dėmesį į tai, kad šiuo metu notifikuojami tik iš trečiųjų šalių į Lietuvą patenkantys maisto papildai, apie juos informaciją specialistai ir vartotojai gali rasti Vilniaus visuomenės sveikatos centro internetinėje svetainėje⁵⁹.

Apibendrinant Europos Sąjungos ir nacionalinius teisės aktus, susijusius su maisto papildų teisiniu reglamentavimu, tenka pastebėti, kad 2002 m. birželio 10 d. Europos

⁵⁴ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2003m. gruodžio mėn.24 d. įsakymas Nr. V-772, „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2003 „Maisto papildai“ patvirtinimo“. *Valstybės žinios*. 2004 m. Nr.7-158.

⁵⁵ Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/46/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto papildais, suderinimo. [2002]OL L 183.

⁵⁶ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. gegužės 13 d. įsakymas Nr. V-432 „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ patvirtinimo“. *Valstybės žinios*. 2010, Nr.58-2844.

⁵⁷ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. vasario 22 d. įsakymas Nr. V-161 „Dėl Pranešimo (notifikavimo) apie į Lietuvos Respublikos rinką pateikiamus maisto papildus tvarkos aprašo patvirtinimo“. *Valstybės žinios*. 2010, Nr.24-1149.

⁵⁸ Maisto papildų notifikavimą iki 2012 m. vykdė Valstybinė visuomenės sveikatos priežiūros tarnyba prie Sveikatos apsaugos ministerijos.

⁵⁹ Vilniaus visuomenės sveikatos centras informaciją apie Lietuvoje notifikuotus maisto papildus skelbia internetinėje svetainėje, adresu:< <http://vsc.sam.lt/maisto-papildai>>.

Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/46/EB teisiškai apibrėžė *maisto papildų* sąvoką ir iš dalies suderino bendruosius reikalavimus, keliamus visiems maisto papildams, nepriklausomai nuo jų sudėties bei įtvirtino reikalavimą maisto papildų reklamai, draudžiantį priskirti maisto papildams gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybės. Direktyvos 2002/46/EB nuostatos buvo perkeltos į Lietuvos higienos normą HN 17:2010 „Maisto papildai“ (toliau-higienos norma HN 17:2010), kurioje taip pat įtvirtina nuostata, jog ženklinant, pristatant ir reklamuojant maisto papildus, nei vienam iš jų negali būti priskiriamos gydomosios ar profilaktinės savybės arba daroma nuoroda į jas. Pagal Lietuvoje galiojančią tvarką notifikuojami tik iš trečiųjų šalių patenkantys maisto papildai, apie iš kitų Europos šalių patenkančių maisto papildų sudėtį ir poveikį informacija nėra kaupiama, todėl vartotojai neturi galimybės su ja susipažinti.

1.3 Maisto papildų ir vaistinių preparatų teisinio atribojimo problema

Nors maisto papildai yra maisto produktai, skirti papildyti įprastą maisto racioną ir vartotini tik tada, kai žmogui iš tikrųjų jų reikia, tačiau dėl savo formos panašumo į vaistus ir dėl reklamuojant jiems priskiriamų gydomųjų savybių, vartotojų painiojami su vaistiniais preparatais ir neretai naudojami kaip vaistai. Todėl labai svarbu, kad reklamuojant maisto papildus vartotojams būtų pateikiama teisinga ir pagrįsta informacija apie jų poveikį. Į tai atkreiptas dėmesys dar 2006 metais paskelbtame Europos Komisijos Sveikatos ir vartotojų apsaugos direktorato dokumente, kuriame pabrėžta, kad „maisto papildai yra reglamentuojami kaip maisto produktai ir jų paskirtis papildyti įprastą maisto racioną, o ne daryti terapinį poveikį. Teiginiai apie maisto papildų gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes neleistini, dėl jų produktams turėtų būti taikomi vaistus reglamentuojantys teisės aktai“⁶⁰.

Kaip jau buvo minėta, Lietuvos higienos normoje HN 17:2010 pateiktoje *maisto papildų* apibrėžtyje nurodoma, kokia dozavimo forma (kapsulėmis, tabletėmis ir kt.) maisto papildai gali būti pateikiami į rinką⁶¹. Nors galimos jų dozavimo formos yra analogiškos vaistinių preparatų pateikimo formoms, bendruosiuose higienos normos nuostatuose aiškiai pabrėžta, kad norma taikoma maisto papildams, kurie tiekiami į rinką ir pristatomi kaip maisto produktai. Svarbu pažymėti, kad pastaruju metu produkto

⁶⁰ Europos Komisijos Sveikatos ir vartotojų apsaugos generalinio direktorato atsakymas į Komisijos nariui M. Kyprianou siųstus laiškus dėl didžiausio vitaminų ir mineralinių medžiagų kiekio maisto papilduose nustatymo [2006].[interaktyvus, žiūrėta 2012.08.03] Prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/supplements/documents/coll_answer_lt.pdf

⁶¹ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. gegužės 13 d. įsakymas Nr. V-432 „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai“ patvirtinimo“. *Valstybės žinios*. 2010, Nr. 58-2844.

pateikimo išorinė forma tampa vis mažiau svarbi, nes sprendžiant, ar preparatas priskirtinas vaistams ar maisto papildams, pagrindinis akcentas teikiamas preparato veiksmingumui. Taigi, preparato „*farmakologinis poveikis*“ turėtų tapti pagrindiniu kriterijumi padedančiu vaistinius preparatus atriboti nuo maisto papildų⁶². Tai, kad Europos Sąjungoje nėra nustatyta vieningų kriterijų, padedančių aiškiai atriboti maisto papildus nuo vaistinių preparatų, praktikoje sukelia dvejopo pobūdžio problemų. Anot I. Špokienės, atribojant šiuos du produktus, dažniausiai susiduriama su problema, kai maisto papildų savybėmis pasižymintiems produktams pritaikomas žymiai griežtesnis vaistų teisinis režimas arba, kai maisto papildu pripažįstamame produkte yra didelės tam tikrų medžiagų dozės, galinčios kelti pavojų visuomenės sveikatos saugumui⁶³. Pirmoji - susijusi su laisvo prekių judėjimo principu,. Antroji problema susijusi su maisto papildų reklamoje naudojamais sveikatingumo teiginiais dėl kurių vartotojai maisto papildus klaidingai įsigyja ir vartoja kaip vaistus, tikėdamiesi jų poveikio sveikatai.

Maisto papildų ir vaistų atribojimo problema išliko net ir po to, kai *maisto papildų* sąvoka Europos Sąjungos narėse buvo suderinta EB direktyva 2002/46. Siekiant išspręsti atribojimo problemą 2004 m. kovo 31 d. Europos Parlamentas ir Taryba priėmė direktyvą 2004/27/EB iš dalies keičiančią Direktyvą 2001/83/EB⁶⁴ dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus, kuria patikslino *vaisto* apibrėžimą. Sąvokos *vaistas* apibrėžimas pateikiamas direktyvos 2004/27/EB 1 straipsnio 2 punkte nurodant, kad tai „bet kuri vaistinė medžiaga ar vaistinių medžiagų derinys, vartojamas žmonėms gydyti arba ligų profilaktikai; arba bet kuri vaistinė medžiaga ar vaistinių medžiagų derinys, kuris gali būti skiriamas arba duodamas žmonėms jų fiziologinėms funkcijoms atkurti, koreguoti ar pakeisti farmakologiniu, imunologiniu arba metabolitiniu būdu arba nustatyti diagnozę“⁶⁵. Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymo 2 straipsnio 50 dalyje pateikiamas *vaisto* apibrėžimas⁶⁶ pilnai atitinka šią 2004/27/EB direktyvos apibrėžtį.

Reikia pažymėti, kad tam tikros medžiagos, ypač tam tikri augaliniai ekstraktai, yra naudojamos ne tik specialių vaistų, ypač tradiciškai vartojamų žolinių vaistų, bet ir kai kurių maisto papildų gamyboje. Europos Komisijos ataskaitoje Tarybai ir Europos Parlamentui dėl kitų medžiagų nei vitaminai ir mineralinės medžiagos naudojimo maisto

⁶² Lachenmeier, DW.; Steffen, C. et al. What is a food and what is a medicinal product in the European Union? Use of the benchmark dose (BMD) methodology to define a threshold for "pharmacological action. *PubMed* [2012]. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.02]. Prieiga per internetą: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22960033>>

⁶³ Špokienė, I., *supra* note 21, p.770.

⁶⁴ Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus. [2001] OL L 311.

⁶⁵ Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2004/27/EB 2004 m. kovo 31 d. iš dalies keičianti Direktyvą 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus [2004] OL L 136. 1 str.

⁶⁶ Lietuvos Respublikos Farmacijos įstatymas. Valstybės žinios.2006, Nr.78-3056.

papilduose⁶⁷ pažymima, kad „Bendrijos teisėje nėra konkrečių nuostatų dėl kitų medžiagų nei vitaminai ir mineralinės medžiagos naudojimo maisto papilduose, laisvas šių produktų judėjimas reglamentuojamas Europos Bendrijos sutarties 28-30 straipsniais,- vadinasi jiems gali būti taikomi nacionaliniai apribojimai ir draudimai, laikantis 30 straipsnyje nustatytų nuostatų”, kurie pateisinami visuomenės saugumo sumetimais. Kaip pažymi prof. N. Savickienė, vartotojai augalinės kilmės maisto papildus turėtų rinktis labai atsakingai, kadangi galimas suminis nepageidautinas augalinių medžiagų poveikis, pvz., kofeino turinčius maisto papildus vartojant kartu su kava ar energetiniais gėrimais⁶⁸. Be to, atkreiptinas dėmesys į tai, jog daugelis augalų pasižymi toksinėmis savybėmis, todėl juos ypatingai sunku dozuoti, norint pasiekti tinkamą farmakologinį efektą, taip pat nepakanka duomenų, kaip keičiasi augalinės medžiagos poveikis, paruošus iš jos skirtingas preparato formas⁶⁹. Kadangi Europos maisto saugos tarnyba iki šiol nepriima galutinio sąrašo dėl leistinų augalinių medžiagų⁷⁰, galimų naudoti maisto papildų gamyboje, riba tarp maisto papildų su augaliniais komponentais ir augalinių vaistų ir toliau išlieka neaiški. Kai kuriais atvejais susidaro situacija, kai vienoje valstybėje narėse atitinkamu produktu leidžiama prekiauti kaip maisto papildu, o kitose valstybėse tas pats produktas priskiriamas vaistams, kaip kad nutiko Vokietijoje su maisto papildu „Red Rice“⁷¹, kuriam nebuvo išduotas leidimas prekiauti motyvuojant tuo, kad nors produktas nėra pateikiamas kaip vaistas, tačiau gali būti juo laikomas, kadangi vartojant tam tikromis dozėmis jo sudėtinė dalis gali sukelti fiziologinių pokyčių. Produkto klasifikavimo kaip maisto papildu ar kaip vaisto klausimu ne kartą yra pasisakęs Europos Sąjungos Teisingumo Teismas (toliau- Teisingumo Teismas) bylų sprendimuose. Byloje C-319/05⁷², *Europos Bendrijų Komisija prieš Vokietijos Federacinę Respubliką* dėl produkto parduodamo pavadinimu „Česnako ekstrakto miltelių kapsulės“ priskirimo vaistams Teisingumo Teismas pateikė vaisto apibrėžimo išaiškinimą „pagal pateikimą (formą)“ ir „pagal paskirtį (funkciją)“. Jeigu taikomas vaisto apibrėžimas pagal pateikimą remiantis Direktyvos 2001/83 1 straipsnio 2 punkto pirmąją pastraipą, tuomet vaistais laikomos „vaistinės medžiagos arba jų deriniai,

⁶⁷ EB Komisijos ataskaita Tarybai ir Europos Parlamentui dėl kitų medžiagų nei vitaminai ir mineralinės medžiagos naudojimo maisto papilduose. Briuselis, COM(2008) 824 .

⁶⁸ Savickienė, N. Ar augalinis vaistinis preparatas tolygus augaliniam maisto papildui. *Farmacija ir laikas*, 2012 Nr.4.

⁶⁹ Savickienė, N. *Supra* note 68.

⁷⁰ PlantLIBRA (acronym of PLANT food supplements: Levels of Intake, Benefit and Risk Assessment) EC No245199 vykdomas ES projektas siekia iširti augalinių maisto papildų teikiamą naudą bei riziką ir sukurti saugių augalinių maisto papildų duomenų bazę.

⁷¹ Byla C-140/07, *Hecht-Pharma GmbH prieš Staatliches Gewerbeaufsichtsamt Lüneburg* dėl produkto „Red Rice“ klasifikavimo kaip maisto papildu ar kaip vaisto, siekiant juo prekiauti Vokietijos teritorijoje.[2009] ECR I-00041.

⁷² Byla C-319/05, *Europos Bendrijų Komisija prieš Vokietijos Federacinę Respubliką* [2007] ECR I-9811.

vartojami žmonėms gydyti arba ligų profilaktikai“. Vaisto pagal formą sąvoką aiškinant plačiai vartotojus siekiama apsaugoti nuo produktų, kurie nėra tiek veiksmingi, kiek galima tikėtis. Kad produktas būtų priskirtinas vaistams, reikia įrodyti jo reikšmingą profilaktinį arba gydomąjį poveikį⁷³. Tačiau, jei taikomas vaisto apibrėžimas pagal paskirtį, tai pagal Direktyvos 1 straipsnio 2 punkto antrąją pastraipą vaistais laikomos „vaistinės medžiagos arba jų deriniai, kurios gali būti skiriamos žmogui siekiant nustatyti diagnozę ar atkurti, pakoreguoti ar pakeisti žmogaus fiziologines funkcijas“. Vaisto pagal funkciją sąvoka siekiama apimti produktus, kurių farmakologinės savybės buvo įrodytos moksliai ir kurios realiai skirtos nustatyti diagnozę arba atkurti, pakoreguoti ar pakeisti fiziologines funkcijas. Byloje C-140/07 dėl aukščiau minėto produkto „Red Rice“ klasifikavimo kaip maisto papildas ar kaip vaisto, Teisingumo Teismas konstatavo, jog produkto negalima priskirti vaistams pagal numanomą funkciją. „Tam, kad būtų kuo efektyviau įgyvendinami laisvas prekių judėjimas ir visuomenės sveikatos apsauga, visada turi būti reikalaujama nustatyti vaistines savybes mokslo metodais“⁷⁴.

Tuo tarpu sprendamas ginčas byloje C-40/06 dėl melatonino kapsulių, kurias gamintojas pristatė kaip maisto papildą ir kurio pagrindinė veiklioji medžiaga pasižymėjo paskirtimi gydyti miego sutrikimus ir pašalinti laiko skirtumo poveikį, Teisingumo teismas nusprendė priešingai, pažymėjęs, kad gamintojo pasirinktas produkto pavadinimas „maisto papildas“ neatmeta galimybės taikyti jam klasifikavimą kaip „vaistui“, nes produktas turi aiškiai apibrėžtą terapinę ir profilaktinę paskirtį⁷⁵. Teisingumo teismas išnagrinėjęs jungtinę bylą C-211/03 C-299/03 ir C-316/03 C-318/03HLH Warenvertriebs GmbH ir Orthica BV v.Vokietijos Federacinę Respubliką⁷⁶ konstatavo, kad „produktui, atitinkančiam tiek maisto produktui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, tiek vaistui pagal Direktyvos 2001/83 dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus, keliamas sąlygas, taikomos tik specialiai vaistams skirtos Europos Bendrijos teisės nuostatos“⁷⁷. Vertinant kokią grėsmę sveikatai galėtų sukelti maisto papildai, valstybė narė turėtų atsižvelgti į nacionalinį gyventojų mitybos poreikio kriterijų, tačiau pabrėžta, kad tokio kriterijaus nebuvimas nepateisina „Direktyvos 2002/46 dėl maisto papildų 12 straipsniu grindžiamo draudimo prekiauti

⁷³ Nors česnako miltelių kapsulės gali turėti profilaktinį poveikį aterosklerozei, tačiau to nepakanka preparatą priskirti vaistams, nes panašų poveikį galima pasiekti vartojant ir šviežią česnaką.

⁷⁴ Byla C-140/07, *supra* note 71, 69 paragrafas.

⁷⁵ Europos Teisingumo Teismo byla C- 40/06 *Juers Pharma Import-Export GmbH prieš Oberfinanzdirektion Nurnberg* [2007] [interaktyvus, žiūrėta 2012.08.11]. Prieiga per internetą: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62006CO0040:LT:PDF>

⁷⁶ Europos Teisingumo Teismo sprendimo bylos: C-211/03 C-299/03 ir C-316/03 C-318/03HLH *Warenvertriebs GmbH ir Orthica BV v.Vokietijos Federacinę Respubliką* [2005] ECR I-5141.

⁷⁷ *Ibid.*, 3 paragrafas.

teisėtai kitoje valstybėje narėje pagamintais ir (arba) parduodamais <...> maisto papildais⁷⁸”.

Apibendrinant galima konstatuoti, kad kol Europos bendrijoje teisės aktai nėra pilnai suderinti ir nepakanka mokslinių tyrimų, ypač dėl kitų medžiagų nei vitaminai ir mineralinės medžiagos, kurios gali būti dedamos į maisto papildus, tarp valstybių išlieka abipusio tokių produktų pripažinimo problema, sudaranti kai kuriais atvejais kliūtis laisvam prekių judėjimui. Remiantis Teisingumo Teismo praktika, valstybės narės savo nuožiūra turi priimti sprendimus, susijusius su maisto papildų sudėčiai keliamais reikalavimais kitoms medžiagoms ir visuomenės sveikatos apsaugos suderinimu, tačiau valstybės privalo laikytis proporcingumo principo, kad pasirinktos priemonės nebūtų griežtesnės nei būtina visuomenės sveikatos apsaugai užtikrinti. Pagal Teisingumo Teismo jurisprudenciją vaisto apibrėžimas „pagal pateikimą” turėtų būti aiškinamas plačiau, siekiant vartotojus apsaugoti nuo produktų, kurie nėra tiek veiksmingi, kiek jie gali tikėtis ir norint išvengti galimo jų klaidinimo piktnaudžiaujant produkto pateikimu. Pažymėtina, kad kapsulių forma nėra būdinga tik vaistams, tokia forma gali būti pateikiami ir maisto papildai, kadangi produktą tokia forma vartotojams lengviau nuryti. Taigi, išorinė produkto forma negali būti išskirtinis ir lemiamas veiksnys, pagal kurį jis priskiriamas vaistams, kitaip į šią kategoriją galėtų patekti tam tikri maisto papildai pateikiami analogiška forma kaip ir vaistai. Ir atvirkščiai, vaisto apibrėžimas „pagal paskirtį” turėtų būti aiškinamas siauriau, nes taikomas tik tiems produktams, kurių farmakologinės savybės yra mokslškai įrodytos, o ne medžiagoms, kurios neturi didelio fiziologinio poveikio⁷⁹.

Dėl to, kad vienoje valstybėje narėje produktas priskiriamas maisto produktams, kitoje valstybėje, į kurią jis yra importuojamas, neturėtų būti draudžiama jį priskirti vaistams, jeigu jis turi vaistams būdingų savybių. „Tais atvejais, kai kyla abejonių „dėl produkto kuriam pagal visas jo charakteristikas tikėtų vaisto apibrėžimas ir kitų Bendrijos teisės aktų reglamentuojamo produkto apibrėžimas”⁸⁰ taikomos direktyvos 2004/27/EB nuostatos, t.y. vaistus reglamentuojančių nuostatų viršenybė. Svarbu paminėti, kad nuo 2006 m. iki 2010 m. Lietuvoje veikė Probleminių produktų priskyrimo maisto papildų grupei tarpžinybinė komisija⁸¹, kuri priimdavo sprendimus, kilus neaiškumams dėl

⁷⁸ Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/46/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto papildais, suderinimo. [2002] OL L 183, 7 paragrafas.

⁷⁹ Byla C-319/05, *supra* note 72, 61-65 paragrafai.

⁸⁰ Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2004/27/EB iš dalies keičianti Direktyvą 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus. [2004] OJ L 136, 2 str. 2 d.

⁸¹ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2006 m. rugsėjo 14 d. įsakymas Nr.V-758 „Dėl probleminių produktų priskyrimo atitinkamai produktų grupei tarpžinybinės komisijos sudarymo“ *Valstybės žinios*. 2006, Nr.101-3922.

produkto priskyrimo vienai ar kitai kategorijai⁸². Tačiau siekiant supaprastinti maisto papildų patekimą į Lietuvos rinką, 2010 m. vasario 22 d. Lietuvos Respublikos sveikatos ministro įsakymu Nr. V-161⁸³ patvirtinta nauja maisto papildų notifikavimo tvarka, panaikinusi iki tol galiojusią maisto papildų registraciją, o kiek vėliau atsisakyta ir minėtos tarpžinybinės komisijos⁸⁴.

⁸² Valstybinė visuomenės sveikatos priežiūros tarnyba prie Sveikatos apsaugos ministerijos, vykdžiusi maisto papildų registravimą ir notifikavimą per ketverius metus net 35 kartus kreipėsi į tarpžinybinę komisiją dėl produktų priskyrimo maisto papildų kategorijai. Komisija pateikė išvadą, kad 6 iš ginčytinų produktų turėtų būti tiekiami į rinką kaip maisto papildai, o likusieji 29 nepriskirti šiai kategorijai, nes sudėtyje turėjo vaistinių medžiagų (homeopatinių vaistų, terapinių vitaminų dozių, vaistažolių preparatų, kurių analogai kaip vaistai jau registruoti Valstybinėje vaistų kontrolės tarnyboje. *Valstybinės visuomenės sveikatos priežiūros tarnybos pažyma Lietuvos Respublikos Seimo narei A. Zuokienei dėl maisto papildų notifikavimo*. 2010.06.21. Nr.S-1539 į 2010.06.08.Nr.178. [interaktyvus, žiūrėta 2012.08.10]. Prieiga per internetą: <http://www.netylek.lt/uploads/tmce/files/178_VVSPT_maisto%20papildu%20notifikavimas.pdf>

⁸³ *Supra* note 57.

⁸⁴ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. gegužės 5 d. įsakymas Nr. V-391 „Dėl Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2006 m. rugsėjo 14 d. įsakymo Nr. V-758 „Dėl probleminių produktų priskyrimo atitinkamai produktų grupei tarpžinybinės komisijos sudarymo“ ir jį keitusių įsakymų pripažinimo netekusiais galios“. *Valstybės žinios*. 2010, Nr.55-2697

2. MAISTO PAPILDŲ REKLAMOS TEISINIS REGULIAVIMAS NACIONALINĖJE IR EUROPOS SĄJUNGOS TEISĖJE

Šiame skyriuje bus nagrinėjamas maisto papildų reklamos teisinis reguliavimas, tačiau prieš tai tikslinga trumpai akcentuoti bendruosius produktų reklamos ypatumus. Kaip nurodoma Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme pateiktame *reklamos* apibrėžime⁸⁵, reklama laikytina bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, skatinanti paveikti vartotojų elgesį. Taigi, reklama yra svarbi dviem aspektais: pirma – ji skleidžia tam tikrą informaciją, antra-reklamos dėka vartotojai gauna tam tikrą informaciją, taip įgyvendindami savo konstitucinę teisę žinoti⁸⁶. Praktikoje dažnai išskyla sunkumų atribojant reklamą nuo kitos informacijos, kadangi teisiškai nėra aiškiai apibrėžtų kriterijų, kada informacija tampa reklama. Teisingos informacijos pateikimo vartotojams siekis verčia teisės aktų kūrėjus ieškoti būdų, kaip reglamentuoti reklaminę veiklą, kad reklamos skleidžiama informacija būtų teisinga, sąžininga, neklaidentų vartotojų bei nepažeistų jų teisių.

2.1 Maisto papildų reklamos teisinio reglamentavimo ypatumai

2.1.1 Bendrieji teisiniai reikalavimai ir apribojimai maisto papildų reklamai

Kadangi maisto papildai yra maisto produktai, todėl jų reklamai reglamentuoti yra taikomi tiek bendrieji reklamos reikalavimai, tiek specialiai maisto reklamai skirti teisės aktų reikalavimai. Bendrieji teisiniai reikalavimai maisto papildų reklamai yra tapatūs bendriesiems reklamos principams ir reikalavimams, įtvirtintiems Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 3 straipsnyje, kur nurodoma, jog kiekviena reklama turi būti padori, teisinga ir aiškiai suprantama. Jei reklama neatitinka kurio nors iš šių 3 principų, dažniausiai ji pažeidžia ir kitus reklamai keliamus reikalavimus. Maisto papildų reklama sietina su teisingumo ir atpažįstamumo aspektais. Kadangi vienas iš reklamos tikslų yra paveikti ekonominį vartotojų elgesį, todėl labai svarbu, kad reklama atitiktų teisingumo principą: reklamoje turi būti naudojami tik teisingi teiginiai, kuriuos reklamos davėjas gali pagrįsti. Teisingumo principo neatitinkanti reklama, kurioje pateikiama neteisinga informacija, naudojami neleistini teiginiai, yra klaidinanti reklama⁸⁷. Plačiau klaidinančios maisto papildų reklamos kontrolės klausimai ir praktikoje kylančios problemos aptariami

⁸⁵ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas, *supra* note 11, 2str. 7 p.

⁸⁶ Markauskas, L., *supra* note 24, p.14.

⁸⁷ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas, *supra* note 11, 2str. 4 p.

trečiojoje darbo dalyje. Reklamos atpažįstamumo aspektas sietinas su aiškiu reklamos pateikimu t.y. vartotojas turi suprasti, kad pateikiama informacija yra reklama, kuria siekiama ją paveikti ir paskatinti įsigyti reklamuojamų prekių. Jei reklama, jos neišskiriant, pateikiama kartu su bendro pobūdžio informacija, kuria nesiekama reklamai būdingų tikslų, vartotojai gali nesusigaudyti ir būti suklaidinti. Reklama, kuri neatitinka atpažįstamumo principo, vertintina kaip paslėpta reklama⁸⁸. Tokių neatsakingos maisto papildų reklamos pavyzdžių pastebima kai kuriose televizijų laidose sveikatos temomis, kur laidos rėmėjų preparatus reklamuoja laidose dalyvaujantys gydytojai bei farmacininkai, taip sukuriant iliuziją, kad laidos tema ir turinys yra laidos kūrėjų sumanymas, o laidoje dalyvaujantys gydytojai bei vaistininkai geria vieną ar kitą maisto papildą tik dėl jo ypatingų savybių. Nors Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo⁸⁹ 39 straipsnis numato, kad televizijos laidose, kurios parengtos ne viešosios informacijos rengėjo, skleidžiama reklama turi būti aiškiai atskirta nuo kitos viešosios informacijos, tinkamai ją pažymint ir nurodant užsakovą, tačiau praktikoje paslėptos maisto papildų reklamos atvejų pasitaiko. Lietuvos radijo ir televizijos komisija 2011 m. skyrė įspėjimus už reklamos pažeidimus apie maisto papildus ir nereceptinius vaistinius preparatus televizijų transliuotose sveikatos laidose „Sveikas žmogus“ (TV3), „Sveikatos ABC“ (LNK) ir „Sveikatos kodas“ (BTV), kuriose reklaminiai siužetai nebuvo atskirti ir pažymėti užrašu „Reklama“⁹⁰. Pasirodo, kad Lietuvoje vienos populiariausių televizijos laidų sveikatos tema LNK laidos „Sveikatos ABC“ vedėja ir laidoje dalyvaujantis provizorius yra įmonės „Aconitum“⁹¹, kuri gamina maisto papildus, akcininkai. Pasak žurnalistų etikos inspektoriaus patarėjo D. Velkaus, tokia praktika, kai įmonės savininkai savo laidoje propaguoja šios įmonės produktus vertintina kaip viešųjų ir privačių interesų konfliktas⁹². Taigi, reklamos principų laikymasis yra labai svarbus, nes reklama, kuri neatitinka svarbiausių principų laikytina neteisėta ir draudžiama⁹³.

⁸⁸ „Paslėpta reklama – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija apie gamintoją ar paslaugos teikėją, jo pavadinimą ar veiklą, prekių ženklą, pateikiama taip, kad reklamos vartotojas gali nesuprasti, kad tai reklama, arba gali suklysti dėl pateiktos reklamos tikrojo tikslo. Toks informacijos pateikimas visais atvejais laikomas paslėpta reklama, kai už ją užmokama ar kitaip atsilyginama“. Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas. *Valstybės žinios*. 200, Nr.64-1937

⁸⁹ Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas. *Valstybės žinios*.1996, Nr.71-1706;2006, Nr.82-3254(su pakeitimais ir papildymais)

⁹⁰ Už reklamos transliavimo pažeidimus sveikatos laidose skirti įspėjimai.2011 lapkričio 16d. *BNS*. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.23]. Prieiga per internetą: <<http://www.15min.lt/deuce/naujiena/aktualu/lietuva/uz-reklamos-transliavimo-pazeidimus-sveikatos-laidose-skirti-ispejimai-56-180176>>

⁹¹ Farmacinė įmonė „Aconitum“ –viena iš Lietuvos vaistų ir maisto papildų gamybos lyderių.

⁹² Lietuvoje: mulkinančios TV sveikatos laidos. *SOS03 internetinis medicinos naujienų, gydymo ir sveikatos saugojimo portalas* 2009.10.11. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.02]. Prieiga per internetą: <http://www.sos03.lt/Forumas/Apie_sveikata/Mitybos_ypatumai/Lietuvoje_mulkinancios_TV_sveikatos_laidos>

⁹³ Markauskas, L., *supra* note 24, p. 27.

Specialieji maisto/maisto papildų reklamai skirti reikalavimai sietini su reklamos draudimais. Tiek draudimai, skirti maisto reklamai, tiek reikalavimai ženklinant, pristatant bei reklamuojant maisto papildus siejami su visuomenės interesų ir visuomenės sveikatos apsauga. Įstatymų leidėjui suteikta teisė tam tikra apimtimi riboti informacijos laisvę, apimančią ir reklamos laisvę, siekiant Lietuvos Respublikos Konstitucijoje įtvirtinto principo, kuris valstybei nustato įpareigojimą rūpintis žmonių sveikata⁹⁴. Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas savo praktikoje yra pabrėžęs, kad toks konstitucinės laisvės ribojimas yra būtinas demokratinėje visuomenėje, siekiant apsaugoti žmonių sveikatą, tačiau pasirinktos priemonės turėtų būti proporcingos siekiamam tikslui⁹⁵.

Tam tikri ribojimai ir draudimai, skirti bendrai maisto produktų reklamai (jų tarpe ir maisto papildams) numatyti Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme⁹⁶(toliau-Reklamos įstatymas) ir Lietuvos Respublikos maisto įstatyme⁹⁷(toliau-Maisto įstatymas). Reklamos įstatymo 14 straipsnis nurodo, jog reklamoje draudžiama nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes, o Maisto įstatymo 5 straipsnis anksčiau minėtus draudimus papildoma dar vienu reikalavimu, draudžiančiu klaidinti vartotoją apibūdinant maisto savybes, sudėtį, vartojimo būdą ir kt. Pabrėžtina, kad abu minėti įstatymai numato draudimą reklamoje nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų. Lietuvos higienos normoje HN 17:2010 „Maisto papildai“, tiesiogiai nustatančioje reikalavimus į Lietuvos rinką tiekiamiems maisto papildams, suformuluoti analogiški reikalavimai maisto papildų reklamai, draudžiantys klaidinti vartotojus dėl maisto papildams priskiriamų nebūdingų gydomųjų savybių.

Apibendrinant konstatuotina, kad maisto papildų reklamai taikomi bendrieji reklamos principai: padorumas, teisingumas ir atpažįstamumas. Tik žinodamas teisingą informaciją apie siūlomą produktą, vartotojas gali susidaryti objektyvų įspūdį ir tinkamai pasirinkti. Reklama pažeidžianti teisingumo principą, pripažįstama klaidinančia, o pažeidžianti atpažįstamumo principą - laikytina paslėpta reklama. Klaidinanti ar paslėpta maisto papildų reklama yra neteisėta ir draudžiama. Specialiaisiais draudimais siekiama apriboti galimybę maisto papildų reklamoje nurodyti gydomąsias ar profilaktines savybes, kurios priskirtinos vaistams, tuo apsaugant vartotojų interesus.

⁹⁴ Lietuvos Respublikos Konstitucija. *Valstybės žinios*. 1992, Nr.33-1014. 53 str.

⁹⁵ Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo 2005 m. rugsėjo 29 d. nutarimas dėl Lietuvos Respublikos farmacinės veiklos įstatymo 17 straipsnio 4 dalies atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai; *Valstybės žinios*, 2005, Nr.117-4239.

⁹⁶ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas. *Valstybės žinios*. 200, Nr.64-1937. 14 str.1 d.

⁹⁷ Lietuvos Respublikos maisto įstatymas. *Valstybės žinios*.2000, Nr.32-89, 5 str.2p.

2.1.2 Sveikatingumo teiginių vartojimo ypatumai

2004 m. paskelbtais Pasaulinės Sveikatos Organizacijos (toliau-PSO) duomenimis⁹⁸ tiek Europos Sąjungoje, tiek visame pasaulyje ėmė daugėti maisto produktų, jų tarpe ir maisto papildų, kurie buvo ženklinti ir reklamuojami pateikiant teiginius apie sveikatingumą (pavyzdžiui, „saugo nuo vėžio“, „sumažina tikimybę susirgti širdies ir kraujagyslių ligomis“, „apsaugo organizmą nuo nervinės įtampos, streso, atminties pablogėjimo“, „padeda reguliuoti svorį“ ir kt.). Iškilė grėsmė, kad produktus, kurių reklamoje yra naudojami teiginiai su nuoroda sveikatai, vartotojai gali palaikyti pranašesniais už kitus panašius produktus, o tai gali paskatinti didesnę tam tikrų medžiagų suvartojimą, kuris neatitiktų mokslininkų rekomenduojamo kiekio. Šiuo požiūriu yra pasisakęs ir Teisingumo Teismas bylos C-544/10 sprendime nurodant, kad „teiginiais, kuriais pažymėti maisto produktai reklamuojami kaip turintys daugiau maistingų, fiziologinių ar kitų sveikatai naudingų savybių nei kiti panašūs maisto produktai, gali būti daroma įtaka vartotojų pasirinkimui“⁹⁹ ir akcentuojant, kad toks pasirinkimas gali lemti didesnę tam tikrų medžiagų bendrą suvartojimą ir turėti pasekmes fizinei organizmo būklei.

Nors teiginių apie maisto produktų sveikatingumą naudojimas reklamoje turi didelės įtakos tokių produktų pasirinkimui ir vartojimui, Europos Sąjungoje ilgą laiką nebuvo aiškių sveikatingumo teiginių vertinimo standartų bei vieningų taisyklių dėl jų vartojimo. PSO konstatavo, kad tam tikrais atvejais, pateikiant ar reklamuojant maisto papildus, teiginiai apie sveikatingumą galimi, tačiau jie privalo turėti visuotinai pripažintą mokslinį pagrindimą¹⁰⁰.

Siekiant užtikrinti vartotojų apsaugą ir harmonizuoti teiginių vartojimo reglamentavimą, 2006 m. gruodžio 20 d. priimtas Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas Nr.1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą¹⁰¹, kuris tiesiogiai taikomas valstybėse narėse teiginiais apie sveikatingumą, naudojamiems tiek maisto papildų ženklavimui, tiek jų reklamai.

⁹⁸ Nutrition labels and health claims: the global regulatory environment. WHO. 2004. [Interaktyvus, žiūrėta 2012.10.05.] Prieiga per internetą: <<http://whqlibdoc.who.int/publications/2004/9241591714>>.

⁹⁹ Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje C-544/10 *Deutsches Weintor eG prieš Land Rheinland – Pfalz*. [2012] . [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą : <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012> >

¹⁰⁰ Nutrition labels and health claims: the global regulatory environment. WHO, op.cit., 4.2.7 punktas.

¹⁰¹ 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr.1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą. /OL L 404, 2006/12/30, p.9-25.

Reglamente įtvirtintose sąvokų „teiginys apie sveikatingumą“¹⁰² ir „teiginys apie susirgimo pavojaus sumažinimą“¹⁰³ apibrėžimuose nurodoma, kad tai teiginiai, kuriuose tiesiogiai ar netiesiogiai užsimenama, kad esama ryšio tarp maisto produkto ar jo sudedamosios dalies ir sveikatos (pavyzdžiui, „*Geležis svarbi normaliai raudonųjų kraujo kūnelių kraujodarai ir hemoglobino susidarymui*“, „*vitaminas A padeda išsaugoti normalų regėjimą*“). Reglamento 10 straipsnio 1 dalyje akcentuota, kad teiginiai apie sveikatingumą yra draudžiami, tačiau numatytais atvejais, kai jie atitinka bendruosius teiginių principus, konkrečias sąlygas jų reklamai bei yra įtraukti į leidžiamų teiginių sąrašus, gali būti vartojami. Europos Komisija įpareigota iki 2010 m. sausio 31 d. priimti leistinių teiginių Bendrijos sąrašą bei visas būtinas teiginių vartojimo sąlygas. Pagal Reglamento nuostatas valstybės narės pateikė Europos Komisijai net 44 000 teiginių, susijusių su maisto produktų sveikumu¹⁰⁴, iš kurių Komisija sudarė apie 4600 teiginių suvestinį sąrašą, pateiktą Europos maisto saugos tarnybai moksliskai įvertinti šių teiginių pagrįstumą.

Norint užkirsti kelią nepagrįstam teiginių vartojimui, Reglamente Nr.1924/2006 numatyti tam tikri reikalavimai ir ribojimai, nurodant, kad teiginiai apie sveikatingumą neturi būti „melagingi, dviprasmiški ar klaidinantys, neturi kelti abejonių dėl kitų maisto produktų saugos ir maistingumo pakankamumo, neturi skatinti nesaikingo produkto vartojimo bei neturi tekstu arba naudojant vaizdinę, grafinę ar simbolinę išraišką nurodyti kūno funkcijų pasikeitimų, jei šios nuorodos gali sukelti vartotojo baimę arba būtų siekiama tokia baime pasinaudoti“¹⁰⁵. Pažymėtina, kad maistinė ar kita medžiaga apie kurią pateikiamas teiginys turi būti tokios formos, kad ją lengvai galėtų įsisavinti organizmas, ir produkte turi būti toks jos kiekis, kuris galėtų daryti teiginyje nurodytą poveikį¹⁰⁶. Svarbu akcentuoti, kad teiginių vartojimui būtinas mokslinis pagrindimas t.y. šie teiginiai turi būti pagrindžiami ir įrodomi visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis¹⁰⁷.

2012 m. gegužės 16 d. Europos Komisija priėmė reglamentą (ES) Nr.432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie

¹⁰² Teiginys apie sveikatingumą- teiginys, kuriuo tiesiogiai ar netiesiogiai teigiama ar užsimenama, kad esama ryšio tarp maisto produkto kategorijos, maisto produkto ar vienos jo sudėtinųjų dalių ir sveikatos. *Supra note 101, 2 str.2d. 5p.*

¹⁰³ Teiginys apie susirgimo pavojaus sumažinimą-teiginys apie sveikatingumą, kuriuo tiesiogiai ar netiesiogiai teigiama ar užsimenama, kad tam tikrai maisto kategorijai priklausančių produktų, <...> arba vienos iš jo sudėtinųjų dalių vartojimas žymiai sumažina pavojų susirgti viena iš žmonių būdingų ligų. *Supra note 101, 2 str.2d. 6 p.*

¹⁰⁴ Reglamento (EB) Nr.1924/2006 lietuviškame vertime naudotas terminas „teiginys apie sveikatingumą“ Reglamente (ES) Nr.432/2012 pakeistas terminu „teiginys apie maisto produktų sveikumą“. Reglamentuose anglų kalba vartojamas tas pats terminas „health claim“.

¹⁰⁵ 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr.1924/2006, op. cit., 3 str.

¹⁰⁶ *Supra note 101, 5 str.*

¹⁰⁷ *Supra note 101, 6 str.1 p.*

susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo¹⁰⁸, kuriame patvirtino 222 leistinų teiginių sąrašą. Komisijos pranešime spaudai¹⁰⁹, paskelbtame Reglamento priėmimo dieną, pažymėta, kad dažnai „produktų etiketėse skelbiami ar reklamoje vartojami teiginiai apie maisto produktų sveikumą, pavyzdžiui, apie kalcio svarbą kaulams arba vitamino C poveikį imuninei sistemai, tapo ypač svarbiais rinkodaros įrankiais, kuriais siekiama patraukti vartotojų dėmesį“. Europos Komisijos narys Johnas Dalli, atsakingas už sveikatos ir vartotojų reikalų politiką, pažymėjo, kad patvirtintas leidžiamų vartoti teiginių sąrašas - „daugelio metų darbo kulminacija ir svarbus teiginių apie maisto produktų sveikumą reglamentavimo etapas“¹¹⁰.

Paskelbdama patikimomis mokslininkų rekomendacijomis pagrįstą leistinų naudoti teiginių sąrašą Komisija įtvirtino nuostatą, kad nuo 2012 m. gruodžio 14 d. visoje Europos Sąjungoje ženklinant, reklamuojant ir pateikiant maisto papildus galės būti vartojami tik įteisinti teiginiai apie sveikumą¹¹¹, ir taiginiai, kuriuos Europos Komisija atidėjo tolimesniam svarstymui¹¹² (teiginių apie botanines medžiagas mokslinis įvertinimas nėra baigtas). Leidžiami vartoti teiginiai paskelbti viešame Europos Sąjungos teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą registre, kiekvienam Reglamente Nr. 432/2012 pateiktam teiginiui yra nustatytos tam tikros naudojimo sąlygos ir, jeigu reikia, specialūs apribojimai, papildomi teiginiai ar perspėjimai. Didžioji dalis minėtų teiginių yra apie vitaminų ir mineralinių medžiagų fiziologinį poveikį. Vien apie cinką yra 18, o apie vitaminą C – 15 teiginių, vienas jų – kad „Vitaminas C svarbus normaliai imuninės sistemos veiklai“ (šis teiginys gali būti naudojamas, jei maisto produkte vitamino C yra ne mažiau kaip 18,75 mg)¹¹³.

Tačiau verta pažymėti, kad Europos Komisijos sprendimas, kuriuo leista vartoti tik 222 moksliskai patvirtintus teiginius apie sveikumą, verslo atstovų vertinamas nevienareikšmiškai: sveikintinas sprendimo tikslas užtikrinti vartotojams moksliskai pagrįstos informacijos teikimą bei nustatyti teiginių vartojimo sąlygas, tačiau prieštaringai įvertintos neaiškios patvirtintų teiginių vartojimo ir galimo keitimo sąlygos. Daugelis

¹⁰⁸Komisijos Reglamentas (ES) Nr.432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo.[2012] OL L 136/1.

¹⁰⁹Europos Komisijos pranešimas spaudai. Komisija patvirtina leidžiamų skelbti teiginių apie maisto produktų sveikumą sąrašą. Briuselis, 2012 m. gegužės 16 d. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.05]. Prieiga per internetą : <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-479_lt.htm>

¹¹⁰*Ibid.*

¹¹¹terminas „sveikatingumas“ naudotas Reglamento (EB) Nr.1924/2006 oficialiame lietuviškame tekste, Komisijos Reglamente (ES) Nr.432/2012 pakeistas terminu „sveikumas“, sąvokos prasmė išlieka identiška.

¹¹²Teiginius, kuriuos Europos Komisija atidėjo tolimesniam svarstymui, galima rasti Europos Komisijos tinklalapyje adresu: <http://ec.europa.eu/nuhclaims/>.

¹¹³Pradedamas taikyti Europos Komisijos sveikatingumo teiginių naudojimo reglamentas. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*.2012.12.14.[interaktyvus, žiūrėta 2012.12.14] Prieiga per internetą:<<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2880/>>

ekspertų spaudoje vertinę Komisijos sprendimą pabrėžė nuogastavimą, kad toliau lieka neaiškus teiginių apie augalines medžiagas reglamentavimas, dažnai sukeliantis laisvo prekių judėjimo problemų, kai vienose šalyse produktai su augaliniais komponentais vertinami kaip maisto papildai, kitose kaip vaistai. Pažymėtina, kad 1600 teiginių tolesnis vartojimas buvo uždraustas, tačiau tai nereiškia, kad visi šie teiginiai klaidino vartotojus, tiesiog daugumai iš jų nepakako išsamių mokslinių tyrimų, kurie atitiktų Europos maisto saugos tarnybos vertinimo kriterijus. Tarp įvairių ekspertų vertinimų išsiskyrė nuomonė, pagal kurią toks teiginių apie sveikumą vartojimo sugriežtinimas gali sąlygoti prekybos rinkos „sovietizaciją“, kai ženklinant ir reklamuojant visus maisto papildus bus vartojami labai panašūs teiginiai, todėl produktai praras savo išskirtinumą, o gamintojai mažiau investuos į inovatyvias technologijas¹¹⁴. Kadangi pats reglamentas nenustatė leistinų teiginių formuluočių keitimo sąlygų, ši teisė palikta kiekvienos Europos Sąjungos valstybės narės nacionaliniam sprendimui.

Nors reglamentas įsigaliojo nuo 2012 m. gruodžio 14 d., Lietuvoje iki nurodytos datos institucijos, atsakingos už šio reglamento įgyvendinimą ir kontrolę, nebuvo priėmę aiškios pozicijos dėl teiginių vartojimo sąlygų¹¹⁵. Maisto papildų verslo atstovams nustatyta viena kitai prieštaraujančios pareigos: jie turi laikytis sąrašė patvirtintų teiginių vartojimo ir kartu užtikrinti, kad šie teiginiai vartotojams būtų aiškūs ir suprantami, nors abejojama, ar kai kurie reglamente įtvirtinti teiginiai dėl savo formuluočių būtų suprantami vidutiniam vartotojui (pavyzdžiui, EPR(eikozapentaeno rūgštis) ir DHR(dokozaheksaeno rūgštis) svarbios normaliai širdies veiklai). Kaip teigia A. Rudanov¹¹⁶, nacionalinės teisės aktuose būtina aiškiai apibrėžti, kokia institucija galėtų kompetetingai įvertinti kai kurių teiginių formuluočių lietuvių kalba prasmę, kadangi teiginio prasmė labai priklauso nuo lingvistinės konstrukcijos, kalbos ypatumų bei konteksto kuriame teiginys pasiekia vartotoją. Priklausomai nuo to, kaip Europos Sąjungos valstybės taikys teiginių lankstumo principą, importuojant iš laisviau reglamentą taikančių šalių į jį griežčiau interpretuojančią valstybę, gali kilti tam tikrų kliūčių.

Taigi, Reglamentu Nr. 1924/2006 buvo suderinta valstybių narių teisės aktu nuostatos, susijusios su teiginiais apie maistingumą ir sveikatingumą, siekiant užtikrinti aukštą vartotojų apsaugos lygį ir padedant jiems pasirinkti tinkamus produktus. Kadangi visuomenės susidomėjimas mitybos ir sveikatos sąsajomis nuolat auga, svarbu, kad

¹¹⁴222 EU health claims become law; experts predict „tsunami of cheap innovation”. *Food navigator.com* 16.05.2012 [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.31]. Prieiga per internetą : <http://www.foodnavigator.com/content/view/637131>

¹¹⁵Seminare nagrinėtos maisto produktų ženklavimo naujienos. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. 2012-10-31.[interaktyvus, žiūrėta 2012.10.31]. Prieiga per internetą:<<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2814/>>

¹¹⁶Rudanov, A. Pasigedo aiškumo. *Verslo žinios*.2012.11.09.

„produktų ženklavimo informacija ir jų reklama būtų aiški, išsami ir patikima ir neskatintų nepagrįsto produkto vartojimo“¹¹⁷. Europos Komisija 2012 metais paskelbusi 222 leistinių vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą sąrašą užtikrino, kad ženklinant ir reklamuojant maisto produktus, jų tarpe ir maisto papildus, bus vartojami tik moksliskai pagrįsti teiginiai. Kilus diskusijoms po leistinių teiginių sąrašo paskelbimo, išryškėjo požiūris, kad kai kurie patvirtinti teiginiai yra labai abstraktūs, todėl abejojama, ar jų prasmė bus suprantama vidutiniam vartotojui ir tikrai užtikrins jo interesus. Maisto papildų verslo atstovų nuomone Lietuvos teisės aktuose būtina apibrėžti galimo lingvistinio teiginių keitimo sąlygas, kad nacionaline kalba pateikiami teiginiai būtų aiškiai suprantami vartotojams.

2.2 Maisto papildų ir vaistinių preparatų reklamos reglamentavimo skirtumai

Kaip jau buvo minėta 2.1.1 darbo dalyje, pagal Lietuvoje galiojančių teisės aktų, reglamentuojančių maisto papildų reklamą, nuostatas ženklinant, pristatant bei reklamuojant maisto papildus, kurie yra skirti papildyti įprastą maisto racioną, nei vienam iš jų negali būti priskiriamos gydomosios ar profilaktinės savybės arba daroma nuoroda į jas. Nuo 2012 m. gruodžio 14 d. maisto papildų pristatyme ir reklamoje vartotini tik Europos Komisijos leidžiami teiginiai apie maisto produktų sveikumą ([Reglamentas Nr. 432/2012](#)), kurių pagrįstumas įrodytas moksliniais duomenimis.

Vaistinių preparatų reklamos reikalavimai, skirtingai nei maisto papildų, nustatyti Vaistinių preparatų reklamos taisyklėse¹¹⁸ ir Lietuvos Respublikos farmacijos įstatyme¹¹⁹ (toliau-Farmacijos įstatymas), kurio 2 straipsnio 70 dalyje pateikta *vaistinių preparatų reklamos* apibrėžtis, pažymint, kad tai „gyventojams, sveikatos priežiūros ir farmacijos specialistams bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama kryptinga informacija apie vaistinius preparatus, agitacinė veikla ar raginimas, kuriais siekiama skatinti vaistinių preparatų skyrimą, tiekimą, pardavimą ar vartojimą“¹²⁰. Farmacijos įstatyme numatyta, kad vaistinio preparato reklama galima tik tuomet, kai vaistinis preparatas yra registruotas, o vaistinio preparato reklamos davėju gali būti tik šio preparato rinkodaros teisės turėtojas arba jos atstovas. Vaistinių preparatų reklama turi būti

¹¹⁷ Chmieliauskaitė, I. Informacijos apie maistą sąsajos su maisto produktų pasirinkimu visuomenės sveikatos požiūriu. *Daktaro disertacija*. Vilnius. 2009.

¹¹⁸ Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2006 m. gruodžio 28 d. įsakymas Nr. V-1128 „Dėl Vaistinių preparatų reklamos taisyklių patvirtinimo“. *Valstybės žinios*. 2007, Nr.2-98

¹¹⁹ Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymas. *Valstybės žinios*.2006, Nr.78-3056.

¹²⁰ *Ibid.*, 2 str.70 p.

neklaidinanti ir objektyvi, informacija bei reklamoje vartojama terminologija turi atitikti vaistinio preparato charakteristikų santrauką. Farmacijos įstatymas atskiria reklamą ir farmacinės informacijos sąvokas, pabrėždamas, kad farmacinė informacija neturi tikslo skatinti vaistinio preparato skyrimo, pardavimo ir vartojimo, o reklamai yra būdingos minėtosios savybės. Todėl nustatyta, kad visuomenei galima reklamuoti tik nereceptinius vaistinius preparatus, kartu reklamoje pateikiant tam tikrą privalomą informaciją apie teisingą šių preparatų vartojimą. Apie vaistų reklamą yra pasisakęs Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas, nurodydamas, kad „vaistų reklama visuomet yra siekiama tiesiogiai arba netiesiogiai skatinti vartoti atitinkamus vaistus, o tai gali sudaryti prielaidas pakenkti žmonių sveikatai“¹²¹. Būtent todėl įstatymų leidėjas nustatė receptinių vaistų reklamos draudimą visuomenei, leisdamas tokių vaistų reklamą tik leidiniuose sveikatos priežiūros ir farmacijos specialistams¹²².

Kontroliuoti Farmacijos įstatymo nustatytų vaistinių preparatų reklamos naudojimo draudimų ir reikalavimų, išskyrus nuostatą dėl klaidinančios reklamos, laikymąsi pavesta Valstybinei vaistų kontrolės tarnybai¹²³, kuri kontroliuodama vaistinių preparatų reklamą, turi teisę reklamą uždrausti prieš pradėdant ją skleisti, reklamą nutraukti ar taikyti kitas teisės aktų numatytas sankcijas.

Atkreiptinas dėmesys į tai, kad Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 1 straipsnio 4 punktą bei į Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnio 14 punktą¹²⁴ numato, jog reklamos verslo subjektų asociacijos gali specialiu reklamos kodeksu nustatyti papildomus etikos reikalavimus reklamai ir steigti savitvarkos institucijas, kurios prižiūrėtų, kaip laikomasi šių reikalavimų. Atsižvelgdamos į šių teisės aktų nuostatas dėl savireguliacijos ir suvokdamos objektyvios informacijos apie vaistinius preparatus svarbą jų racionaliam vartojimui, farmacijos kompanijos vienijančios asociacijos Lietuvoje priėmė *Vaistų rinkodaros etikos kodeksą (toliau-Kodeksas)*¹²⁵, kuriuo siekiama užtikrinti, kad farmacijos kompanijos reklaminę veiklą vykdytų tinkamai, vengtų nesąžiningos praktikos, laikytųsi visų galiojančių teisės aktų, o visuomenė galėtų apsispręsti dėl vaistų vartojimo, atsižvelgdama į kiekvieno vaistinio preparato naudingąsias

¹²¹ Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo nutarimas „Dėl Lietuvos Respublikos farmacinės veiklos įstatymo 17 straipsnio (2002 m. birželio 4 d. redakcija) 4 dalies atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai. *Valstybės žinios*. 2007, Nr. 2-100.

¹²² Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2006 m. gruodžio 28 d. įsakymas Nr. V-1128, op.cit., IV sk.15 p.

¹²³ *Supra* note 118, VIII sk.39 p.

¹²⁴ Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas Nr.71-1706; nauja redakcija *Valstybės žinios*, 2006, Nr.82-3254.

¹²⁵ Vaistų rinkodaros etikos kodeksas. *IFPA ir VGA patvirtintas* [2012 metų redakcija] [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.03]. Prieiga per internetą < <http://www.vaistukodeksas.lt/lt/efa-ir-vga-vaistu-rinkodaros-etikos-kodeksas/4>>

savybes ir ligonių sveikatos priežiūros poreikius. Vaistų rinkodaros etikos komisija¹²⁶, sudaryta iš teisininkų ir farmacijos kompanijų atstovų vykdo Kodekso priežiūrą, nagrinėja pranešimus dėl Kodekso pažeidimų, juos įvertina ir priima sprendimus.

Iš pateiktos teisės aktų analizės matyti, kad maisto papildų ir vaistinių preparatų reklama Lietuvoje yra reglamentuojama skirtingų teisės aktų. Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymas ir Vaistinių preparatų reklamos taisyklės nustato vaistinių preparatų reklamos reikalavimus ir draudimus, kur numatyta, kad visuomenei leidžiama tik objektyvi nereceptinių vaistų reklama, tuo tarpu, receptinius vaistus galima reklamuoti tik sveikatos priežiūros specialistams. Lietuvos Respublikos farmacijos įstatyme pabandyta aiškiau atriboti reklamą nuo farmacinės informacijos, atskirai pateikiant vaistinių preparatų reklamos ir informacijos apie vaistinius preparatus sąvokų išaiškinimą. Pažymėtina, kad farmacinės kompanijos, priėmusios *Vaistų rinkodaros etikos kodeksą* ir vykdydamos vaistinių preparatų reklamos savireguliaciją, siekia ne tik etiškos veiklos, bet kartu prisideda prie racionalaus vaistų vartojimo.

¹²⁶ Vaistų rinkodaros etikos kodeksas, Supra note.125, priedas A.

3. MAISTO PAPILDŲ REKLAMOS KONTROLĖ LIETUVOJE IR PRAKTIKOJE KYLANČIOS PROBLEMOS

3.1 Maisto papildų reklamos kontrolės subjektai, jų kompetencija

Lietuvos Valstybinei maisto ir veterinarijos tarnybai (toliau- VMVT) nuo 2007 metų pavesta vykdyti maisto papildų saugos, kokybės ir reklamos kontrolę. Vadovaujantis Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2008 m. kovo 12 d. nutarimu Nr. 209 „Dėl įgaliojimų suteikimo įgyvendinant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą“, Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba pagal kompetenciją įgaliota kontroliuoti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nustatytų reklamos naudojimo draudimų ir reikalavimų maisto papildams įgyvendinimą. Siekiant, kad vartotojai gautų teisingą ir visapusišką informaciją apie reklamuojamus maisto produktus, Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba vykdo maisto ir su juo susijusių paslaugų reklamos naudojimo kontrolę internetinėje erdvėje, televizijoje, radijuje, reklaminiuose bukletuose, spaudoje¹²⁷. VMVT nuolat stebi Lietuvoje skleidžiamą maisto reklamą, taip pat tiria įmonių, organizacijų, asmenų skundus šia tema, o nustačiusi maisto papildų reklamos pažeidimus, nesaugius ar nelegalius maisto papildus apie tai informuoja vartotojus, patalpindama informaciją tarnybos interneto svetainėje, adresu <http://vmvt.lt/> bei išplatindama tokią informaciją žiniasklaidos atstovams¹²⁸. Remiantis VMVT administracijos padalinio – teritorinės valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos nuostatais¹²⁹, teritorinės VMVT taip pat kontroliuoja pagal kompetenciją Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme nustatytų reklamos naudojimo draudimų ir reikalavimų įgyvendinimą. Nustačius Reklamos įstatymo pažeidimą, VMVT inspektoriai surašo Reklamos įstatymo pažeidimo protokolą ir skiria administracinę nuobaudą, jei Reklamos įstatymo pažeidėjas yra fizinis asmuo. Lietuvos Respublikos administracinių teisės pažeidimų kodeksas už reklamos naudojimo reikalavimų ir draudimų nesilaikymą fiziniams asmenims numato administracinę atsakomybę¹³⁰ baudą nuo 500 iki 1000 Lt.

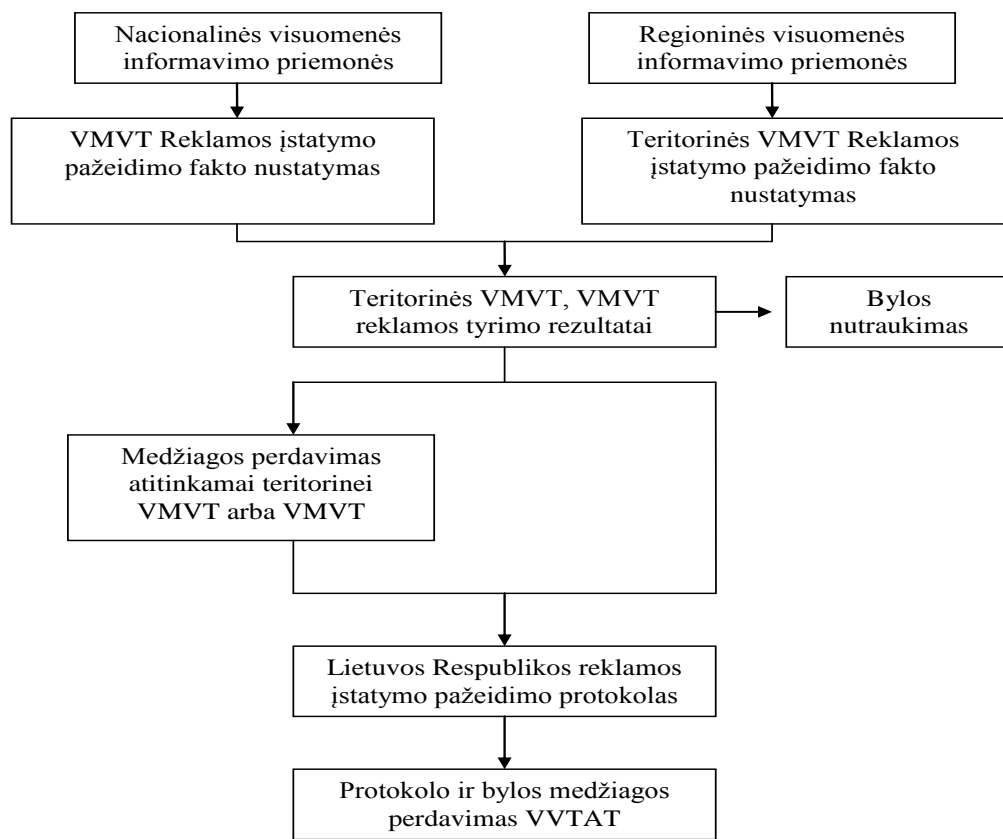
¹²⁷ Reklamos kontrolė. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą <<http://vmvt.lt/lt/maisto.sauga.ir/kokybe/rinkos.kontrolereklamos.kontrolere/>>

¹²⁸ Maisto sauga ir kokybė. Reklamos kontrolė. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.05]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/maisto.sauga.ir/kokybe/rinkos.kontrolereklamos.kontrolere/>>

¹²⁹ Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos direktoriaus 2011 m. birželio 29 d. įsakymas Nr. B1 282 dėl Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos administracijos padalinio – teritorinės valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos nuostatų. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.06.] Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/top/teisine.informacija/teises.aktai/archive/index4.html>>

¹³⁰ Lietuvos Respublikos Administracinių teisės pažeidimų kodeksas. *Valstybės žinios*. 1985, Nr. 1-1, 214¹str.

Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba Reklamos įstatymo kontrolę vykdo pagal žemiau pateiktą schemą¹³¹:



Jei reklamos įstatymo pažeidėjas yra juridinis asmuo, surašytas pažeidimo protokolas kartu su tyrimo medžiaga perduodamas nagrinėti Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai (toliau-VVTAT), kuri toliau inicijuoja bylą bei skiria sankcijas. Reklamos įstatymo 22 straipsnis numato, kad už šio įstatymo 4, 8, 13, 14, straipsniuose nustatytų reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki trisdešimties tūkstančių litų. Tais atvejais, kai pažeidimas yra mažareikšmis, pažeidimu nepadaroma esminės žalos asmenų interesams, už reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą gali būti taikoma tik administracinė nuobauda – įspėjimas, neskiriant baudos¹³².

¹³¹ Valavičius, D. Maisto reklamos kontrolė. 2012.09.12 konferencijos „Rinkodara ir įstatymas: ne viskas, kas efektyvu, yra teisėta“ pranešimai. [interaktyvus]. [žiūrėta 2012.09.20]. <<http://www.lvk.lt/lt/renginiai/seminarai/konferencija-rinkodara-ir-istatymas-ne-viskas-kas-efektyvu-yra-teiseta>>

¹³² Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2001 m. 05.18 d. nutarimu Nr.7/b „Dėl UAB „Romixas“ veiksmų atitikimo reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus“ nutarė pripažinti skelbtus teiginius apie preparatą „Super Line double Action“: „liemuo susiaurės keliais centimetrais, „bus patobulinta figūra be valios pastangų, be sporto, be specialios dietos“, „prarasti kilogramai jau nebegrįš“, klaidinančia reklama. Įpareigojo įmonę šią reklamą nutraukti, paneigti ir įspėti, kad nenutraukus klaidinančios reklamos bus skiriamos reklamos įstatymo 22 straipsnyje numatytos baudos.

Reklamos įstatymas numato¹³³, kad klaidinančios reklamos kontrolę Lietuvoje įgyvendina Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau-Konkurencijos taryba), kuri priima sprendimus dėl reklamos pripažinimo klaidinančia ir už tai taiko įstatymų nustatytas sankcijas. Spręsdama, ar reklama yra klaidinanti, Konkurencijos taryba atlieka kompleksinį jos vertinimą (pateikiamų teiginių teisingumo, reklamos išsamumo, pateikimo būdo ir formos) ir pateikia išvadą, kaip tokia reklama būtų suprantama paprasto reklamos vartotojo¹³⁴. Jei priimamas sprendimas dėl reklamos pripažinimo klaidinančia, Konkurencijos tarnyba gali tokią reklamą uždrausti, įpareigoti nutraukti jos naudojimą, reklamą paneigti arba taikyti sankcijas. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 6.302 straipsnyje numatyta, kad už žalą, atsiradusią dėl klaidinančios reklamos, atsako reklamos davėjas, reklamos gamintojas arba reklamos skleidėjas, o teismas, nagrinėjantis žalos atlyginimo bylą, gali uždrausti toliau skleisti klaidinančią reklamą, taip pat įpareigoti tokią reklamą viešai ir adekvačiai paneigti¹³⁵. Įstatymų nustatyta tvarka vartotojas gali kreiptis į teismą dėl klaidinančios reklamos padarytos žalos atlyginimo, tačiau, „vartotojo teisių apsauga ir jų gynimas yra ilgas bei varginantis procesas, todėl tai žinodami, reklamos užsakovai jaučiasi labiau atsakingi prieš valstybines institucijas, nei prieš vartotojus“¹³⁶.

3.2 Maisto papildų reklamos pažeidimai Lietuvoje: pobūdis, atsakomybė, problemos

Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos duomenimis reklamuojant maisto papildus dažniausiai pažeidžiamas Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies 1 punktas, draudžiantis reklamoje nurodyti apie gydomąsias ir nuo ligų saugančias savybes. 2011 m. VMVT inspektoriai atliko tyrimus ir surašė 14 Reklamos įstatymo pažeidimo protokolų dėl netinkamos maisto papildų reklamos (atitinkamai 2010 m. – 8, 2009 m. - 11)¹³⁷. Nors maisto papildų paskirtis yra papildyti įprastą maisto racioną, tačiau, pasak VMVT specialistų, analizuojant reklamos pažeidimų pobūdį, dažniausiai nustatomas neleistinų sveikatingumo teiginių tokių, kaip „<...> padeda esant smulkioms žaizdelėms burnoje“,

¹³³ *Supra* note 11, 17 str.2d.

¹³⁴ *Supra* note 11, 5 str.4d.

¹³⁵ Lietuvos Respublikos Civilinis kodeksas. Vilnius, 2010. V skirsnis, 6.302-6.304 straipsniai.

¹³⁶ Teisininko komentaras. Vartotojų teisių apsauga nukentėjus nuo klaidinančios reklamos.

2011.12.11[interaktyvus, žiūrėta 2012.10.29]

<<http://www.delfi.lt/news/daily/law/teisininko-komentaras-vartotoju-teisiu-apsauga-nukentejus-nuo-klaidinancios-reklamos>>

¹³⁷ Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos veiklos ataskaita 2011 m. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.05]Prieiga per internetą:

<<http://vmvt.lt/uploads/file/Veiklos%20ataskaitos/VMVT%202011%20metu%20ataskaita.pdf>>

„<...> tinka vartoti esant širdies ritmo sutrikimams“, „<...> skirtas kosuliui ir peršalimui gydyti“, „<...> padeda vėžinių ir širdies ligų prevencijai“, „<...> mažina degeneracinių ligų riziką“, „<...> slopina akių ligas“ ir kt. vartojimas¹³⁸.

Nors teisės aktai draudžia reklamuojant maisto papildus teigti apie gydomąjį ar nuo ligų saugantį jų poveikį, tačiau šio draudimo kai kurie reklamos davėjai praktikoje nesilaiko (pavyzdžiui, interneto svetainėje skleidžiant maisto papildų „Karališkasis kordicepsas“ reklamą, šis papildas pateiktas kaip vaistas, nurodant konkrečias ligas, kuriomis sergant rekomenduojama jį vartoti, nurodytos gydomosios dozės, gydymo trukmė, sveikatingumo poveikis¹³⁹; pateikiant maisto papildą „Greipfrutų sėklų ekstraktas“ reklamą, preparatas apibūdinamas, kaip augalinės kilmės antibiotikas, naikinantis bakterijas, virusus ir mikroorganizmus¹⁴⁰).

Dažniausiai po VMVT inspektorių įspėjimo reklamos užsakovai nutraukia klaidinančios reklamos sklaidą, tačiau pasitaiko atvejų, kuomet įmonės piktybiškai pažeidinėja Reklamos įstatymą, kaip pavyzdžiui UAB „Baardse“ reklamuodama savo produktą „Promed“ kaip preparatą, skirtą ligų profilaktikai bei sveikatos ir grožio išsaugojimui. Maisto papildų reklamoje teigta, kad jis pasižymi gydomosiomis savybėmis, profilaktiškai saugo nuo širdies ir kraujagyslių ligų, skrandžio bei dvylikapirštės žarnos opaligės, skatina cholesterolio kiekio kraujyje mažėjimą ir kt. Valstybinė vaistų kontrolės tarnyba kreipėsi į Valstybinę vartotojų teisių apsaugos tarnybą bei Valstybinę maisto ir veterinarijos tarnybą dėl agresyvios ir visuomenę klaidinančios „Promed“ reklamos, nurodančios maisto papildui nebūdingas ir moksliskai nepagrįstas savybes¹⁴¹.

Kriterijai, kuriais remiantis nustatoma, ar reklama yra klaidinanti, yra įtvirtinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje, nurodant, kad „kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, būtina atsižvelgti į jos teisingumo, išsamumo ir pateikimo kriterijus“. Konkurencijos taryba savo praktikoje yra ne kartą pažymėjusi, jog nustatant klaidinančią reklamos pobūdį, pakanka nustatyti, kad ji yra klaidinanti nors pagal vieną iš trijų numatytų kriterijų. Tirdama reklamos davėjo UAB „Getz Medical Baltic“ skleidžiamą reklamą, Konkurencijos tarnyba pripažino, kad reklaminiai teiginiai „Įrodytas Ostron

¹³⁸ Už klaidinančią reklamą –baudos. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos*. 2010.10.15. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.05]. <<http://vmvt.lt/naujienos/1956/>>

¹³⁹ Per pusmetį Reklamos įstatymas buvo pažeistas 7 kartus. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos*. 2009.07.15. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/1586/>>

¹⁴⁰ Specialistai pataria ne visuomet pasitikėti maisto papildų reklama. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos*. 2012.02.03. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2404/>>

¹⁴¹ Balzamo Promed reklama klaidina visuomenę. *Valstybinė vaistų kontrolės tarnyba*, 2010.01.14. [interaktyvus, žiūrėta 2012-09-08]. Prieiga per internetą: <http://www.vvkt.lt/popup2.php?m_news_id=647>

pranašumas: 3 kartus stipresnis; 3 kartus veiksmingesnis; 3 kartus pigesnis <...> Ostron pasauliniu mastu pripažintas ypatingai geros sudėties preparatu, skirtu kaulams ir dantims stiprinti. <...> Nr.1“ apie maisto papildą „Ostron“ pranašumus traktuotini, kaip galintys suklaidinti reklamos vartotojus ir paveikti jų ekonominę elgesį. Konstatuota, jog buvo pažeistas reklamos teisingumo kriterijus, nes reklaminių teiginių teisingumas nepatvirtintas pakankamais įrodymais, todėl minėti teiginiai pripažinti klaidinančia reklama, už kurios naudojimą įmonei skirta 15 000 Lt bauda. Konkurencijos tarnyba išnagrinėjusi klausimą dėl UAB „Direct Best Sellers“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams, nutarė, jog straipsnyje „Kaip man pavyko numesti 17 kg per 20 dienų, visą laiką valgant tai, ką norėjau. Be pastangų ir be vaistų“ pateikti reklaminiai teiginiai apie maisto papildą „Removyl“, skirtą lieknėjimui, pripažinti klaidinančia reklama¹⁴². Reklamos davėjas nepateikė straipsnyje nurodomų reklaminių teiginių teisingumą pagrindžiančių įrodymų, t.y., kad vartotojas, įsigydamas ir vartodamas siūlomą preparatą „Removyl“, be jokių pastangų sumažins savo kūno masę straipsnyje nurodytais kilogramais. Vertinant reklamos vartotojų suklaidinimo galimybę, atsižvelgta į tai, kad reklaminiai teiginiai adresuoti pažeidžiamai vartotojų grupei, turinčiai kūno masės atsvarą. Nagrinėjamu atveju buvo nustatyta, kad klaidinanti reklama skelbta savaitraštyje „TV Arena“, kuris yra platinamas 46 000 egzempliorių tiražu, todėl klaidinančios reklamos skleidimo mastas laikytinas dideliu. Reklamos davėjui už klaidinančios reklamos naudojimą skirta net 21 000 Lt bauda. Reikia pažymėti, kad Reklamos įstatymo 22 straipsnio 10 dalis įtvirtina nuostatą, kad už klaidinančios reklamos naudojimą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki trisdešimties tūkstančių litų. Skiriamos baudos dydis priklauso nuo pažeidimo pobūdžio, pažeidimo trukmės ir masto, atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių. Atsižvelgdama į tai, kad įmonė „Helvetia Direct Marketing“ reklamavusi maisto papildus „NeoSlim“ ir „ArthroPrim“ vykdė veiklą, neturėdama šiai veiklai būtino leidimo¹⁴³ bei pažeidė Reklamos įstatymo nuostatas, VVTAT už pažeidimus įmonei skyrė 15 500 Lt baudą.

Tačiau tenka pažymėti, jog Lietuvos administracinių teismų praktika rodo, kad kontroliuojančios institucijos vertindamos maisto papildų reklamoje naudojamus teiginius, turi tai daryti labai atsakingai, kadangi galiojantys teisės aktai nepateikia aiškių jų

¹⁴² Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos nutarimas 2007 m. birželio 28 d. Nr. 2S-16 „Dėl UAB „Direct best sellers“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams“. *Informaciniai pranešimai* Nr. 55(1)-826, 2007-07-18.

¹⁴³ Įmonės, užsiimančios maisto papildų tvarkymu (gamyba, didmenine ir mažmenine prekyba) privalo turėti Maisto tvarkymo subjekto patvirtinimo pažymėjimus, o prekybotojai internetu, norintys verstis mažmenine prekyba elektroninėje parduotuvėje, privalo arba steigti juridinį asmenį, arba įstatymų nustatyta tvarka registruoti individualią veiklą.

vertinimo kriterijų. 2009 m. Vilniaus apygardos administracinis teismas išnagrinėjęs administracinę bylą pagal pareiškėjo UAB „Valentis“ skundą, kuriame prašoma panaikinti Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos 2009 m. vasario 5 d. nutarimą Nr. 12R-1 „Dėl UAB „Valentis“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nustatyto reklamos draudimo pažeidimo“, nutarė UAB „Valentis“ skundą atmesti kaip nepagrįstą ir pripažino, kad „vidutinis vartotojas, susipažinęs su maisto papildu „Gastroval“ reklama ir joje vartojančiais teiginiais - „preparatas, pasižymintis virškinimą gerinančiu poveikiu“, „kompleksiškai gerina virškinimą, „stimuliuoja skrandžio sulčių ir tulžies sekreciją“, „saugo kepenų ląsteles nuo žalingų veiksnių“, „pirmoji pagalba virškinimui sutrikus“ - gali suvokti, jog reklamuojamas produktas iš tiesų turi tam tikrų gydomųjų savybių (gydomasis poveikis) ar apsaugo nuo galimų virškinimo susirgimų (profilaktinis poveikis)¹⁴⁴. Tačiau Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas išnagrinėjęs UAB „Valentis“ apeliacinį skundą (administracinė byla Nr.A⁸²²-841/2010) pripažino, kad dalis reklamos teiginių yra iš tiesų nesuderinami su Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 d.1 p. reikalavimu, draudžiančiu užsiminti apie maisto produkto gydomąsias savybes, bet taip pat pažymėjo, kad reklamos teiginys „Gastroval - tai originalių fermentų ir augalinių ekstraktų preparatas, pasižymintis virškinimą gerinančiu poveikiu“ buvo nepagrįstai susietas su maisto papildu gydomosiomis savybėmis, nes minėtas teiginys laikytinas teiginiu apie sveikatingumą. Teismas atkreipė dėmesį, kad „kiekvieną konkrečiu atveju būtina vertinti, ar teiginys yra sietinas su sveikatingumu ar su gydomosiomis savybėmis“¹⁴⁵, nors Reglamentas 1924/2006/EB nepateikia aiškių kriterijų, leidžiančių atskirti teiginius apie sveikatingumą nuo teiginių apie gydomąsias savybes, teismas pripažino, kad minėtas teiginys buvo nepagrįstai pripažintas Reklamos įstatymo pažeidimu.

Apibendrinant maisto papildų reklamos pažeidimų pobūdį galima teigti, kad reklamuojant maisto papildus dažniausiai pažeidžiamas Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 punktą, draudžiantis reklamoje nurodyti apie gydomąsias ir nuo ligų saugančias savybes. Maisto papildų reklama pateikianti draudžiamus teiginius vertintina kaip klaidinanti vartotojus ir galinti padaryti įtaką neteisingam maisto papildų pasirinkimui ir vartojimui. Atsakomybė už skleidžiamos reklamos pažeidimus tenka reklamos davėjui, o skiriamos baudos dydis priklauso nuo pažeidimo pobūdžio, atsakomybę lengvinančių ar sunkinančių aplinkybių. Lietuvos administracinių teismų praktika rodo, kad kontroliuojančios

¹⁴⁴ Vilniaus apygardos administracinio teismo 2009.06.22 nutartis administracinėje byloje „UAB Valentis“ prieš Valstybinę vartotojų teisių apsaugos tarnybą (bylos Nr.I-1324-426/2009)

¹⁴⁵ *Supra* note 144.

institucijos privalo labai atsakingai vertinti reklaminius teiginius, siekiant išvengti Reklamos įstatymo nepagrįsto pažeidimo nustatymo atvejų.

3.3 Klaidinančios maisto papildų reklamos internete kontrolė ir praktikoje kylančios problemos

Pastaraisiais metais populiarėjant internetinei prekybai, vis daugiau vartotojų Lietuvoje maisto papildus įsigyja užsisakydami juos internetu iš JAV, Kanados, Anglijos ir kt. šalių. Kaip pažymi VMVT, Lietuvoje internetinė prekyba maisto papildais irgi plinta, kasmet registruojama vis daugiau asmenų, norinčių užsiimti tokia veikla¹⁴⁶. Plečiantis internetinės prekybos maisto papildais mastui, iškyla internete skleidžiamos reklamos kontrolės problema. Siekiant apsaugoti vartotojus nuo klaidinančios reklamos ir nesaugių produktų įsigijimo, paskutiniaisiais metais VMVT suaktyvino maisto papildų prekybos ir reklamos internete kontrolę. Apie tyrimų rezultatus ir nustatytus pažeidimus nuolat informuojama visuomenė, skelbiant apie tai pranešimus visuomenės informavimo priemonėse ir VMVT tinklapyje. Nustačius reklamos pažeidimą ir išsiaiškinus, kad maisto papildus internete reklamuoja pavieniai fiziniai asmenys, skiriama administracinė nuobauda arba veikla uždraudžiama. Jei šia veikla užsiima bendrovės, firmos ar kiti juridiniai vienetai, surašomi Reklamos įstatymo pažeidimo protokolai ir medžiaga perduodama nustatyta tvarka Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai, kuri priima sprendimus dėl administracinių nuobaudų skyrimo¹⁴⁷. Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos pranešimuose spaudai nuolat primenama vartotojams, kad prieš įsigyjant maisto papildą internetu reikėtų pasidomėti, kur toks produktas pagamintas, ar juo prekiaujama legaliai, patikrinti informaciją gamintojo internetinėje svetainėje, pažiūrėti į šalies gamintojos kompetentingų institucijų skelbiamą informaciją apie norimą įsigyti maisto papildą (kai kurios nuorodos yra pateikiamos VMVT tinklapyje <http://vmvt.lt/lt/nuorodos/>). Apie Lietuvoje notifikuotus maisto papildus informacija vartotojams pateikiama Vilniaus visuomenės sveikatos centro internetinėje svetainėje¹⁴⁸. Vykdyti veiksmingą maisto papildų, kurie nėra notifikuoti, internetinės reklamos kontrolę yra sudėtinga. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad sparčiai plinta internetinė prekyba maisto

¹⁴⁶ Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnyba. *Naujienos*. 2011.08.30. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.16] Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2218/>>

¹⁴⁷ 2009 metais dėl maisto papildų reklamos VMVT surašė 5 Reklamos įstatymo pažeidimo protokolus: UAB „Sekundės redakcijai“ – dėl maisto papildų „Tianshi“ reklamos; UAB „Aconitum“ – dėl maisto papildų reklamos tinklapyje www.aconitum.lt, UAB „Jevos svajonė“ – dėl reklamos www.imunitetas.lt, UAB „S&G Statyba“ – dėl www.koralinis.lt bei UAB Mepha Ltd. – dėl maisto papildų „Simepar“ reklamos interneto tinklapyje www.vaistai.lt. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.06] Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/1697/>>

¹⁴⁸ Vilniaus visuomenės sveikatos centro internetinės svetainės adresas: <http://vsc.sam.lt/maisto-papildai>

papildais, kurių sudėtyje yra įvairių žolinių komponentų, kitų aktyvių medžiagų. Kadangi Europos Sąjungoje nėra patvirtinto draudžiamų naudoti maisto papilduose medžiagų sąrašo, papildai su tokiais medžiagomis uždraudžiami platinti tik tuomet, kai kurioje nors šalyje paskelbiama informacija apie tam tikrų medžiagų neigiamą poveikį sveikatai. Pavyzdžiui 2012 m. Lietuvoje uždrausta internetinė prekyba maisto papildu „Jack3D“ su 1,3-dimetilaminu(DMMA), paaiškėjus šios medžiagos neigiamam poveikiui centrinei nervų sistemai ir pripažinus maisto papildus su šia medžiaga nesaugiais per RASFF¹⁴⁹ sistemą.

Paskutiniu metu didžiausią susirūpinimą kelia internetinėse svetainėse ir socialiniuose tinklapiuose skleidžiamos moksliskai nepagrįstos reklamos apie lieknėjimui skirtų maisto papildų ypatingą poveikį¹⁵⁰. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija, kuriai įstatymų leidėjo pavesta vykdyti maisto papildų poveikio visuomenės sveikatai stebėseną, atkreipė į tai dėmesį ir paprašė reklamą kontroliuojančių institucijų įvertinti, ar maisto papildais lieknėjimui prekiaujančiose internetinėse svetainėse skelbiama informacija neprieštaruja Lietuvos Respublikos teisės aktams. Stiprų psichologinį poveikį turinti tokių maisto papildų reklama verčia patikėti vartotojus, kad maisto papildai lieknėjimui be didelių pastangų padės pasiekti žiniasklaidos išliaupsintus kūno standartus, o tobulas kūnas atvers visus kelius į sėkmę. „Tobuli, stilingi kūnai – simboliai žurnalų viršeliuose ir ekrane nuolat primena, kad tobulas kūnas yra madinga, pasiekama. Tad nenuostabu, kad noras turėti patrauklų kūną tampa visuomenės siekiamybe.“¹⁵¹. Sukuriama iliuzija, jog užtenka 2-3 savaites gerti reklamuojamus maisto papildus, kad turėtum išsvajotą figūrą. Nemaža dalis lieknėjančiųjų bando užsisakyti tokių „stebuklingų piliulių“ iš internetinių svetainių, kur, kaip paaiškėja dažnai siūlomi nesaugūs ar net kitose šalyse uždrausti maisto papildai.

2012 m. VMVT, įvertinusi lieknėjimui skirtų maisto papildų „Caralluma“ ir „Weight Loss“ reklamą skleidžiamą internetinėje erdvėje, perspėjo gyventojus nepirkti

¹⁴⁹ RASFF –skubių pranešimų apie nesaugų maistą sistema.

¹⁵⁰ 2010 m. VMVT nustatė, kad internetinėje erdvėje prekiaujama Lietuvoje nenotifikuotu kinišku maisto papildu „Lida“, jį reklamuojant kaip „efektyviai tirpdančią nereikalingus kilogramus“ priemonę, kurios prekyba ir registracija Europos Sąjungoje yra uždrausta dėl sudėtyje esančios vaistinės medžiagos sibutramino. Nustatyta, kad maisto papildą, reklamavo ir juo internete prekiaavo šiai veiklai leidimo neturintys fiziniai asmenys, atsisiunčiantys „Lida“ nedideliais kiekiais iš kitų šalių. Nelegalia maisto papildų prekyba užsiimančių internetinių svetainių adresai buvo perduoti Policijos departamentui ir Valstybinei mokesčių inspekcijai. Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Apie nelegalią prekybą maisto papildu „Lida“. 2010.02.02.[interaktyvus, žiūrėta 2012.11.15] Prieiga per internetą:<<http://vmvt.lt/lt/naujienos/1740/>>

¹⁵¹ Pruskus, V. Kūnas, vartojimas ir sėkmė: tarp būtinumo ir regimybės. *Filosofija.Sociologija*.2008.T.19 Nr.1, p.44-51

nelegaliai platinamų maisto papildų¹⁵². Intesyvi šių produktų reklama platinama net keliose internetinėse svetainėse (<http://www.topcaralluma.com/lt/>, <http://sln.weightloss.com/>) bei nuolat kartojama kituose vartotojų labiausiai lankomuose ir populiariuose interneto puslapiuose:

tikriausiai...turi idealią figūrą

Jeigu ne, tai argi neverta galiausiai tai padaryti savo sveikatai ir svoriui pagerinti?

Specialistas dietologas - Julita Brazdytė

Julita Brazdytė

PS. Ką gauni užsisakant Weight Loss dabar?



- Jeigu nesulieknėsi 14 kilogramų per 4 savaites grąžinsime Tau **100%** produkto kainos!
- Sutaupai pinigus - vietoj ~~238 LTL~~ mokėsi tik **129 LTL**
- Pristatysime Tau preparatą visiškai nemokamai! (sutaupai 24 LTL)
- Niekuo nerizikoji, nes jis turi 60 dienų pinigų grąžinimo **GARANTIJĄ**

Užpildyk preparato užsakymo formą Weight Loss ir sulieknėk iškart



Pateiktoje maisto papildų reklamoje teigiama, kad „jeigu nesulieknėsi 14 kg per 4 savaites grąžinsime tau pinigus“, tačiau pažymėtina, kad ženklinant ir reklamuojant maisto produktus pagal EB Reglamento Nr.1924/2006 12 straipsnio b) dalį neleidžiama vartoti teiginių apie sveikatingumą, nurodančių kaip greitai ir kiek galima numesti svorio. Be to, norint sukurti patikimo preparato išpūdį galimiems vartotojams, maisto papildas „Weight Loss“ reklamuojamas neva medicinos naujienų internetiniame žurnale „Medical News Reporter“, kartu pateikiant tariamų vartotojų teigiamus atsiliepimus. Pažymėtina, kad reklamuojant minėtus papildus, nurodyti tik užsienio šalių gamintojų adresai, o platintojų, kurie turėtų Lietuvoje atsakyti už reklamos pažeidimus VMVT specialistams nepavyko nustatyti, todėl tyrimo medžiaga perduota policijos pareigūnams, įgaliotiems tirti tokio pobūdžio pažeidimus¹⁵³. Valstybinė vartotojų apsaugos tarnyba, gavusi vartotojų paklausimus dėl minėtų maisto papildų lieknėjimui, pataria vartotojams būti atidiems ir

¹⁵² VMVT ragina nepirkti nelegaliai platinamų maisto papildų, skirtų sulieknėti. 2012.10.11. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos.* [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.15] Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2782/>>

¹⁵³ *Supra* note 151.

apdairiems vertinant internetinėje erdvėje pateiktus pasiūlymus, nes šie produktai Lietuvoje nėra notifikuoti ir jų sudėtis bei poveikis sveikatai nėra ištirti¹⁵⁴.

Specialistų teigimu, nepatartina pasitikėti lieknėjimui skirtų preparatų pasiūla internete bei tikėti socialiniuose portaluose skelbiamomis sulieknėjusių žmonių sėkmės istorijomis, kurių autentiškumą sunku patikrinti. „Didesnė problema yra ne tai, ar įvairūs vartojami maisto papildai padeda, o tai, ar jie nekenkia, juk kai kurių preparatų, ypač žolinių, poveikis nėra pakankamai ištirtas“¹⁵⁵.

Apibendrinant klaidinančios maisto papildų reklamos internete temą, galima teigti, jog paskutiniu metu populiarėjant maisto papildų prekybai internete stebima gana agresyvi ir vartotojus klaidinanti reklama apie kai kurių maisto papildų nepagrįstą poveikį sveikatai ar lieknėjimui. Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba, kontroliuojanti maisto papildų sudėties saugos ir reklamos reikalavimų atitikimą Lietuvoje galiojantiems teisės aktams, praktikoje susiduria su tam tikromis problemomis. Nuo 2010 m. pasikeitus maisto papildų notifikavimo tvarkai, tiek kontroliuojančios institucijos, tiek ir vartotojai turi galimybę gauti informaciją tik apie dalį į Lietuvos rinką tiekiamų maisto papildų, pagamintų trečiosiose šalyse. Iki šiol Europos Sąjungoje nėra nustatyti baigtiniai leidžiamų bei draudžiamų kitų medžiagų, galimų naudoti maisto papilduose, sąrašai. Todėl praktikoje iškyta maisto papildų, kurių sudėtyje yra mokslo duomenimis nepatvirtintų komponentų, saugumo ir poveikio vartotojų sveikatai problema. Vykdamas maisto papildų skirtų lieknėjimui reklamos internete kontrolę, išaiškėjo, jog tokie papildai neretai reklamuojami pažeidžiant galiojančių teisės aktų reikalavimus neleidžiančius vartoti teiginių apie sveikatingumą (pavyzdžiui, nurodančių kiek ir kaip greitai galima numesti svorio). Atkreiptinas dėmesys į tai, kad internetinėje erdvėje reklamuojamų papildų lieknėjimui sudėtyje nustatoma kenksmingų sveikatai ir net pavojingų medžiagų, kurių vartojimas yra draudžiamas Europos Sąjungos šalyse. Todėl siekiant apsaugoti vartotojus bei vykdyti rinkoje esančių maisto papildų sudėties stebėseną, būtina tobulinti nacionalinius teisės aktus, leisiančius efektyviau ginti vartotojų interesus sveikatos aspektu bei apsaugoti rinką nuo nelegalių, reikalavimų neatitinkančių bei nesaugių produktų

¹⁵⁴ Lieknėjimui skirti preparatai-rizika vartotojams. *Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos pranešimas žiniasklaidai*. 2012.11.07.[interaktyvus, žiūrėta 2012.11.07] Prieiga per internetą: <http://www.vvat.lt/index.php?993414545>.

¹⁵⁵ Ar galima nusipirkti svajonių figūrą? *www. mano sveikata .lt* [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.10]. Prieiga per internetą: <<http://www.manosveikata.lt/lt/temos/siuolaikine-medicina-iranga/ar-galima-nusipirkti-svajoniu-figura?>>

IŠVADOS

1. Augantis maisto papildų populiarumas tarp vartotojų ir su tuo susijusi rizika, atskyrimo nuo vaistų aktualumas, klaidinančios reklamos prevencija bei siekis suderinti viešojo saugumo standartus ir veiksmingą Europos vidaus rinkos veikimą yra pagrindiniai veiksniai lemiantys teisinio maisto papildų reguliavimo poreikį. Šiuo metu galiojantys Europos Sąjungos teisės aktai iš dalies suderino vitaminų ir mineralinių medžiagų maisto papilduose teisinį reglamentavimą, tačiau kitų medžiagų, galimų naudoti maisto papildų sudėtyje, reglamentavimas lieka neaiškus. Valstybėms narėms palikta diskrecija nustatyti tokių produktų priskyrimą vaistams ar maisto papildams, įvertinus jų fiziologinį poveikį ir galimą grėsmę vartotojų sveikatai.

2. Europos Sąjungos ir nacionaliniai teisės aktai maisto papildus apibrėžia kaip maisto produktus, skirtus papildyti įprastą maisto racioną, kurių reklamai nustatyti reikalavimai sietini su draudimu priskirti maisto papildams gydomąsias ir nuo ligų saugančias savybes. Siekiant užtikrinti žmonių sveikatos ir vartotojų interesų apsaugą, maisto papildų reklamoje naudojami teiginiai privalo būti pagrįsti visuotinai pripažintais moksliniais duomenimis apie mitybos ir sveikatos ryšį.

3. Padažnėjus klaidinančios reklamos ir nesaugių maisto papildų Lietuvos rinkoje nustatymo atvejų, iškyla efektyvios rinkos stebėsenos ir šių produktų reklamos kontrolės problema. Lietuvos Respublikos teisės aktai nustato reikalavimą notifikuoti tik tuos maisto papildus, kurie į Lietuvą patenka iš trečiųjų šalių, todėl vykdyti veiksmingą visų rinkoje esančių maisto papildų saugos ir reklamos kontrolę sudėtinga. Pastaruoju metu internetinėje erdvėje aktyviai skleidžiama klaidinanti maisto papildų reklama kelia grėsmę vartotojų saugumui dėl platinamų produktų sudėtyje nustatomų kenksmingų sveikatai ar net pavojingų gyvybei medžiagų.

REKOMENDACIJOS

1. Siekiant išlaikyti protingą pusiausvyrą tarp laisvo prekių judėjimo ir visuomenės sveikatos apsaugos, tikslinga parengti naują maisto papildų notifikavimo tvarką, kuri numatytų reikalavimą notifikuoti visus į Lietuvos Respublikos rinką pateikiamus maisto papildus. Maisto papildų registras padėtų kontroliuojančiai institucijai stebėti, ar į rinką patenkantys produktai atitinka galiojančių teisės aktų reikalavimus, bei efektyviau vykdyti savo funkcijas, taikant ribojimo ar kitas administracinio poveikio priemones. Be to, vieša informacija apie notifikuotus maisto papildus leistų kiekvienam vartotojui pasidomėti produktu prieš jį įsigyjant.

2. Rekomenduotina, kad Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija, remdamasi pripažintais moksliniais įrodymais ir kitų šalių patirtimi, paruoštų medžiagų, leidžiamų vartoti maisto papilduose, sąrašą, kol Europos Sąjungos ir nacionaliniai teisės aktai bus pilnai suderinti dėl galimų medžiagų maisto papilduose, išskyrus vitaminus ir mineralines medžiagas, naudojimo. Toks leidžiamų komponentų sąrašas būtų tikslingas tiek verslo atstovams, siekiantiems į rinką įvežti naujus produktus, tiek vartotojams, norintiems įsigyti preparatų, dėl kurių sudėties ir saugumo dabar kyla abejonių.

3. Siekiant išvengti galimo vartotojų klaidinimo, tikslinga Lietuvos higienos normoje HN 17:2010 „Maisto papildai“ įtvirtinti reikalavimą reklamuojant maisto papildus nurodyti įspėjimą, kad maisto papildas neskirtas ligų gydymui.

Magistrinio darbo baigimo data: 2012.12.18.

Autorius: S.Umbrasienė

El.paštas: umbrasiene.saule@gmail.com

LITERATŪRA

Europos Sąjungos teisės aktai:

1. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus. [2001] OL L 311.
2. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 178/2002 nustatantis maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiantis Europos maisto saugos tarnybą ir nustatantis su maisto saugos klausimais susijusias procedūras. [2002] OL L 31.
3. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/46/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto papildais, suderinimo. [2002] OL L 183.
4. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2004/27/EB 2004 m. kovo 31 d. iš dalies keičianti Direktyvą 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmonėms skirtus vaistus [2004] OL L 136. 1 str.
5. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą. [2006] OL L 404.
6. Europos Parlamento ir tarybos reglamentą (EB) Nr. 1925/2006 dėl maisto produktų papildymo vitaminais ir mineralais bei tam tikromis kitomis medžiagomis. [2006] OL L 404.
7. EB Komisijos ataskaita Tarybai ir Europos Parlamentui dėl kitų medžiagų nei vitaminai ir mineralinės medžiagos naudojimo maisto papilduose. Briuselis, COM(2008) 824
8. Europos Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1170/2009 iš dalies keičiantis Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2002/46/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 1925/2006 dėl vitaminų ir mineralinių medžiagų bei jų formų, kurių galima pridėti į maisto produktus, įskaitant maisto papildus, sąrašų. [2009] OL L 314/36.
9. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr.1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams. [2011] OL L 304/18.
10. Europos Komisijos reglamentas (ES) Nr. 432/2012 dėl tam tikrų leidžiamų vartoti teiginių apie maisto produktų sveikumą, išskyrus teiginius apie susirgimo rizikos mažinimą, vaikų vystymąsi ir sveikatą, sąrašo sudarymo. [2012] OL L 136.

Lietuvos Respublikos teisės aktai

11. Lietuvos Respublikos Konstitucija. *Valstybės žinios*. 1992, Nr.33-1014.

12. Lietuvos Respublikos Civilinis kodeksas. Vilnius, 2010.
13. Lietuvos Respublikos Administracinių teisės pažeidimų kodeksas. *Valstybės žinios*. 1985, Nr. 1-1.
14. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas. *Valstybės žinios*.1996, Nr.71-1706;2006, Nr.82-3254(su pakeitimais ir papildymais).
15. Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas. *Valstybės žinios*. 2000, Nr.64-1937.
16. Lietuvos Respublikos maisto įstatymas. *Valstybės žinios*.2000, Nr.32-89.
17. Lietuvos Respublikos farmacijos įstatymas. *Valstybės žinios*.2006, Nr. 78-3056.
18. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2003m. gruodžio mėn.24 d. įsakymas Nr. V-772,, Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2003 „Maisto papildai“ patvirtinimo” *Valstybės žinios*. 2004 m. Nr.7-158.
19. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2006 m. rugsėjo 14 d. įsakymas Nr.V-758 „Dėl probleminių produktų priskyrimo atitinkamai produktų grupei tarpžinybinės komisijos sudarymo“ *Valstybės žinios*. 2006, Nr.101-3922.
20. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2006 m. gruodžio 28 d. įsakymas Nr. V-1128 „Dėl Vaistinių preparatų reklamos taisyklių patvirtinimo“. *Valstybės žinios*. 2007, Nr.2-98.
21. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. vasario 22 d. įsakymas Nr. V-161 „Dėl Pranešimo (notifikavimo) apie į Lietuvos Respublikos rinką pateikiamus maisto papildus tvarkos aprašo patvirtinimo“. *Valstybės žinios*. 2010, Nr.24-1149.
22. Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2010 m. gegužės 13 d. įsakymas Nr. V-432 „Dėl Lietuvos higienos normos HN 17:2010 „Maisto papildai ” patvirtinimo. *Valstybės žinios*.2010, Nr.58-2844.
23. Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2001 m. 05.18 d. nutarimu Nr.7/b „Dėl UAB „Romixas“ veiksmų atitikimo reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus

24. Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos nutarimas 2007 m. birželio 28 d. Nr. 2S-16 „Dėl UAB „Direct best sellers“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams“. *Informaciniai pranešimai* Nr. 55(1)-826, 2007-07-18.

Specialioji literatūra (lietuvių kalba)

25. Chmieliauskaitė, I. Informacijos apie maistą sąsajos su maisto produktų pasirinkimu visuomenės sveikatos požiūriu. *Daktaro disertacija*. Vilnius. 2009.

26. Kochanskienė, I.; Petkevičienė, J.; Šumskas, I.; Kregždytė, R. Suaugusiųjų žmonių maisto papildų vartojimo ypatybės. *Bendrosios praktikos gydytojas* 2008, tomas XII, Nr.7-8, p.487-493.

27. Kriaučionienė, V.; Petkevičienė, J.; Klumbienė, J.; Ramažauskienė, V. Suaugusių Lietuvos gyventojų maisto papildų vartojimas atsižvelgiant į socialinius ir demografinius veiksnius. Kaunas: *Lietuvos bendrosios praktikos gydytojas* 2007, tomas XI, Nr.12.

28. Markauskas, L. Reklamos ir kitos informacijos apie prekes ir paslaugas santykis: teisinis aspektas. *Socialinių mokslų studijos*.2010, 2 (6).

29. Markauskas, L. Reklamos teisinis reglamentavimas: teorija ir praktika. *Vilnius*, 2008.

30. Pruskus, V. Kūnas, vartojimas ir sėkmė: tarp būtinumo ir regimybės. *Filosofija.Sociologija*.2008.T.19 Nr.1, p. 44-51.

31. Reingardienė, D. Efedrinai. Klinikinė farmakologija. *Lietuvos bendrosios praktikos gydytojas*.2007, tomas XI, Nr.2.

32. Rudanov, A. Pasigedo aiškumo. *Verslo žinios*.2012.11.09.

33. Savickienė, N. Ar augalinis vaistinis preparatas tolygus augaliniam maisto papildui. *Farmacija ir laikas*, 2012 Nr.4.

34. Stukas R., Voicechovskaja, I. Maisto papildų vartojimas tarp studentų medikų ir jų požiūris į maisto papildų vartojimą. *Visuomenės sveikata* 2010/1 (48):67-73.

35. Stukas, R.; Barkevičiūtė, R.; Barzda, A.; Šurkienė, G.; Karpenk, E. Lietuvos aukštųjų mokyklų studentų gyvenama, maisto papildų vartojimas ir požiūris į maisto papildus. *Medicinos teorija ir praktika* 2006; 12(3):249-259.

36. Špokienė I. Papildomosios ir alternatyviosios medicinos teisinio reguliavimo Lietuvoje probleminiai aspektai. *Sveikatos politika ir valdymas: mokslo darbai / Mykolo Romerio universitetas*. 2011 [Nr.] 1(3), p. 182-183.

37. Špokienė I. Vaistų ir maisto papildų teisinio atribojimo teoriniai ypatumai ir praktinės problemos. *Jurisprudencija*. 2011, 18(2), p.769-790.

38. Specialioji literatūra (anglų kalba)

39. Eberhardie, Ch. Nutritional supplements and EU: is anyone happy? *Proceedings of the Nutrition Society*. 2007, 66, 508-511.
40. Eberhardie, Ch. Nutritional supplements and the EU: is anyone happy? *Proceedings of the Nutrition Society* (2007), 66, 508-511.
41. Karajiannis, H.; Fish, C. Legal aspects: how do food supplements, differ from drugs, medical devices and cosmetics products? *Nutrition for Healthy Skin*. 2011.
42. Mulryne, J.; Driver, E. Control of Advertising of Borderline Products: Medical Devices, Foods and Cosmetics. *The International Comparative Legal Guide to: Pharmaceutical Advertising*. 2011.
43. Mursu, J.; Robien, K.; Harnack, L. et al. Dietary Supplements and Mortality Rate in Older Women-The Iowa Women's Health Study. *Archives of Internal Medicine*. 2011; 171 (18):1625-1633.
44. Schwitters B. et all. The European regulation of food supplements and food fortification. *Environmental Law & Management*. (2007) 19, 19-29.

Elektoriniai šaltiniai:

45. 222 EU health claims become law; experts predict „tsunami of cheap innovation”. *Food navigator.com* 16.05.2012 [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.31]. Prieiga per internetą : <<http://www.foodnavigator.com/content/view/637131>>
46. Apie nelegalią prekybą maisto papildu“Lida“. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. 2010.02.02.[interaktyvus, žiūrėta 2012.11.15] Prieiga per internetą:<<http://vmvt.lt/lt/naujienos/1740/>>
47. Ar galima nusipirkti svajonių figūrą? *www. mano sveikata .lt* [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.10].Prieiga per internetą: <<http://www.manosveikata.lt/lt/temos/siuolaikine-medicina-iranga/ar-galima-nusipirkti-svajoniui-figura?>>
48. Balzamo Promed reklama klaidina visuomenę. *Valstybinė vaistų kontrolės tarnyba*, 2010.01.14. [interaktyvus, žiūrėta 2012-09-08]. Prieiga per internetą: <http://www.vvkt.lt/popup2.php?m_news_id=647>

49. Consumer consumption of vitamin and mineral food supplements. *Social Research*. 2008. [interaktyvus, žiūrėta 2012.05.20]. Prieiga per internetą: <http://www.foodbase.org.uk//admintools/reportdocuments/472-1-841_viminsupconsumer.pdf>
50. Europos Komisijos pranešimas spaudai. *Komisija patvirtina leidžiamų skelbti teiginių apie maisto produktų sveikumą sąrašą*. Briuselis, 2012 m. gegužės 16 d. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.05]. Prieiga per internetą : <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-479_lt.htm>
51. Europos Komisijos Sveikatos ir vartotojų apsaugos generalinio direktorato atsakymas į Komisijos nariui M. Kyprianou siųstus laiškus dėl didžiausio vitaminų ir mineralinių medžiagų kiekio maisto papilduose nustatymo [2006]. [interaktyvus, žiūrėta 2012.08.03]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/supplements/documents/coll_answer_lt.pdf>
52. Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje C-544/10 *Deutsches Weintor eG prieš Land Rheinland –Pfalz*. [2012]. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą : <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012>>
53. Lachenmeier, DW.; Steffen, C. et al. What is a food and what is a medicinal product in the European Union? Use of the benchmark dose (BMD) methodology to define a threshold for "pharmacological action. *PubMed*[2012]. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.02]. Prieiga per internetą: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22960033>>
54. Lieknėjimui skirti preparatai - rizika vartotojams. *Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos pranešimas žiniasklaidai*. 2012.11.07. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.07] Prieiga per internetą: <<http://www.vvat.lt/index.php?993414545>>.
55. Lietuvoje: mulkinančios TV sveikatos laidos. *SOS03 internetinis medicinos naujienų, gydymo ir sveikatos saugojimo portalas* 2009.10.11. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.02]. Prieiga per internetą: <http://www.sos03.lt/Forumas/Apie_sveikata/Mitybos_ypatumai/Lietuvoje_mulkinancios_TV_sveikatos_laidos>

56. Lietuvos Respublikos Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos naujienos [interaktyvus, žiūrėta 2012-02-03]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/naujienos/2404/>>
57. Maisto sauga ir kokybė. Reklamos kontrolė. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.05]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/maisto.sauga.ir.kokybe/rinkos.kontrolereklamos.kontrolere/>>
58. Martinez, ME. et al. Dietary supplements and cancer prevention: Balancing potential benefits against proven harms. *Journal of the national cancer institute*. 2012. [interaktyvus, žiūrėta 2012.06.10]. Prieiga per internetą: <<http://jnci.oxfordjournals.org/content/early/2012/04/24/jnci.djs195>>
59. Nutrition labels and health claims: the global regulatory environment. WHO. 2004. [Interaktyvus, žiūrėta 2012.10.05.] Prieiga per internetą: <<http://whqlibdoc.who.int/publications/2004/9241591714>>
60. Per pusmetį Reklamos įstatymas buvo pažeistas 7 kartus. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos*. 2009.07.15. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/1586/>>
61. Pradedamas taikyti Europos Komisijos sveikatingumo teiginių naudojimo reglamentas. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. 2012.12.14. [interaktyvus, žiūrėta 2012.12.14] Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2880/>>
62. Prof. A. Henzelio paskaita Lietuvos specialistams apie maisto papildus. *VMVT įvykiai, strategija*. 2007-08-20. [interaktyvus, žiūrėta 2012.04.16] Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/1359/>>
63. Reklamos kontrolė. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/maisto.sauga.ir.kokybe/rinkos.kontrolereklamos.kontrolere/>>
64. Seminare nagrinėtos maisto produktų ženklavimo naujienos. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba*. 2012-10-31. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.31]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2814/>>

65. European Medicines Agency recommends suspension of marketing authorisation for sibutramin. *Press release*[interaktyvus, žiūrėta 2012.03.01] Prieiga per internetą:<http://www.emea.europa.eu/docs/en_GB/document_library/Press_release/2010/01/WC500069995.pdf >
66. Special Eurobarometer 246/Wave 64.3. *TNS Opinion&Social*. 2006. [interaktyvus, žiūrėta 2012-02-05]. Prieiga per internetą:
<http://ec.europa.eu/health/ph_publication/eb_food_en.pdf>
67. Specialistai pataria ne visuomet pasitikėti maisto papildų reklama. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos*.2012.02.03. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.06]. Prieiga per internetą <<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2404/>>
68. Teisininko komentaras. Vartotojų teisių apsauga nukentėjus nuo klaidinančios reklamos. *www.delfi.lt* .2011.12.11 [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.29]
<<http://www.delfi.lt/news/daily/law/teisininko-komentaras-vartotoju-teisiu-apsauga-nukentejus-nuo-klaidinancios-reklamos>>
69. The European Consumers' Organisation (BEUC) Paper on food supplements-final.[2000] [interaktyvus, žiūrėta 2012.06.15]. Prieiga per internetą:
<<http://www.beuc.org/Content/foodsupplements>>
70. Už klaidinančią reklamą –baudos. *Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos*. 2010.10.15. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.05].<<http://vmvt.lt/naujienos/1956/>>
71. Už reklamos transliavimo pažeidimus sveikatos laidose skirti įspėjimai.2011 lapkričio 16d. *BNS*. [interaktyvus, žiūrėta 2012.10.23].Prieiga per internetą:
<http://www.15min.lt/deuce/naujiena/aktualu/lietuva/uz-reklamos-transliavimo-pazeidimus-sveikatos-laidose-skirti-ispejimai-56-180176>
72. Vaistų rinkodaros etikos kodeksas. *IFPA ir VGA patvirtintas* [2012 metų redakcija] [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.03]. Prieiga per internetą:
<<http://www.vaistukodeksas.lt/lt/efa-ir-vga-vaistu-rinkodaros-etikos-kodeksas/4>>
73. Valavičius, D. Maisto reklamos kontrolė. 2012.09.12 *konferencijos „Rinkodara ir įstatymas: ne viskas, kas efektyvu, yra teisėta“ pranešimai*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2012.09.20]. <<http://www.lvk.lt/lt/renginiai/seminarai/konferencija-rinkodara-ir-istatymas-ne-viskas-kas-efektyvu-yra-teiseta>>

74. Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnyba. *Naujienos*. 2011.08.30. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.16] Prieiga per internetą:<<http://vmvt.lt/lt/naujienos/2218/>>
75. Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos direktoriaus 2011 m. birželio 29 d. įsakymas Nr. B1 282 dėl Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos administracijos padalinio – teritorinės valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos nuostatų. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.06.] Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/lt/top/teisine.informacija/teises.aktai/archive/index4.html>>
76. Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos veiklos ataskaita 2011 m. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.05] Prieiga per internetą: <http://vmvt.lt/uploads/file/Veiklos%20ataskaitos/VMVT%202011%20metu%20ataskaita.pdf>
77. Valstybinės visuomenės sveikatos priežiūros tarnybos pažyma Lietuvos Respublikos Seimo narei A.Zuokienei dėl maisto papildų notifikavimo. 2010.06.21. Nr.S-1539 į 2010.06.08.Nr.178. [interaktyvus, žiūrėta 2012.08.10]. Prieiga per internetą: <http://www.netylėk.lt/uploads/tmce/files/178_VVSPT_maisto%20papildu%20notifikavimas.pdf>
78. VMVT ragina nepirkti nelegaliai platinamų maisto papildų, skirtų sulieknėti.2012.10.11.*Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Naujienos*. [interaktyvus, žiūrėta 2012.11.15] Prieiga per internetą:<<http://vmvt.lt/lt/naujienos/>>
79. World Health Organisation. *Substandard and counterfeit medicines* - fact sheet No. 275 November 2003. [interaktyvus, žiūrėta 2012.04.01]. Prieiga per internetą: <http://www.who.int/medicines/services/counterfeit/en/index.html>
80. World Health Organisation. Diet, nutrition and prevention of chronic disease: report of WHO/FAO expert consultation. *Technical Report Series 91*. Geneva: 2003;149< <http://www.who.int/dietphysicalactivity/publications/trs916/en/>>

Europos Teisingumo Teismo sprendimai:

81. Europos Teisingumo Teismo sprendimo bylos: C-211/03 C-299/03 ir C-316/03 C-318/03HLH *Warenvertriebs GmbH ir Orthica BV v.Vokietijos Federacinę Respubliką* [2005] ECR I-5141.

82. Byla C-319/05, Europos Bendrijų Komisija prieš Vokietijos Federacinę Respubliką [2007] ECR I-9811.
83. Europos Teisingumo Teismo byla C- 40/06 *Juers Pharma Import-Export GmbH prieš Oberfinanzdirektion Nurnberg* [2007] OL C 86/11.
84. Byla C-140/07, *Hecht-Pharma GmbH prieš Staatliches Gewerbeaufsichtsamt Lüneburg* dėl produkto „Red Rice“ klasifikavimo kaip maisto papildo ar kaip vaisto, siekiant juo prekiauti Vokietijos teritorijoje.[2009] ECR I-00041.

Nacionalinių teismų praktika:

85. Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo 2005 m. rugsėjo 29 d. nutarimas dėl Lietuvos Respublikos farmacinės veiklos įstatymo 17 straipsnio 4 dalies atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai; Valstybės žinios, 2005, Nr.117-4239.
86. Vilniaus apygardos administracinio teismo 2009.06.22 nutartis administracinėje byloje „UAB Valentis“ prieš Valstybinę vartotojų teisių apsaugos tarnybą (bylos Nr. I-1324-426/2009).

Žodynai:

87. *Tarptautinių žodžių žodynas*. Vilnius: Alma littera, 2001.

SANTRAUKA

Umbrasienė S. Maisto papildų reklamos teisinis reguliavimas/ Teisės magistro baigiamasis darbas. Vadovė dr. Doc. J. Balsienė.-Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Teisės fakultetas, 2012.

Pastaruoju metu išaugęs maisto papildų vartojimas ne visada yra pagrįstas, dažnai sąlygotas gana agresyvios maisto papildų reklamos. Netinkamas maisto papildų vartojimas kelia tam tikrą riziką visuomenės sveikatos saugumui dėl galimo kai kurių medžiagų perdozavimo, sąveikos su vartojamais vaistais. Siekiant užtikrinti vartotojų sveikatos apsaugą ir suteikti jiems galimybę pasirinkti saugius maisto papildus, būtinas teisinis maisto papildų reklamos reguliavimas. Darbe nagrinėjami maisto papildų reklamos teisinio reguliavimo ypatumai nacionalinėje ir Europos Sąjungos teisėje, aptariant bendruosius reklamos reikalavimus ir draudimus bei sveikatingumo teiginių vartojimo aspektus. Plačiau analizuojama maisto papildų reklamos problema dėl vartotojų klaidinimo, nurodant ar užsimenant apie maisto papildų gydomąsias ir profilaktines savybes, kurios paprastai būdingos vaistams. Atkreipiamas dėmesys į reklamos kontrolės problemas, dažniausiai praktikoje nustatomus maisto papildų reklamos pažeidimus ir teisinės atsakomybės klausimus.

SUMMARY

Umbrasienė S. Legal regulation of food supplements advertising/ Master's thesis in Biolaw. Supervisor Assoc. Prof. J. Balsienė. Vilnius. Mykolas Romeris University, Faculty of Law, 2012.

The recent increase in the consumption of food supplements, being not always justified, is often a result of rather aggressive and sometimes misleading advertising. Since inappropriate consumption of food supplements presents a certain risk to public health, the issue of legal regulation for food supplements advertising is becoming very important. The master's thesis deals with food supplements advertising peculiarities of legal regulation in the national and European Union law and discusses basic requirements and statutory prohibitions relating to the use of health claims. Special focus is given to consumer misleading advertising of food supplements, which either states or gives implications regarding therapeutic and prophylactic properties of food supplements, which normally pertain exclusively to medical drugs. Attention is drawn to the problems of advertising control in Lithuania, and the violations of food supplement advertising commonly observed in practice as well as legal liability issues are discussed in the paper.