

# to naudiņu iztērēšu"

DIENAS  
TĒMA

<< Kundze šiem cilvēkiem gan paudusi skepsi par šādiem brīnumlīdzekļiem, taču abi seniori, kuri pārkāpuši 80 gadu sliekšnim, šos uztura bagātinātājus izmēģinājuši jau iepriekš, kā arī konsultējušies ar ārstiem. "Es pati tos nelietoju. Uzticos savai veselībai un zālēm, ja man ārsts tās izraksta. Ja neizraksta, tad neko citu arī nelietoju," spriež Daina.

## "Kādas ir vecmāmiņas problēmas?"

Laikraksta pārstāve pacientu pieņemšanas sarakstā ir pirmspēdējā. Atnākušos konsultē vīrietis, kurš stādās priekšā kā Vladislavs, kurš gan latviešu valodu nepārvalda. Sarunai tiek pieaicināts otrs kompanionis, kurš prot latviski.

Laikraksta pārstāve nolemj neatklāt, ka viņa ir žurnāliste, bet gan Vladislavam pastāsta, ka vecmāmiņa mājās pārnesusi šādu avīzi un neticami reklāmas stāsti darījuši viņu bažīgu – vai tik tie nav krāpnieki, kas lēmuši iedzīvoties uz senioru rēķina? Kamēr viens no puisiem atbild uz šo jautājumu, otrs ik pa laikam viņam prasa: "Čto ona hočet priobresti?" ("Ko viņa vēlas iegādāties?")

"Satraukumam nav pamata, tie ir uztura bagātinātāji. Kādas ir jūsu vecmāmiņas problēmas?" vaicā latviski runājošais un jau virza "mazmeitu" produkta virzienā. Kad tiek jautāts, vai viņi ir mediķi, puisis saka tā: "Mēs esam starptautiskie speciālisti, esam izgājuši akreditāciju tieši par šo produkciju, kā tas darbojas, kāds sastāvs, kādos nolūkos tas jālieto un kādām problēmām palīdz. Produkts ir pilnīgi dabisks, sastāvā pārsvarā ir ogu, zāļu un dārzeņu ekstrakti, vitamīni. Pats galvenais – nav nekādu blakus efektu. Iesakām šo produkciju lietot kursu veidā, jo viens kurss nekādas izmaiņas nenesīs, vajag, lai tas uzkrātos organismā. No vienas sīrupa karotes labāk nepaliks."

Kad uzdod jautājumu par šokējošiem reklāmstāstiem, kas izkonkurē jebkuru trilleri, vīrieši mazliet pasmaida un paskaidro, ka viņi avīzi nerakstot, to darot citi cilvēki. "Mums galvenais, lai tajā ir redzami mūsu produkti un telefona nu-

murs," saka latviski runājošais. Noskaidrojam arī to, ka Latvijā "Wellmed Club" interneta veikala pagaidām neesot, tomēr vienmēr varot zvanīt uz avīzē norādīto numuru. Konsultāciju tādā gadījumā var saņemt telefoniski un caur pakomātu produkcija tikšot atsūtīta. Juridiskā adrese esot Rīgā, kur ir arī noliktava. Kapsulas tiek ražotas Jūrmalā, bet sīrupi Tallinā.

"Kādas ir vecmāmiņas prioritātes? Mēs varam sākt ar vienu no kaitēm un piemeklēt vajadzīgo. Ja nezināt, varbūt varat uzzvanīt viņai šobrīd un noskaidrosim, piemeklēsim. Principā varat viņai zāles nopirkt tagad un uzsākt šo kursu, aptuveni pēc mēneša viņa redzēs pirmos rezultātus un tad varēsiet izlemt – turpināt kursu vai ne," iedrošina pārstāvis.

"Aptiekās mūsu produkcijas nav, jo viņi liek ļoti lielu uzcenojumu," iestarpina Vladislavs.

Vai arī paši kungi lieto kādu no preparātiem? "Protams, protams, tieši to arī dzeru, ko gribēju ieteikt jūsu vecmāmiņai pret ceļu un muguras sāpēm, man nesen bija avārija, ļoti palīdzēja. Saprostiet, šie līdzekļi organismam palīdz cīnīties ar problēmu. Parasti jau visas problēmas ir no tā, ka organismam pietrūkst vajadzīgo vielu, vitamīnu un viņš pats vairs nevar cīnīties. Principā organismam jābūt tik spēcīgai imunitātei, ka viņš pats spēj sevi izārstēt. Sarunas beigās puisis mēģina vēl pēdējo reizi: "Tātad šodien jūs negribēsiet iegādāties neko? Ja kas, tad zvaniet!"

Ejot ārā no zāles, redzams, ka abi kungi saucokstas, šķiet, nojautuši, ka arī "mazmeitas" stāsts ir izdomāts.

## Mediķi un farmaceiti vienisprātis

Uroloģe Dzintra Litavniece uzsver, ka uztura bagātinātāji nav medikamenti. "Tā ir katra cilvēka paša izvēle, ja nav kur naudiņu likt un vēlas pabalstīt krāpniekus, to var darīt. Būtībā sev piemērotus uzturbagātinātājus vajadzētu piemeklēt tikai ar ārsta rekomendācijām, atbilstoši katram konkrētajam pacientam. Gadījumā, ja cilvēkam rodas aizdomas par prostatītu vai kādu citu uroloģisku saslimšanu, jādodas pie urologa un jāmeklē piemērotākie veidi šīs kaites ārstēšanai. Katram cilvēkam viena un tā pati kaite var izpausties savādāk, ar vienu zāli nevar izārstēt visus cilvēkus, īpaši, ja tie ir uzturbagātinātāji," skaidro Dz. Litavniece un atkārtoti uzsver, ka veselības problēmas jāizrunā ar ārstu, nevis ar preču izplatītāju. "Brīnumpārtikas pie-

devas nemēdz būt!" ārste uzsver. Tas pats attiecas uz kaitēm, kas skar potenci. "Erektīvās disfunkcijas iemesli ir simts un viens, tie ir jāizprot, lai tos varētu ārstēt. Protams, žēnšņa sakne nevienam nav kaitējusi, tas ir stimulators un labas enerģijas avots, tomēr tas nekādi neatrisina erektilo disfunkciju."

Ar izdrukām no Uzturbagātinātāju reģistra dodamies uz vietējām aptiekām apvaicāties, vai pie viņiem atrodams kādas alternatīvas?

"Mūsu aptiekā ir divi plaukti ar līdzekļiem, kas palīdz urīnceļu iekaisumu gadījumā, savukārt prostatas ārstēšanai īpaši daudz līdzekļu nav," skaidro farmaceite un parāda vienu no iepakojumiem – "Prostamol Uno", kas satur zāgzbainās sabalpalmas augļu ekstraktu un ir augu izcelsmes līdzeklis.

"Būtībā, izvēloties uzturbagātinātājus, jāskatās, vai tur norādītās vielas daudzums ir pietiekams, ja tas ir niecīgs, tad jēgas no tā īsti nebūs," papildina aptiekas darbiniece un vēl, pārskatot "WellMed" produktu sastāvu, izceļ, ka lielākā daļa no tur redzamajām vielām domāta, lai piešķirtu tekstūru sīrupiem vai arī kapsulu izgatavošanai, vērtīgās vielas tajos esot pavisam vienkāršas. Ja kārtīgi vēlas izpētīt visu sastāvu, īpaša uzmanība jāpievērš arī tur norādītajiem "E", bet tas gan neesot tik vienkārši. Farmaceite mudina pirkt uzturbagātinātājus drošās vietās un pārbaudīt, vai tie maz ir reģistrēti.

Citā aptiekā, apskatot potences uzlabošanas līdzekļa sastāvu, farmaceite smaida. "Žēnšņs ir labs enerģijas avots, piemēram, cilvēkiem ar zemu spiedienu, tas nedaudz pacels spiedienu, dos tonusu, ar seksuālo enerģiju gan tam nav nekāda sakara. Protams, to var pievienot papildus vitamīniem kā enerģijas avotu, bet viens pats tas nekādu efektu seksuālās dzīves uzlabošanā nedos. Savukārt līdzekļi, kas sola novērst urīna nesaturēšanu, apvienotas kumelītes, dzērvenes un nātre. Īpaši aizdomīga šīs kaites sakarā ir dzērvene, kas būtībā uzlabo urīnsistēmas darbu un strādā kā pretiekaisuma līdzeklis, tomēr ir urīndzenoša un pastiprina urīna izdalīšanos, attiecīgi, tā nekādi nevar strādāt par labu urīna saturēšanai." Farmaceite min, ka uzturbagātinātājus ir ļoti vienkārši palaist tirgū, jo tos nekas īsti neregulē un nekādas pārbaudes tiem neveic, kas arī ir galvenā problēma to vieglprātīgai izplatīšanai un iegādei.▶

## EKSPERTS

### Reklāmisti ar klauna degunu



Ēriks Stendzenieks, reklāmas speciālists

Juridiski – kas nav krimināls, tas var būt reklāma. Ja tas nepārkāpj konkrētā medija, redakcijas vadlīnijas un sarkanās līnijas, tas ir pieļaujams. Reklāmā, bez šaubām, ir savs brīdis šokēt. Parasti gan klienti, gan aģentūras un radošie aizkamerām jau reklāmas būtību un jēgu ar pliku vēlmi kādu nošokēt un izpausties, tomēr ar gadiem tas pāriet.

Runājot par konkrēto uzturbagātinātāju avīzi – ja nav kur likt naudu, tā var darīt, iespējams, viņiem ir sociāla misija – uzjautrināt cilvēkus, jo ar savu 30 gadu pieredzi reklāmā un sabiedrības pētīšanā nespēju noticēt, ka realitātē ir cilvēks, kurš, izlasot šos stāstus, patiešām izlēmis iegādāties kādu no šīm barības piedevām. Cita lieta ir, ka cilvēks pērk produktu uz vietas, kur jau notiek apvārdošana klātienē, viņu mērķis ir dabūt šos vecišus vienā telpā, kur tos var apstrādāt, panākt to, ka viņiem neērti atteikt, tad nu viņi pilniem mēsiem dodas mājās. Joprojām ir cilvēki, kas Nigērijas prinčiem naudu sūta un lielveikalu autostāvvietās sapriecējas par kastroļiem un iet uz bankomātu izņemt skaidru naudu iegādei – tā ir cita lieta. Tomēr, redzot tikai avīzē lasāmos stāstus, – neticu, ka kādu tas mudina pirkt. Lai gan sabiedrībā manāma tāda vēlme jeb iedīgļis – tikt apmānītam –, un tā ir dziļi iesakņojusies.

Zem pieredzes stāstiem redzami portreti un vārdi, protams, uzticību iemanto šķietami labāk, tomēr neviens neiespringst uz to, lai pārbaudītu identitātes, līdzīgi kā sociālos portālos iznirstošās viltus ziņas. Ja viņi būtu noņēmuši tos nesakarīgos stāstus un ierakstījuši, ka profesors tāds un tāds pierādījis šo un to, pievienojot nelielu atsauci, ka kādam tas palīdzējis, – telpa noteikti būtu pilnāka nekā šobrīd.

Tas, vai reklāma tiek kontrolēta, atkarīgs no klienta mārketinga departamenta. Parasti reklāmas ir jēdzīgākas, ja lēmumu pieņem uzņēmuma vai produkta dibinātājs, ražotājs vai valdes priekšsēdētājs. Viņiem izdodas interesantākas reklāmas, ar asumu, atšķirīgas, kas raisa vēlmi redzēt tās atkal. Ļoti reti to izdodas panākt, ja par reklāmu lemj mārketinga nodaļa, kur lēmumu pieņem kāds no vidējā līmeņa menedžeriem – kādu dienu viņš ir, te jau tiek atlaists, nāk cits. Tad reklāmas ir pliekānas – ar smaidīgām ģimenēm, kas aizsedz visus logo, un tu vairs nesaproti pats, kur iepērcies.

Vai ir kas tāds, kas būtu zem reklāmista goda? Redziet, katram savs gods, sava mērlente. Sabiedrība arī mainās, piemēram, kas bija pieļaujams pirms Ukrainas kara, nav pieļaujams tagad. Liela atšķirība ir arī starp pieredzējušu reklāmistu un zaļu. Pieredze sabiedrību ļauj sajūst labāk. Tad, kad tev ir piedzimis bērns un tu esi apglabājis kādu tuvu cilvēku, tikai tad tu sāc saprast, ar ko atšķiras "Pink Floyd" no Britnijas Spīrsas.

Ja ir vēlme uzstutēt sev sarkanu klauna degunu un staigāt ar to apkārt pa Latvijas un Baltijas tirgu – nevienam to nevar aizliegt. Manuprāt, aiz šī visa stāv viens ķertis uzņēmējs, kurš to produktu ir izdomājis, viņam šķiet, ka ir visu zinošs un tā ir pareizi. Iespējams, viņš pat ir apmeklējis divu nedēļu mārketinga kursus, kur viņam pateikts, ka aiz visa jābūt personiskam stāstam, un viņš to ir pārpratis.▶

## UZZIŅAI

- No 10 reklamētajiem produktiem, viens Uztura bagātinātāju reģistrā nav atrodams.
- Kā atsevišķu preparātu ražotājs norādīta Igaunijas kompānija "Nordic Vitamins OÜ", citiem tikai minēts, ka ražots ES. Viens produkts topot Latvijā – Mārupē reģistrētajā SIA "Pharma Market Solutions".
- Kā atbildīgais uzņēmums norādīts Igaunijas kompānija "Standartfarm OÜ".

AVOTS: PĀRTIKAS UN VETERINĀRAIS DIENESTS