



## LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

### NUTARIMAS

#### DĖL ATSISAKYMO PRADĖTI TYRIMĄ DĖL „FINISH“ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO IR LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS ĮSTATYMO 15 STRAIPSNIO REIKALAVIMAMS

2014 m. rugpjūčio 26 d. Nr. 1S-136/2014  
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2014 m. rugpjūčio 26 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl atsisakymo pradėti tyrimą dėl „Finish“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo ir Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Konkurencijos taryba 2014 m. birželio 16 d. gavo HENKEL LATVIA SIA (kodas 40003253247, registracijos adresas Brivibas iela 224, LV-1039 Ryga, Latvija) (toliau taip pat – Pareiškėjas) skundą<sup>1</sup>, kuris buvo papildytas<sup>2</sup>, dėl „Reckitt Benckiser (Latvia)“ SIA (kodas 40103206836, registracijos adresas Elizabetes iela 11-12 Ryga, LV-1010 Latvija) (toliau taip pat – Bendrovė) skleidžiamos „Finish Power & Pure“ indaplovių tablečių ir „Finish“ prekės ženklo reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams ir Bendrovės veiksmų atitikties Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams.

(3) Pareiškėjo teigimu, „Reckitt Benckiser (Latvia)“ SIA įvairiose prekybos vietose esančiais reklaminiiais stendais, reklaminiiais lankstinukais, internete bei televizijoje skleidžia klaidinančią reklamą (toliau taip pat – „Finish“ reklama), kurioje pabrėžiamas indaplovių tablečių „Finish Power & Pure“ išskirtinumas. Kaip matyti iš HENKEL LATVIA SIA skundo, „Finish“ reklamos klaidingumą Pareiškėjas grindžia keliais aspektais.

(4) Pirma, Pareiškėjas nurodė, kad „Finish“ reklama sudaro įspūdį, kad šiose tabletėse yra mažiau kenksmingų cheminių medžiagų nei kituose rinkoje esančiuose produktuose. Tačiau, Pareiškėjo įsitikinimu, reklamoje nurodomos indų švarumo sąsajos su cheminių medžiagų kiekio indaplovių tabletėse sumažinimu yra nepagrįstos, kadangi naudojant mažiau cheminių medžiagų suprastėja plovimo kokybė. Todėl prasčiau nuplaunami visi nešvarumai, taip pat ir cheminės medžiagos<sup>3</sup>. Pareiškėjo nuomone, „Finish“ reklamoje sudaromas įspūdis kad tabletės „Finish Power & Pure“ dėl jose esančio mažesnio cheminio medžiagų kiekio yra saugesnės vartotojui už kitus konkuruojančius produktus<sup>4</sup>. Pareiškėjas skundžia ir „Finish“ reklamą, kurioje kalbama apie plovimo efektyvumą. Anot Pareiškėjo, ištyrus tablečių „Finish Power & Pure“ plovimo kokybę, paaiškėjo, kad pastarosios tik truputį blogiau plauna kai kuriuos teršalus nei palyginimui naudota „Finish Quantum“ tabletė<sup>5</sup>.

(5) Antra, Pareiškėjo teigimu, „Finish“ reklamoje klaidingai akcentuojama „aktyviojo deguonies“ galia (reklamoje vaizduojami pro langą atskrendantys į indus „grynojo deguonies“ burbuliukai), neva dėl kurio pašalinami net sunkiai nuplaunami nešvarumai<sup>6</sup>. Pareiškėjas nurodė,

<sup>1</sup> Bylos 1 tomas, 1-11 lapai.

<sup>2</sup> Papildytas 2014 m. rugpjūčio 1 d. Bylos 1 tomas, 152-157 lapai.

<sup>3</sup> Bylos 1 tomas, 7 lapas.

<sup>4</sup> Bylos 1 tomas, 5 lapas.

<sup>5</sup> Bylos 1 tomas, 7 lapas.

<sup>6</sup> Bylos 1 tomas, 4 lapas.

kad reklamoje vaizduojami per langą įskrendantys oro burbuliukai, o reklaminiame lapelyje esantis teiginys „grynas aktyvusis deguonis“ sukuria nekaltumo, grynumo, visiško nekenksmingumo įspūdį. Pareiškėjas nurodė ištyręs tablečių „Finish Power & Pure“ cheminę sudėtį ir nustatęs, kad jose yra identiškas „aktyviojo deguonies“ arba - vandenilio peroksido kiekis kaip ir kitose indaplovių tabletėse, įskaitant ir „Somat“<sup>7</sup>.

(6) Trečia, Pareiškėjas taip pat nesutinka su interneto svetainėje [www.finishinfo.lt](http://www.finishinfo.lt) nurodomu teiginiu, kad „Finish Power & Pure“ tabletės yra „Nr. 1 Lietuvoje“, neįvardinant konkrečių tokio vertinimo duomenų. Be to, Pareiškėjas skundžia interneto svetainėje [www.google.lt](http://www.google.lt) tarp paieškos sistemoje rezultatų pateikiamą nuorodą<sup>8</sup> „FAQs by Finish the world's number 1 automatic dishwashing...“ (liet. „DUK iš „Finish“, numeris 1 pasaulyje automatinių indų plovimo...“), kuri Pareiškėjui sudaro įspūdį, kad minėto prekės ženklo produktas yra visais aspektais geriausias pasaulyje, o tai jokiais tyrimais nėra nustatyta<sup>9</sup>.

(7) Pareiškėjo nuomone, reklama buvo skleista dideliu mastu ir jos trukmė buvo ilga. Tokiu būdu, anot Pareiškėjo, pažeidžiami visų toje pačioje indaplovių tablečių rinkoje konkuruojančių ūkio subjektų, įskaitant ir Pareiškėjo interesai, kadangi sumažėja jų pardavimai, padidėja laiko ir finansinės sąnaudos<sup>10</sup>. Anot Pareiškėjo, reklama pažeidė daugelio ūkio subjektų ir vartotojų interesus.

(8) Siekdama visapusiškai įvertinti susidariusią situaciją, Konkurencijos taryba 2014 m. birželio 18 d. kreipėsi į „Reckitt Benckiser (Latvia)“ SIA LT filialą prašydama pateikti paaiškinimus bei informaciją<sup>11</sup>.

(9) 2014 m. liepos 1 d. Konkurencijos taryba gavo „Reckitt Benckiser (Latvia)“ SIA LT filialo atstovų pagal įgaliojimą Bendrovės vardu teikiamą atsakymą apie reklamos sklaidos mastą, trukmę ir kitas aplinkybes. Bendrovė pažymėjo, kad jos iniciatyva ir interesais reklamos buvo skleidžiamos: reklaminiiais stendais, reklaminiiais lapeliais, ant marškinėlių, kita reklamine medžiaga prekybos centruose, lipdukais (ženklais) „Nr. 1 Lietuvoje“ su nuoroda į „Nielsen“ duomenis. Bendrovė nurodė nesanti televizijoje ir subdomeno [www.finishinfo.lt](http://www.finishinfo.lt), į kurią nukreipia [www.google.lt](http://www.google.lt), reklamos davėja. Bendrovės teigimu, Bendrovės rengto atsakymo metu, t. y. 2014 m. liepos 11 d., reklaminiuose stenduose prekybos centruose, reklaminiuose lapeliuose, ant marškinėlių, kitose prekybos centruose naudojamose reklaminėse priemonėse, išskyrus lipdukus „Nr. 1 Lietuvoje“ su nuoroda į „Nielsen“ duomenis apie užimamą rinkos dalį Bendrovės iniciatyva reklama nėra skleidžiama.

(10) Bendrovė be kita ko, pažymėjo, kad HENKEL LATVIA SIA 2014 m. birželio 2 d. yra pateikusi ieškinį Vilniaus miesto apylinkės teismui dėl analogiškų Konkurencijos tarybos rašte nurodytų aplinkybių ir tikėtina, remiasi analogiškais įrodymais. Gautame rašte nurodoma, kad Vilniaus miesto apylinkės teisme pradėta civilinė byla Nr. 2-26335-608/2014<sup>12</sup>.

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

(11) Reklamos įstatymo 5 straipsnis draudžia naudoti klaidinančią reklamą. Tuo tarpu Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalyje įtvirtinta, kad ūkio subjektams draudžiama atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti, įskaitant ir reklamos, kuri pagal Lietuvos Respublikos įstatymus laikoma klaidinančia ar neleistina lyginamąja reklama, naudojimą.

(12) Pagal Reklamos įstatymo 25 straipsnio 7 dalį, Konkurencijos taryba gali atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, jeigu pranešime (skunde) nurodyto šiame

<sup>7</sup> Bylos 1 tomas, 6 lapas.

<sup>8</sup> Bylos 1 tomas, 22 lapas.

<sup>9</sup> Bylos 1 tomas, 7-8 lapai.

<sup>10</sup> Bylos 1 tomas, 156 lapas.

<sup>11</sup> Bylos 1 tomas, 88-91 lapai.

<sup>12</sup> Bylos 1 tomas, 95-96, 98-114 lapai.

įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo nagrinėjimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioritetų. Tokia pati Konkurencijos tarybos galimybė atsisakyti pradėti tyrimą dėl galimo Konkurencijos įstatymo pažeidimo numatyta ir Konkurencijos įstatymo 24 straipsnio 4 dalies 8 punkte.

(13) Siekdama įgyvendinti savo misiją – saugoti veiksmingą konkurenciją vartotojų gerovei – Konkurencijos taryba 2012 m. liepos 2 d. nutarimu Nr. 1S-89 „Dėl Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos veiklos, atliekant Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo priežiūrą, prioriteto“ patvirtino savo veiklos prioritetą (atlikti tyrimus ar kitaip įsikišti į rinkos veikimą, jei toks įsikišimas galėtų reikšmingai prisidėti prie veiksmingos konkurencijos apsaugos ir taip užtikrinti kuo didesnę vartotojų gerovę) bei Konkurencijos tarybos veiklos, atliekant Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo priežiūrą, prioriteto įgyvendinimo principų aprašą (toliau – Konkurencijos priežiūros prioriteto aprašas). Tuo tarpu siekdama skirti didžiausią dėmesį veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai vykdant reklamos naudojimo priežiūros veiklą, Konkurencijos taryba 2013 m. rugsėjo 24 d. nutarimu Nr. 1S-135 „Dėl Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos veiklos, atliekant reklamos naudojimo priežiūrą, prioriteto“ patvirtino savo veiklos prioritetą atliekant reklamos naudojimo priežiūrą – atlikti Reklamos įstatymo 5 ir 6 straipsniuose nurodytų reikalavimų, draudžiančių naudoti klaidinančią ir neleidžiamą lyginamąją reklamą, pažeidimų nagrinėjimo procedūrą ar pagal kompetenciją imtis kitokio pobūdžio veiksmų, jei tokie Konkurencijos tarybos veiksmai galėtų reikšmingai prisidėti prie veiksmingos vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugos. Tuo pačiu nutarimu buvo patvirtintas ir „Konkurencijos tarybos veiklos, atliekant reklamos naudojimo priežiūrą, prioriteto įgyvendinimo principų aprašas“ (toliau – Reklamos priežiūros prioriteto aprašas).

(14) Pastebėtina, jog tiek Konkurencijos priežiūros prioriteto, tiek ir Reklamos priežiūros prioriteto aprašuose buvo įtvirtinti principai, kuriais vadovaujantis Konkurencijos taryba priima sprendimus dėl tam tikro tyrimo ar reklamos nagrinėjimo procedūros tikslingumo ir apimties. Vertinant, ar tyrimas ar nagrinėjimo procedūra atitinka veiklos prioritetą, vadovaujamosi tiek Konkurencijos priežiūros prioriteto, tiek ir Reklamos priežiūros prioriteto aprašuose nustatytais strateginės reikšmės bei racionalaus išteklių naudojimo principais. Taip pat tyrimo įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai bei tyrimo įtakos veiksmingai konkurencijai ir vartotojų gerovei principais. Kaip nurodyta minėtuose aprašuose, 5 punkte, nė vienas iš šių principų neturi iš anksto nustatytos lemiamos įtakos Konkurencijos tarybos sprendimui dėl konkrečios nagrinėjimo procedūros ar tyrimo atlikimo, tačiau Konkurencijos tarybai gali pakakti įvertinti reikšmingas aplinkybes pagal vieną iš principų, kad galėtų priimti sprendimą dėl nagrinėjimo procedūros ar tyrimo atlikimo tikslingumo ir apimties.

(15) Pareiškėjo teigimu, įvairiose reklamos sklaidos priemonėse skleidžiama „Finish“ reklama suponuoja, kad „Finish Power & Pure“ tabletės yra pranašesnės už kitas tabletes dėl to, kad jose yra mažiau cheminių medžiagų, jos yra nekenksmingos, kokybiškesnės už kitus rinkoje egzistuojančius produktus. Tuo tarpu reklaminiis užrašas: „Nr. 1 Lietuvoje“ ir kiti panašaus pobūdžio užrašai, anot Pareiškėjo, leidžia manyti, kad „Finish Power & Pure“ tabletės yra geriausios ir pirmaujančios pagal visus kriterijus. Taip pat, Pareiškėjo nuomone, Bendrovės skleidžiamos reklamos laikytinos nesąžiningos konkurencijos veiksmais ir pažeidžia daugelio ūkio subjektų ir vartotojų interesus.

(16) Vertinant Pareiškėjo Konkurencijos tarybai pateiktą skundą pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl Bendrovės reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams bei Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimas ir šio skundo atitiktį Konkurencijos tarybos veiklos prioritetui, atsižvelgtina į Reklamos priežiūros prioriteto apraše ir Konkurencijos priežiūros prioriteto apraše įtvirtintus veiklos prioriteto vertinimo principus: strateginės reikšmės (aprašų 8.2 punktas) bei racionalaus išteklių naudojimo (aprašų 8.3 punktas). Kaip nurodoma Reklamos priežiūros prioriteto aprašo 11 punkte ir Konkurencijos priežiūros prioriteto aprašo 12 punkte, Konkurencijos taryba, be kita ko, vertins nagrinėjimo procedūros prevencinį pobūdį, kitų institucijų galimybes išspręsti su galimu pažeidimu susijusias problemas ir kitas strateginę nagrinėjimo procedūros reikšmę rodančias aplinkybes, o Reklamos priežiūros prioriteto aprašo 13 punkte ir

Konkurencijos priežiūros prioriteto aprašo 14 punkte teigiama, kad, vadovaudamasi racionalaus išteklių naudojimo principu, Konkurencijos taryba sieks atlikti nagrinėjimo procedūras, kurioms reikalingi Konkurencijos tarybos ištekliai būtų proporcingi tikėtiniems nagrinėjimo procedūrų rezultatams.

(17) Analizuojant turimus duomenis strateginės reikšmės ir racionalaus išteklių naudojimo principų kontekste, pažymėtina, kad šiuo metu Pareiškėjo iniciatyva ginčas dėl galimai klaidinančios „Finish“ reklamos ir galimai nesąžiningos konkurencijos veiksmų yra nagrinėjamas Vilniaus miesto apylinkės teisme. Pažymėtina, kad 2014 m. birželio 2 d. HENKEL LATVIA SIA Vilniaus miesto apylinkės teismui pateikė ieškinį dėl to paties subjekto veiksmų bei iš esmės dėl tų pačių faktinių aplinkybių ir pagrindo (t. y. galimai klaidinančios reklamos naudojimo ir nesąžiningos konkurencijos veiksmų)<sup>13</sup> kaip ir Konkurencijos tarybai teiktame skunde.

(18) Dėl šių priežasčių, atsižvelgus į tai, kad ginčas dėl iš esmės to paties klausimo jau yra nagrinėjamas Vilniaus miesto apylinkės teisme, priėmus sprendimą tarp šalių kilęs ginčas dėl galimai klaidinančios „Finish“ reklamos ir galimai nesąžiningos konkurencijos veiksmų gali būti iš esmės išspręstas. Be to, atkreiptinas dėmesys, jog Pareiškėjo skundžiama reklama, kurią, anot Bendrovės, ji naudojo savo iniciatyva ir interesais, nebėra skleidžiama. Atsižvelgiant į minėta aplinkybes, šiuo atveju darytina išvada, jog nagrinėjimo procedūra dėl reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams bei tyrimas dėl tos pačios reklamos atitikties Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams neturi strateginės reikšmės. Be to, nagrinėjimo procedūros ar (ir) tyrimo atlikimas lemtų neracionalų Konkurencijos tarybos išteklių naudojimą, nes tikėtini rezultatai gali būti pasiekti Vilniaus miesto apylinkės teismo sprendimu.

(19) Įvertinus šias aplinkybes konstatuotina, kad Pareiškėjo nurodytų faktinių aplinkybių tyrimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioriteto ir sudaro pagrindą atsisakyti pradėti tiek reklamos nagrinėjimo procedūrą, tiek ir tyrimą dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų.

(20) Pažymėtina, kad, kaip nurodyta Reklamos priežiūros prioriteto ir Konkurencijos priežiūros prioriteto aprašų 6 punkte, Konkurencijos tarybos sprendimas atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą ar tyrimą dėl to, kad jie neatitinka veiklos prioriteto, nereiškia, kad „Reckitt Benckiser (Latvia)“ SIA veiksmai negali pažeisti Reklamos įstatymo ar Konkurencijos įstatymo reikalavimų.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 25 straipsnio 7 dalimi, Konkurencijos įstatymo 24 straipsnio 4 dalies 8 punktu,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

Atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl „Finish“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams bei tyrimą dėl reklamos atitikties Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams.

Nutarimas per 30 dienų nuo jo priėmimo dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui.

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas

<sup>13</sup> Bylos 1 tomas, 1-11, 98-112 lapai.