



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL INTERNETO SVETAINĖJE *WWW.AKCIJATAU.LT* SKLEISTOS PREKIŲ
REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO
REIKALAVIMAMS

2016 m. kovo 2 d. Nr. 2S-3/2016

Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, susidedanti iš Konkurencijos tarybos pirmininko Šarūno Keserausko ir narių: Elono Šato, Jūratės Šovienės, sekretoriaujant Zitai Balsienei, išnagrinėjo klausimą dėl UAB „AkcijaTau“ (kodas 301745911) (toliau – taip pat ir Bendrovė) skelbtos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* skleistos prekių reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams nagrinėjimo procedūra pradėta 2015 m. rugpjūčio 11 d. Konkurencijos tarybos nutarimu Nr. 1S-83/2015¹, turint pagrindo įtarti, kad minėtoje interneto svetainėje skleista UAB „AkcijaTau“ prekių reklama, kurioje nurodomas kainų palyginimas, turi klaidinančios reklamos požymių. Reklamos nagrinėjimo procedūra pradėta Konkurencijos tarybos iniciatyva.

1. Nagrinėta reklama ir su ja susijusios aplinkybės

(3) Konkurencijos taryba tyrimo metu nustatė, kad UAB „AkcijaTau“² interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* skleidė informaciją apie plaukų džiovintuvą „AEG HTD 5584“ bei plaukų tiesinimo žnyplę „AEG HC 5590“.

(4) Interneto svetainę *www.akcijatau.lt* 2014 m. birželio mėn. – 2015 m. gegužės mėn. vidutiniškai per parą aplankė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] unikalių vartotojų³.

(5) Bendrovė patvirtino, kad yra plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ bei plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ reklamos davėja⁴.

1.1. Dėl plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“

(6) Bendrovė 2014 m. birželio 19 d., liepos 9 d. bei 2015 m. sausio 14 d. – gegužės 13 d. interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* skelbė plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ reklaminius pasiūlymus⁵. Pasiūlymuose šalia pardavimo kainos, kuri svyravo nuo 28,67 Eur (98,99 Lt) iki 32 Eur (110,49 Lt), buvo nurodoma palyginamoji (nubraukta) 40,25 Eur (138,98 Lt) arba 43,14 Eur (148,95 Lt) kaina. Pasiūlymuose taip pat buvo nurodoma nauda, kurią vartotojas gautų įsigijęs prekę - 20 - 29

¹ Bylos 2 tomas, 21-22 lapas.

² Bylos 1 tomas, 1-8, 9-99 lapai.

³ Interneto svetainės *www.akcijatau.lt* vidutinis unikalių lankytojų skaičius per parą tyrėjo apskaičiuotas vadovaujantis UAB „AkcijaTau“ 2015 m. gruodžio 11 d. rašte pateiktais duomenimis (bylos 3 tomas, 8-24 lapai).

⁴ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. gegužės 4 d. bei rugsėjo 11 d. raštai (bylos 2 tomas, 4, 29 lapai).

⁵ Plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ pasiūlymų pavyzdžiai: bylos 1 tomas, 2-4, 6-8, 10-12, 17-19, 24-26, 31-33, 38-40, 45-47, 52-54, 59-61, 66-68, 73-75, 80-82, 87-89, 94-96 lapai.

proc. nuolaida⁶. Šalia nurodomų kainų buvo skelbiamas paaiškinimas: „*Buvusi kaina**; (**)Anksčiau AkcijaTau taikyta kaina*“.

(7) Bendrovė, siekdama pagrįsti palyginamųjų (nubrauktų) kainų – 40,25 bei 43,14 Eur – teisingumą, nurodė, kad pagal jų turimą informaciją plaukų džiovintuvas skirtingais laikotarpiais nuo 2014 m. vasaros buvo parduodamas už 40,25 Eur (138,98 Lt) arba 43,14 Eur (148,95 Lt) kainą⁷. Be to, UAB „AkcijaTau“ paaiškino⁸, kad pagal jos turimus duomenis 2015 m. plaukų džiovintuvą už 40,25 Eur (138,98 Lt) kainą vartotojams siūlė įsigyti įvairiais kelių dienų trukmės laikotarpiais nuo 2015 m. sausio 1 d. iki vasario 2 d.

(8) Tačiau džiovintuvo palyginamosios (nubrauktos) 40,25 Eur (138,98 Lt) kainos taikymo 2014 m. bei 2015 m. laikotarpiu pagrindžiančių duomenų UAB „AkcijaTau“ nepateikė. Bendrovė nurodė, kad duomenų dėl elektroninės prekybos sistemos atnaujinimo darbų neišliko⁹.

(9) Bendrovė taip pat nurodė¹⁰, kad nuo 2014 m. vasaros iki 2015 m. kovo 13 d. plaukų džiovintuvas buvo parduodamas už 43,14 Eur (148,95 Lt) kainą. Nurodytoms aplinkybėms patvirtinti Bendrovė pateikė prekės kainos istorijos kopiją, iš kurios matyti, kad plaukų džiovintuvas už 43,14 Eur (148,95 Lt) kainą buvo parduodamas 2015 m. sausio 26 d., bei 2015 m. vasario 6 d. ekrano vaizdo kopiją.¹¹

1.2. Dėl plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“

(10) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „AkcijaTau“ 2015 m. sausio 14 d. – gegužės 13 d. interneto svetainėje www.akcijatau.lt skelbė plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ reklaminius pasiūlymus¹², kuriuose šalia pardavimo kainos nuo 28,67 Eur (98,99 Lt) iki 31,56 Eur (108,97 Lt), buvo nurodoma palyginamoji (nubraukta) 40,25 Eur (138,98 Lt) arba 43,14 Eur (148,95 Lt) kaina. Pasiūlymuose taip pat buvo nurodoma, jog įsigijęs prekę vartotojas gaus 27 - 29 proc. nuolaidą¹³. Šalia kainos buvo skelbiamas kainos paaiškinimas: „*Buvusi kaina**; (**)Anksčiau AkcijaTau taikyta kaina*“.

(11) Siekdama pagrįsti prekių pasiūlymuose nurodomų palyginamųjų (nubrauktų) kainų – 40,25 Eur (138,98 Lt) bei 43,14 Eur (148,95 Lt) – teisingumą, UAB „AkcijaTau“ Konkurencijos tarybai nurodė, kad pagal jų turimą informaciją plaukų tiesinimo žnyplės skirtingais laikotarpiais nuo 2014 m. vasaros buvo parduodamos už 40,25 Eur (138,98 Lt) arba 43,14 Eur (148,95 Lt) kainą¹⁴. Be to, Bendrovė nurodė, kad nuo 2015 m. sausio 1 d. iki vasario 2 d. plaukų tiesinimo žnyplės už 40,25 Eur (138,98 Lt) kainą vartotojams buvo siūloma įsigyti įvairiais kelių dienų trukmės laikotarpiais. Įrodymų, patvirtinančių, kad prekę buvo galima įsigyti už pasiūlyme nurodomą 40,25 Eur (138,98 Lt) palyginamąją (nubrauktą) kainą, UAB „AkcijaTau“ nepateikė, nes, pasak Bendrovės, dėl sistemos atnaujinimo darbų tokių duomenų neišliko¹⁵.

(12) Bendrovė Konkurencijos tarybai teiktuose paaiškinimuose taip pat nurodė¹⁶, kad nuo 2014 m. vasaros iki 2015 m. kovo 13 d. plaukų tiesinimo žnyplės buvo parduodamos už 43,14 Eur (148,95 Lt) kainą. Minėtoms aplinkybėms patvirtinti Bendrovė pateikė prekės kainos istorijos kopiją, iš

⁶ 2016 m. sausio 12 d. pranešimo apie atliktą tyrimą Nr. 5S-1/2016 1 lentelės 2 stulpelyje pateikta informacija (bylos 2 tomas, 46 lapas).

⁷ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. balandžio 22 d. bei rugsėjo 11 d. raštas (bylos 2 tomas, 4, 30 lapas).

⁸ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. rugsėjo 11 d. raštas (bylos 2 tomas, 29 lapas).

⁹ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. rugsėjo 11 d. raštas (bylos 2 tomas, 28-29 lapai).

¹⁰ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. balandžio 22 d. raštas (bylos 2 tomas, 4 lapas).

¹¹ Bylos 2 tomas, 6, 18 lapai.

¹² Plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ pasiūlymų pavyzdžiai: bylos 1 tomas, 13-15, 20-22, 27-29, 25-36, 41-43, 48-50, 55-57, 62-64, 69-71, 76-78, 83-85, 90-92, 97-99 lapai.

¹³ 2016 m. sausio 12 d. pranešimo apie atliktą tyrimą Nr. 5S-1/2016 2 lentelės 2 stulpelyje pateikta informacija (bylos 2 tomas, 46 lapas).

¹⁴ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. balandžio 22 d. bei rugsėjo 11 d. raštas (bylos 2 tomas, 4, 30 lapai).

¹⁵ Bylos 2 tomas, 4, 30 lapai.

¹⁶ Bylos 2 tomas, 30 lapas.

kurios matyti, kad plaukų tiesinimo žnyplės už 43,14 Eur (148,95 Lt) kainą buvo parduodamos 2015 m. sausio 26 d., bei 2015 m. vasario 2 d. ekrano vaizdo kopiją.¹⁷

1.3. Kitos su sleista reklama susijusios aplinkybės

(13) Bendrovė pripažino, kad neturėdama tikslių duomenų bei įrodymų dėl palyginamųjų (nubrauktų) kainų teisingumo, bei prekių kainų palyginimui naudodama tik epizodiškai taikytas kainas skleidė reklaminius pasiūlymus, kurie buvo neteisingi ir neatitiko Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte nurodyto reklamos teisingumo kriterijaus. Be to, Bendrovė Konkurencijos tarybą informavo, kad dar iki nagrinėjimo procedūros dėl klaidinančios reklamos pradėjimo, pažeidimą nutraukė¹⁸.

(14) UAB „AkcijaTau“ Konkurencijos tarybai taip pat nurodė, kad pagal Bendrovėje nusistovėjusią praktiką prekės už įprastą kainą parduodamos 1-2 savaites, o su nuolaida – 1-3 mėnesius, priklausomai nuo pardavimų skaičiaus¹⁹.

2. Tyrimo išvados ir UAB „AkcijaTau“ pateikti paaiškinimai

(15) Tyrimo metu nustatytos aplinkybės bei jų pagrindų padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos tyrimo skyriaus 2016 m. sausio 12 d. pranešime apie atliktą tyrimą Nr. 5S-1/2016 (toliau – Pranešimas)²⁰.

(16) Pranešime padaryta išvada, kad UAB „AkcijaTau“ 2014 m. birželio mėn. – 2015 m. gegužės mėn. interneto svetainėje www.akcijatau.lt skleidė klaidinančių reklamos požymių turinčią plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ bei plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ reklamą, kurioje buvo nurodoma prekės pardavimo kainos palyginamoji (nubraukta) kaina ir nauda procentine išraiška, kurią vartotojai gaus, jei pirks prekę.

(17) Remiantis Reklamos įstatymo 25 straipsnio 15 dalimi, Bendrovė buvo supažindinta su tyrimo išvadomis, informuota apie galimybę susipažinti su bylos medžiaga bei pateikti savo nuomonę dėl tyrimo išvadų²¹.

(18) Bendrovė 2016 m. sausio 29 d. rašte²² Konkurencijos tarybai nurodė, kad dėl pranešimo išvadų pastabų neturi. Be to, Bendrovė nurodė, kad ėmėsi priemonių, kad nepagrįstos kainos ar kainų palyginimai interneto svetainėje www.akcijatau.lt nebūtų skelbiami.

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

3. Dėl reklamos ir reklamos davėjo

(19) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nustatyta, kad reklama – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

(20) Kaip 2004 m. sausio 26 d. nutarime pažymėjo Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas: „<...> reklama paprastai laikoma tam tikra informacija, kurią skleidžiant siekiama daryti poveikį asmenų pasirinkimui, skatinti norimą elgesį“. Taigi, esminis reklamos požymis yra siekis daryti kitiems asmenims poveikį jiems renkantis ar įsigyjant tam tikrus produktus, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Toks skatinimas įsigyti ar vartoti produktus ir rodo komercinį tokios informacijos tikslą.

¹⁷ Bylos 2 tomas, 9, 20 lapai.

¹⁸ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. rugsėjo 11 d. raštas (bylos 2 tomas, 30 lapas).

¹⁹ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. rugsėjo 11 d. raštas (bylos 2 tomas, 30 lapas).

²⁰ Bylos 1 tomas, 46 lapas.

²¹ Konkurencijos tarybos 2016 m. sausio 13 d. raštas Nr. (5.1-36) 6V-64 (bylos 2 tomas, 44 lapas).

²² Bylos 2 tomas, 60 lapas.

(21) UAB „AkcijaTau“ veikla susijusi su prekyba internetu²³, todėl Bendrovės interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* skleisti plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ bei plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ pasiūlymai yra susiję su Bendrovės vykdoma ūkine – komercine veikla. Bendrovės interneto svetainėje skelbta informacija – palyginamosios (nubrauktos) kainos bei nuolaidos- informuoja reklamos vartotoją apie pasiūlymo patrauklumą, tokiu būdu skatindamos vartotojus pasinaudoti interneto svetainėje skelbtais pasiūlymais ir įsigyti būtent Bendrovės parduodamų prekių.

(22) Atsižvelgusi į tai, kas nurodyta aukščiau, Konkurencijos taryba daro išvadą, jog nagrinėjama informacija – plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ bei plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ pasiūlymai – yra reklama, kaip tai apibrėžta Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje.

(23) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 10 dalyje nurodyta, kad reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama. Kaip buvo nurodyta nutarimo (5) pastraipoje, UAB „AkcijaTau“ patvirtino, kad nagrinėjama plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ bei plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ reklama buvo skleidžiama Bendrovės iniciatyva ir interesais, todėl atsižvelgus į tai, UAB „AkcijaTau“ laikoma nagrinėjamų reklamų davėja.

4. Dėl Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimo

(24) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis draudžia klaidinančią reklamą. Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalį klaidinančia reklama pripažįstama tokia reklama, kuri bet koku būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominę elgesį, arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti.

(25) Sprendžiant, ar reklama klaidinanti, vadovaujasi Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje numatytais kriterijais. Teismų praktikoje pripažįstama, kad Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalyje įtvirtinto draudimo naudoti klaidinančią reklamą pažeidimui konstatuoti, būtina nustatyti bent vieną Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje nurodytą kriterijų, apibūdinantį klaidinančią reklamą, ir įvertinti tą kriterijų paprasto (vidutinio) reklamos vartotojo požiūriu²⁴. Šiuo atveju, kvalifikuodama pažeidimą Konkurencijos taryba vadovaujasi Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte numatytu teisingumo kriterijumi.

(26) Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte nustatytu teisingumo kriterijumi, reklamoje pateikti reklaminiai teiginiai pripažįstami neteisingais, jeigu reklamos davėjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo reklamos naudojimo metu. Tai reiškia, kad reklamos davėjas turi turėti neginčijamą įrodymų, kad jo skleidžiama reklama skleidimo metu buvo teisinga. Tuo tarpu ar pakanka reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančių duomenų, sprendžiama atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį.

(27) Pareigą būtent reklamos davėjui pagrįsti reklamos teisingumą patvirtina ir teismų praktika. Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (toliau – LVAT) yra pažymėjęs, kad „*vadovaujantis nurodytu Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punktu galima aiškiai identifikuoti įrodinėjimo pareigą, nustatytą ūkio subjektui, pagrįsti skleidžiamos reklamos teiginį objektyviais duomenimis*“²⁵. Be to, LVAT yra pažymėjęs, kad reklamos davėjas turi turėti pakankamus duomenis dėl reklamos teiginių teisingumo reklamos naudojimo metu²⁶.

²³ Konkurencijos tarybos 2015 m. lapkričio 25 d. faktinių aplinkybių konstatavimo protokolas su priedais (bylos 1 tomas 113-114 lapai).

²⁴ LVAT 2008 m. liepos 3 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A556-997/2008, UAB „Tez Tour“ v Konkurencijos taryba.

²⁵ LVAT 2010 m. gegužės 27 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-806/2010, „BIGBANK AS“ v Konkurencijos taryba.

²⁶ LVAT 2014 m. balandžio 3 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁵⁰²-777/2014, UAB „Komeksimas“ v Konkurencijos taryba.

(28) Vadovaudamasi aukščiau nurodytu, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad būtent UAB „AkcijaTau“, kaip reklamos davėja, atsako už skleidžiamos reklamos turinį ir būtent ši bendrovė turi pareigą užtikrinti, kad reklamoje būtų skleidžiama teisinga informacija jos skleidimo metu. Tai reiškia, kad Bendrovė turi pareigą pagrįsti, kad konkrečiu laikotarpiu skleistoje reklamoje nurodytų prekių palyginamoji (nubraukta) kaina atitinka tikrovę ir pateikti Konkurencijos tarybai tai patvirtinančius įrodymus. Konkurencijos taryba gavusi ūkio subjekto pateiktus įrodymus vertina, ar tie įrodymai yra pakankami, kad būtų pagrįstas skelbiamos reklamos teisingumas.

(29) Atitinkamai, vadovaujantis Reklamos įstatymo 5 straipsniu bei Reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalimi, kvalifikuodama pažeidimą Konkurencijos taryba turi pareigą pagrįsti:

(a) ar reklama klaidina ar gali suklaidinti vidutinį vartotoją, kuriam reklama yra skirta arba kurį ji pasiekia; ir

(b) ar reklama dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti vidutinio vartotojo ekonominių elgesį.

(30) Įvertinus tyrimo metu surinktus įrodymus yra pagrindo teigti, jog UAB „AkcijaTau“ nepagrindė interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* skleistos plaukų džiovintuvo ir plaukų tiesinimo žnyplių reklamos teisingumo, o tai reiškia, kad Bendrovė reklaminiuose pasiūlymuose nurodė neteisingą informaciją apie realią naudą vartotojams, kurią jie gautų įsigiję minėtas prekes. Tokią išvadą galima daryti atsižvelgus į toliau nurodytas aplinkybes.

4.1. Dėl UAB „AkcijaTau“ taikytos 40,25 Eur (138,98 Lt) palyginamosios (nubrauktos) kainos

(31) Kaip buvo nurodyta nutarimo (3) ir (10) pastraipose, remiantis Konkurencijos tarybos surinktais duomenimis Bendrovė interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* 2014 m. birželio 19 d., liepos 9 d., 2015 m. sausio 14, 20, 28 d., balandžio 22, 29 d. ir gegužės 13 d. plaukų džiovintuvo bei plaukų tiesinimo žnyplių pasiūlymuose šalia pardavimo kainos nurodė palyginamąją (nubrauktą) 40,25 Eur (138,98 Lt) kainą.

(32) Bendrovė nepagrindė reklamoje naudotos palyginamosios (nubrauktos) 40,25 Eur (138,98 Lt) kainos teisingumo Konkurencijos tarybai nurodydama, kad naudojamos palyginamosios (nubrauktos) kainos teisingumo patvirtinimo duomenų dėl techninių priežasčių neturi.

(33) Šiuo atveju reikia paminėti, kad techninių, kitų objektyvių ar subjektyvių kliūčių egzistavimas nepaneigia pareigos, pagrįsti reklamose naudojamų teiginių teisingumą turimais įrodymais, kadangi reklama siekdamas paskatinti savo prekių įsigijimą ir iš to gaudamas naudą, reklamos davėjas privalo būti rūpestingas ir užtikrinti skleidžiamų teiginių teisingumą²⁷. Be to, nagrinėjamu atveju UAB „AkcijaTau“ nedetalizavo techninės klaidos atsiradimo aplinkybių bei nepateikė įrodymų, kad minėti Bendrovės veiksmai nepriklausė nuo jos valios. Dėl šių priežasčių Konkurencijos taryba neturi pagrindo atsižvelgti į Bendrovės nurodytas aplinkybes ir nelaiko jų svarbiomis įrodinėjant skelbtų reklaminių teiginių teisingumą jų skleidimo metu.

(34) Atsižvelgusi į tai, kas išdėstyta, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad UAB „AkcijaTau“ 2014 m. birželio mėn. – 2015 m. gegužės mėn. skleistuose plaukų džiovintuvo ir plaukų tiesinimo žnyplių reklaminiuose pasiūlymuose nurodydama 40,25 Eur (138,98 Lt) palyginamąją (nubrauktą) prekės kainą ir neturėdama kainos taikymo bei nurodytos nuolaidos teisingumo įrodymų, skleidė plaukų džiovintuvo ir plaukų tiesinimo žnyplių reklamą, kuri neatitiko Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte numatyto teisingumo kriterijaus.

4.2. Dėl UAB „AkcijaTau“ taikytos 43,14 Eur (148,95 Lt) palyginamosios (nubrauktos) kainos

(35) Kaip buvo nurodyta nutarimo (3) ir (10) pastraipose, remiantis Konkurencijos tarybos surinktais duomenimis UAB „AkcijaTau“ interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* 2015 m. kovo 10,

²⁷ Konkurencijos tarybos 2013 m. gegužės 21 d. nutarimas Nr. 2S-6 „Dėl uždarnosios akcinės bendrovės „Komeksimas“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“.

18, 25 ir 31 dienomis, balandžio 8, 15, 16 dienomis skleistuose plaukų džiovintuvo bei plaukų tiesinimo žnyplių pasiūlymuose šalia pardavimo kainos nurodė anksčiau Bendrovės taikytą 43,14 Eur (148,95 Lt) palyginamąją (nubrauktą) kainą.

(36) Kaip nurodyta nutarimo (9), (12) pastraipose, UAB „AkcijaTau“, Konkurencijos tarybai nurodė, kad palyginamąsias (nubrauktas) 43,14 Eur (148,95 Lt) kainas taikė nuo 2014 m. vasaros iki 2015 m. kovo 13 d. Tačiau Bendrovės pateikti įrodymai, leidžia konstatuoti, kad vartotojams tiek plaukų džiovintuvas, tiek plaukų tiesinimo žnyplės už 43,14 Eur (148,95 Lt) kainą buvo siūlomi įsigyti tik 2015 m. sausio 26 d., plaukų džiovintuvas - vasario 6 d., o plaukų tiesinimo žnyplės – vasario 2 d. Iš nurodyto matyti, kad Bendrovės turimi skirtingų prekių reklamos teisingumo įrodymai iš viso apima tik 3 dienas iš pakankamai ilgo (nuo 2014 m. vasaros iki 2015 m. kovo 13 d.) kainos taikymo laikotarpio. Be to, remiantis Konkurencijos tarybos surinktais duomenimis²⁸ ilgesnį laikotarpį, t. y. 2015 m. kovo 10, 18, 25, 31 d., balandžio 9, 15, 16, 19 d. bei gegužės 13 d. Bendrovė vartotojams plaukų džiovintuvą ir plaukų tiesinimo žnyples siūlė įsigyti už mažesnes kainas nei reklamoje nurodyta 43,14 Eur (148,95 Lt) palyginamoji (nubraukta) kaina.

(37) Kaip buvo nurodyta nutarimo (14) pastraipoje, pagal Bendrovėje taikytus kainodaros principus, prekės už įprastą kainą buvo parduodamos 1-2 savaites, o su nuolaida – 1-3 mėnesius, priklausomai nuo pardavimų skaičiaus. Tačiau toks kainodaros nustatymo principas yra ydingas jau vien dėl to, kad Bendrovė neproporcingai taikė įprastą ir su nuolaida taikomų kainų laikotarpius.

(38) Taigi atsižvelgus į tai, kas išdėstyta nutarimo (35) - (36) pastraipose, galima daryti išvadą, kad UAB „AkcijaTau“ nepagrindė prekių reklamos, kurioje Bendrovė naudojo didesnes palyginamąsias (nubrauktas) 43,14 Eur (148,95 Lt) kainas ir jų pagrindu apskaičiuotą vartotojų gaunamą naudą, teisingumo jų naudojimo metu – 2014 m. birželio mėn. – 2015 m. gegužės mėn. Todėl Konkurencijos taryba daro išvadą, kad Bendrovė skleidė plaukų džiovintuvo ir plaukų tiesinimo žnyplių reklamą, kuri neatitiko Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte numatyto teisingumo kriterijaus.

4.3. Dėl reklamos, naudojant kainų palyginimą, poveikio vartotojų ekonominiam elgesiui

(39) Nustačiusi, kad UAB „AkcijaTau“ interneto svetainėje www.akcijatau.lt skleista plaukų džiovintuvo ir plaukų tiesinimo žnyplių reklama neatitinka teisingumo kriterijaus, Konkurencijos taryba vertina, ar klaidinantys teiginiai paveikė ar galėjo paveikti vartotojų ekonominį elgesį.

(40) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 7 dalyje nurodyta, kad sprendžiant, ar reklama yra klaidinanti, laikoma, kad vartotojai susidaro nuomonę apie reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą, reklamos išsamumą ir reklamos pateikimo būdą ar formą ir priima tokius sprendimus, kurių galima tikėtis iš vidutinio vartotojo. Remiantis Reklamos įstatymo 2 straipsnio 19 dalimi, vidutinis vartotojas apibrėžiamas taip, kaip jis suprantamas ir nurodomas Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalyje – t. y. vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas, protingai atidus ir apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius.

(41) Pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 5 dalies 3 punktą, kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, ypač atsižvelgiama į joje esančią informaciją apie prekių (paslaugų) įsigijimo ir vartojimo (naudojimo) sąlygas – kainą ar jos apskaičiavimo būdą ar ypatingo kainos pranašumo buvimą. Be to, teismų praktikoje pripažįstama, kad reklamoje pateikiama informacija, susijusi su prekių ar paslaugų kainomis, nuolaidomis yra esminė²⁹.

(42) Internetinėje prekyboje kaina tampa itin reikšmingu vartotojų elgsenai įtaką darančiu veiksniumi, nes vartotojams yra prieinama tik ribotos apimties informacija apie prekę. Kadangi renkantis prekę internetu vartotojai negali jų realiai pamatyti, paliesti, įsitikinti prekės kokybe,

²⁸ 2016 m. sausio 12 d. pranešimo apie atliktą tyrimą Nr. 5S-1/2016 1 ir 2 lentelių 2 stulpelyje pateikta informacija (bylos 2 tomas, 46 lapas).

²⁹ LVAT 2011 m. lapkričio 3 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-3030/2011, UAB „Stova“ v Konkurencijos taryba.

skelbiama minimali informaciją apie prekę – šiuo atveju informacija apie plaukų džiovintuvo ir plaukų tiesinimo žnyplių kainą bei gaunamą nuolaidą – ekonominę naudą, yra ypatingai svarbi ir daranti lemiamą įtaką vartotojo apsisprendimui įsigyti prekę.

(43) Vertinant nagrinėjamų reklaminių teiginių poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, Konkurencijos taryba atkreipia dėmesį į tai, kad palyginamųjų kainų naudojimas reklamose vartotojams daro didelę įtaką priimant sprendimus. Pavyzdžiui, reklamoje pateikiant didesnę nei iš tikrųjų palyginamąją kainą, vartotojai suvokia reklamuojamo pasiūlymo vertę kaip didesnę nei yra iš tikrųjų, o klaidinanti palyginamoji kaina ir dėl jos sukurta netikra vertė gali turėti poveikį net ir įtarių, kritiškų vartotojų atžvilgiu³⁰. Be to, jei vartotojus sudomina pasiūlymas, ir jie mano, kad nurodyta palyginamoji kaina ir dėl jos pateikimo reklamose sukuriama prekės įsigijimo nauda yra nustatyta sąžiningai, dalis jų toliau nesitikslins, ar iš tiesų reklamuojamas pasiūlymas yra geras rinkos sąlygomis³¹.

(44) Iš to galima daryti išvadą, kad vidutinis vartotojas, net ir būdamas pakankamai informuotu, protingai atidžiu ir apdairiu, interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* susipažinęs su UAB „AkcijaTau“ plaukų džiovintuvo ir tiesinimo žnyplių reklaminiiais pasiūlymais, kuriuose taikoma nuolaida pateikiama patraukliau nei yra iš tikrųjų, galėjo būti suklaidintas ir, Bendrovės vykdomos akcijos metu, galėjo tikėtis įsigyti nurodytas prekes 25 - 29 procentais pigiau nei prieš tai Bendrovės elektroninėje parduotuvėje *www.akcijatau.lt* buvusi kaina.

(45) Tačiau nagrinėtuose reklaminiuose prekių pasiūlymuose UAB „AkcijaTau“ reklamuodama pasiūlymų patrauklumą, išreikštą pardavimo kainos ir didesnės kainos palyginimu, atspindėjo ne realią, bet pačios Bendrovės sukurtą imitacinę pasiūlymo naudą. Bendrovė nepagrįstai skelbė prekių pasiūlymų naudą, kadangi ji neįrodė, jog palyginamoji (nubraukta) prekių kaina iš tiesų yra buvusi anksčiau UAB „AkcijaTau“ taikyta kaina.

(46) Todėl jei vartotojai žinotų teisingą informaciją apie realią reklamose nurodytų pasiūlymų naudą, tikėtina, kad jie būtų priėmę kitokius sprendimus – nebūtų pirkę reklamuotų prekių iš UAB „AkcijaTau“ arba būtų ieškoję palankesnių pasiūlymų kitose prekybos vietose.

(47) LVAT pasisakydamas apie dirbtinai padidintas palyginamąsias kainas yra pabrėžęs, kad aktualios ir nebeaktualios kainos palyginimas gali atspindėti ne objektyvų, bet dirbtinai reklamines veiklos subjekto sukurtą kainų skirtumą ir jų lyginimą, o tai gali išreikšti ne objektyvią tikrovę, bet menamą, hipotetinį kainų skirtumą ir prekių įsigijimo privalumą. Teismo nuomone, tokia situacija gali klaidinti vartotoją³².

(48) Visgi, Konkurencijos taryba laikosi nuomonės, kad pasiūlymai, kuriuose pateikiami kainų palyginimai, gali būti naudingi vartotojui, nes jais siekiama pabrėžti prekės įsigijimo naudą. Tačiau vartotojai galės realiai įvertinti pasiūlymo naudą ir nuspręsti, ar jiems pasiūlymas naudingas tik tuo atveju, jei jiems bus paaiškinta, ką pateiktas kainų palyginimas žymi, ir jei bus nurodoma reali palyginamoji kaina.

(49) Nors Bendrovė Konkurencijos tarybai pateikė įrodymus, kad reklaminiuose pasiūlymuose iš tiesų kelias dienas buvo taikoma jos nurodyta palyginamoji (nubraukta) kaina, tačiau toks epizodiškai naudotų kainų pagrindimas, atsižvelgus į kitus byloje esančius įrodymus (ilgą klaidinančios reklamos skleidimo laikotarpį bei Konkurencijos tarybos nutarimo (31) bei (35) pastraipoje nurodytus įrodymus) nėra pakankamas, kad būtų įrodytas skleistos reklamos teisingumas.

(50) Konkurencijos taryba vertindama reklamos vartotojo ekonominį elgesį vadovaujasi Reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalies nuostata, kad įrodinėjant reklamos klaidinanti pobūdį, nėra būtina įrodyti, kad buvo realiai paveiktas reklamos vartotojų ekonominis elgesys. Kaip nurodyta

³⁰ Ahmetoglu, G. et al. *Pricing Practices: Their Effects on Consumer Behaviour and Welfare*. 2010, p. 17, prieiga per: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402142426/http://oft.gov.uk/shared_of/business_leaflets/659703/Advertising-of-prices/Pricing-Practices.pdf.

³¹ Office of Fair Trading. *Advertising of prices*. 2010, 4.17 paragrafas, prieiga per: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402142426/http://oft.gov.uk/shared_of/market-studies/AoP/OFT1291.pdf.

³² LVAT 2012 m. balandžio 2 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁵²⁰–2098/2012, UAB „IMK LT“ v Konkurencijos taryba.

teismų praktikoje, įrodinėjant realų vartotojų suklaudinimą, tokia įrodinėjimo pareiga neleistų nustatyti tinkamos pusiausvyros tarp vartotojų ir ūkio subjektų interesų, iškreiptų vartotojų teisių apsaugos sistemos prasmę bei tikslus. Aptariamoje nutartyje LVAT konstatavo, kad reklamos klaidinantis pobūdis gali būti įrodytas ir tikėtinu poveikiu vartotojams, vertinant jį vidutinio vartotojo atžvilgiu³³.

(51) Analogiškos nuostatos numatytos ir Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 10 dalyje, kuri numato, kad sprendimas dėl sandorio suprantamas kaip vartotojo sprendimas veikti ar neveikti, kurį vartotojas priima dėl produkto pirkimo, pirkimo būdo ir sąlygų, visos kainos sumokėjimo ar mokėjimo dalimis, produkto įsigijimo ar atsisakymo, ar pasinaudojimo su produktu susijusia sutartine teise. Tai reiškia, kad net jei vartotojas ir nepirko prekės, tai nereiškia, kad jo ekonominis elgesys nebuvo paveiktas.

(52) Apibendrinus tai, kas išdėstyta, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad UAB „AkcijaTau“ interneto svetainėje www.akcijatau.lt skleistoje plaukų džiovintuvo ir plaukų tiesinimo žnyplių reklamoje, kurioje prekių pardavimo kainos buvo lyginamos su didesnėmis nei iš tikrųjų palyginamosiomis (nubrauktomis) kainomis, pateikė neteisingą informaciją apie reklamuojamų pasiūlymų realią naudą, todėl galėjo klaidinti vartotojus ir paveikti jų ekonominį elgesį.

5. Išvados

(53) Apibendrinus tai, kas išdėstyta nutarimo 4 dalyje, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad Bendrovė interneto svetainėje www.akcijatau.lt 2014 m. birželio mėn. - 2015 m. gegužės mėn. skleistose plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ ir plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ reklamose nurodžiusi santykinai trumpai taikytas, taip pat jokiais įrodymais nepagrįstas didesnes palyginamąsias (nubrauktas) kainas, skleidė neteisingą informaciją apie reklamuojamų pasiūlymų naudą. Tokiu būdu UAB „AkcijaTau“ prekių reklamose demonstruodama pasiūlymų patrauklumą atspindėjo ne realią, bet pačios Bendrovės sukurtą imitacinę reklaminių pasiūlymų naudą, todėl nuolaidos dydis reklamose buvo neteisingas, o skelbti reklaminiai teiginiai – klaidinantys ir pažeidžiantys Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies reikalavimus.

(54) Be to, Konkurencijos taryba atkreipia dėmesį, jog nors šio tyrimo metu buvo nagrinėta tik aukščiau minėtų prekių reklama, tai nereiškia, kad likusių UAB „AkcijaTau“ parduodamų prekių reklama atitinka Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus. Atsižvelgus į tai, jog UAB „AkcijaTau“ savo pirkėjams siūlo didelį kiekį ir įvairovę prekių, buvo objektyviai neįmanoma patikrinti visų prekių reklamų atitiktį Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams. Vis tik Konkurencijos taryba tikisi, kad atsižvelgdama į šio tyrimo išvadas Bendrovė įvertins kitų savo parduodamų prekių reklamas ir, prireikus, atitinkamai pakeis šias reklamas taip, jog jos neklaidintų vartotojų.

6. Dėl UAB „AkcijaTau“ taikytinų sankcijų

(55) Reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalyje yra nustatyta, kad reklamos davėjas už klaidinančios reklamos naudojimą atsako tuo atveju, jeigu jis neįrodo, kad šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti ne dėl jo kaltės. Atsižvelgus į tai, kad UAB „AkcijaTau“ nepateikė įrodymų, kad Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl Bendrovės kaltės, daroma išvada, kad UAB „AkcijaTau“ yra atsakinga už plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ ir plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ klaidinančios reklamos skleidimą.

(56) Pažeidus įstatymo 5 straipsnio reikalavimus reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama nuo dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių iki aštuonių tūkstančių šešių šimtų aštuoniasdešimt aštuonių eurų bauda, numatyta Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje.

(57) Nustatydama baudos dydį, Konkurencijos taryba privalo atsižvelgti į Reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalyje reglamentuotus baudos dydžio nustatymo principus, pagal kuriuos

³³ LVAT 2010 m. spalio 11 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-1235/2010, UAB „Investmenthouse“ v. Konkurencijos taryba.

baudos dydis apsprendžiamas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį, atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą bei šio straipsnio 7 ir 8 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

(58) Šiuo atveju baudos vidurkis yra 4 488 eurai. Galutinį baudos dydį Konkurencijos taryba nustato atsižvelgusi į padaryto pažeidimo pobūdį, reklamos sklaidos mastą, trukmę, atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

(59) Vertinant UAB „AkcijaTau“ padaryto pažeidimo pobūdį, būtina atsižvelgti į tai, kad Bendrovė skleidė ne vienos, o kelių prekių reklamas, kuriose, pateikdama kainų palyginimus, nurodė neteisingą informaciją apie reklamuojamų pasiūlymų realią naudą vartotojams. Kaip buvo minėta nutarimo (41) pastraipoje, informacija apie paslaugos kainą yra esminė, svarbi ir daranti įtaką vartotojo ekonominiam elgesiui, todėl nustatytas pažeidimas yra reikšmingas Reklamos įstatymo saugomų vertybių kontekste.

(60) Pažymėtina, kad nors Bendrovės skleistų reklamų klaidingumas buvo vertinamas nagrinėjant konkrečių prekių pasiūlymus, tačiau nagrinėjamu atveju Konkurencijos taryba UAB „AkcijaTau“ pažeidimą vertina kaip tęstinį.

(61) Sprendžiant dėl pažeidimo tęstinumo, būtina atsižvelgti į kelis aspektus. Visų pirma, nepriklausomai nuo to, kokia prekė buvo reklamuojama, vartotojus pasiekė informacija, kurioje nurodoma vartotojų gaunama nauda, įsigijus prekę. Tokiu būdu buvo pabrėžiamas Bendrovės reklaminių pasiūlymų patrauklumas. Antra, skirtingų prekių reklamas siejo tie patys elementai, t. y. visuose Bendrovės reklaminiuose pasiūlymuose buvo nurodoma ta pati esminė informacija: prekės pavadinimas, prekės pardavimo ir didesnė palyginamoji (nubraukta) kaina, procentais išreikšta nuolaida bei paaiškinimas, ką žymi nubraukta prekės kaina. Trečia, reklaminiai nagrinėtų prekių pasiūlymai buvo skleidžiami tuo pačiu laikotarpiu bei buvo skleidžiami tomis pačiomis reklamos sklaidos priemonėmis, t. y. interneto svetainėje *www.akcijatau.lt*.

(62) Šiuo atveju tęstinės klaidinančios reklamos pažeidimo pradžia sietina su 2014 m. birželio 19 d.³⁴, kuomet interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* buvo užfiksuota plaukų džiovintuvo reklama (nutarimo (6), (10) pastraipos). Konkurencijos tarybos vertinimu, pažeidimo pabaiga turi būti laikoma 2015 m. gegužės 13 d., kuomet paskutinį kartą buvo užfiksuota interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* parduodamų prekių – plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ ir plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ – reklama (nutarimo (6),(10) pastraipos). Vertinant pažeidimo trukmę, svarbu pažymėti, kad Konkurencijos taryba remiasi ne tik Bendrovės teiktais paaiškinimais bei duomenimis, tačiau ir Konkurencijos tarybos surinktais įrodymais, kurie leidžia daryti išvadą, kad nagrinėtų prekių pasiūlymai, kuriuose buvo nurodoma nepagrįsta nauda vartotojams, buvo skleidžiami bent 2014 m. birželio 19, liepos 9 dienomis, 2015 m. sausio 14, 20, 28, kovo 10, 18, 25, 31, balandžio 8, 15, 16, 22, 29 bei gegužės 13 dienomis.

(63) Apibendrinus turimus duomenis laikytina, kad klaidinanti, plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ ir plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ reklama buvo skleista 2014 m. birželio mėn.– 2015 m. gegužės mėn. Šią aplinkybę iš esmės patvirtino ir pati Bendrovė³⁵. Todėl atitinkamai pažeidimo trukmė yra 11 mėnesių ir vertintina kaip labai ilga.

(64) Vertinant pažeidimo mastą, atkreiptinas dėmesys, kad UAB „AkcijaTau“ nagrinėta reklama buvo skleidžiama tik interneto svetainėje *www.akcijatau.lt*, kurią 2014 m. birželio mėn. – 2015 m. gegužės mėn. vidutiniškai per parą aplankė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] unikalių vartotojų³⁶. Atsižvelgusi į tai, Konkurencijos taryba UAB „AkcijaTau“ reklaminių pasiūlymų skleidimo mastą vertina kaip vidutinį.

³⁴ 2015 m. gegužės 4 d. bei rugsėjo 11 d. pateiktuose paaiškinimuose UAB „AkcijaTau“ nurodė, jog plaukų džiovintuvo bei plaukų tiesinimo žnyplių reklama buvo pradėta skleisti 2014 m. vasarą (Bylos 2 tomas, 4, 29 lapai).

³⁵ UAB „AkcijaTau“ 2015 m. rugsėjo 11 d. pateiktuose paaiškinimuose nurodė, jog nurodytų prekių reklamos nuo 2014 m. vasaros iki 2015 m. gegužės 29 d. buvo skleistos Bendrovės iniciatyva ir interesais (bylos 2 tomas, 29 lapas).

³⁶ Interneto svetainės *www.akcijatau.lt* vidutinis unikalių lankytojų skaičius per parą tyrėjo apskaičiuotas vadovaujantis UAB „AkcijaTau“ 2015 m. gruodžio 11 d. rašte pateiktais duomenimis (bylos 3 tomas, 8-24 lapai).

(65) Nustatydamą UAB „AkcijaTau“ skiriamos sankcijos dydį Konkurencijos taryba atsižvelgia į Reklamos įstatymo 24 straipsnio 7 dalyje nurodytą atsakomybę lengvinančią aplinkybę – kaip buvo nurodyta nutarimo (13) pastraipoje, Bendrovė tyrimo metu pripažino pažeidimą.

(66) Tyrimo metu kitų Bendrovės atsakomybę lengvinančių ar sunkinančių aplinkybių nebuvo nustatyta.

(67) Atsižvelgus į aukščiau išdėstytas aplinkybes, už klaidinančios reklamos skleidimą UAB „AkcijaTau“ skiriama 5400 eurų bauda.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 5 straipsniu, 21 straipsnio 1 dalies 7 punktu, 24 straipsnio 1, 5 ir 7 dalimis, 25 straipsnio 17 dalimi,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

1. Pripažinti UAB „AkcijaTau“ skirtingais laikotarpiais nuo 2014 m. birželio mėnesio iki 2015 m. gegužės mėnesio interneto svetainėje *www.akcijatau.lt* skleistą plaukų džiovintuvo „AEG HTD 5584“ ir plaukų tiesinimo žnyplių „AEG HC 5590“ reklamą, kurioje buvo nurodoma prekės pardavimo kainos palyginamoji (nubraukta) kaina ir nauda procentine išraiška, kurią vartotojai gautų jeigu įsigytų prekę, klaidinančia reklama.

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą skirti UAB „AkcijaTau“ 5400 (penkių tūkstančių keturių šimtų) eurų baudą.

3. Įpareigoti UAB „AkcijaTau“ per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nustatytos baudos sumokėjimo pranešti apie tai Konkurencijos tarybai ir pateikti tai patvirtinančius įrodymus.

Nutarimas per 30 dienų nuo jo priėmimo dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui. Skundo padavimas nesustabdo Konkurencijos tarybos nutarimo vykdymo.

Vadovaujantis Reklamos įstatymo 26 straipsniu, paskirta bauda ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos turi būti sumokėta į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą³⁷ (įmokos kodas 6920, lėšų gavėjas – Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas – 188659752).

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas

³⁷ Nr. LT78 7290 0000 0013 0151 (AB „Citadele“ bankas); Nr. LT74 4010 0510 0132 4763 (AB DNB bankas); Nr. LT05 7044 0600 0788 7175 (AB SEB bankas); Nr. LT32 7180 0000 0014 1038 (AB Šiaulių bankas); Nr. LT74 7400 0000 0872 3870 (*Danske Bank A/S* Lietuvos filialas); Nr. LT12 2140 0300 0268 0220 (*Nordea Bank AB* Lietuvos skyrius); Nr. LT24 7300 0101 1239 4300 (AB „Swedbank“); LT42 7230 0000 0012 0025 (UAB Medicinos bankas).