



## LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

### NUTARIMAS

#### DĖL ATSISAKYMO PRADĖTI TYRIMĄ DĖL UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS „PLUNGĖS DUONOS KEPINIAI“ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO IR LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS ĮSTATYMO 15 STRAIPSNIO REIKALAVIMAMS

2016 m. birželio 1 d. Nr. 1S – 67/2016  
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2016 m. birželio 1 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl atsisakymo pradėti tyrimą dėl uždarnosios akcinės bendrovės „Plungės duonos kepiniai“ (toliau – UAB „Plungės duonos kepiniai“, Bendrovė) (kodas 303233888) 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 2016 m. kovo 24 d. gavo uždarnosios akcinės bendrovės „Vilniaus duona (toliau – Pareiškėjas, UAB „Vilniaus duona“) skundą<sup>1</sup> (toliau – Skundas) dėl UAB „Plungės duonos kepiniai“ ekologiškos duonos „Trejos Girnos“ reklamos.

(3) Skunde Pareiškėjas nurodė, kad UAB „Plungės duonos kepiniai“ 2016 m. kovo – balandžio mėn. televizijoje skleidė ekologiškos duonos „Trejos Girnos“ reklamą: „*Visi duonos gamintojai tvirtina, kad jų produkcija – pati geriausia. Bet pažiūrėjus į jų sudėtį, to nepasakysi: visokie dažikliai, tirštikliai, konservantai. O štai kaip atrodo ekologiška Trejų Girnų duona. Gražu pažiūrėti. Tiesa? Bet dar skaniau valgyti. Ekologiška Trejų Girnų duona – nesumeluoto gerumo*“ (toliau – Duonos reklama). Anot Pareiškėjo, Duonos reklama neatitinka Reklamos įstatymo bei Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimų. Tokią poziciją Pareiškėjas grindė keliais argumentais.

(4) Pirma, anot UAB „Vilniaus duona“, UAB „Plungės duonos kepiniai“ įvairiais televizijos kanalais skleista Duonos reklama yra galimai klaidinanti, nes iš reklamos konteksto bei pateikimo būdo vidutinis vartotojas galėtų suprasti, kad visų kitų duonos gamintojų kepamoje duonoje naudojama daug dažiklių, tirštiklių bei konservantų. Tuo tarpu, Pareiškėjo žiniomis, gamintojų dalis į kepamą duoną nededa maisto priedų arba deda tik saugius, teisės aktais leidžiamus, maisto priedus.

(5) Antra, Pareiškėjas nurodė, kad minėta Duonos reklama galėtų būti vertinama ir kaip neleistina lyginamoji. Tokią išvadą Pareiškėjas darė remdamasis tuo, kad iš Duonos reklamos konteksto ir pateikiamų vaizdų galima suprasti, kad ekologiška duona „Trejos Girnos“ yra lyginama su visų kitų duonos gamintojų, taip pat ir Pareiškėjo, kepama duona. Pareiškėjo nuomone, Duonos reklamos teiginiai: „<...> *Visi duonos gamintojai, tvirtina, kad jų produkcija – pati geriausia. Bet pasižiūrėjusi į jos sudėtį, to nepasakysi: visokie dažikliai, tirštikliai, konservantai <...>*“, menkina kitų duonos gamintojų gaminamą produkciją. Be to, UAB „Vilniaus duona“ teigimu, kitus duonos gamintojus galimai diskredituoja bei galimai klaidina vartotojus ir Duonos reklamoje vaizduojami rūkstantys gamyklų kaminai ir iš tų gamyklų vamzdžių besipilantys teršalai bei aplinkui

<sup>1</sup> Pareiškėjas skundą papildė 2016 m. gegužės 3 d.

šokinėjantys neaiškūs gyviai, kurie sustiprina emocija paremtą panieką kitų gamintojų gaminamai duonai. Skunde Pareiškėjas taip pat nurodė, jog kitus duonos gamintojus galima diskredituoja ir vaizdo klipo pabaigoje personažo ištariamas sakiny „<...> *Ekologiška Trejų Girnų duona – nesumeluoto gerumo*“. Šis teiginys, UAB „Vilniaus duona“ nuomone, gali vartotojui sudaryti įspūdį, kad visi kiti gamintojai galbūt meluoja apie jų gaminamos duonos kokybę ar savybes. Pareiškėjas atkreipė dėmesį ir į tai, kad minėtoje Duonos reklamoje yra lyginamos reikšmingos duonos savybės – sudedamosios dalys, kurios šiuolaikiniam vartotojui siejasi su maistingumo ir sveikumo kriterijais. Todėl, Pareiškėjo manymu, Bendrovės skleista nepagrįstais teiginiais paremta ekologiškos duonos „Trejos Girnos“ reklama, gali daryti įtaką vartotojų nuomonei, vertinant duonos naudingumą sveikatai, natūralumą, o taip pat daryti poveikį vartotojų pasirinkimui.

(6) Trečia, UAB „Vilniaus duona“ dėl galimo Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimų pažeidimo nurodė, kad UAB „Plungės duonos kepiniai“ skleista Duonos reklama pažeidė jos, kaip stambiausio Lietuvos duonos gamintojo interesus. Pareiškėjo teigimu, 77 proc. UAB „Vilniaus duona“ gaminamų duonos gaminių asortimento yra be jokių maisto priedų. Taip pat, Pareiškėjo manymu, minėta Duonos reklama pažeidė ir kitų sąžiningų duonos gamintojų interesus, nes joje yra tvirtinama, kad visų kitų duonos gamintojų duonoje daug maisto priedų, nors iš tikrųjų tai nėra tiesa. Atsižvelgdamas į tai, Pareiškėjas pridėjo kitų duonos gamintojų gaminamos duonos pakuočių nuotraukas, kuriose nurodyta duonos sudėtis.

(7) Siekdama visapusiškai įvertinti susidariusią situaciją, Konkurencijos taryba 2016 m. kovo 31 d. kreipėsi į UAB „Plungės duonos kepiniai“<sup>2</sup>. 2016 m. balandžio 11 d. Bendrovė pateikė informaciją apie Duonos reklamos sklaidos mastą, trukmę ir kitas aplinkybes<sup>3</sup>.

(8) UAB „Plungės duonos kepiniai“ pažymėjo, kad jos iniciatyva ir interesais Duonos reklama buvo skleidžiama 2016 m. kovo 16 d. – balandžio 7 d. per BTV, Info TV, LNK bei TV1.

(9) Bendrovė nurodė, kad ekologiškos duonos gaminių linija „Trejos Girnos“ pasižymi išskirtinumu, kadangi gaminama nenaudojant jokių maisto priedų, griežtai laikantis ekologiškai produkcijai keliamų reikalavimų. Dėl šios priežasties, UAB „Plungės duonos kepiniai“ teigimu, ekologiški duonos gaminiai „Trejos Girnos“ išsiskiria iš kitų duonos gamintojų gaminamos duonos. Atsižvelgdama į tai, Bendrovė pateikė VŠĮ „Ekoagros“ išduotą sertifikatą, kuris patvirtina, kad jame išvardinti gaminiai yra ekologiški<sup>4</sup>. Taip pat pažymėjo, kad, jos turimomis žiniomis, Pareiškėjo gaminama duonos produkcija nėra sertifikuota ir negali būti vadinama ekologiška. Atsižvelgdama į tai, Bendrovė pateikė VŠĮ „Ekoargos“ raštą, kuriame yra nurodoma, kad Lietuvoje ekologiškos duonos sertifikuotus gaminius gamina UAB „Du Medu“ ir UAB „Plungės duonos kepiniai“. Bendrovė, be kita ko, nurodė, kad savo iniciatyva atlikto kitų duonos gamintojų gaminamos duonos etikečių tyrimą, kurio rezultatai parodė, kad visos tirtos duonos sudėtyje yra konservantų, tirštiklių, dažiklių.

(10) Taip pat UAB „Plungės duonos kepiniai“ paaiškino, kad Bendrovės skleista Duonos reklama buvo siekta pavaizduoti užterštą ir neužterštą ekosistemas. Bendrovės teigimu, pagrindinis tiriamos reklaminės žinutės tikslas buvo ne sumenkinti kitų duonos gamintojus ir jų gaminamą produkciją, bet parodyti kaip ekosistemą veikia įprastas ir ekologiškas ūkininkavimas.

(11) UAB „Plungės duonos kepiniai“ paaiškinimuose taip pat nurodė, kad siekdama apsaugoti visuomenę nuo galimo klaidinimo, Bendrovė sustabdė nagrinėjamos Duonos reklamos sklaidimą skundo nagrinėjimo Konkurencijos taryboje laikotarpiu.

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

(12) Reklamos įstatymo 1 straipsnio 1 dalyje nustatyta, jog šio įstatymo tikslas – gerinti vartotojų informavimą apie prekes ir paslaugas, ginti vartotojų teises ir teisėtus interesus, saugoti sąžiningos konkurencijos laisvę.

<sup>2</sup> Bylos 3 tomas, 1-3 lapai.

<sup>3</sup> Bylos 3 tomas, 4- 110 lapai.

<sup>4</sup> Bylos 3 tomas, 14-15 lapai.

(13) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis draudžia naudoti klaidinančią reklamą. Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalyje pateiktą klaidinančios reklamos apibrėžimą klaidinančia reklama laikoma 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<sup>5</sup> arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti. Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, atsižvelgiama į jos teisingumą, išsamumą ir pateikimo kriterijus, numatytus minėto įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje.

(14) Lyginamosios reklamos, kuri apibūdinama kaip reklama, kurioje tiesiogiai arba netiesiogiai nurodomas reklamos davėjo konkurentas, jo prekės ar paslaugos<sup>6</sup>, naudojimo Reklamos įstatymas savaime nedraudžia. Vis dėlto norint, kad lyginamoji reklama būtų teisėta, ji privalo tenkinti visas Reklamos įstatymo 6 straipsnyje numatytas sąlygas.

(15) 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 (Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 7 punktą).

(16) Pareiškėjas kreipėsi į Konkurencijos tarybą prašydamas pradėti nagrinėjimo procedūrą (tyrimą) ne tik dėl UAB „Plungės duonos kepiniai“ Duonos reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnyje nustatytiems reikalavimams, tačiau ir dėl Bendrovės Duonos reklamos atitikties Reklamos įstatymo 6 straipsnio reikalavimams. Kaip galima suprasti iš UAB „Vilniaus duona“ Skundo, Duonos reklama turėtų būti laikoma neleistina lyginamąja reklama, kadangi ji klaidina vartotojus, diskredituoja bei menkina kitus, įskaitant ir Pareiškėją, duonos gamintojus ((5) pastraipa). Taip pat, Pareiškėjo nuomone, UAB „Plungės duonos kepiniai“ skleista Duonos reklama laikytina nesąžiningos konkurencijos veiksmais.

(17) Kaip minėta (14) pastraipoje, remiantis Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalimi lyginamąja reklama pripažįstama tokia reklama, kurioje tiesiogiai arba netiesiogiai nurodomas reklamos davėjo konkurentas, jo prekės ar paslaugos. Todėl Reklamos įstatymo prasme reklama gali būti laikoma lyginamąja, net jei konkurento prekės ar paslaugos nėra aiškiai nurodomos reklamoje, bet joje netiesiogiai atpažįstamos. Kitaip tariant, pakanka užuominos (konkurentą apibūdinančio požymio), iš kurios vidutinis vartotojas<sup>7</sup>, kuris yra pakankamai informuotas, protingai apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius, galėtų suprasti, kuris reklamos davėjo konkurentas turimas omenyje, ir tai bus laikoma lyginamąja reklama.

(18) Tokią išvadą iš esmės patvirtina ir teismų praktika. Pavyzdžiui, Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (toliau – LVAT) pažymėjo<sup>8</sup>, jog lyginamosios reklamos faktui konstatuoti nėra būtinas reklamos davėjo konkurento įvardijimas reklamoje tiesiogiai nurodant jo pavadinimą. Tokiai reklamai priskirtina ir reklama, kurios turinys leidžia vidutiniam (paprastam) vartotojui identifikuoti reklamos davėjo konkurentą. Tuo tarpu Europos Sąjungos Teisingumo Teismas nurodė, kad tam, kad būtų konstatuotas reklaminio skelbimo lyginamasis pobūdis, būtinas aiškus arba netiesioginis reklamuotojo konkurento arba jo siūlomų prekių ar paslaugų nurodymas. Kitaip tariant, reikia įvertinti, ar reklama leidžia vartotojams aiškiai arba netiesiogiai atpažinti vieną ar kelias konkrečias įmones arba jų siūlomas prekes ar paslaugas, kaip konkrečiai nurodytas reklamoje<sup>9</sup>.

<sup>5</sup> Ekonominis elgesys – reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, ūkine komercine, finansine ar profesine veikla (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 1 dalis).

<sup>6</sup> Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalis.

<sup>7</sup> Reklamos įstatyme vartojama „vidutinio vartotojo“ sąvoka yra suprantama taip, kaip ji apibrėžta Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalyje.

<sup>8</sup> LVAT 2005 m. lapkričio 17 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>1</sup>-931/2005, UAB „Tele2“ prieš Konkurencijos tarybą.

<sup>9</sup> Europos Sąjungos Teisingumo Teismo 2007 m. balandžio 19 d. sprendimas byloje Nr. C-381/05 *De Landtsheer Emmanuel*, 17, 22 p.

(19) Šiuo atveju, Duonos reklamoje vartotojams buvo skelbiama žinutė apie ekologišką „Trejos Girnos“ duoną pateikiant pastarosios privalumus. Duonos reklamoje taip pat buvo pateiktas ir tam tikras lyginimas su kitų gamintojų gaminama duona. Tačiau šiuo atveju, manytina, jog Bendrovės skleistoje Duonos reklamoje pateiktus teiginius: „<...> *Visi duonos gamintojai, tvirtina, kad jų produkcija – pati geriausia. Bet pasižiūrėjusi į jos sudėtį, to nepasakysi: visokie dažikliai, tirštikliai, konservantai <...>*“, nėra pagrindo laikyti lyginamąja reklama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalies prasme.

(20) Lietuvoje veikia didelis skaičius įmonių gaminančių duonos gaminius<sup>10</sup>. Todėl manytina, jog vidutinis vartotojas net nežino visų rinkoje veikiančių duonos gamintojų. Atsižvelgus į tai, o taip pat į paties teiginio „*Visi duonos gamintojai, tvirtina, kad jų produkcija – pati geriausia*“ pobūdį, laikytina, kad toks teiginys yra per daug abstraktus, jog būtų galima teigti, kad juo tiesiogiai ar netiesiogiai yra įvardijamos viena ar kelios konkrečios įmonės, t. y. UAB „Plungės duonos kepiniai“ konkurentai ar jų gaminiai.

(21) Taigi šiuo atveju, Duonos reklamai, siūlančiai vartotojams įsigyti duoną „Trejos Girnos“, nėra taikytinas Reklamos įstatymo 6 straipsnis, todėl nėra pagrindo pradėti nagrinėjimo procedūrą.

(22) Net ir tuo atveju, jei Duonos reklama būtų laikoma lyginamąja, būtų pagrindas atsisakyti pradėti UAB „Vilniaus duona“ Skunde nurodytų faktinių aplinkybių tyrimą, įskaitant ir Pareiškėjo nurodomus argumentus, susijusius su prašymu pradėti nagrinėjimo procedūrą (tyrimą) dėl Bendrovės Duonos reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio ir Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams, kadangi toks tyrimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioriteto. Ši išvada darytina atsižvelgus į toliau nurodomas aplinkybes.

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

(24) 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 įstatymo priežiūros prioriteto aprašas). Tuo tarpu 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 patvirtinimo“<sup>11</sup> 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 įstatymo priežiūros prioriteto aprašas).

<sup>10</sup> Pavyzdžiui, pagal 2015 m. rugpjūčio mėn. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerijos svetainėje skelbiamus duomenis, duonos gamyba Lietuvoje užsiima apie 235 duonos ir pyrago kepiinių gamybos įmonės. <https://zum.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/zemes-ir-maisto-ukis/maisto-pramone/duonos-ir-pyrago-bei-konditerijos-pramone>, prisijungta [2016-05-24]. Tuo tarpu 2016 m. gegužės 24 d., remiantis viešai prieinamais duomenimis, rinkoje veikė 169 duoną ir jos gaminius gaminantys ūkio subjektai. <http://www.info.lt/?q=Duonos+gaminiai&adresas=&action=ieskoti&page=imones&view=greita&distance=&latitude=&longitude=> prisijungta [2016-05-24].

<sup>11</sup> Konkurencijos tarybos 2013 m. rugsėjo 24 d. nutarimo Nr. 1S-136 redakcija.

(25) Pastebėtina, jog tiek Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto, tiek ir Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto aprašuose buvo įtvirtinti principai, kuriais vadovaujantis Konkurencijos taryba priima sprendimus dėl tam tikro tyrimo ar reklamos nagrinėjimo procedūros tikslingumo ir apimties. Tiek Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto, tiek ir Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto aprašuose nurodyta, kad vertinant, ar tyrimas ar nagrinėjimo procedūra atitinka veiklos prioritetą, vadovaujamosi strateginės reikšmės bei racionalaus išteklių naudojimo principais. Be to, Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto apraše įtvirtintas tyrimo įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai principas, o Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto apraše – tyrimo įtakos veiksmingai konkurencijai ir vartotojų gerovei principais. Kaip nurodyta minėtų aprašų 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.

(26) Vertinant nagrinėjimo procedūros ar tyrimo pradėjimo pagal Skundą atitiktį Konkurencijos tarybos veiklos prioritetui, atsižvelgtina į Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto apraše ir Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto apraše įtvirtintus veiklos prioriteto vertinimo principus: įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai ar įtakos veiksmingai konkurencijai ir vartotojų gerovei (aprašų 8.1 punktas), strateginės reikšmės (aprašų 8.2 punktas) bei racionalaus išteklių naudojimo (aprašų 8.3 punktas).

(27) Kaip nurodoma Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo ir Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo 9 punkte, spręsdama ar nagrinėjimo procedūra (tyrimas) atitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioritetą, Konkurencijos taryba vertins tikėtiną nagrinėjimo procedūros (tyrimo) įtaką veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai (veiksmingai konkurencijai ir vartotojų gerovei). Toks vertinimas paprastai apima, bet nebūtinai apsiriboja, galimo pažeidimo pobūdžio vertinimą. Be kita ko, vertinamos aplinkybės, ar draudžiamoje reklamoje pateikiama informacija gali pažeisti reikšmingos dalies vartotojų interesus. Tuo tarpu, kaip nurodyta Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo 11 punkte ir Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo 12 punkte, Konkurencijos taryba, vadovaudamasi strateginės reikšmės principu, be kita ko, vertins nagrinėjimo procedūros (tyrimo) prevencinį pobūdį, kitų institucijų galimybes išspręsti su galimu pažeidimu susijusias problemas ir kitas strateginę nagrinėjimo procedūros reikšmę rodančias aplinkybes. Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo 13 punkte ir Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo 14 punkte teigiama, kad, vadovaudamasi racionalaus išteklių naudojimo principu, Konkurencijos taryba sieks atlikti nagrinėjimo procedūras (tyrimus), kurioms reikalingi Konkurencijos tarybos ištekliai būtų proporcingi tikėtiniems nagrinėjimo procedūrų (tyrimų) rezultatams.

(28) Analizuojant Pareiškėjo Skunde išdėstytas aplinkybes įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugos, įtakos veiksmingai konkurencijai ir vartotojų gerovei principo kontekste, visų pirma pažymėtina, kad šiuo atveju nėra pagrindo teigti, jog Duonos reklama, jei ji būtų klaidinanti, galėtų reikšmingai pažeisti vartotojų teises ir teisėtus interesus.

(29) Ši išvada darytina įvertinus tai, kad Duonos reklamoje naudojamas teiginys apie Bendrovės gaminamą ekologišką produkciją yra teisingas, ir Pareiškėjas, kaip galima suprasti, to neginčija. Tuo tarpu dėl Duonos reklamoje įvardinamo teiginio apie kitus gamintojus šiuo atveju vienareikšmiškai teigti, kad jis akivaizdžiai klaidinantis ir reikšmingai paveikiantis vartotojų teises ir teisėtus interesus, nėra pagrindo dėl kelių priežasčių.

(30) Pirma, pagrindinis Duonos reklamos akcentas nukreiptas į ekologiškos ir neekologiškos duonos priešpriešinimą bei skatinimą rinktis ekologišką produkciją. Tai patvirtina ir Duonos reklamoje naudojami vaizdai: viena vertus, gamyklos ir užterštos vietovės, ir, kita vertus, švari gamta. Savaiame toks ekologiškos ir neekologiškos produkcijos palyginimas, kuris yra pagrindinis Duonos reklamos elementas, nėra susijęs su klaidinimu. Antra, Duonos reklamoje yra aiškiai pasakoma, kad visi duonos gamintojai tvirtina, kad jų produkcija – pati geriausia. Tačiau joje nėra

nurodoma, kad apskritai visoje visų duonos gamintojų produkcijoje naudojami dažikliai, tirštiniai, konservantai. Todėl Duonos reklamą galima suprasti ir taip, kad neretai kitų gamintojų gaminiuose naudojami dažikliai, tirštiniai, konservantai. Trečia, kalbant apie dažiklius, tirštiklius ir konservantus Duonos reklamos teiginyje vartojamas žodis „visokie“. Dėl šios priežasties, yra pagrindo manyti, kad Duonos reklamoje pateiktas sąrašas priežasčių, dėl kurių kitų gamintojų produkcijos sudėtis nėra laikytina pačia geriausia, yra nebaigtinis. Taigi Duonos reklamos neklaidinančios pagrindinės žinutės akcentavimas ir jos ginčijamo teiginio neapibrėžtumas suponuoja, kad vartotojai nėra akivaizdžiai ir vienareikšmiškai klaidinami. Dėl šios priežasties Konkurencijos taryba mano, kad Duonos reklama negalėtų reikšmingai paveikti vartotojų teisių ir teisėtų interesų, o tikėtina nauda, kurią galėtų gauti vartotojai Konkurencijos tarybai nustačius Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimą, būtų nežymi. Be to, atsižvelgiant į išdėstytus argumentus nebūtų pagrindo nagrinėti ir galimą Reklamos įstatymo 6 straipsnio pažeidimą, kadangi, net Duonos reklamą laikant lyginamąja, ji galėtų būti vertinama tik kaip galinti paveikti UAB „Plungės duonos kepiniai“ konkurentų interesus. Tačiau jų interesų galimas pažeidimas savaime nėra laikytinas vartotojų teisių ir teisėtų interesų pažeidimu.

(31) Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo kontekste tyrimas dėl Duonos reklamos atitikties Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams, Konkurencijos tarybos vertinimu, neturėtų reikšmingos teigiamos įtakos ir veiksmingai konkurencijai bei vartotojų gerovei dėl tų pačių minėtų priežasčių, dėl kurių Duonos reklama, tikėtina, negalėtų reikšmingai paveikti vartotojų teisių ir teisėtų interesų Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto aprašo kontekste.

(32) Tuo tarpu vertinant UAB „Vilniaus duona“ Skunde išdėstytas aplinkybes strateginės reikšmės ir racionalaus išteklių naudojimo principų kontekste, pažymėtina, kad Konkurencijos taryba dėl UAB „Plungės duonos kepiniai“ pranešimų (skundų), išskyrus Pareiškėjo Skundą, nėra gavusi.

(33) Taigi įvertinus šias aplinkybes, darytina išvada, kad UAB „Plungės duonos kepiniai“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo, Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams nagrinėjimui reikalingi Konkurencijos tarybos ištekliai nebūtų proporcingi tikėtiniems nagrinėjimo procedūros (tyrimo) rezultatams.

(34) Įvertinus tai, kas išdėstyta aukščiau, 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.

(35) Pažymėtina, kad, kaip nurodyta Reklamos įstatymo priežiūros prioriteto ir Konkurencijos įstatymo priežiūros prioriteto aprašų 6 punkte, Konkurencijos tarybos sprendimas atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą ar tyrimą dėl to, kad jie neatitinka veiklos prioriteto, nereiškia, kad UAB „Plungės duonos kepiniai“ veiksmai negali pažeisti Reklamos įstatymo ar Konkurencijos įstatymo reikalavimų.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 25 straipsnio 5 dalies 5 punktu, 7 dalimi, Konkurencijos įstatymo 24 straipsnio 4 dalies 8 punktu,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

(36) Atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl uždarnosios akcinės bendrovės „Plungės duonos kepiniai“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo ir Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams.

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

Pirmininkas

Šarūnas Kesarauskas