

**LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA****NUTARIMAS****DĖL MAISTO PAPILDO „OMEGAMARINE FORTE+“ REKLAMOS ATITIKTIES  
LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS**

2014 m. spalio 28 d. Nr. 2S-11/2014  
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, susidedanti iš Konkurencijos tarybos pirmininko Šarūno Keserausko ir narių: Jolantos Ivanauskienės, Elono Šato; sekretoriaujant Zitai Balsienei, išnagrinėjo klausimą dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ (kodas 303095490, registracijos adresas K. Donelaičio g. 62-1, LT-44248 Kaunas; toliau – ir Bendrovė) skleistos maisto papildu „OmegaMarine Forte+“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Maisto papildu „OmegaMarine Forte+“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams nagrinėjimo procedūrą Konkurencijos taryba pradėjo 2014 m. vasario 4 d. nutarimu Nr. 1S-20/2014<sup>1</sup>, Maisto papildų gamintojų asociacijos (toliau – Pareiškėjas) skundo<sup>2</sup> dėl galimai klaidinančios UAB „Natural Pharmaceuticals“ skleidžiamos reklamos pagrindu. Pareiškėjo teigimu, reklama, kurioje buvo siūloma sumokėjus pakavimo ir pristatymo išlaidas (9,95 Lt) gauti nemokamą maisto papildu „OmegaMarine Forte+“ pakuotę, bei kurioje buvo nurodoma, kad šis pasiūlymas galiojo tik pirmiems 100 000 vartotojų ir tik užsisakius šią pakuotę iki 2013 m. lapkričio 15 d., turi Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo (toliau – NKVVDĮ) 7 straipsnio 7 punkto ir 18 punkto požymių ir dėl to buvo klaidinanti. Nagrinėjimo procedūra pratęsta Konkurencijos tarybos 2014 m. liepos 25 d. nutarimu Nr. 1S-116/2014<sup>3</sup>.

(3) Konkurencijos taryba, siekdama įvertinti, ar skleisti reklaminiai teiginiai nėra klaidinantys, nustatyti reklamos davėją, reklamos skleidimo mastą, reklamos trukmę bei kitas tyrimui reikšmingas aplinkybes, dėl informacijos ir paaiškinimų pateikimo susirašinėjo su UAB „Natural Pharmaceuticals“ bei Maisto papildų gamintojų asociacija.

(4) Kaip galimai klaidinančią reklamą Konkurencijos taryba nagrinėjo UAB „Natural Pharmaceuticals“, kuri yra maisto papildu „OmegaMarine Forte+“ platintoja<sup>4</sup>, iniciatyva ir interesais<sup>5</sup> skleistus reklaminius teiginius apie:

- (a) galimybę nemokamai įsigyti maisto papildu „OmegaMarine Forte+“, sumokėjus tik pakavimo ir pristatymo išlaidas (9,95 Lt); bei
- (b) tai, kad minėtas pasiūlymas galioja tik ribotą laiką ir tik pirmiems 100 000 vartotojų.

<sup>1</sup> Bylos 1 tomas, 79-81 lapai.

<sup>2</sup> Maisto papildų gamintojų asociacijos 2013 m. gruodžio 10 d. skundas Nr. 20131210-2 (bylos 1 tomas, 1-12 lapai).

<sup>3</sup> Bylos 1 tomas, 115 lapas.

<sup>4</sup> Konkurencijos tarybos 2014 m. gegužės 5 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 1 tomas, 107 lapas).

<sup>5</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. sausio 14 d. raštas (bylos 1 tomas, 61 lapas).

## 1. Reklaminiai teiginiai apie galimybę nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, apmokėjus tik pakavimo ir pristatymo išlaidas

(5) UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklaminius teiginius apie galimybę nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, sumokėjus tik pakavimo ir pristatymo išlaidas (9,95 Lt) skleidė reklaminiais laiškais paštu bei su spauda ir internetu.

(6) Reklaminiais laiškais paštu nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2013 m. spalio 30 d.<sup>6</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] vienetų tiražu<sup>7</sup> ir su spauda ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] vienetų tiražu<sup>8</sup>) nuo 2014 m. sausio 22 d. iki 2014 m. vasario 5 d.<sup>9</sup> skleisti šie reklaminiai teiginiai:

„*Taip, mes NEMOKAMAI\* dalijame 100 000 aukštos kokybės norvegiškų omega-3 žuvų taukų pakuočių...*“; „*\*Jums tereikės susimokėti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro 9,95 Lt*“; „*Kodėl mes nemokamai dalijame 100 000 pakuočių aukštos kokybės „OmegaMarine Forte+“ iš norvegiškų lašišų?*“; „*Viskas, ką Jums reikia padaryti – padengti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro vos 9,95 Lt*“; „*Pasinaudokite omega-3 privalumais nemokamai!*“; „*Kaip gauti nemokamą omega-3 pakuotę iš Norvegijos?*“; „*Taip – aš noriu užsakyti 30-ies dienų omega-3 pakuotę NEMOKAMAI. Aš sutinku apmokėti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro 9,95 Lt.*“; „*Išbandykite už 0,- Apmokėkite tik pakavimo ir pristatymo išlaidas – 9,95 Lt*“.<sup>10</sup>

(7) Interneto tinklalapyje adresu <https://www.omegamarine.lt/index.php/uzsakymai> (unikalių vartotojų skaičius per mėnesį [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>11</sup>) nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2014 m. birželio 10 d.<sup>12</sup> skleisti šie reklaminiai teiginiai:

„*Taip, aš pageidauju nemokamai gauti bandomąją OmegaMarine Forte+ pakuotę. <...> Aš apmokėsiu tik siuntimo ir pakavimo išlaidas, kurių suma lygi 9,95 Lt. <...>*“.<sup>13</sup>

(8) Bendrovė taip pat pažymėjo, kad paprastai perkant maisto papildą „OmegaMarine Forte+“ 60 kapsulių pakuotę, jos kaina yra 49,95 Lt, o šiuo atveju vartotojams šios kainos mokėti nereikėjo<sup>14</sup>. UAB „Natural Pharmaceuticals“ nuomone, reklamoje buvo aiškiai įvardinta nemokama pasiūlymo dalis (maisto papildo 60 kapsulių pakuotė) bei su naudojimusi šiuo pasiūlymu susijusi mokama pasiūlymo dalis, įvardinta kaip pakavimo ir pristatymo išlaidos (9,95 Lt). Todėl nemokamos pasiūlymo dalies reklama, negali būti vertinama kaip klaidinanti reklama.<sup>15</sup>

(9) Kadangi reklaminiuose teiginiuose buvo nurodoma, kad vartotojas, norėdamas gauti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ pakuotę nemokamai, turi patirti išlaidas (9,95 Lt), Konkurencijos taryba paprašė UAB „Natural Pharmaceuticals“ pagrįsti, jog minėtos išlaidos yra būtinos NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto prasme, kurias vartotojas patiria pasinaudojęs pasiūlymu nemokamai įsigyti produktą.

(10) UAB „Natural Pharmaceuticals“ nurodė, kad pasiūlymas nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ negalėjo suklaidinti vartotojų, nes vidutinis vartotojas, negalėjo suprasti, jog užsisakius UAB „Natural Pharmaceuticals“ siūlomą produktą, nieko nereikės mokėti, pasiūlyme visos sąlygos buvo aiškiai, išsamiai ir nedviprasmiškai atskleistos, t. y. nurodyta, jog:

„*60 kapsulių pakuotė, kurios užteks 1 mėnesiui, jau laukia Jūsų. Viskas, ką Jums reikia padaryti – padengti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro vos 9,95 Lt*“.<sup>16</sup>

<sup>6</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. sausio 14 d. raštas (bylos 1 tomas, 61 lapas).

<sup>7</sup> Bylos 2 tomas, 4 lapas.

<sup>8</sup> Bylos 2 tomas, 34 lapas.

<sup>9</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. kovo 17 d. raštas (bylos 1 tomas, 93 lapas).

<sup>10</sup> Reklamos pavyzdžiai: bylos 1 tomas 26-28A; 96-98A lapai.

<sup>11</sup> Bylos 2 tomas, 31 lapas.

<sup>12</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. birželio 10 d. raštas (bylos 1 tomas, 111 lapas).

<sup>13</sup> Reklamos pavyzdžiai: Konkurencijos tarybos 2014 m. gegužės 5 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 1 tomas, 102 lapas).

<sup>14</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. kovo 17 d. raštas (bylos 1 tomas, 90 lapas).

<sup>15</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. birželio 10 d. raštas (bylos 1 tomas, 112 lapas).

<sup>16</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. kovo 17 d. ir 2014 m. birželio 10 d. raštai (bylos 1 tomas, 89-90, 111 lapai).

(11) Iš Bendrovės pateiktos informacijos<sup>17</sup> Konkurencijos taryba nustatė, kad reklamoje nurodytas pakavimo ir pristatymo išlaidas – 9,95 Lt, sudarė:

- (a) maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ pakuotės dėžutės kaina;
- (b) vartotojui siunčiamos sąskaitos kaina;
- (c) produkto pakavimo išlaidos;
- (d) produkto transportavimo iš užsienyje esančio logistikos sandėlio į Lietuvą išlaidos;
- (e) pašto išlaidos;
- (f) užsakymo voko, kuris pateikiamas kartu su pasiūlymu ir kurio siuntimas yra iš anksto apmokėtas, išlaidos;
- (g) užsakymų įvedimo į sistemą išlaidos;
- (h) įmokų (9,95 Lt) surinkimo išlaidos;
- (i) klientų aptarnavimo išlaidos;
- (j) papildomas atlyginimas už kokybiškai suteiktas paslaugas.

(12) UAB „Natural Pharmaceuticals“ teigimu, jos pasiūlyme bei užsakymo voke nurodyti teiginiai „pašto išlaidas mes jau apmokėjome“, „apmokėtas atsakymas“ yra informacinio pobūdžio, kuriais vartotojas informuojamas, kad siunčiant užsakymo voką su pateiktu užsakymu, pašto išlaidų mokėti nereikia – nereikia klijuoti pašto ženklų, o šias išlaidas apmokėjo UAB „Natural Pharmaceuticals“.<sup>18</sup>

(13) Konkurencijos taryba nustatė, kad pagal sutarties su [KOMERCINĖ PASLAPTIS] nuostatas, pašto išlaidas sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Lt<sup>19</sup>, o vartotojui su pasiūlymu pateikto užsakymo voko, kurio, kaip teigė Bendrovė reklamoje, siuntimas yra iš anksto apmokėtas, išlaidas sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Lt<sup>20</sup>, ir šios išlaidos sudarė tik trečdalį mokėtinos sumos (9,95 Lt).

(14) Dėl produkto transportavimo iš užsienyje esančio logistikos sandėlio į Lietuvą išlaidų, Bendrovė nurodė, kad „produkto pristatymo vartotojui išlaidos“ gali apimti ir produkto pristatymo iš tiekėjo į Lietuvą išlaidas<sup>21</sup>.

## **2. Reklaminiai teiginiai apie išskirtinį pasiūlymą įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“**

(15) Konkurencijos taryba nustatė, kad nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2013 m. spalio 30 d.<sup>22</sup> kartu su minėtais reklaminiais teiginiais nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, skleistais reklaminiais laiškais paštu, taip pat buvo nurodyta:

„Šis pasiūlymas galioja tik pirmiems 100 000 užsakymų ir tik iki 2013.11.15, imant užsakymo registracijos įmonėje „Natural Pharmaceuticals“ datą“; „Pasiūlymo laikas ribotas ir taikomas pirmiems 100 000 užsakymų bei galioja iki 2013.11.15“.<sup>23</sup>

(16) Nuo 2014 m. sausio 22 d. iki 2014 m. vasario 5 d.<sup>24</sup> kartu su reklaminiais teiginiais nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, skleistais reklaminiais laiškais su spauda [KOMERCINĖ PASLAPTIS], taip pat buvo nurodyta:

„Šis pasiūlymas galioja tik pirmiems 100 000 užsakymų ir tik iki 2014.02.28“; „Pasiūlymo laikas ribotas ir taikomas pirmiems 100 000 užsakymų bei galioja iki 2014.02.28“.<sup>25</sup>

<sup>17</sup> Konkurencijos tarybos 2014 m. sausio 29 d. raštas Nr. (5.5-26)6V-164 (bylos 1 tomas, 51 lapas), UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. sausio 14 d. raštas, (2 tomas, 5-7 lapai).

<sup>18</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. kovo 17 d. raštas (bylos 1 tomas, 92 lapas).

<sup>19</sup> Bylos 2 tomas, 6, 17 lapai.

<sup>20</sup> Bylos 2 tomas, 6, 17 lapai.

<sup>21</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. kovo 17 d. raštas (bylos 1 tomas, 92 lapas).

<sup>22</sup> UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. sausio 14 d. raštas (bylos 1 tomas, 61 lapas).

<sup>23</sup> Reklamos pavyzdžiai: (bylos 1 tomas, 26-28A lapai).

<sup>24</sup> Bylos 1 tomas, 93 lapas.

<sup>25</sup> Reklamos pavyzdžiai: (bylos 1 tomas, 96-98A lapai).

### 3. Tyrimo išvados ir UAB „Natural Pharmaceuticals“ pateikti paaiškinimai

(17) Tyrimas dėl maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams buvo baigtas ir tyrimo metu nustatytos aplinkybės bei jų pagrindu padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos tyrimo skyriaus 2014 m. rugsėjo 10 d. pranešime apie atliktą tyrimą Nr. 5S-13/2014 (toliau – Pranešimas)<sup>26</sup>.

(18) Pranešime padaryta išvada, kad reklaminiai teiginiai apie galimybę nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, apmokėjus tik pakavimo ir pristatymo išlaidas (nutarimo 1 dalis) turi NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkte nurodytų klaidinančios komercinės veiklos požymių. Ši išvada padaryta atsižvelgus į tai, jog nenustatyta, kad reklamoje nurodytos pakavimo ir pristatymo išlaidos (9,95 Lt) yra pagrįstos NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto prasme. Tuo tarpu reklaminiai teiginiai apie išskirtinį pasiūlymą nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ (nutarimo 2 dalis) turi NKVVDĮ 7 straipsnio 7 punkte nurodytų klaidinančios komercinės veiklos požymių. Ši išvada padaryta atsižvelgus į tai, kad nors reklamoje buvo nurodyta, kad pasiūlymas galioja tik 100 000 pirmų vartotojų ir tik ribotą laiką, tačiau nustatyta, kad šiuo pasiūlymu buvo galima pasinaudoti ir kitu laikotarpiu. Atsižvelgiant į tai, Pranešime padaryta išvada, kad yra pagrindas pripažinti, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ skleista reklama galėjo suklaidinti vartotojus ir tuo pažeisti Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(19) Su tyrimo išvadomis UAB „Natural Pharmaceuticals“ ir Pareiškėjas, Maisto papildų gamintojų asociacija, buvo supažindinti, išsiuntus Pranešimą, taip pat šioms bendrovėms buvo sudaryta galimybė susipažinti su tyrimo medžiaga bei raštu pateikti savo paaiškinimus dėl tyrimo išvadų<sup>27</sup>.

(20) Maisto papildų gamintojų asociacija rašytinių paaiškinimų dėl tyrimo išvadų nepateikė.

(21) UAB „Natural Pharmaceuticals“ 2014 m. spalio 12 d. pateikė rašytinius paaiškinimus, kad nesutinka su tyrimo išvadomis<sup>28</sup>.

(22) Dėl reklaminių teiginių apie išskirtinį pasiūlymą įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ Bendrovė nurodė, kad vartotojams buvo suteiktas nuo dviejų iki šešių savaičių laiko tarpas priimti sprendimą dėl reklamoje pateikto pasiūlymo, todėl jis negali būti laikomas ypač trumpu laikotarpiu NKVVDĮ 7 straipsnio 7 punkto prasme.

(23) Dėl reklaminių teiginių apie pasiūlymą nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, apmokėjus tik siuntimo ir pakavimo išlaidas, Bendrovė nurodė, jog pareiga spręsti, ar nemokamai gaunant produktą vartotojo patirtos išlaidos yra būtinos kyla tada, jei reklamoje iš viso nėra pateikta jokios informacijos apie kokias nors galimas vartotojo išlaidas, susijusias su produkto įsigijimu. Šiuo atveju visa išsami informacija, susijusi su produkto įsigijimo sąlygomis, buvo pateikta, todėl, Bendrovės nuomone, šiuo atveju negali būti NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto požymių.

(24) Bendrovė taip pat pažymėjo, kad reklamoje buvo pateiktas kompleksinis pasiūlymas, kurio viena dalis mokama, o kita nemokama. reklamoje buvo aiškiai nurodyta, kokia yra sąlyga, kad vartotojui nereikėtų mokėti visos kainos už prekę, t. y. jis turi sumokėti prekės pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurių suma lygi 9,95 Lt. Bendrovės teigimu, NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto nuostata neįtvirtina pareigos naudojant žodį „nemokamai“ aiškiai įvardinti būtinašias išlaidas, tuo tarpu, Bendrovės nuomone, Europos Komisijos Gairės<sup>29</sup> leidžia pasiūlyme naudoti žodį „nemokamai“, jeigu vartotojas patirs kitokias išlaidas, kurios nėra būtinos, su sąlyga, kad tokios išlaidos bus aiškiai įvardintos. Todėl, Bendrovės teigimu, pateikęs pasiūlymą, nurodant žodį

<sup>26</sup> Bylos 1 tomas, 118-132 lapai.

<sup>27</sup> Konkurencijos tarybos 2014 m. rugsėjo 16 d. raštai (bylos 1 tomas, 133-136 lapai).

<sup>28</sup> Bylos 1 tomas, 140-146 lapai.

<sup>29</sup> 2009 m. gruodžio 3 d. Europos Komisijos gairės dėl Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos įgyvendinimo ir taikymo, SEC (2009) 1666.

„nemokamai“ ir aiškiai įvardinus už ką vartotojui reikės mokėti, negali būti taikomas NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punktą.

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

(25) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis draudžia naudoti klaidinančią reklamą.

(26) Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 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. Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Nesažiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių.

(27) Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (toliau – LVAT) yra konstatavęs, kad vertinant, ar reklama turi NKVVDĮ 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių, nėra teisinio pagrindo ir faktinio poreikio reklamos turinį papildomai vertinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje įtvirtintų teisingumo, išsamumo ir pateikimo kriterijų požiūriu, nes Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalis *expressis verbis* nurodo, kad šioje teisės normoje nurodyta reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia<sup>30</sup>.

(28) Atsižvelgus į šias Reklamos įstatymo nuostatas ir LVAT praktiką darytina išvada, jog nustačius, kad nagrinėjama informacija yra reklama pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalį, ir kad reklama atitinka NKVVDĮ 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytus klaidinančios komercinės veiklos požymius, tai yra pakankamas pagrindas reklamą pripažinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies draudžiama klaidinančia reklama.

#### 4. Dėl reklamos ir reklamos davėjo

(29) 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 išipareigojimų perėmimą.

(30) Kaip yra pažymėjęs Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas, reklama paprastai laikoma tam tikra informacija, kurią skleidžiant siekiama daryti poveikį asmenų pasirinkimui, skatinti norimą elgesį, o esminis reklamos požymis – siekimas daryti kitiems asmenims poveikį jiems renkant ar įsigyjant tam tikrus produktus, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Skatinimas įsigyti ar vartoti produktus ir rodo komercinį tokios informacijos tikslą<sup>31</sup>.

(31) UAB „Natural Pharmaceuticals“ ūkinė veikla yra susijusi su maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ platinimu (nutarimo (4) pastraipa). Kaip matyti iš nustatytų aplinkybių, UAB „Natural Pharmaceuticals“ skleidė informaciją apie išskirtinį pasiūlymą nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ pakuotę, tokiu būdu skatindama vartotojus įsigyti Bendrovės platinamas prekes. Todėl Konkurencijos taryba nagrinėjamą informaciją laiko reklama, kaip tai apibrėžiama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalyje.

(32) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 10 dalyje nurodyta, kad reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama. Konkurencijos tarybos nustatyta informacija, kurią patvirtino ir pati UAB „Natural Pharmaceuticals“ (nutarimo (4) pastraipa), rodo, kad šios Bendrovės iniciatyva ir interesais buvo skleisti nagrinėjamos reklamos teiginiai. Atsižvelgiant į tai, UAB „Natural Pharmaceuticals“ laikytina nagrinėjamų reklaminių teiginių davėja.

<sup>30</sup> LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>858</sup>-370/2012, UAB „Omnitel“ v Konkurencijos taryba.

<sup>31</sup> Konstitucinio Teismo 2004 m. sausio 26 d. nutarimas, byloje Nr. 3/02-7/02-29/03.

(33) Be to, minėta Bendrovės veikla laikytina ir komercine veikla Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo prasme, kadangi šio įstatymo 2 straipsnio 4 dalyje nurodyta, kad komercine veikla vartotojams laikomi komercinės veiklos subjekto veiksmai, neveikimas, elgesys arba pareiškimas, įskaitant reklamą ir rinkodarą, tiesiogiai susiję su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba teikimu vartotojams.

## **5. Dėl maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ reklamos klaidingumo vertinimo**

### **5.1. Dėl maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ reklamos atitikties NKVVDĮ 7 straipsnio 7 punkto reikalavimams vertinimo**

(34) NKVVDĮ 7 straipsnio 7 punkte numatyta, jog preziumuojama, kad komercinė veikla yra klaidinanti, jei ji pasireiškia kaip apgaulingas tvirtinimas, kad produktą bus galima įsigyti tik per ypač trumpą laikotarpį arba kad tik tuo laikotarpiu jį bus galima įsigyti nustatytais sąlygomis, taip siekiant paskatinti vartotoją nedelsiant priimti sprendimą, nesuteikiant vartotojui galimybės ar pakankamai laiko priimti informacija paremtą sprendimą.

(35) Kaip nurodyta nutarimo 2 dalyje, UAB „Natural Pharmaceuticals“ nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2013 m. spalio 30 d. reklaminius laiškus paštu skleidė reklamą apie galimybę nemokamai, sumokėjus tik 9,95 Lt pakavimo ir pristatymo išlaidas, įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, pabrėžiant pasiūlymo išskirtinumą, t. y. kad pasiūlymas galioja tik pirmiems 100 000 užsakymų ir tik ribotą laiką, t. y. iki 2013 m. lapkričio 15 d. (nutarimo (15) pastraipa). Tačiau nuo 2014 m. sausio 22 d. iki 2014 m. vasario 5 d. reklaminius laiškus su spauda vėl buvo skleisti reklaminiai teiginiai apie galimybę tokiomis pačiomis sąlygomis, t. y. sumokėjus tik 9,95 Lt pakavimo ir pristatymo išlaidas, įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ (nutarimo (16) pastraipa).

(36) Taigi, nors reklamoje, skleistoje paštu, buvo teigiama, kad tik pirmiems 100 000 užsakymų ir tik ribotą laiką, t. y. iki 2013 m. lapkričio 15 d. galioja pasiūlymas nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, tačiau analogiškas pasiūlymas buvo skelbiamas pakartotinai.

(37) Vis dėlto, vertinant, ar šiuo konkrečiu atveju reklaminiai teiginiai dėl išskirtinio pasiūlymo turi NKVVDĮ 7 straipsnio 7 punkto požymių, būtina atsižvelgti į konkrečias su siūloma įsigyti preke bei pasiūlymo galiojimo laikotarpiu susijusias aplinkybes.

(38) Pačioje reklamoje buvo nurodyta, kad pakuotė skirta 30 dienų (nutarimo (6) pastraipa), be to, reklama paštu buvo platinama nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2013 m. spalio 30 d., o pasiūlymas galiojo iki 2013 m. lapkričio 15 d. Taigi reklama buvo skleista mėnesį, o vartotojai, priklausomai nuo to, kada ją gavo, turėjo laiko apsispręsti trumpiausiai bent 15 dienų, o ilgiausiai – daugiau nei mėnesį. Tuo tarpu antrą kartą pasiūlymas pradėtas skleisti su spauda jau praėjus beveik dviem mėnesiams (nuo 2014 m. sausio 22 d. iki 2014 m. vasario 5 d.) nuo pirminio pasiūlymo.

(39) Konkurencijos taryba daro išvadą, jog atsižvelgus į pasiūlymo laikotarpį ir produkto specifiką, nagrinėjamu atveju nėra pagrindo reklaminius teiginius: „*Šis pasiūlymas galioja tik pirmiems 100 000 užsakymų ir tik iki 2013.11.15, imant užsakymo registracijos įmonėje „Natural Pharmaceuticals“ datą*“; „*Pasiūlymo laikas ribotas ir taikomas pirmiems 100 000 užsakymų bei galioja iki 2013.11.15*“ vertinti kaip turinčius NKVVDĮ 7 straipsnio 7 punkto požymių ir pažeidžiančius Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

### **5.2. Dėl maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ reklamos atitikties NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto reikalavimams vertinimo**

(40) NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkte numatyta, jog preziumuojama, kad komercinė veikla yra klaidinanti, jei ji pasireiškia kaip produkto apibūdinimas kaip „nemokamas“ ar panašiai, jeigu vartotojas turi mokėti, išskyrus neišvengiamas išlaidas, susidarancias dėl vartotojo reakcijos į komercinę veiklą (pavyzdžiui, vartotojo pašto ar telefono ryšio išlaidos pagal įprastus tarifus ir panašiai), ir išlaidas dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą.

(41) Taigi NKVVDI 7 straipsnio 18 punktą draudžia apibūdinti produktą kaip „nemokamas“ ar panašiai, jeigu vartotojas vis dėlto turi mokėti, išskyrus minėtame punkte numatytas išimties sąlygas, t. y. jeigu vartotojas:

- (a) patiria neišvengiamas išlaidas, susidarancias dėl vartotojo reakcijos į komercinę veiklą (pavyzdžiui, vartotojo pašto ar telefono ryšio išlaidos pagal įprastus tarifus ir panašiai);
- (b) patiria išlaidas dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą.

(42) LVAT, aiškindamas NKVVDI 7 straipsnio 18 punkto nuostatą, yra pažymėjęs, kad komercinė veikla bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jei vartotojui teks mokėti už kažką kitą, išskyrus tokias išlaidas, kurios atsiranda dėl atsakymo į komercinę veiklą ir dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą, kadangi tokiu būdu prekybininkas sukurtų apgaulingą įspūdį apie save, savo prekes ar paslaugas<sup>32</sup>.

(43) LVAT taip pat yra pažymėjęs<sup>33</sup>, kad aiškinant šio įstatymo nuostatas turi būti atsižvelgta ir į Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos<sup>34</sup> nuostatas, kurios perkeltos į šį įstatymą, tikslus, taip pat galima remtis kaip papildomu Europos Sąjungos teisės aiškinimo šaltiniu – Europos Komisijos Gairėmis.

(44) Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos I priedo 20 punkte įtvirtinta, kad komercinė veikla, kuri bet kuriomis aplinkybėmis laikoma nesąžininga, yra produkto apibūdinimas kaip „dykai“, „veltui“, „nemokamas“ ar panašiai, jei vartotojas turi mokėti už kažką kitą, išskyrus neišvengiamas išlaidas, kylančias dėl atsakymo į komercinę veiklą ir dėl prekės paėmimo ar mokėjimo už jos pristatymą.

(45) Europos Komisijos Gairių 3.4.3 punkte nurodyta, kad remiantis Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos I priedo 20 punktu pasiūlymą galima laikyti nemokamu tik tuomet, jei vartotojas sumoka tik:

- (a) minimalias neišvengiamas išlaidas, kylančias dėl atsakymo į komercinę veiklą (pavyzdžiui, siuntimą paštu pagal galiojančią įkainį, telefono skambučio išlaidas ne didesniu nei vietos tarifu ar neišvengiamas minimalias SMS žinutės siuntimo išlaidas);
- (b) faktines pervežimo ar pristatymo išlaidas;
- (c) kelionės išlaidas, patiriamas vykstant atsiimti siūlomo produkto, ir kitas su tuo susijusias išlaidas.

(46) Europos Komisijos Gairių 3.4.3 punkte taip pat nurodoma, kad prekybininkai neturi imti mokesčio už produkto supakavimą, užsakymo vykdymą ar administravimą. Teisėtai naudoti reklamoje nemokamus pasiūlymus prekybininkai gali tik esant visiškam kainų skaidrumui – pateikdami bet kokią informaciją apie nemokamą pasiūlymą, jie turi aiškiai nurodyti galimas vartotojo išlaidas.

(47) Įvertinusi šias su NKVVDI 7 straipsnio 18 punktu susijusias išaiškintis, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad prekė gali būti reklamuojama kaip „nemokama“ tik tais atvejais, jeigu vartotojas nepatirs jokių papildomų išlaidų, išskyrus tas, kurias nurodo minėti teisės aktai, t. y. neišvengiamos išlaidos, susidarancias dėl vartotojo reakcijos į komercinę veiklą ir išlaidos dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą. Tuo tarpu, bet kokios papildomos išlaidos, neapimančios numatytų minėtuose teisės aktuose yra negalimos, priešingu atveju toks pasiūlymas laikomas turinčiu NKVVDI 7 straipsnio 18 punkto požymių.

<sup>32</sup> LVAT 2010 m. rugsėjo 30 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>502</sup>-989/2010, UAB „Mikrovisatos TV“ v Konkurencijos taryba.

<sup>33</sup> LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>858</sup>-370/2012, UAB „Omnitel“ v Konkurencijos taryba.

<sup>34</sup> 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 (OL 2005 L 149, p. 22).

(48) Tai reiškia, kad, jei reklamoje pateiktas pasiūlymas, kai vartotojas turi patirti kitų nei aukščiau minėtos išlaidos tam, kad juo pasinaudotų, negali būti apibūdinamas kaip „nemokamas“ ar panašiai, nepriklausomai nuo to, ar reklamoje yra įvardinta, kokias išlaidas vartotojas turi apmokėti.

(49) Kaip nurodyta nutarimo 1 dalyje, UAB „Natural Pharmaceuticals“ skleidė reklaminius teiginius apie galimybę nemokamai užsisakyti maisto papildą „OmegaMarine Forte+“, sumokėjus tik 9,95 Lt pakavimo ir pristatymo/siuntimo<sup>35</sup> išlaidas.

(50) Šio pasiūlymo, priešingai nei teigia Bendrovė, negalima laikyti kompleksiniu, kadangi nagrinėjamoje reklamoje pateikta informacija nesudaro pagrindo manyti, kad vartotojas būtų galėjęs įsigyti nemokamai tik pačią prekę, jei nesutiktų sumokėti reklamoje nurodytą 9,95 Lt išlaidų. Akivaizdu, kad nagrinėjamu atveju pasiūlymas buvo susijęs su konkrečia preke ir jos įsigijimo sąlygomis, todėl Konkurencijos taryba šią reklamą vertina kaip vieną pasiūlymą, o ne kaip atskirus ar kompleksinius pasiūlymus.

(51) Vertinant, ar reklaminiai teiginiai turi NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto nesąžiningos komercinės veiklos požymių, būtina nustatyti, ar reklamoje minimos pakavimo ir pristatymo/siuntimo išlaidos (9,95 Lt) yra išlaidos, susijusios su vartotojo reakcija į komercinę veiklą arba išlaidos susijusios su produkto paėmimu ar pristatymu NKVVDĮ prasme.

(52) Kaip nurodyta nutarimo (11) pastraipoje, UAB „Natural Pharmaceuticals“ į reklamoje nurodytas kaip pakavimo ir pristatymo/siuntimo išlaidas, iš tikrųjų įskaitė įvairias išlaidas, be kita ko, apimančias ir maisto papildą „OmegaMarine Forte+“ pakuotės dėžutės kainą; sąskaitų siuntimo ir įmokų surinkimo išlaidas, išlaidas vokams, išlaidas susijusias su vartotojų aptarnavimu, produkto transportavimo iš užsienyje esančio logistikos sandėlio į Lietuvą išlaidas.

(53) Vertindama šią informaciją, Konkurencijos taryba pirmiausiai atkreipia dėmesį, kad šios išlaidos, priešingai nei nurodyta reklamoje, neapsiribojo tik produkto pakavimu ir pristatymu. Taigi vien šiuo požiūriu nėra pagrindo reklamoje nurodytą informaciją apie vartotojo apmokamas išlaidas laikyti teisinga. Todėl, priešingai, nei teigia UAB „Natural Pharmaceuticals“, nėra pagrindo pripažinti, kad reklamoje buvo aiškiai nurodyta, kokias išlaidas vartotojai, siekdami pasinaudoti pasiūlymu, turi apmokėti, tuo išvengiant vartotojų klaidinimo.

(54) Toliau pateikiamas reklamoje nurodytų ir UAB „Natural Pharmaceuticals“ įvardintų išlaidų, kurias turėjo padengti vartotojai, siekdami pasinaudoti reklamoje pateiktu ir apibūdintu kaip „nemokamas“ pasiūlymu, vertinimas NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto prasme.

(55) Reklamoje buvo nurodyta, kad vartotojas privalo padengti pakavimo išlaidas, tačiau pakavimo išlaidos apskritai nėra priskiriamos prie leistinų išlaidų numatytų NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkte. Be to, ir Europos Komisijos Gairėse numatyta, kad apibūdinant produktą kaip „nemokamas“, neturi būti imamas mokestis už produkto supakavimą. Todėl ir šiuo konkrečiu atveju maisto papildą „OmegaMarine Forte+“ pakavimo išlaidų negalima įtraukti į vartotojo mokėtiną sumą.

(56) Nors reklamoje buvo nurodyta, kad vartotojas be pakavimo išlaidų turi sumokėti ir pristatymo/siuntimo išlaidas, kurios pagal savo pobūdį yra leistinos, reklamuojant produktą kaip „nemokamą“, tačiau, šias išlaidas – 9,95 Lt – sudarė ir kitos išlaidos, kurios nėra leistinos NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto prasme.

(57) Išanalizavusi tai, kokias išlaidas UAB „Natural Pharmaceuticals“ įskaičiuoja į reklamoje nurodytą 9,95 Lt sumą (nutarimo (11) pastraipa), Konkurencijos taryba daro išvadą, kad NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto prasme leistinoms išlaidoms gali būti priskirtos tik šios išlaidos (nutarimo (13) pastraipa):

- (a) užsakymo voko, kuris pateikiamas kartu su pasiūlymu ir kurio siuntimas yra iš anksto apmokėtas, išlaidos ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] Lt) (nutarimo (11)(f) pastraipa); ir
- (b) pašto, siunčiant vartotojui produktą „OmegaMarine Forte+“ Lietuvoje, išlaidos ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] Lt) (nutarimo (11)(e) pastraipa).

---

<sup>35</sup> Siuntimo išlaidos buvo minimos internetu skelbtoje reklamoje, tuo tarpu pristatymo išlaidos – paštu ir su spauda skelbtoje reklamoje.



(58) Šios išlaidos galėtų būti priskirtos neišvengiamoms išlaidoms, susidarančioms dėl vartotojo reakcijos į reklamą, ir išlaidoms dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą. Tačiau šios išlaidos, kurias vartotojas turėjo patirti, pasinaudodamas apibūdintu kaip „nemokamas“ pasiūlymu užsisakyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ sudaro tik trečdalį reklamoje nurodytos mokėtinos sumos (9,95 Lt).

(59) Kita vertus, Konkurencijos taryba pažymi, kad vartotojo patiriamos išlaidos turėtų būti dar mažesnės, nes, kaip reklamoje buvo nurodžiusi Bendrovė, užsakymo voko išlaidos yra apmokėtos iš anksto: „*Apmokėtas atsakymas*“, „*Pašto ženkle neklijuoti*“<sup>36</sup>, taip pat užsakymo kupone nurodoma „*Pašto išlaidas mes jau apmokėjome!*“<sup>37</sup>. Taigi pagal pačiame pasiūlyme nurodytą informaciją, šių išlaidų vartotojas apskritai neturėjo patirti. Tačiau, kaip minėta, šias išlaidas vartotojas turėjo padengti, kadangi jos buvo įtrauktos į „pakavimo ir pristatymo išlaidas“, nurodytas reklamoje (nutarimo (11) pastraipa).

(60) Atitinkamai, kitos išlaidos, nurodytos nutarimo (11) pastraipoje, nelaikytinos NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkte nurodytomis leistinomis išlaidomis, kadangi jos negali būti laikomos nei neišvengiamomis išlaidomis, susidarančiomis dėl vartotojo reakcijos į reklamą, nei išlaidomis dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą dėl toliau nurodytų priežasčių.

(61) Vertindama Bendrovės informaciją, kad į reklamoje nurodytas 9,95 Lt išlaidas yra įtrauktos ir produkto transportavimo iš užsienyje esančio logistikos sandėlio į Lietuvą išlaidos, Konkurencijos taryba atsižvelgia į tai, kad reklaminiuose laiškuose bei internete buvo nurodytas Lietuvoje veikiančios UAB „Natural Pharmaceuticals“ adresas (K. Donelaičio g. 62, LT-44248 Kaunas). Taigi vartotojas negalėjo turėti pagrindo manyti, kad jam produktas bus pristatomas ne iš Lietuvos ir, kad jis turės papildomai padengti produkto transportavimo iš užsienyje esančio logistikos sandėlio į Lietuvą išlaidas.

(62) Be to, tokios išlaidos negali būti laikomos leistinomis vartotojams patirti išlaidomis dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto prasme, ir dėl to, kad nagrinėjamu atveju jos laikytinos pačios Bendrovės komercinės veiklos išlaidomis. Šias išlaidas Bendrovė privalo patirti, kad ji apskritai galėtų vartotojams siūlyti įsigyti reklamoje nurodytų prekių. Taigi jos yra susijusios ne su pačiu reklamoje nurodytu pasiūlymu nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, bet su įprastais Bendrovės patiriamais komercinės veiklos kaštais, komercinės veiklos organizavimu. Šią išvadą patvirtina ir tai, kad nagrinėjamu atveju yra akivaizdu, kad išlaidos už prekės pristatymą iš užsienio į Lietuvą nėra skirtos prekės pristatymui ją užsisakiusiam vartotojui, kadangi pati Bendrovė šias išlaidas nurodė atskirai (nuarimo (11)(d) ir (11)(e) pastraipos).

(63) Todėl Konkurencijos taryba daro išvadą, kad nagrinėjamu atveju išlaidos, skirtos maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ pristatymui iš užsienio į Lietuvą, negali būti laikomos nei neišvengiamomis išlaidomis, kurias vartotojas patirtų dėl savo reakcijos į reklamoje pateiktą pasiūlymą, nei išlaidomis, susijusiomis su produkto paėmimu ar pristatymu vartotojui NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto prasme.

(64) Nesusijusiomis su vartotojo reakcija į Bendrovės reklamoje nurodytą pasiūlymą nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ ar su šio produkto paėmimu ar mokėjimu už jo pristatymą laikytinos ir kitos nutarimo (11) pastraipoje nurodytos išlaidos, kurias Bendrovė įtraukė į reklamoje nurodytas 9,95 Lt išlaidas, t. y. maisto papildo „OmegaMarine Forte+“ pakuotės dėžutės kaina, vartotojui siunčiamos sąskaitos kaina, produkto pakavimo išlaidos, užsakymų įvedimo į sistemą išlaidos, įmokų (9,95 Lt) surinkimo išlaidos, klientų aptarnavimo išlaidos, papildomas atlyginimas už kokybiškai suteiktas paslaugas.

(65) Tokią išvadą Konkurencijos taryba daro atsižvelgusi į tai, kad šios išlaidos susijusios su vartotojo pasinaudojusio reklamoje patektu pasiūlymu užsakymo vykdymu ir administravimu. Taigi šios išlaidos yra susijusios su Bendrovės įprastais veiksmais įgyvendinant vartotojo užsakymą, o ne su konkretais vartotojo veiksmais jam užsakant prekes ir pristatant jo nurodytu

<sup>36</sup> Bylos 1 tomas, 27 lapas.

<sup>37</sup> Bylos 1 tomas, 28 lapas.

adresu. Šią išvadą patvirtina ir tai, kad nagrinėjamos išlaidos taip pat nėra numatytos Europos Komisijos Gairėse kaip leistinos, vartotojams siūlant įsigyti prekes nemokamai.

(66) Taigi, vartotojai siekdami pasinaudoti UAB „Natural Pharmaceuticals“ reklamoje pateiktu pasiūlymu nemokamai įsigyti „OmegaMarine Forte+“ be neišvengiamų išlaidų, susidarančių dėl vartotojo reakcijos į komercinę veiklą, ir išlaidų dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą vartotojui, turėjo sumokėti daugiau negu būtina, t. y. patirti papildomas išlaidas, kurios pagal NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punktą nėra leistinos.

(67) Aukščiau padarytos išvados nepaneigia ir UAB „Natural Pharmaceuticals“ paaiškinimai, jog, viena vertus, reklamoje nurodytos „pakavimo ir pristatymo/siuntimo išlaidos“ neapima išlaidų, nurodytų NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkte, kadangi jos aiškiai buvo nurodytos reklamoje. Kita vertus, Bendrovės teigimu, reklamoje minimos „pakavimo ir pristatymo/siuntimo išlaidos“ galėtų būti priskirtos prie išlaidų, nurodytų minėto įstatymo 7 straipsnio 18 punkte, kadangi NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punktas nenumato baigtinio sąrašo, kas laikoma „neišvengiamomis išlaidomis“ ar „išlaidomis dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą“.

(68) Įvertinusi šiuos Bendrovės argumentus, Konkurencijos taryba pabrėžia, kad tiek NKVVDĮ, tiek Reklamos įstatymas yra skirti vartotojų interesų apsaugai. Taigi nėra pagrindo manyti, kad NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punktas gali būti interpretuojamas tokiu būdu, kad numatytų mažesnę vartotojų interesų apsaugą, nei jame yra tiesiogiai nurodyta. Todėl Bendrovės argumentai, kad siūlant vartotojams nemokamai įsigyti prekių ši teisės norma leidžia į vartotojams skirtas apmokėti išlaidas įtraukti ir įprastas su Bendrovės komercine veikla siūlant prekes ir aptarnaujant vartotojus susijusias išlaidas, yra nepagrįsti.

(69) Vertindama NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto reikalavimus, Konkurencijos taryba laikosi nuomonės, kad nepriklausomai nuo to, ar konkrečios papildomos išlaidos yra įvardintos reklamoje pateiktame pasiūlyme ar ne, jei jos nėra susijusios su konkrečiu vartotojo reakcija į reklamoje pateiktą pasiūlymą, nėra neišvengiamos ir nėra susijusios su prekės atsiėmimu ar pristatymu konkrečiam vartotojui, jos negali būti pasiūlymo įsigyti prekių nemokamai dalis ar sąlyga. Kitoks šių normų aiškinimas reikštų, kad komercinės veiklos subjektai galėtų reikalauti iš vartotojų atlyginti iš esmės visas išlaidas, kurias jie patirtų savo prekes siūlydami įprastomis sąlygomis, o ne nemokamai. Tačiau tokia situacija iš esmės paneigtų NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkto reikalavimus, nurodančius, kad, jei prekė siūloma nemokamai, ji iš tikrųjų ir turi būti nemokama. Atsižvelgusi į išdėstytas aplinkybes, Konkurencijos taryba pripažįsta, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ skleisti reklaminiai teiginiai siūlantys vartotojams galimybę nemokamai įsigyti maisto papildą „OmegaMarine Forte+“ tačiau nurodantys, kad vartotojas turi patirti 9,95 Lt išlaidas turi NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkte nurodytos nesąžiningos komercinės veiklos požymių, todėl laikytini klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnyje numatytus reikalavimus. Ši išvada taikoma šiems reklaminiams teiginiams:

- (a) nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2013 m. spalio 30 d. ir nuo 2014 m. sausio 22 d. iki 2014 m. vasario 5 d. reklaminiais laiškais paštu bei su spauda skleisti teiginiai: „*Taip, mes NEMOKAMAI\* dalijame 100 000 aukštos kokybės norvegiškų omega-3 žuvų taukų pakuočių...*“; „*\*Jums tereikės susimokėti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro 9,95 Lt*“; „*Kodėl mes nemokamai dalijame 100 000 pakuočių aukštos kokybės „OmegaMarine Forte+“ iš norvegiškų lašišų?*“; „*Viskas, ką Jums reikia padaryti – padengti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro vos 9,95 Lt*“; „*Pasinaudokite omega-3 privalumais nemokamai!*“; „*Kaip gauti nemokamą omega-3 pakuotę iš Norvegijos?*“; „*Taip – aš noriu užsakyti 30-ies dienų omega-3 pakuotę NEMOKAMAI. Aš sutinku apmokėti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro 9,95 Lt.*“; „*Išbandykite už 0,- Apmokėkite tik pakavimo ir pristatymo išlaidas – 9,95 Lt*“;
- (b) nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2014 m. birželio 10 d. interneto tinklalapyje adresu <https://www.omegamarine.lt/index.php/uzsakymai> skleisti reklaminiai teiginiai: „*Taip, aš pageidauju nemokamai gauti bandomąją OmegaMarine Forte+*

*pakuotę. <...> Aš apmokėsiu tik siuntimo ir pakavimo išlaidas, kurių suma lygi 9,95 Lt.<...>“.*

### **5.3. Išvados dėl Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimo**

(70) Apibendrinusi nutarimo 5.1 ir 5.2 dalyse padarytas išvadas, Konkurencijos taryba konstatuoja, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ nutarimo (69) pastraipoje nurodyti reklaminiai teiginiai turi NKVVDĮ 7 straipsnio 18 punkte nurodytos nesąžiningos komercinės veiklos požymių, todėl laikytini klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnyje numatytus reikalavimus.

(71) Nagrinėjimo procedūra dalyje dėl (39) pastraipoje nurodytų reklaminių teiginių atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams, nenustačius NKVVDĮ 7 straipsnio 7 punkto požymių bei Reklamos įstatymo 5 straipsnio sudėties nutrauktina.

### **6. Dėl UAB „Natural Pharmaceuticals“ taikytinų sankcijų**

(72) Pagal Reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalį, reklamos davėjas atsako už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą, jeigu jis neįrodo, kad šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti ne dėl jo kaltės.

(73) Atsižvelgus į tai, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ nepateikė įrodymų, kad skleidžiant Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl jos kaltės, konstatuotina, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ yra atsakinga už nutarimo (69) pastraipoje nurodytų klaidinančių reklaminių teiginių naudojimą.

(74) Pagal Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalį už klaidinančios reklamos naudojimą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo 1 000 Lt iki 30 000 Lt, o jei pažeidimas padarytas pakartotinai per metus – iki 120 000 Lt. Pagal šio straipsnio 5 dalį skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį ir atsižvelgus į šio straipsnio 7 ir 8 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

(75) Vertindama UAB „Natural Pharmaceuticals“ padaryto pažeidimo pobūdį, Konkurencijos taryba atsižvelgia į tai, kad Bendrovė skleidė klaidinančius reklaminius teiginius apie galimybę nemokamai įsigyti maisto papildo „OmegaMarine Forte+“, tačiau vartotojai turėjo sumokėti 9,95 Lt, kad padengtų ne tik NKVVDĮ 7 straipsnio 18 dalyje nurodytas leistinas išlaidas, bet ir kitas išlaidas, kurios nėra neišvengiamos išlaidos, susidariusios dėl vartotojo reakcijos į Bendrovės reklamą, ir nėra išlaidos dėl produkto paėmimo ar mokėjimo už jo pristatymą. Tokia reklama, nepriklausomai nuo jokių aplinkybių visais atvejais laikoma klaidinančia ir pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(76) Reklaminių teiginių skleidimo trukmė laikytina labai ilga, o mastas vidutinis, nes, kaip nurodyta nutarimo (69) pastraipoje, reklaminiai teiginiai nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2013 m. spalio 30 d. buvo skleisti reklaminiiais laiškais paštu [KOMERCINĖ PASLAPTIS] vienetų tiražu ir nuo 2014 m. sausio 22 d. iki 2014 m. vasario 5 d. reklaminiiais laiškais su spauda ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]) [KOMERCINĖ PASLAPTIS] vienetų tiražu, bei nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2014 m. birželio 10 d. skleisti interneto tinklalapyje adresu <https://www.omegamarine.lt/index.php/uzsakymai> (unikalių vartotojų skaičius per mėnesį [KOMERCINĖ PASLAPTIS]).

(77) Apibendrinus reklamos sklaidos trukmę, laikytina, kad reklaminiai teiginiai skleisti nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2014 m. birželio 10 d.

(78) UAB „Natural Pharmaceuticals“ atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių nustatyta nebuvo.

(79) Atsižvelgusi į nurodytas aplinkybes, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad yra pagrindas UAB „Natural Pharmaceuticals“ už klaidinančios reklamos skleidimą skirti 20 000 (dvidešimt tūkstančių) litų (5 792 (penkių tūkstančių septynių šimtų devyniasdešimt dviejų) eurų) baudą.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 5 straipsniu, 19 straipsnio 1 dalies 2 punktu, 21 straipsnio 1 dalies 7 punktu, 24 straipsnio 1, 5 dalimis, 25 straipsnio 17 punktu,

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Pripažinti, kad UAB „Natural Pharmaceuticals“ laikotarpiais nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2013 m. spalio 30 d., nuo 2014 m. sausio 22 d. iki 2014 m. vasario 5 d. bei nuo 2013 m. rugsėjo 28 d. iki 2014 m. birželio 10 d. reklaminiais laiškais paštu ir su spauda bei interneto tinklalapyje adresu <https://www.omegamarine.lt/index.php/uzsakymai> skleidė klaidinančią reklamą ir pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies reikalavimus, naudojusi šiuos reklaminius teiginius:

1.1. „*Taip, mes NEMOKAMAI\* dalijame 100 000 aukštos kokybės norvegiškų omega-3 žuvų taukų pakuočių...*“; „*\*Jums tereikės susimokėti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro 9,95 Lt*“; „*Kodėl mes nemokamai dalijame 100 000 pakuočių aukštos kokybės „OmegaMarine Forte+“ iš norvegiškų lašišų?*“; „*Viskas, ką Jums reikia padaryti – padengti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro vos 9,95 Lt*“; „*Pasinaudokite omega-3 privalumais nemokamai!*“; „*Kaip gauti nemokamą omega-3 pakuotę iš Norvegijos?*“; „*Taip – aš noriu užsakyti 30-ies dienų omega-3 pakuotę NEMOKAMAI. Aš sutinku apmokėti pakavimo ir pristatymo išlaidas, kurios sudaro 9,95 Lt.*“; „*Išbandykite už 0,- Apmokėkite tik pakavimo ir pristatymo išlaidas – 9,95 Lt*“;

1.2. „*Taip, aš pageidauju nemokamai gauti bandomąją OmegaMarine Forte+ pakuotę. <...> Aš apmokėsiu tik siuntimo ir pakavimo išlaidas, kurių suma lygi 9,95 Lt.<...>*“.

2. Nesant Reklamos įstatymo pažeidimo, nagrinėjimo procedūrą dalyje dėl teiginių: „*Šis pasiūlymas galioja tik pirmiems 100 000 užsakymų ir tik iki 2013.11.15, imant užsakymo registracijos įmonėje „Natural Pharmaceuticals“ datą*“; „*Pasiūlymo laikas ribotas ir taikomas pirmiems 100 000 užsakymų bei galioja iki 2013.11.15*“ atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams nutraukti.

3. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą skirti UAB „Natural Pharmaceuticals“ 20 000 (dvidešimt tūkstančių) litų (5 792 (penkių tūkstančių septynių šimtų devyniasdešimt dviejų) eurų) baudą.

4. Įpareigoti per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 3 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 sąskaitą LT24 7300 0101 1239 4300 (įmokos kodas 6920, lėšų gavėjas – Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas – 188659752).