



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL UAB „PALINK“ VEIKSMŲ ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS MAŽMENINĖS PREKYBOS ĮMONIŲ NESĄŽINGŲ VEIKSMŲ DRAUDIMO ĮSTATYMO 3 STRAIPSNIO REIKALAVIMAMS

2012 m. birželio 6 d. Nr. 1S-74

Vilnius

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) išnagrinėjo klausimą dėl UAB „PALINK“ (kodas 110193723) (toliau – ir Bendrovė) veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo (toliau – Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymas) 3 straipsnio reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė :

(1) Tyrimas dėl UAB „PALINK“ veiksmų atitikties Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio reikalavimams pradėtas Konkurencijos tarybos 2012 m. vasario 23 d. nutarimu Nr. 1S-25 (I tomas, b. l. 1-2). Tyrimas pratęstas Konkurencijos tarybos 2012 m. gegužės 11 d. nutarimu Nr. 1S-63 (I tomas, b. l. 112).

(2) Tyrimo metu buvo nagrinėjama, ar UAB „PALINK“ su maisto prekių ir gėrimų tiekėjais (toliau – ir tiekėjai) sudarytose sutartyse dėl reklamos paslaugų teikimo numatytos nuostatos, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina reklaminės akcijų metu, neprieštaruja Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio reikalavimams.

(3) Tyrimo metu dėl tyrimui reikšmingos informacijos buvo susirašinėjama su UAB „PALINK“ bei tiekėjais, nagrinėjamos sutarčių dėl reklamos paslaugų teikimo sudarymo aplinkybės.

1. UAB „PALINK“ ir tiekėjų sudarytų sutarčių pobūdis

(4) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „PALINK“ valdo mažmeninės prekybos tinklo parduotuves, turinčias teisę naudoti UAB „PALINK“ priklausančius „IKI“, „IKI Express“ (anksčiau – „IKIUKAS“), „IKI Cento“ prekės ženklus ir kuriose didžiąją dalį asortimento sudaro maisto prekės ir gėrimai. Daugiau kaip 20 valdomų UAB „PALINK“ parduotuvių prekybos plotas viršija 400 m² (II tomas, b. l. 141-150 b. l.), o bendrosios pajamos paskutiniaisiais finansiniais metais sudarė daugiau kaip 400 milijonų litų (II tomas, b. l. 141-142).

(5) UAB „PALINK“ maisto prekes ir gėrimus iš viso tiekia apie <...> skirtingų tiekėjų, jų tiekiamų maisto prekių ir gėrimų asortimentą sudaro apie <...> prekių (II tomas, b.l. 198). Nustatyta, kad UAB „PALINK“ su įvairiais įvairių maisto prekių ir gėrimų (pavyzdžiui, konditerijos, duonos, kt.) tiekėjais, 2010 m., 2011 m. sudarydavo didmeninio prekių pirkimo – pardavimo sutartis dėl prekių, skirtų parduoti vartotojams UAB „PALINK“ valdomose mažmeninės prekybos tinklo parduotuvėse, tiekimo (III tomas, b. l. 11-22; 26-35; IV, V tomas).

(6) Tyrimo metu nustatyta, kad visos šios didmeninio prekių pirkimo – pardavimo sutartys, kurias sudaro pagrindinė sutartis ir jos priedai, yra iš esmės analogiškos, t. y. savo forma yra standartinės. Šios sutartys tarp UAB „PALINK“ ir tiekėjų sudaromos paprastai vienerių metų laikotarpiui, ir jeigu šalys nenusprendžia kitaip, pratęsimos automatiškai, tačiau kiekvienais metais

atnaujinamos didmeninio prekių pirkimo – pardavimo sutarčių priedai (papildomi susitarimai ar sutartys) (žr., pavyzdžiui, III tomas, b. l. 26-35).

(7) Vienas iš didmeninio prekių pirkimo – pardavimo sutarčių priedų yra susitarimai dėl marketingo biudžeto (III tomas, b. l. 23-25; 36-43), kuriuose aptariamos tiekėjų UAB „PALINK“ tiekiamų prekių marketingo priemonės ir jų vykdymui skiriamos lėšos. Šie susitarimai dėl marketingo biudžeto tarp UAB „PALINK“ ir konkretaus tiekėjo taip pat sudaromi vienerių metų laikotarpiui.

(8) Tyrimo metu nustatyta, kad tokių susitarimų dėl marketingo biudžeto atskiruose punktuose buvo numatoma konkreti pinigų suma, skirta tiekiamų prekių reklamai UAB „PALINK“ leidžiamame reklaminiame leidinyje, o dėl šios marketingo priemonės vykdymo sąlygų šalys sudarydavo atskiras sutartis dėl reklamos paslaugų teikimo (toliau – sutartys dėl reklamos) (II tomas, b. l. 9-113; III; IV; V tomai), kurios būdavo neatskiriamos didmeninio prekių pirkimo – pardavimo sutarčių dalimis.

2. UAB „PALINK“ prekių pardavimo skatinimo akcijos ir sutartys dėl reklamos

(9) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „PALINK“ nuo 1997 m. kas savaitę leidžia reklaminių leidinių „IKI savaitėlė“ (anksčiau – „IKI pasaulis“), kuriame skelbiamos prekių pardavimo skatinimo akcijos, t. y. reklamuojamos UAB „PALINK“ valdomose mažmeninės prekybos tinklo parduotuvėse parduodamos prekės (I tomas, b. l. 27). Iš pateiktų reklaminių leidinių pavyzdžių (I tomas, b. l. 30-100) nustatyta, kad prekių pardavimo skatinimo akcijos vykdomos kiekvieną savaitę ir atskiro kiekvieno leidinio akcijų pasiūlymai paprastai galioja apytiksliai 7 dienas (I tomas, b. l. 31, 43, 67, 91), tačiau kai kuriais atvejais akcijos gali trukti ir ilgiau, pavyzdžiui, apytiksliai <...> dienų (II tomas, b. l. 37-39).

(10) Į šį reklaminių leidinių yra įtraukiamos prekės, kurias gamina UAB „PALINK“, prekės, dėl kurių UAB „PALINK“ akciją vykdo savo iniciatyva, ir prekės, dėl kurių pardavimų skatinimo akcija vykdoma tiekėjų, įskaitant maisto prekių ir gėrimų tiekėjus, iniciatyva (II tomas, b. l. 165-167). Tiekėjų dalyvavimo akcijose dažnumas paprastai galėjo priklausyti nuo jų tiekiamų prekių UAB „PALINK“ skaičiaus (I tomas, b. l. 21).

(11) Tais atvejais, kai prekių pardavimo skatinimo akcijos vykdavo tiekėjų iniciatyva ir sąskaita, su jais būdavo sudaromos standartinės sutartys dėl reklamos paslaugų teikimo (I tomas, b. l. 21, 22). Tokios sutartys dėl reklamos su maisto prekių ir gėrimų tiekėjais (II tomas, b. l. 9-113; III, IV, V tomai), kaip paaiškinta šio nutarimo 1 dalyje, būdavo sudaromos su jais sudarytų didmeninio prekių pirkimo – pardavimo sutarčių pagrindu.

(12) Sutartyse dėl reklamos būdavo nurodyta, jog UAB „PALINK“ ir konkretus tiekėjas susitaria, kad sutartyse numatytą akcijos laikotarpį, kuris sutampa su laikotarpiu, kuriam skirtas reklaminių leidinys (paprastai apie savaitę ar dvi savaites), UAB „PALINK“ reklamuos leidinyje iš konkretaus tiekėjo perkamas prekes, kurios parduodamos Bendrovės valdomose mažmeninės prekybos tinklo parduotuvėse. Su atskiru tiekėju būdavo susitariama paprastai dėl <...> rūšių prekių, kurios būdavo nurodomos ir sutartyje pardavimų skatinimo vienos akcijos metu, tačiau nustatyta, jog atskirais atvejais maisto prekių ir gėrimų tiekėjai ir UAB „PALINK“ susitardavo dėl didesnio kiekio prekių pardavimo skatinimo vienu metu, pavyzdžiui (IV tomas, b. l. 40, 58, 64, 81). Be šių sąlygų sutartyse taip pat būdavo sutariama dėl tiekėjo tiekiamų UAB „PALINK“ prekių kainos ir kiekio reklaminių akcijos metu (II tomas, b. l. 9-113; III, IV, V tomai).

(13) Pagal sutartį už suteiktas reklamos paslaugas akcijos laikotarpiu būdavo sumokama konkreti suma, t. y. panaudojama dalis sumos, numatytos susitarime dėl marketingo biudžeto, kuri skirta prekių reklamai UAB „PALINK“ leidžiamame reklaminiame leidinyje. Sutartys dėl reklamos galiodavo tik konkrečių reklaminių akcijų metu ir dėl kiekvienos atskiros reklaminių akcijos, nepriklausomai nuo to, kad akcijose galėjo dalyvauti tas pats tiekėjas, būdavo sudaromos atskiros naujos sutartys.

(14) Nustatyta, kad kiekvieną savaitę viename reklaminiame leidinyje vidutiniškai būdavo reklamuojamos <...> skirtingų tiekėjų prekės, iš kurių apie <...> (t. y. <...> proc.) buvo maisto

prekių ir gėrimų tiekėjai. Atitinkamai viename reklaminiame leidinyje iš viso būdavo reklamuojama apie <...> prekių, iš kurių apie <...> (t. y. <...> proc.) būdavo tiekėjų iniciatyva ir sąskaita reklamuojamos maisto prekės ir gėrimai (II tomas, b. l. 197). Be to, nustatyta, kad maisto prekių ir gėrimų tiekėjai vidutiniškai reklamos akcijose dalyvaudavo apie <...> kartus per metus (II tomas, b. l. 16-20; 21-26; 28-36), tačiau nustatyta, kad kai kurie tiekėjai tokiu būdu reklamuodavo savo prekes ir daugiau kartų (iki keliasdešimties per metus) (II tomas, b. l. 37-71; 72-113; III; IV; V tomai), atitinkamai kiekvieną kartą su UAB „PALINK“ sudarydami atskiras sutartis dėl reklamos.

3. Sutarčių dėl reklamos nuostatos, numatančios draudimą tiekėjams tiekti prekes kitiems pirkėjams bei UAB „PALINK“ veiksmai

(15) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „PALINK“ su tiekėjais sudarytose sutartyse dėl reklamos paslaugų teikimo UAB „PALINK“ iniciatyva (I tomas, b. l. 6; III tomas, b. l. 77) buvo įtvirtinta atskira standartinė nuostata, kad šalys susitaria, jog prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu (II tomas, b.l. 9-113; III; IV; V tomai).

(16) Įvertinus šios nuostatos turinį, bei į UAB „PALINK“ pateiktus paaiškinimus, tyrimo metu nustatyta, kad ji iš esmės reiškia, jog sutartyje numatytos reklaminės akcijos metu tiekėjui, su UAB „PALINK“ sudariusiam sutartį dėl reklamos, draudžiama tiekti analogiškas prekes, numatytas sutartyje, kitoms mažmeninės prekybos įmonėms už tokią pat ar mažesnę kainą, negu jos tiekiamos UAB „PALINK“.

(17) Sutartys dėl reklamos, kuriose yra minėta nuostata, buvo sudaromos dar nuo 2009 m. (I tomas, b. l. 6; II tomas, b. l. 9-17), tačiau, atsizvelgus į tai, kad Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymas įsigaliojo nuo 2010 m. balandžio 1 d., tyrimo metu buvo vertinamos atitinkamos po šio įstatymo įsigaliojimo galiojusios sutarčių dėl reklamos nuostatos. Tyrimo metu nustatyta, kad minėta sutarties nuostata buvo panaikinta kai kuriuose nuo 2012 m. vasario 22 d. sudarytose sutartyse dėl reklamos, o galutinai šios nuostatos neliko nuo 2012 m. kovo 7 d. pasirašytose naujos formos sutartyse dėl marketingo paslaugų teikimo (I tomas, b. l. 23; II tomas, b. l. 168-173).

(18) Kaip tyrimo metu paaiškino UAB „PALINK“, akcijos vykdymo laikotarpiu tiekėjas neturėtų pardavinėti kitiems pirkėjams konkrečių prekių tokia pačia ar mažesne kaina, nei tiekėjas parduoda konkrečią prekę UAB „PALINK“ reklaminės akcijos metu, tačiau sutartyse nebuvo nurodoma, kiek kaina kitiems pirkėjams turi būti didesnė (I tomas, b. l. 7). Be to, UAB „PALINK“ teigimu, ši sutarties nuostata iš esmės niekada nebuvo taikoma, nebuvo imtasi jokių veiksmų, jog būtų nustatyta, ar tiekėjas iš tikrųjų laikosi sutarties nuostatos bei ar ji įgyvendinama praktikoje. Ši nuostata, UAB „PALINK“ teigimu, negaliojo nuo sutarčių sudarymo momento (I tomas, b. l. 6).

(19) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „PALINK“ 2012 m. kovo 2 d. kreipėsi į konkrečius konditerijos gaminių ir kitų maisto prekių ir gėrimų tiekėjus, su kuriais sudarytose sutartyse dėl reklamos buvo įtvirtinta minėta nuostata, siūlydama pasirašyti susitarimus dėl sutarčių pakeitimo, pagal kuriuos sutarties dėl reklamos nuostata, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, būtų laikoma negaliojančia nuo sutarčių sudarymo momento (II tomas, b. l. 118-120). UAB „PALINK“ taip pat prašė tiekėjų nurodyti, ar šie patyrė kokios nors žalos ar kitokių neigiamų pasekmių dėl minėtos nuostatos įtraukimo į sutartis (II tomas, b. l. 136-138), o jei tiekėjai informuotų apie patirtą žalą, įsipareigojo ją atlyginti. Tokio pobūdžio skelbimą 2012 m. kovo 13 d. UAB „PALINK“ taip pat paskelbė savo interneto tinklalapyje, kuriame visų tiekėjų, su kuriais yra pasirašytos sutartys dėl reklamos paslaugų teikimo, paprašė informuoti apie galimai patirtą žalą, bei, jeigu žala galimai buvo patirta, įsipareigojo ją atlyginti (I tomas, 8 b. l.; 11-16 b. l.; 27-29 b. l.). Taip pat nustatyta, kad UAB „PALINK“ kreipėsi į visus tiekėjus, su kuriais ketino sudaryti sutartis dėl reklamos ateityje, dėl minėtos sutarties nuostatos atsisakymo (II tomas, b. l. 153).

(20) Tyrimo metu UAB „PALINK“ Konkurencijos tarybai pateikė kai kurių maisto prekių ir gėrimų tiekėjų atsakymus, kuriuose tiekėjai nurodė, jog UAB „PALINK“ niekada neprašė ir

nerikalavo, kad jie laikytusi sutarties dėl reklamos nuostatos, jog prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, bei netikrino, ar šios nuostatos buvo laikomasi (I tomas b. l. 8, II tomas, b. l. 114-117). UAB „PALINK“ teigimu, iš kai kurių tiekėjų atsakymų matyti, kad tiekėjai paprastai vykdo konkrečios prekės ar kelių konkrečių prekių reklamines akcijas tik su vienu konkrečiu pirkėju ir tik ribotą laiką, todėl sutarties dėl reklamos nuostata, jog prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, tiekėjams buvo apskritai neaktuali (I tomas, b. l. 8; II tomas, b. l. 114).

(21) Tyrimo metu Konkurencijos taryba taip pat kreipėsi į kai kuriuos maisto prekių ir gėrimų tiekėjus, prašydama pateikti informaciją, susijusią su sutarties dėl reklamos paslaugų teikimo nuostatos, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, taikymu. Atsakydami į šį prašymą, kai kurie tiekėjai paaiškino, jog jiems minėta nuostata neturėjo reikšmės kainodarai (IV tomas, b. l. 1), kad jos buvo nesilaikoma (III tomas, b. l. 77) ar kad ši nuostata jiems nesukėlė kokių nors nepatogumų (V tomas, b. l. 3). Tačiau kai kurie tiekėjai vis dėlto nurodė, kad UAB „PALINK“ vykdomų akcijų metu jie nesudarė sutarčių dėl tų pačių prekių su kitais pirkėjais tokia pat ar mažesne, nei sutartyse su UAB „PALINK“ nurodyta, kaina (III tomas, b. l. 4).

(22) Nagrinėjant tyrimo metu tiekėjų pateiktus įrodymus nustatyta, kad kai kuriais atvejais sutarčių dėl reklamos, sudarytų su UAB „PALINK“, galiojimo metu sutartyse nurodytos prekės kitiems pirkėjams buvo tiekiamos mažesne, negu sutartyse dėl reklamos paslaugų teikimo nurodyta, kaina (IV tomas, b. l. 1; 3, 11, 17; 27-29; 32-36). Tačiau taip pat buvo nustatyta, kad tam tikrais atvejais tiekėjai, sutarčių dėl reklamos, sudarytų su UAB „PALINK“, galiojimo metu, sutartyse nurodytų prekių kitiems pirkėjams netiekė tokia pat ar mažesne, negu sutartyse dėl reklamos paslaugų teikimo nurodyta, kaina, o tiekė didesne kaina (pvz., IV tomas, b. l. 40, 41, 44; 58, 59, 61; 64, 71; 65, 77; 99, 108-110; 135, 147, 154, 155, 161; V tomas, b. l. 19-25; 102-108; 190-203; 232-236), tai patvirtino ir patys tiekėjai (V tomas, b. l. 6).

4. Tyrimo išvados ir UAB „PALINK“ paaiškinimai dėl jų

(23) Tyrimo išvados dėl UAB „PALINK“ veiksmų atitikties Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio reikalavimams buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos skyriaus 2012 m. gegužės 8 d. pranešime Nr. 5S-30 (toliau – Pranešimas) (VI tomas, b. l. 2-10). Pranešime padaryta išvada, kad UAB „PALINK“, kaip didelę rinkos galią turinti mažmeninės prekybos įmonė, su maisto prekių ir gėrimų tiekėjais sudarydama sutartis dėl reklamos, kuriose buvo nuostata, jog prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, atliko veiksmus, kurie yra draudžiami Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punktu, draudžiančiu reikalauti iš tiekėjo užtikrinti, kad mažmeninės prekybos įmonei parduodamų prekių kainos bus mažesnės už kitiems pirkėjams parduodamų tų pačių prekių kainas.

(24) Ši išvada tyrimo metu padaryta atsižvelgus į tai, kad UAB „PALINK“ standartinėse sutartyse dėl reklamos numačiusi nuostata, jog prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, elgėsi nesąžiningai ir nepagrįstai suvaržė tiekėjų galimybes laisvai veikti rinkoje.

(25) Su tyrimo išvadomis UAB „PALINK“ buvo supažindinta jai išsiuntus Pranešimą. UAB „PALINK“ buvo informuota apie galimybę pateikti savo paaiškinimus dėl Pranešime padarytų išvadų bei susipažinti su tyrimo medžiaga.

(26) 2012 m. gegužės 21 d. UAB „PALINK“ pateikė rašytinius paaiškinimus dėl tyrimo išvadų bei juos tą pačią dieną žodžiu išdėstė ir Konkurencijos tarybos posėdžio metu (VI tomas, b. l. 11-16; 50-54).

(27) UAB „PALINK“ nurodė, jog ne visiškai sutinka su Pranešime pateiktomis tyrimo išvadomis dėl kelių priežasčių. UAB „PALINK“ teigimu, tam, jog būtų nustatyta Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio pažeidimo sudėtis, būtina įvertinti, ar UAB „PALINK“ atliko veiksmus, kurie prieštarauja ūkinės veiklos sąžiningai praktikai

bei ar sąlygoja vieną iš trijų galimų pasekmių – rizikos perkėlimą tiekėjams ar papildomų įsipareigojimų jiems primetimą arba tiekėjų galimybių laisvai veikti rinkoje suvaržymą. Kaip nurodė UAB „PALINK“, šios aplinkybės nebuvo pakankamai iširtos. Be to, UAB „PALINK“ teigimu, tyrimo metu nebuvo išsiaiškinta, kokia yra sąžininga ūkinės veiklos praktika (pavyzdžiui, tariantis dėl reklamos paslaugų tekimo ir dėl pardavimo skatinimo akcijų), ir ar iš tiesų UAB „PALINK“ veiksmai šiai praktikai prieštarauja bei realiai varžo tiekėjų galimybes laisvai veikti rinkoje. UAB „PALINK“ nuomone, ūkinei praktikai būdinga, kad tokio pobūdžio reklaminės akcijos tuo pačiu metu yra vykdomos tik su vienu pirkėju, todėl nuostata, jog prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, turi būti laikoma sąžininga ūkinės veiklos praktika, kuri niekaip negali varžyti tiekėjų laisvės veikti rinkoje ir atitinkamai negali prieštarauti Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio nuostatom.

(28) Be to, UAB „PALINK“ teigimu, turi būti atsižvelgta į tai, jog sutarties dėl reklamos nuostata, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, tiekėjams nesukėlė neigiamų pasekmių, nes sutartis su konkrečiu tiekėju buvo sudaroma tik ribotam laikui – akcijos galiojimo metu (t. y. vieną arba dvi savaites), ir tik dėl konkrečių prekių, nurodytų sutartyje, todėl ši sutarties nuostata buvo taikoma tik dėl nedidelio tiekėjų skaičiaus ir nedidelio jų tiekiamų prekių skaičiaus. Be to, UAB „PALINK“ teigimu, ši nuostata nebuvo nuolatos taikoma kiekvieno atskiro tiekėjo atžvilgiu, kadangi akcijos truko konkretų laikotarpį, o po to buvo daromos pertraukos, todėl atskiro tiekėjo atžvilgiu ši nuostata daugiausia galėjo būti taikoma tik kelioliką savaičių per metus.

(29) UAB „PALINK“ taip pat papildomai pateikė maisto prekių ir gėrimų tiekėjų atsakymus, pavyzdžiui, alkoholinių gėrimų, pieno produktų, kuriuose nurodoma, kad tiekėjai nėra patyrę žalos dėl sutarties dėl reklamos paslaugų teikimo nuostatos, jog prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu įtraukimo į sutartis (VI tomas, b. l. 21-46).

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

(30) Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymu siekiama riboti didelę rinkos galią turinčių mažmeninės prekybos įmonių rinkos galios panaudojimą ir užtikrinti tiekėjų ir didelę rinkos galią turinčių mažmeninės prekybos įmonių interesų pusiausvyrą (Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 1 straipsnio 1 dalis).

(31) Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalis draudžia mažmeninės prekybos įmonėms atlikti ūkinės veiklos sąžiningai praktikai prieštaraujančius veiksmus, kuriais mažmeninės prekybos įmonių veiklos rizika perkeliama tiekėjams ar jiems primetami papildomi įsipareigojimai arba kurie varžo tiekėjų galimybes laisvai veikti rinkoje ir kurie išreiškiami kaip bent vienas iš šio straipsnio 1 dalies 1-10 punktuose numatytų reikalavimų tiekėjui.

(32) Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punktu draudžiama mažmeninei prekybos įmonei išreikšti tiekėjui reikalavimą užtikrinti, kad mažmeninės prekybos įmonei parduodamų prekių kainos bus mažesnės už kitiems pirkėjams parduodamų tų pačių prekių kainas.

(33) Taigi, darytina išvada, kad mažmeninės prekybos įmonė pažeidė Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio reikalavimus, kai nustatoma šių aplinkybių visumą:

- 1) veiksmus atlieka didelę rinkos galią turinti mažmeninės prekybos įmonė;
- 2) veiksmai atliekami maisto prekių ir gėrimų tiekėjų atžvilgiu;
- 3) atliekami Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalyje nurodyti nesąžiningi veiksmai.

5. *Dėl UAB „PALINK“ atitikimo didelę rinkos galią turinčios mažmeninės prekybos įmonės kriterijams*

(34) Pagal Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 2 straipsnio 1 dalį, didelę rinkos galią turinti mažmeninės prekybos įmonė – ūkio subjektas, besiverčiantis mažmenine prekyba nespecializuotose parduotuvėse, kuriose vyrauja maisto prekės, gėrimai ir tabako gaminiai, ir vienas arba kartu su tokia pat prekyba besiverčiančiais su juo susijusiais ūkio subjektais atitinkantis visus šiuos reikalavimus:

1) iš visų Lietuvos Respublikoje jo (jų) valdomų parduotuvių bent 20 parduotuvių yra ne mažesnio kaip 400 m² prekybos ploto;

2) bendrosios jo (jų) pajamos paskutiniaisiais finansiniais metais yra ne mažesnės kaip 400 milijonų litų. Jeigu mažmeninės prekybos įmonė yra užsienio valstybės ūkio subjektas, bendrosios pajamos skaičiuojamos kaip Lietuvos Respublikoje gautų pajamų suma.

(35) Kaip nustatyta tyrimo metu, UAB „PALINK“ valdo mažmeninės prekybos tinklo parduotuves, turinčias teisę naudoti „IKI“, „IKI Express“, „IKI Cento“, ar kitą UAB „PALINK“ priklausantį prekės ženklą ir kuriose vyrauja maisto prekės bei gėrimai. Nustatyta, kad iš visų Lietuvos Respublikoje UAB „PALINK“ valdomų parduotuvių daugiau kaip 20 prekybos plotas viršija 400 m² (II tomas, b. l. 141-150 b. l.), o bendrosios pajamos paskutiniaisiais finansiniais metais sudarė daugiau kaip 400 milijonų litų (II tomas, b. l. 141-142).

(36) Atsižvelgiant į šias aplinkybes UAB „PALINK“ laikytina didelę rinkos galią turinčia mažmeninės prekybos įmone.

6. *Dėl tiekėjų, kurių atžvilgiu draudžiama atlikti Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnyje nurodytus veiksmus*

(37) Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnis draudžia atitinkamus veiksmus atlikti maisto prekių ir gėrimų tiekėjų atžvilgiu, o pagal šio įstatymo 2 straipsnio 3 dalį maisto prekių ir gėrimų tiekėju laikomas asmuo, pagal didmeninio pirkimo–pardavimo sutartį parduodantis mažmeninės prekybos įmonei maisto prekes ir (ar) gėrimus, skirtus parduoti vartotojui.

(38) Kaip nustatyta tyrimo metu, UAB „PALINK“ su konkrečiais tiekėjais sudarydavo didmeninio prekių pirkimo – pardavimo sutartis dėl įvairių prekių, pavyzdžiui, konditerijos, duonos gaminių, kurios akivaizdžiai laikytinos maisto prekėmis, skirtų parduoti UAB „PALINK“ valdomose mažmeninės prekybos tinklo parduotuvėse, tiekimo. Būtent šių didmeninio prekių pirkimo-pardavimo sutarčių pagrindu su šiais tiekėjais buvo sudaromi ir susitarimai dėl marketingo biudžeto bei nagrinėtos sutartys dėl reklamos, kurie visi laikytini didmeninio prekių pirkimo–pardavimo sutarčių sudėtinėmis dalimis.

(39) Susitarimuose dėl marketingo biudžeto UAB „PALINK“ su tiekėjais susitardavo dėl marketingo priemonių ir jų vykdymui skiriamų lėšų. Tiekėjai, kurie norėjo pasinaudoti viena iš marketingo priemonių – prekių reklama UAB „PALINK“ leidžiamame reklaminiame leidinyje „IKI savaitėlė“, turėdavo su UAB „PALINK“ sudaryti tyrimo metu nagrinėtas sutartis dėl reklamos.

(40) Taigi, nors nagrinėjama nuostata, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, buvo įtvirtinta ne tiesiogiai didmeninio pirkimo-pardavimo sutartyse, o sutartyse dėl reklamos, darytina išvada, kad ši nuostata buvo taikoma būtent maisto prekių ir gėrimų tiekėjų atžvilgiu, nes tokios sutartys dėl reklamos buvo sudaromos būtent didmeninio maisto prekių ir gėrimų pirkimo-pardavimo sutarčių pagrindu ir buvo skirtos būtent šių prekių tiekėjų tiekiamoms prekėms.

7. *Dėl nuostatos, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, vertinimo Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio atžvilgiu*

(41) Pagal Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punktą draudžiama didelę galią turinčiai mažmeninei prekybai numatyti tiekėjui reikalavimą užtikrinti, kad mažmeninės prekybos įmonei parduodamų prekių kainos bus mažesnės už kitiems pirkėjams parduodamų tų pačių prekių kainas.

(42) Atsižvelgus į bendras Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies nuostatas, kuriose apibūdinami draudžiami atlikti nesąžiningi veiksmai, darytina išvada, kad šios straipsnio dalies 5 punkte atskirai ir aiškiai įtvirtinti veiksmai savaime laikomi prieštaraujančiais ūkinės veiklos sąžiningai praktikai, nes yra laikoma, jog dėl jų tiekėjai bet kuriuo atveju gali patirti ar patiria neigiamas pasekmes, t. y. jiems perkeliama mažmeninės prekybos įmonės rizika, jiems primetami papildomi įsipareigojimai ar varžomos jų galimybės laisvai veikti rinkoje.

(43) Dėl šių priežasčių nagrinėjant, ar UAB „PALINK“ su tiekėjais sudarytose sutartyse dėl reklamos įtvirtintos nuostatos, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, nepažeidžia Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio reikalavimus, pakanka įvertinti šių nuostatų atitiktį šio straipsnio 1 dalies 5 punkte įtvirtintam draudimui.

(44) Kaip nustatyta tyrimo metu, sutartyse dėl reklamos, kurias sudarydavo UAB „PALINK“ su maisto prekių ir gėrimų tiekėjais, buvo nuostata, pagal kurią šalys susitaria, kad nurodytos sutartyse prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina, nei nurodyta sutartyse visu reklaminės akcijos metu.

(45) Aptariama sutarčių dėl reklamos nuostata suponuoja, kad maisto prekių ir gėrimų tiekėjas, sudaręs sutartį dėl reklamos paslaugų teikimo su UAB „PALINK“ reklaminės akcijos metu nors ir gali konkrečias maisto prekes ar gėrimus tiekti kitiems pirkėjams (pvz., kitoms mažmeninės prekybos įmonėms), tačiau tik didesne už numatytą sutartyje kainą.

(46) Lietuvos Respublikos Konstitucijos 46 straipsnyje įtvirtintas ūkinės veiklos laisvės principas. Kaip yra pažymėjęs Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas, asmens ūkinės veiklos laisvės ir iniciatyvos sąvoka yra plati. Ji apima teisę laisvai pasirinkti verslą, teisę laisvai sudarinėti sutartis, sąžiningos konkurencijos laisvę, ūkinės veiklos subjektų lygiateisiškumą ir kt. Asmens ūkinės veiklos laisvė ir iniciatyva – tai teisinių galimybių visuma, sudaranti prielaidas asmeniui savarankiškai priimti jo ūkinei veiklai reikalingus sprendimus (Konstitucinio Teismo 1996 m. balandžio 18 d., 2002 m. kovo 14 d. nutarimai).

(47) Atsižvelgus į šį Konstitucinio Teismo išaiškinimą, darytina išvada, kad ūkio subjektų savarankiškumas priimant ūkinei veiklai reikalingus sprendimus yra svarbi veikimo rinkoje sąlyga. Tačiau UAB „PALINK“ iniciatyva sutartyse dėl reklamos įtvirtintas draudimas maisto prekių ir gėrimų tiekėjams reklaminės akcijos metu tiekti prekes kitoms mažmeninės prekybos įmonėms tokia pat ar mažesne kaina negu UAB „PALINK“, t. y. leidžiantis šias prekes kitiems pirkėjams parduoti tik didesne kaina, nei jos parduodamos UAB „PALINK“, akivaizdžiai varžo ūkio subjektų galimybę savarankiškai priimti sprendimus, susijusius su ūkine veikla, ypač kai toks suvaržymas yra susijęs su parduodamų prekių kaina, o kaina laikytina vienu iš pagrindinių veiksmingos konkurencijos priemonių. Nagrinėjama sutarties nuostata galėjo riboti ne tik tiekėjo galimybę siūlyti savo prekių kainas kitoms negu UAB „PALINK“ mažmeninės prekybos įmonėms, bet kartu ir kitų mažmeninių prekybos įmonių galimybę rinktis iš įvairesnių tiekėjų pasiūlymų kainų atžvilgiu, t. y. reklaminės akcijos metu gauti prekių iš tiekėjų tokiom pat ar mažesnėmis kainomis negu tiekiamas UAB „PALINK“.

(48) Tai, jog UAB „PALINK“ galimai nekontroliavo, ar ir kaip tiekėjai laikėsi jiems nustatyto nagrinėjamo ribojimo, nepašalina sutartyse dėl reklamos įtvirtintos nuostatos prieštaravimo Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punktui. Nėra jokio objektyvaus pagrindo manyti, kad, būdami įsipareigoję neparduoti kitiems pirkėjams prekių už tokią pačią ar mažesnę kainą, nei jos buvo tiekiamos UAB „PALINK“, tiekėjai į tokį savo veiksmų suvaržymą būtų neatsižvelgę, aktualių metu sprenddami klausimus, už kokią konkrečią kainą tiekti prekes kitiems pirkėjams. Pastebėtina, kad nesilaikydami tokio susitarimo su UAB „PALINK“ ir kitiems pirkėjams tiekdamas prekes mažesne ar tokia pačia kaina

kaip ir UAB „PALINK“, tiekėjai rizikuotų sulaukti atitinkamų neigiamų pasekmių už sutarties su UAB „PALINK“ nesilaikymą. Kadangi, kaip nustatyta tyrimo metu, UAB „PALINK“ laikytina didelę rinkos galią turinčia mažmeninės prekybos įmone, rizika, jog dėl sutarties dėl reklamos nesilaikymo gali apskritai nutrūkti tiekėjų prekybiniai santykiai su UAB „PALINK“ (net jei ši rizika vėliau ir nepasitvirtindavo), bet kuriuo atveju galėjo daryti poveikį tiekėjų elgesiui su kitais pirkėjais, ypač kiek tai susiję su jiems siūlomų ir parduodamų maisto prekių ir gėrimų kainomis.

(49) Taigi, ūkio subjektų, ypač maisto prekių ir gėrimų tiekėjų, savarankiškumas, priimant su ūkine veikla susijusius sprendimus, nagrinėjamu atveju buvo akivaizdžiai apribotas dėl UAB „PALINK“ sutartyse su tiekėjais nustatyto draudimo tiekėjams siūlyti ir parduoti kitiems pirkėjams prekes už tokią pačią ar mažesnę kainą nei UAB „PALINK“.

(50) Atitinkamai, UAB „PALINK“, kaip didelę rinkos galią turinti mažmeninės prekybos įmonė, galėjo susikurti sau palankesnes sąlygas veikti rinkoje, kadangi pagal sutarties dėl reklamos paslaugų teikimo nuostatą reklaminės akcijos metu, konkrečios sutartyje nurodytos prekės tik UAB „PALINK“ gali būti tiekiamos mažesnėmis kainomis, dėl ko ji gali įgyti pranašumą lyginant su kitomis mažmeninės prekybos įmonėmis tiekiamų analogiškų prekių kainų atžvilgiu.

(51) Taigi, UAB „PALINK“ numatydamą sutartyje nuostatą, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, ne tik tiesiogiai varžė tiekėjų galimybę laisvai veikti rinkoje, derantis dėl prekių kainų su kitomis mažmeninės prekybos įmonėmis, tačiau šiais veiksmais buvo apribojamos ir kitų mažmeninės prekybos įmonių galimybės įsigyti maisto prekių ir gėrimų iš tų pačių tiekėjų mažesnėmis kainomis. Be to, dėl tokio suvaržymo neigiamas pasekmes galėjo patirti ir galutiniai vartotojai, kadangi kitos mažmeninės prekybos įmonės, negalėdamos įsigyti konkrečių prekių iš tiekėjų pigiau, atitinkamai turėjo mažiau galimybių pasiūlyti šias prekes vartotojams mažesnėmis kainomis.

(52) UAB „PALINK“ argumentai, kad sutartys dėl reklamos ir atitinkamai nagrinėjami apribojimai tiekėjams prekes tokiomis pačiomis kainomis kaip ir UAB „PALINK“ siūlyti kitoms mažmeninės prekybos įmonėms buvo susiję tik su organizuojamomis akcijomis, o tokiais atvejais įprasta, kad tiekėjai vienu metu dalyvauja akcijoje tik su vienu pirkėju (mažmenine prekybos įmone), taip pat nepaneigia minėtos išvados. Pastebėtina, kad vertinant sutarčių dėl reklamos nuostatas, įskaitant ir numatančias nagrinėjamą nuostatą, nėra jokio pagrindo manyti, kad maisto prekių ir gėrimų tiekėjams numatytas draudimas būtų siejamas su kokiomis nors papildomomis sąlygomis. Taigi, draudimas parduoti prekes tokia pat ar mažesne kaina kitiems pirkėjams UAB „PALINK“ reklaminės akcijos metu, prekių tiekėjams galiojo nepriklausomai nuo to, ar kita mažmeninė prekybos įmonė vykdo akciją, ar ne. Be to, vien tik UAB „PALINK“ teiginiai nesudaro pagrindo manyti, kad tokie mažmeninės prekybos įmonės veiksmai, kai yra ribojamos jos tiekėjų galimybės savarankiškai spręsti dėl jų parduodamų prekių kainų, iš tikrųjų yra įprasta praktika.

(53) Kita vertus, būtina atkreipti dėmesį ir į tai, kad bet kokie veiksmai, įskaitant ir įprastą individualią ar visuotinę praktiką, turi atitikti teisės aktų reikalavimus. Todėl, nepriklausomai nuo to, kiek yra paplitę ar įprasti nagrinėjami UAB „PALINK“ veiksmai, tai nesudaro pagrindo teigti, jog tokie veiksmai turi būti laikomi visais atvejais teisėtais, ypač, kai nuo 2010 m. balandžio 1 d. įsigaliojus Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymui tokie veiksmai buvo tiesiogiai uždrausti kaip nesąžiningi.

(54) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad UAB „PALINK“, kaip didelę rinkos galią turinti mažmeninės prekybos įmonė, sutartyje dėl reklamos, įtvirtinusi reikalavimą maisto prekių ir gėrimų tiekėjams reklaminės akcijos metu prekių netiekti kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne negu UAB „PALINK“ kaina, atliko sąžiningai praktikai prieštaraujančius veiksmus ir tuo pažeidė Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punkto reikalavimus.

8. *Dėl pažeidimo trukmės ir masto*

(55) Kaip nustatyta tyrimo metu, UAB „PALINK“ standartinės sutartys, kuriose buvo nuostata, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės

akcijos metu, buvo naudojamos nuo 2009 m., tačiau pažeidimo vertinimui aktualus laikotarpis nuo Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo įsigaliojimo – 2010 m. balandžio 1 d. Kaip nurodė UAB „PALINK“, minėtos nuostatos kai kuriose sutartyse dėl reklamos paslaugų teikimo neliko nuo 2012 m. vasario 22 d., tačiau visiškai jos buvo atsisakyta nuo 2012 m. kovo 7 d., kai buvo pasirašomos naujos formos sutartys dėl marketingo paslaugų teikimo (I tomas, b. l. 23; II tomas, b. l. 168-173).

(56) Vertinant UAB „PALINK“ padaryto pažeidimo trukmę, taip pat būtina atsižvelgti ir į tai, kad, nors pačios atskiros sutartys sudarytos su konkrečiais tiekėjais dėl konkrečių prekių pardavimų skatinimo akcijų galiodavo sąlyginai trumpai, vis dėlto sutartys buvo sudarytos su dideliu skaičiumi UAB „PALINK“ prekes tiekiančių tiekėjų ir apėmė didelį skaičių prekių. Be to, UAB „PALINK“ reklaminis leidinys buvo išleidžiamas ir reklaminės akcijos vyko kiekvieną savaitę, o kiekviename leidinyje buvo maisto prekių ir gėrimų, kurie buvo reklamuojami tiekėjų iniciatyva ir atitinkamai dėl kurių buvo sudaromos sutartys dėl reklamos paslaugų teikimo, darytina išvada, kad sutartys dėl reklamos paslaugų teikimo, kuriose buvo draudžiama nuostata, su maisto prekių ir gėrimų tiekėjais, nors ir nebūtinai su tais pačiais, buvo sudaromos nuolat – kiekvieną savaitę. Tai reiškia, kad iš esmės nuo 2010 m. balandžio 1 d. iki 2012 m. kovo 7 d. bet kuriuo konkrečiu metu būdavo galiojančių sutarčių ir konkrečių prekių, kurių atžvilgiu tiekėjams galiojo sutartyse dėl reklamos įtvirtintas draudimas siūlyti prekes kitiems pirkėjams tokia pačia ar mažesne kaina nei UAB „PALINK“.

(57) Apibendrinus tai, kas išdėstyta, konstatuotina, kad UAB „PALINK“ padarytas pažeidimas, maisto prekių ir gėrimų tiekėjams nustatant draudimus akcijų metu siūlyti prekes tokiomis pačiomis kainomis ar pigiau kitiems pirkėjams, laikytinas tęstiniu pažeidimu, trukusiu nuo 2010 m. balandžio 1 d. iki 2012 m. kovo 7 d. (t. y. beveik dvejus metus). Tokia pažeidimo trukmė vertintina kaip labai ilga.

(58) Vertinant pažeidimo mastą atsižvelgiama į tai, kad sutartys dėl reklamos buvo standartinės. Jos buvo sudaromos su visais maisto prekių ir gėrimų tiekėjais dėl bet kurių tiekiamų maisto prekių ir gėrimų, jei tiekėjas norėdavo, kad būtų skelbiama akcija jo prekėms. Paprastai UAB „PALINK“ ir konkretus tiekėjas atskiras sutartis su atskirais tiekėjais sudarydavo dėl <...> maisto prekių ir gėrimų pardavimo skatinimo. Kaip nustatyta tyrimo metu, UAB „PALINK“ maisto prekes ir gėrimus tiekė apie <...> skirtingų tiekėjų, o tiekiamų maisto prekių ir gėrimų asortimentą sudarė apie <...> prekių (II tomas, b. l. 198). Nustatyta, kad kiekvieną savaitę reklaminės akcijos vyko dėl apytiksliai <...> maisto prekių ir gėrimų tiekėjų siūlomų vidutiniškai <...> prekių.

(59) Taigi, įvertinus šias aplinkybes, kad sutartys buvo sudaromos su dideliu skaičiumi tiekėjų dėl didelio skaičiaus prekių, bei tai, kad, kaip jau paaiškinta, atitinkamos akcijos buvo skelbiamos nuolat visą laiką, darytina išvada, kad UAB „PALINK“ padarytas pažeidimas buvo didelio masto pažeidimas, akivaizdžiai apėmęs ne pavienes prekes ir taikytas didelio tiekėjų skaičiaus atžvilgiu.

9. Dėl UAB „PALINK“ taikytinų sankcijų

(60) Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 11 straipsnio 1 dalyje įtvirtinta, kad už šio įstatymo 3 straipsnio 1 dalyje nurodytus draudžiamus nesąžiningus veiksmus mažmeninės prekybos įmonei skiriama pinigine bausme iki keturių šimtų tūkstančių litų.

(61) Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 11 straipsnio 5 dalyje įtvirtinta, kad mažmeninės prekybos įmonei skiriamos baudos dydis priklauso nuo pažeidimo pobūdžio, pažeidimo trukmės ir masto, atsakomybę sunkinančių ir lengvinančių aplinkybių.

(62) Skiriant UAB „PALINK“ baudą atsižvelgiama į pažeidimo pobūdį – UAB „PALINK“ atliko veiksmus, kurie draudžiami Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punktu ir šiuo atveju yra sunkaus pobūdžio. Kaip jau konstatuota, UAB „PALINK“ veiksmai neigiamai pasireiškė keliais aspektais: sutartyje įtvirtintus nuostata, kad prekės nebus tiekiamos kitiems pirkėjams tokia pat ar mažesne kaina visu reklaminės akcijos metu, buvo suvaržytos tiekėjų galimybės veikti rinkoje, kadangi jie negalėjo savarankiškai priimti

sprendimų, siūlydami konkrečių prekių kainas kitoms mažmeninės prekybos įmonėms reklaminės akcijos metu, taip pat buvo apribojamos mažmeninės prekybos įmonių galimybės įsigyti maisto prekes ir gėrimus iš tiekėjų mažesnėmis kainomis. Be to, dėl tokio suvaržymo neigiamas pasekmes galėjo patirti ir galutiniai vartotojai, kadangi kitos mažmeninės prekybos įmonės, negalėdamos įsigyti konkrečių prekių iš tiekėjų pigiau, atitinkamai turėjo mažiau galimybių pasiūlyti šias prekes vartotojams mažesnėmis kainomis.

(63) Nustatant UAB „PALINK“ skirtinos baudos dydį taip pat būtina atsižvelgti į tai, kad, kaip paaiškinta šio nutarimo 8 dalyje, UAB „PALINK“ padarytas pažeidimo truko beveik 2 metus, t. y. labai ilgai, be to, jis buvo didelio masto, nes apėmė didelį skaičių tiekėjų ir jų tiekiamų prekių.

(64) Įvertinus šias aplinkybes darytina išvada, kad yra pagrindas UAB „PALINK“ skirti didesnę baudą, nei pagal Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatyme numatytos galimos skirti baudos vidutinis dydis.

(65) Taip pat būtina įvertinti tai, kad UAB „PALINK“ ėmėsi aktyvių veiksmų siekdama pašalinti pažeidimą, atlyginti žalą, jei tokią būtų patyrę tiekėjai, t. y. išsiuntė tiekėjams, su kuriais buvo sudarę sutartis dėl reklamos pasiūlymus pasirašyti susitarimus dėl sutarčių pakeitimo, pagal kuriuos nuo sutarčių sudarymo momento pripažįstama negaliojančia draudžiama sutarties nuostata bei įsipareigojo tiekėjams atlyginti galimai patirtą žalą; kreipėsi į visus tiekėjus, su kuriais dar tik buvo deramasi dėl sutarčių sudarymo dėl draudžiamos nuostatos atsisakymo; interneto tinklalapyje patalpino informaciją, kad visi tiekėjai, su kuriais yra pasirašytos sutartys dėl reklamos paslaugų teikimo, informuotų, ar minėta nuostata pažeidė jų interesus ir, jeigu gautų tokios informacijos iš tiekėjų, įsipareigojo atlyginti žalą. Atsižvelgus į tai, darytina išvada, kad UAB „PALINK“ savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms, todėl tokie veiksmai laikytini UAB „PALINK“ atsakomybę lengvinančia aplinkybe. Atsakomybę sunkinančių aplinkybių nebuvo nustatyta.

(66) Įvertinus baudos skyrimui reikšmingas aplinkybes, UAB „PALINK“ už Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punkto reikalavimų pažeidimą skiriama 360 000 (trijų šimtų šešiasdešimt tūkstančių) litų pinigine bauda.

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punktu, 9 straipsnio 2 dalies 1 punktu bei 11 straipsnio 1, 5, 6, ir 8 dalimis,

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Pripažinti, kad UAB „PALINK“, sutartyse su maisto prekių ir gėrimų tiekėjais įtvirtinusi nuostatą, draudžiančią tiekėjams siūlyti prekes kitiems pirkėjams tokia pačia ar mažesne kaina nei UAB „PALINK“, pažeidė Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 3 straipsnio 1 dalies 5 punkto reikalavimus.

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytą pažeidimą UAB „PALINK“ skirti 360 000 (trijų šimtų šešiasdešimt tūkstančių) litų pinigine baudą.

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

Nutarimas per 20 dienų nuo jo gavimo dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui.

Vadovaujantis Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo 11 straipsnio 10 dalimi, paskirta pinigine bauda per tris mėnesius nuo nutarimo gavimo 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.