



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL ATSIKASIMO PRADĖTI NAGRINĖJIMO PROCEDŪRĄ DĖL UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS „NESTE LIETUVA“ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS

2016 m. lapkričio 14 d. Nr. 1S-121 (2016)

Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2016 m. lapkričio d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl atsisakymo pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl uždarnosios akcinės bendrovės „NESTE LIETUVA“ (kodas 211472890) reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Konkurencijos taryba 2016 m. liepos 22 d. gavo Biodegalų asociacijos (toliau dar ir – Pareiškėjas) skundą¹ (su 2016 m. rugsėjo 7 d.², 2016 m. spalio 3 d.³, 2016 m. spalio 20 d.⁴ gautais skundą papildančiais raštais) dėl uždarnosios akcinės bendrovės „NESTE LIETUVA“ (toliau – UAB „Neste Lietuva“, Bendrovė) skleidžiamos produkto NEXBTL reklamos.

(3) Skunde Pareiškėjas nurodė, kad UAB „Neste Lietuva“ interneto svetainėse www.praturtintasateitimi.lt, www.neste.lt/lt bei auto.lrytas.lt skleidžia klaidinančią bei neleidžiamą lyginamąją produkto NEXBTL reklamą. Tokią poziciją Pareiškėjas grindė keliais argumentais.

(4) Pirma, anot Pareiškėjo, interneto svetainėje www.praturtintasateitimi.lt tiek vaizdinėmis, tiek tekstinėmis priemonėmis lyginant du pakeičiamus, iš atsinaujinančių energijos išteklių pagaminto dyzelino produktus – RRME ir NEXBTL, nėra pateikiami jokie įrodymai, kurie svetainėje skelbiamą informaciją pagrįstų. Minėta informacija, be kita ko, neatitinka tikrovės. Pareiškėjo teigimu, standartais EN 14214 bei EN 590 yra patvirtinta, jog pagal atliktus tyrimus, varikliui ar kitoms automobilio detalėms produktas RRME nėra kenksmingas, todėl negali sukelti minėtoje interneto svetainėje nurodytų pasekmių.

(5) Antra, Pareiškėjo nuomone, interneto svetainėje www.praturtintasateitimi.lt produktai RRME bei NEXBTL lyginami neobjektyviai. Anot Biodegalų asociacijos, šiuo atveju palygintas tik nedidelę išmetamųjų dujų, išskiriamų naudojant minėtus produktus, dalį sudarančios išmetamosios medžiagos – NO_x – kiekis, o ne, pavyzdžiui, santykinai didelę dalį sudarančio CO₂. Pateiktą diagramą, iš kurios matyti procentinė kiekvienos medžiagos dalis, sudaranti dyzelinių variklių deginių sudėtį. Pareiškėjui taip pat kilo abejonių dėl triukšmo lygio palyginimo.

(6) Trečia, Pareiškėjas nurodė, jog interneto svetainėje www.praturtintasateitimi.lt pateikiama informacija menkinamas produktas RRME bei diskredituojami šį produktą gaminantys bei juo prekiaujantys subjektai, iš kurių dalis – Biodegalų asociacijos nariai, taip pat įmonės, kurios prekiauja dyzelinu, savo sudėtyje turinčio RRME. Įvardino 7 produktą RRME gaminančias bendroves bei pažymėjo, jog dyzelinu, kurio sudėtyje yra minėto produkto, Lietuvoje prekiauja apie 90 proc. visų Lietuvoje veikiančių degalinių. Pažymėjo, kad dėl skleidžiamos UAB „Neste Lietuva“ reklamos Biodegalų asociacijos narių interesai jau realiai buvo pažeisti. Tačiau nurodė, jog minėtus

¹ Bylos 1 tomas, 1-35 lapai.

² Bylos 1 tomas, 39-51 lapai.

³ Bylos 1 tomas, 52-61 lapai.

⁴ Bylos 1 tomas, 64-72 lapai.

pažeidimus pagrindžiančių įrodymų surinkimas ir pateikimas pareikalautų neadekvačių laiko ir žmogiškųjų išteklių sąnaudų, nes dyzelino rinkos svyravimams įtakos turi įvairūs faktoriai.

(7) Pareiškėjas atkreipė dėmesį, jog interneto svetainėse *www.neste.lt/lt* ir *auto.lrytas.lt*, pateikiant teiginius apie NEXBTL privalumus bei faktus apie NEXBTL savybes, taip pat nėra pateikiami įrodymai, tyrimų informacija ar paaiškinimai, kuriais vadovaujantis skelbiama ši informacija.

(8) Galiausiai, Pareiškėjas pažymėjo, kad vidutinis vartotojas, ko gero, nėra puikiai išmanantis degalų gamybos technologijas, todėl bet kokia informacija apie degalų ir juose esančių komponentų savybes gali daryti įtaką vartotojo suvokimui bei pasirinkimui. Anot Pareiškėjo, reklamoje netgi yra nurodytas dyzelino, savo sudėtyje turinčio NEXBTL, pavadinimas (Futura D), todėl vartotojui iškart pateikta ir nuoroda, kokį produktą, susidomėjęs pamatyta reklama, jis turėtų įsigyti.

(9) Teikdama informaciją bei siekdama atkreipti dėmesį į teisės aktų pažeidimą, Biodegalų asociacija nurodė neturinti techninių galimybių iš anksto pateikti techninių tyrimų, kuriuose būtų lyginamos RRME ir NEXBTL savybės, tačiau atkreipė dėmesį, kad pareiga pagrįsti skleidžiamų teiginių teisingumą yra numatyta reklamos davėjui.

(10) Siekdama visapusiškai įvertinti susidariusią situaciją, Konkurencijos taryba 2016 m. rugpjūčio 2 d.⁵ bei 2016 m. rugsėjo 29 d.⁶ kreipėsi į UAB „Neste Lietuva“. Bendrovė 2016 m. rugpjūčio 16 d.⁷ bei 2016 m. spalio 5 d. bei 6 d.⁸ pateikė informaciją apie produkto NEXBTL reklamos sklaidos mastą, trukmę ir kitas aplinkybes.

(11) UAB „Neste Lietuva“ pažymėjo, kad jos iniciatyva ir interesais nuo 2016 m. gegužės 18 d. reklama skleidžiama interneto svetainėje *www.praturtintasateitimi.lt*, o nuo 2016 m. gegužės 12 d. – interneto svetainėje *www.facebook.com/NesteLietuva*.

(12) Bendrovė atkreipė dėmesį, kad produkto NEXBTL reklamoje esanti informacija yra pagrįsta direktyvos 2009/28/EB nuostatomis, cheminėmis RRME ir NEXBTL formulėmis, standartų LST CEN/TS 15940 bei LST EN 14214 nuostatomis, NEXBTL kokybės paso, dyzelino su RRME ir dyzelino su NEXBTL kokybės pažymėjimų duomenimis, Pasaulinės degalų chartijos nuostatomis bei leidinyje „Neste Renewable Diesel Handbook“ esančiais duomenimis. Pateikė minėtuose dokumentuose esančių situacijos vertinimui aktualių duomenų kopijas.

(13) Bendrovė paaiškino, kad nagrinėjama reklama yra lyginamos ne konkuruojančių ūkio subjektų prekių savybės, tačiau vieno ir to paties subjekto – UAB „Neste Lietuva“ – ankščiau ir šiuo metu parduodamų prekių savybės. Pavyzdžiui, tituliname interneto svetainės *www.praturtintasateitimi.lt* puslapyje nurodoma: „*Nuo šiol FUTURA degaluose RRME bus pakeistas mūsų gaminamu NEXBTL. Mūsų degalai tapo geresni ir švaresni!*“. Svetainėje taip pat pažymima: „*RRME – pirmos kartos biodegalai <...> Iki šiol „Futura“ degaluose pirmos kartos biodegalų dalis sudarė 7 proc. Džiaugiamės, galėdami pranešti, kad nuo šiol ją keisime mūsų sukurtu antros kartos biodyzelinu NEXBTL <...>*“.

(14) Bendrovė pažymėjo, jog net ir pripažinus, kad UAB „Neste Lietuva“ nagrinėjamoje reklamoje lygina savo parduodamų prekių savybes su konkuruojančių ūkio subjektų prekių savybėmis, toks lyginimas negalėtų būti laikomas konkurentų menkinimu ar diskreditavimu, nes reklamoje naudojama informacija yra objektyvi ir pagrįsta įrodymais.

(15) Bendrovės teigimu, vartotojai su pagrindžiančiais informaciją įrodymais turi galimybę susipažinti, parašydami Bendrovei socialinio tinklo „Facebook“ puslapyje, kaip ir yra nurodyta interneto svetainėje *www.praturtintasateitimi.lt*: „*Nori sužinoti daugiau? Parašyk mums į Neste Lietuva Facebook puslapį*“.

(16) Atliekant Pareiškėjo bei UAB „Neste Lietuva“ pateiktos informacijos analizę bei vertinimą, buvo nustatyta, jog tiek RRME, tiek NEXBTL yra biodegalai. RRME – tai iš rapsų

⁵ Bylos 1 tomas, 73-75 lapai.

⁶ Bylos 1 tomas, 146-147 lapai.

⁷ Bylos 1 tomas, 76-145 lapai.

⁸ Bylos 1 tomas, 146-200 lapai; 2 tomas, 1-24 lapai.

aliejaus esterifikacijos būdu pagamintas rapsų metilo esteris, skirtas tik dyzeliniams varikliams⁹. RRME priskiriamas pirmajai degalų kartai¹⁰, tuo tarpu NEXBTL – antrajai¹¹.

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

(17) 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.

(18) Reklamos įstatymo 5 straipsnis 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 elgesį¹² 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.

(19) Lyginamosios reklamos, kuri apibūdinama kaip reklama, kurioje tiesiogiai arba netiesiogiai nurodomas reklamos davėjo konkurentas, jo prekės ar paslaugos¹³, naudojimo Reklamos įstatymas savaime nedraudžia. Vis dėlto norint, kad lyginamoji reklama būtų teisėta, ji privalo tenkinti visas Reklamos įstatymo 6 straipsnyje numatytas sąlygas.

(20) Pareiškėjas kreipėsi į Konkurencijos tarybą, prašydamas pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl UAB „Neste Lietuva“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 bei 6 straipsniuose nustatytiems reikalavimams. Biodegalų asociacijos teigimu, interneto svetainėse, t. y. *www.praturtintasateitimi.lt*, *www.neste.lt/lt* bei *auto.lrytas.lt*, apie produktą NEXBTL skleidžiama informacija laikytina klaidinančia bei neleidžiama lyginamąja reklama.

(21) Atkreiptinas dėmesys, jog interneto svetainėje *auto.lrytas.lt* esanti skundžiama informacija yra pateikiama straipsnio, pavadinimu: „*Papasakojo, kuo skiriasi naujo tipo dyzelinas nuo įprasto*“, forma. Toks informacijos pateikimo būdas neleidžia skaitytojui vienareikšmiškai nustatyti informacijos tikrojo tikslo, t. y. skaitytojui, susidūrusiam su tokiu būdu pateikta informacija, gali atrodyti, jog jis skaito vieną iš straipsnių (straipsniuose paprastai pateikiama žurnalistų arba tam tikrų sričių atstovų nuomonė), o ne reklamą.

(22) Pažymėtina, kad Reklamos įstatymo 2 straipsnio 5 dalyje nurodoma, kad paslėpta reklama laikoma bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija apie gamintoją ar paslaugos teikėją, jo pavadinimą ar veiklą, prekių ženklą, pateikiama tokia forma, kuri gali suklaidinti reklamos vartotojus dėl šios informacijos pateikimo tikrojo tikslo. Paslėptos reklamos vertinimas, kaip numatyta Reklamos įstatymo 19 straipsnyje, nepatenka į Konkurencijos tarybos kompetenciją. Dėl šių priežasčių darytina išvada, kad dėl interneto svetainėje *auto.lrytas.lt* pateikiamos informacijos vertinimo Konkurencijos tarybai pagrindo pradėti nagrinėjimo procedūrą nėra.

(23) Anot Pareiškėjo, interneto svetainėje *www.praturtintasateitimi.lt* esanti produkto NEXBTL reklama turėtų būti laikoma neleistina lyginamąja reklama, kadangi visų pirma ji klaidina vartotojus. Reklama taip pat menkinamas produktas RRME bei diskredituojami šį produktą gaminantys bei juo prekiaujantys subjektai, įskaitant ir Biodegalų asociacijos narius, taip pat įmonės, kurios prekiauja dyzelinu, savo sudėtyje turinčių RRME. Galiausiai, produktai RRME ir NEXBTL reklamoje yra lyginami neobjektyviai. Atkreiptinas dėmesys, kad neleistina lyginamąja

⁹ Prieiga per: http://leidykla.vgtu.lt/conferences/JMK_TRANSPORTAS_2007/Pagalbiniai/PDF/VGTU-Transportas-395-400.pdf. Prisijungimo laikas: 2016-11-07.

¹⁰ Prieiga per: https://enmin.lrv.lt/uploads/enmin/documents/files/20160831_biodegalai_AEI.pdf. Peržiūros laikas: 2016-11-09.

¹¹ Prieiga per: http://www.lei.lt/_img/_up/File/atvir/bioenerlt/index_files/Biodegalai_galut.pdf. Peržiūros laikas: 2016-11-09.

¹² 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).

¹³ Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalis.

reklama Pareiškėjas laiko ir UAB „Neste Lietuva“ interneto svetainėje *www.neste.lt/lt* skleidžiamus teiginius.

(24) Kaip minėta (19) pastraipoje, vadovaujantis 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 vartotojas¹⁴, 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.

(25) Tokią išvadą iš esmės patvirtina ir teismų praktika. Pavyzdžiui, LVAT pažymėjo¹⁵, 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 reklaminių 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 reklamoje¹⁶.

(26) Produkto NEXBTL reklamoje skelbiamoje tiek interneto svetainėje *www.neste.lt/lt*, tiek ir *www.praturtintasateitimi.lt*, vartotojams buvo skelbiama žinutė apie minėtą produktą, pateikiant pastarojo privalumus. Tačiau šiuo atveju, manytina, jog Bendrovės skleidžiamoje produkto NEXBTL reklamoje pateiktą informaciją nėra pagrindo laikyti lyginamąja reklama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalies prasme.

(27) Šiuo aspektu svarbu pažymėti, kad susipažinęs su nagrinėjama reklama vidutinis vartotojas jokių lūkesčių dėl konkrečių degalinių, kuriose jis galėtų įsigyti dyzelinį kurą su RRME, negalėtų susidaryti. Tokia išvada darytina atsižvelgus į tai, kad visų pirma interneto svetainėje *www.neste.lt/lt* produktas RRME apskritai net nėra įvardijamas.

(28) Antra, minėtose interneto svetainėse esančioje produkto NEXBTL reklamoje nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nėra daroma nuoroda į konkrečius UAB „Neste Lietuva“ konkurentus ar jų parduodamus produktus. Priešingai, pavyzdžiui, iš kai kurių interneto svetainėje *www.praturtintasateitimi.lt* reklamoje pateikiamų teiginių vidutinis vartotojas galėtų susidaryti įspūdį, kad Bendrovė lygina savo ankstesnio ir dabartinio kuro sudėtinės dalis¹⁷.

(29) Be to, būtina pabrėžti, kad Lietuvoje veikia ne viena degalinė¹⁸. Kaip pažymėjo ir pats Pareiškėjas, 90 proc. Lietuvoje veikiančių degalinių prekiauja kuru su RRME produktu.

(30) Todėl, įvertinus šias aplinkybes, įskaitant, kad reklamoje arba visai nenurodoma, arba abstrakčiai nurodoma tik kuro sudėtinė dalis – RRME – vidutinis vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas, protingai apdairus ir kurio atžvilgiu vertinama reklama, neturi galimybės net nustatyti, kuris UAB „Neste Lietuva“ konkurentas turimas galvoje. Juo labiau, iš nagrinėjamos reklamos vidutinis vartotojas negali identifikuoti konkrečių RRME gamintojų, nes, kaip minėjo pats Pareiškėjas, Lietuvoje RRME produktą gamina 7 bendrovės.

¹⁴ Reklamos įstatyme vartojama „vidutinio vartotojo“ sąvoka yra suprantama taip, kaip ji apibrėžta Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalyje.

¹⁵ LVAT 2005 m. lapkričio 17 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A¹-931/2005, UAB „Tele2“ v. Konkurencijos taryba.

¹⁶ Europos Sąjungos Teisingumo Teismo 2007 m. balandžio 19 d. sprendimas byloje Nr. C-381/05 *De Landtsheer Emmanuel*, 17, 22 p.

¹⁷ Pavyzdžiui, tik įėjus į interneto svetainę, skelbiamas užrašas: „*Nuo šiol FUTURA degaluose RRME bus pakeistas mūsų gaminamu NEXBTL. Mūsų degalai tapo geresni ir švaresni!*“. Taip pat, spustelėjus „Norintiems detalių“, nurodoma: „*Iki šiol „Futura“ degaluose pirmos kartos biodegalų dalis sudarė 7 proc. Džiaugiamės, galėdami pranešti, kad nuo šiol ją keisime mūsų sukurtu antros kartos biodyzelinu NEXBTL, kuris pagerina degalus!*“.

¹⁸ Prieiga per: <http://degalines.lt/>. Prisijungimo laikas: 2016-11-03.

(31) Atsižvelgus į išdėstytas aplinkybes bei į tai, kad konkurentų skaičius šiuo atveju yra ženklus, manytina, jog iš nagrinėjamos produkto NEXBTL reklamos turinio vidutinis vartotojas neidentifikuotų vieno ar kelių konkrečių UAB „Neste Lietuva“ konkurentų ar jų prekių.

(32) Taigi šiuo atveju produkto NEXBTL reklamai, kuria yra siūloma pirkti Bendrovės degalus, skleidžiamai interneto svetainėse *www.neste.lt/lt* bei *www.praturtintasateitimi.lt*, nėra taikytinas Reklamos įstatymo 6 straipsnis, todėl nėra pagrindo dėl minėtos reklamos pradėti nagrinėjimo procedūrą.

(33) Taip pat nėra pagrindo pradėti nagrinėjimo procedūrą ir dėl interneto svetainėse *www.neste.lt/lt*, *www.praturtintasateitimi.lt* teikiamos informacijos galimo prieštaravimo Reklamos įstatymo 5 reikalavimams. Šią išvadą suponuoja tai, kad Pareiškėjas skunde pateikė tik nuomonę, tačiau duomenų, kurie pagrįstų Pareiškėjo teiginius ir leistų bent suabejoti produkto NEXBTL reklamos teisingumu, nepateikė.

(34) Tuo tarpu, vadovaujantis Reklamos įstatymo 25 straipsnio 4 dalies 2 punktu, pranešime (skunde) turi būti nurodyta pareiškėjui žinomos šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo faktinės aplinkybės, prie pranešimo (skundo) turi būti pridėti tai patvirtinantys įrodymai.

(35) Šiuo aspektu taip pat paminėtina, jog pareigą pareiškėjams pateikti bent minimalią informaciją pabrėžia ir Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (toliau – LVAT), kuris pažymėjo,¹⁹ kad: *„prašymas ištirti Konkurencijos įstatymo <...> nuostatų laikymąsi negali būti tik abstraktus pobūdžio“*. Taip pat LVAT pažymėjo, kad: *„aplinkybių nurodymas savaime nenulemia būtinumo pradėti tyrimą, nes jose yra reiškiamas subjektyvus prašančio atlikti tyrimą asmens požiūris. Šitos aplinkybės kiekvienu konkrečiu atveju Konkurencijos tarybos (atsakovo) turi būti įvertinamos siekiant nustatyti minėtų pažeidimų požymius, pakankamus pradėti tyrimą. Konkurencijos įstatyme nesant tiksliai apibūdintų tokių požymių nustatymo kriterijų, kiekvienu konkrečiu atveju būtina atlikti prašomo ištirti teisės akto ar sprendimo preliminarį (turinio, konstrukcijos ir pan.) analizę bei įvertinti, kiek šitie požymiai (juos nustatčius) gali turėti įtakos prašymą padavusio asmens Konkurencijos įstatymo ginamoms teisėms“*.

(36) Taigi atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, yra pagrindo manyti, jog visų pirma būtent pareiškėjui tenka pareiga pateikti tokius faktinio pobūdžio įrodymus, kurie bent leistų suabejoti skleidžiamų teiginių teisingumu. Tačiau Pareiškėjo skunde, kaip jau minėta, pateikiama tik nuomonė. Todėl šios aplinkybės leidžia teigti, jog Konkurencijos taryba šiuo pagrindu turi teisę atsisakyti pradėti pranešimo nagrinėjimo procedūrą.

(37) Be to, šiuo atveju būtų pagrindas atsisakyti pradėti Biodegalų asociacijos skunde nurodytų aplinkybių tyrimą, įskaitant ir Pareiškėjo nurodomus argumentus, susijusius su prašymu pradėti nagrinėjimo procedūrą tiek dėl galimai neleidžiamos lyginamosios reklamos, tiek ir dėl Bendrovės reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams, kadangi toks tyrimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioriteto. Ši išvada darytina, atsižvelgus į toliau nurodomas aplinkybes.

(38) 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.

(39) 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,

¹⁹ Nors LVAT 2004 m. gruodžio 28 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A11 – 1055/2004, *Palangos miesto savivaldybė v Konkurencijos taryba* buvo priimta sprendžiant ginčą dėl Konkurencijos įstatymo taikymo, tačiau šia praktika, kaip ir yra pažymėjęs Vilniaus apygardos administracinis teismas 2016 m. vasario 1 d. sprendime administracinėje byloje Nr. I-2838-789/2016, *UAB „AAA Europe Distribution“ v Konkurencijos taryba*, vadovaujamas nustatant reikalavimus skundai ne tik dėl Konkurencijos įstatymo, tačiau ir dėl Reklamos įstatymo pažeidimų.

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.

(40) Tuo pačiu nutarimu patvirtintame Konkurencijos tarybos veiklos, atliekant reklamos naudojimo priežiūrą, prioriteto įgyvendinimo principų apraše (toliau – Aprašas) buvo įtvirtinti principai, kuriais vadovaujantis Konkurencijos taryba sprendžia klausimą dėl nagrinėjimo procedūros atlikimo tikslingumo ir apimties. Vertinant, ar nagrinėjimo procedūra atitinka veiklos prioritetą, vadovaujamosi Apraše nustatytais įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai, strateginės reikšmės bei racionalaus išteklių naudojimo principais. Kaip nurodyta Aprašo 5 punkte, nė vienas iš šių principų neturi iš anksto nustatytos lemiamos įtakos Konkurencijos tarybos sprendimui dėl konkrečios nagrinėjimo procedūros atlikimo, tačiau Konkurencijos tarybai gali pakakti įvertinti reikšmingas aplinkybes pagal vieną iš principų, kad galėtų priimti sprendimą dėl nagrinėjimo procedūros atlikimo tikslingumo.

(41) Vertinant Pareiškėjo Konkurencijos tarybai pateiktą skundą, kuriame prašoma pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl UAB „Neste Lietuva“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 ir 6 straipsnių reikalavimams ir šio skundo atitiktį Konkurencijos tarybos veiklos prioritetui, atsižvelgtina į Apraše įtvirtintus veiklos prioriteto vertinimo principus: įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai (Aprašo 8.1 punktas), strateginės reikšmės (Aprašo 8.2 punktas) bei racionalaus išteklių naudojimo (Aprašo 8.3 punktas).

(42) Pagal Aprašo 9 punktą, Konkurencijos taryba vertins tikėtiną nagrinėjimo procedūros įtaką veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai. Toks vertinimas paprastai apima, bet nebūtinai apsiriboja, galimo pažeidimo pobūdžio bei aplinkybės, ar draudžiamoje reklamoje pateikiama informacija gali pažeisti reikšmingos dalies vartotojų interesus, vertinimą. Tuo tarpu pagal Aprašo 11 punktą, Konkurencijos taryba vertins nagrinėjimo procedūros prevencinį poveikį, galimo pažeidimo naujumą, kitų institucijų galimybes išspręsti su galimu pažeidimu susijusias problemas ir kitas strateginę nagrinėjimo procedūros reikšmę rodančias aplinkybes. Aprašo 13 punkte teigiama, kad Konkurencijos taryba sieks atlikti nagrinėjimo procedūras, kurioms reikalingi Konkurencijos tarybos ištekliai būtų proporcingi tikėtiniems nagrinėjimo procedūrų rezultatams.

(43) Vertinant nustatytas aplinkybes minėtų principų (įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugos, strateginės reikšmės ir racionalaus išteklių naudojimo) kontekste, pažymėtina, kad, interneto svetainėje *www.neste.lt/lt* pateikiami teiginiai yra abstraktūs ir dėl savo pobūdžio, tikėtina, negalintys vidutiniam vartotojui sudaryti konkrečius pamatuojamo lūkesčio, jog NEXBTL dyzelino kokybė yra kur kas aukštesnė nei tradicinio biodyzelino. Be kita ko, teiginiuose informacija nėra pateikiama kategoriškai, tačiau remiantis tikimybe²⁰, taip pat Bendrovės nuomone bei siūlymais²¹.

(44) Taip pat pažymėtina, jog Pareiškėjas vienija biodegalų gamintojus²², t. y. tuos asmenis, kurie veikia biodegalų gamybos srityje. Dėl šių priežasčių manytina, kad Pareiškėjas turi specifinių, ekspertinių žinių šioje srityje ir turėtų būti pajėgus pateikti atitinkamus duomenis, reikšmingus Bendrovės skleidžiamos reklamos turiniui, susijusiam su kuro sudedamosiomis dalimis bei jų įtaka tokiems faktoriams, kaip kuro sąnaudos, oro tarša ir kita, teisingumo vertinimui. Vis tik, kaip minėta nutarimo (9) pastraipoje, Biodegalų asociacijos paprašius pateikti faktinio pobūdžio įrodymus, kurie pagrįstų Pareiškėjo teiginius ir leistų suabejoti interneto svetainėse *www.neste.lt/lt* bei *www.praturtintasateitimi.lt* skleidžiamų teiginių teisingumu, Biodegalų asociacija nurodė neturinti techninių galimybių iš anksto pateikti techninių tyrimų, kuriuose būtų lyginamos RRME ir NEXBTL savybės. Tuo tarpu UAB „Neste Lietuva“, siekdama pagrįsti reklamoje esančią informaciją, atitinkamai pateikė nemažai specifinės, Bendrovės nuomone, reklamos teisingumą pagrindžiančios informacijos.

(45) Be to, abejonės, ar produkto NEXBTL reklama, net jei būtų nustatyta, kad Bendrovė neturi pakankamai įrodymų pagrįsti visiems reklamoje naudojamiems teiginiams, galėtų

²⁰ Pavyzdžiui: „*Naudojant <...> NEXBTL galima sumažinti transporto priemonių priežiūros ir išlaikymo kaštus*“.

²¹ Pavyzdžiui: „*Tad NEXBTL yra puiki alternatyva, pavyzdžiui, miesto autobusų naudojamiems degalams*“.

²² Prieiga per: http://rekvizitai.vz.lt/imone/biodegalu_asociacija/. Prisijungimo laikas: 2016-11-03.

reikšmingai pažeisti vartotojų teises ir teisėtus interesus sustiprina ir viešai skelbiama informacija apie biodegalus.

(46) Pavyzdžiui, Vilniaus Gedimino technikos universiteto Automobilių transporto katedros docentas dr. Alfredas Rimkus komentuoja tyrimą, kurio metu buvo lyginami degalai, sudaryti iš dyzelino mišinio su biodegalais, pagamintais iš rapsų žaliavos (kaip minėta nutarimo (16) pastraipoje, iš rapsų žaliavos gaminamas RRME produktas), bei degalai, kuriuose dyzelinas maišytas su BTL²³. Kaip teigia docentas, buvo nustatyta, kad „<...> naudojant 15 proc. BTL degalų, <...> azoto oksidų koncentracija išmetamosiose dujose <...> buvo apie 15 proc. mažesnė²⁴“. Minėta informacija, tikėtina galėtų pagrįsti vieną iš UAB „Neste Lietuva“ skelbiamų teiginių: „NEXBTL <...> išmetamosiose dujose yra mažiau NOx (azoto oksidų)²⁵“. Be kita ko, docento nuomone: „<...> būtų perspektyvu pakeisti biodyzeliną, kuris gaminamas iš rapsų <...> į naujos, antrosios kartos biodyzeliną <...>“²⁶. Analogišką nuomonę išreiškia ir Lietuviškų degalinių sąjungos vykdytysis direktorius Vidas Šukys: „Ateitį galima sieti su antros kartos biodyzelinu, kuris yra sintetinis: jis ir ekologiškesnis, ir nuosėdų nesudaro“²⁷. Taigi, kaip matyti iš pateiktos informacijos, ne tik UAB „Neste Lietuva“ skleidžiamoje reklamoje yra akcentuojamas antrosios kartos biodegalų rūšių pranašumas prieš RRME, analogišką poziciją išreiškia ir kiti asmenys, kurie, manytina, turi specifinių žinių nagrinėjamu klausimu.

(47) Vis tik, jei būtų pradėta nagrinėjimo procedūra, būtų vertinamas UAB „Neste Lietuva“ skleidžiamų reklaminių teiginių teisingumas. Konkurencijos tarybos ekspertai neturi specifinių žinių, reikalingų degalų cheminių savybių analizei, todėl norint įvertinti UAB „Neste Lietuva“ pateiktų duomenų išsamumą, patikimumą ir pakankamumą reklamoje naudojamiems teiginiais pagrįsti, reikėtų kreiptis į atitinkamos srities specialistus ar užsakyti atitinkamas ekspertizes, ar laboratorinius tyrimus. Tai neabejotinai pareikalautų didelių materialinių, laiko bei žmogiškųjų Konkurencijos tarybos išteklių.

(48) Be to, net ir nustačius, kad kai kurie teiginiai apie produktą NEXBTL turi klaidinančios reklamos požymių, įvertinus aplinkybes, jog, kaip minėta, yra pripažįstama, jog antros kartos biodyzelinas atitinkamomis savybėmis pranašesnis už pirmos kartos dyzeliną, yra pagrindo abejoti, kad nagrinėjama reklama galėtų reikšmingai paveikti vartotojų teises ir teisėtus interesus, o tikėtina nauda, kurią galėtų gauti vartotojai, nustačius Reklamos įstatymo pažeidimą, būtų nežymi. Šiuo atveju Bendrovės reklama, galėtų žymiau paveikti nebent UAB „Neste Lietuva“ konkurentų, įskaitant ir Pareiškėją, interesus. Tačiau Biodegalų asociacijos narių, kitų konkurentų interesų galimas pažeidimas savaime nėra laikytinas vartotojų teisių ir teisėtų interesų pažeidimu. Todėl, turint galvoje, kad Pareiškėjas atstovauja minėtus UAB „Neste Lietuva“ konkurentus, kurie turi specifinių žinių ir, manytina, išteklių, galimą savo interesų pažeidimą jie galėtų ginti teisme.

(49) Taip pat atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad Konkurencijos taryba dėl UAB „Neste Lietuva“ pranešimų (skundų), išskyrus Pareiškėjo skundą, nėra gavusi. Be to, kad Konkurencijos taryba jau yra suformavusi praktiką dėl panašaus pobūdžio, t. y. kuomet reklamoje nurodomos prekių savybės, kurias reklamos davėjai turi pagrįsti, reklamų vertinimo²⁸. Šiuo atveju nėra

²³ Tiek biodegalai BTL, tiek NEXBTL priskiriami prie antrosios kartos biodegalų rūšių. Prieiga per: https://books.google.lt/books?id=cNDMDAAAQBAJ&pg=PA198&lpg=PA198&dq=kas+yra+btl+ir+nexbtl&source=bl&ots=HgVPWAhYqu&sig=vqkZ1mdyzWJQeRS_3vEiykUJh0k&hl=lt&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=kas%20yra%20btl%20ir%20nexbtl&f=false; http://www.lsta.lt/files/studijos/2007/5_Bioenergetika.pdf. Prisijungimo laikas 2016-11-07.

²⁴ Prieiga per: <http://www.delfi.lt/grynas/aplinka/ateities-degalai-mokesime-daug-bet-ira-ir-plitu.d?id=67494598>. Prisijungimo laikas: 2016-11-07.

²⁵ Prieiga per: <http://www.praturtintasateitimi.lt/#nexbtl/detales>. Prisijungimo laikas: 2016-11-07.

²⁶ Prieiga per: <http://www.delfi.lt/grynas/aplinka/ateities-degalai-mokesime-daug-bet-ira-ir-plitu.d?id=67494598>. Prisijungimo laikas: 2016-11-07.

²⁷ Prieiga per: <http://www.cargonews.lt/aktualijos/ar-ziema-vezejams-reikes-vengti-lietuvisku-degaliniu/>. Prisijungimo laikas: 2016-11-07.

²⁸ Pavyzdžiui, Konkurencijos tarybos 2013 m. rugpjūčio 27 d. nutarimas Nr. 2S-12 „Dėl mobiliojo 4G interneto „MEZON“ reklamos apie greičiausią mobilųjį internetą Lietuvoje atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo“; 2011 m. vasario 24 d. nutarimas Nr. 2S-7 „Dėl energiją taupančių prietaisų reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo“.

pagrindo teigti, kad Pareiškėjo skundo nagrinėjimo procedūra galėtų sukurti naują Konkurencijos tarybos praktiką dėl tokio pobūdžio galimai klaidinančios reklamos.

(50) Todėl atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, įskaitant ir tai, kad Pareiškėjas, būdamas savo srities ekspertas, duomenų, kurie leistų bent suabejoti interneto svetainėse *www.neste.lt/lt*, *www.praturtintasateitimi.lt* pateikiama informacija nepateikė, o nagrinėjimo procedūros atlikimas dėl informacijos specifikos pareikalautų tiek materialinių, laiko bei žmogiškųjų išteklių, Konkurencijos taryba nelaiko esant tikslinga pradėti reklamos nagrinėjimo procedūrą, nes nagrinėjimui reikalingi Konkurencijos tarybos ištekliai būtų neproporcingi tikėtiniems nagrinėjimo procedūros rezultatams.

(51) Įvertinus šias aplinkybes, konstatuotina, kad Pareiškėjo nurodytų faktinių aplinkybių tyrimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioriteto ir sudaro pagrindą atsisakyti pradėti reklamos nagrinėjimo procedūrą.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 25 straipsnio 5 dalies 1, 5 punktu bei 7 dalimi,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

Atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl UAB „Neste Lietuva“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams.

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

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas