



## LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

### NUTARIMAS

#### DĖL MASAŽINIO ČIUŽINIO „US MEDICA NEPHRITE THERAPY“, GALVOS MASAŽUOKLIO „YAMAGUCHI GALAXY AXIOM“ BEI ORTOPEDINĖS PAGALVĖS „US MEDICA US-S“ REKLAMŲ ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS

2017 m. spalio 16 d. Nr. 2S-7

Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2017 m. spalio 2 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl masažinio čiužinio „US MEDICA Nephrite Therapy“, galvos masažuoklio „YAMAGUCHI Galaxy Axiom“ bei ortopedinės pagalvės „US MEDICA US-S“ reklamų atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) 2017 m. sausio 11 d. Konkurencijos tarybos specialistai užfiksavo<sup>1</sup>, kad interneto svetainėje [www.us-medica.lt](http://www.us-medica.lt) skleidžiama informacija apie masažinio čiužinio „US MEDICA Nephrite Therapy“ (toliau – masažinis čiužinys), galvos masažuoklio „YAMAGUCHI Galaxy Axiom“ (toliau – galvos masažuoklis) bei ortopedinės pagalvės „US MEDICA US-S“ (toliau – ortopedinė pagalvė) sveikatinamąjį ar žmogaus fizinę būklę gerinantį poveikį.

(3) Konkurencijos taryba interneto svetainėje [www.us-medica.lt](http://www.us-medica.lt) kontaktuose nurodytos bendrovės – uždarnosios akcinės bendrovės „Judira“ (toliau – taip pat Bendrovė), paprašė pateikti įrodymus, kurie pagrįstų interneto svetainėje [www.us-medica.lt](http://www.us-medica.lt) skelbiamas minėtų prekių savybes<sup>2</sup>. Konkurencijos taryba Bendrovei nurodė, jog siekiant pagrįsti reklamose nurodomas prietaisų gydomąsias savybes turi būti pateikti nepriklausomi klinikiniai moksliniai tyrimai arba tokie gydomieji prietaisai privalo būti registruoti kaip medicinos prietaisai. Be to tuo atveju, jei tokių įrodymų nėra, vadovaujantis Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalies 6 punktu, Bendrovei buvo pasiūlyta nurodytų teiginių skleidimą nutraukti arba juos pakeisti.

(4) UAB „Judira“ 2017 m. sausio 17 d. rašte<sup>3</sup> pažymėjo, jog neturi Lietuvos Respublikos kompetentingų institucijų patvirtintų įrodymų, kurie galėtų pagrįsti masažinio čiužinio, ortopedinės pagalvės bei galvos masažuoklio sveikatinimą ar žmogaus būklę gerinantį poveikį. Be to, Bendrovė informavo, jog kreipėsi į centrinį „US Medica“ ofisą<sup>4</sup> (toliau – Centrinis „US Medica“ ofisas), prašydama pateikti prekių savybes pagrindžiančius įrodymus. Bendrovė taip pat nurodė, jog tuo atveju, jei tokių dokumentų negaus iki 2017 m. kovo 1 d. – pakeis interneto svetainėje [www.us-medica.lt](http://www.us-medica.lt) skleidžiamus teiginius.

(5) 2017 m. kovo 13 d. Bendrovė pateikė daktaro Čėčilio tradicinės medicinos klinikos, esančios Maskvoje, atsiliepimą<sup>5</sup> apie masažinės įrangos „US MEDICA“ ir „YAMAGUCHI“ naudojimą daktaro Čėčilio klinikoje. Atsiliepime remiamasi pacientų nuomone ir stebėjimais,

<sup>1</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. sausio 11 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 1-7 lapai).

<sup>2</sup> Bylos 8-10 lapai.

<sup>3</sup> Bylos 11 lapas.

<sup>4</sup> UAB „Judira“ Konkurencijos tarybai pateikė 2016 m. kovo 3 d. sutarties Nr. 52-3033-170810 tarp UAB „Judira“ bei ribotos atsakomybės bendrovės „Fudžirioki“, (toliau – Sutartis) kopiją<sup>4</sup>, iš kurios matyti, jog Bendrovės vadinamas Centrinis „US-Medica“ ofisas yra ribotos atsakomybės bendrovė „Fudžirioki“.

<sup>5</sup> Bylos 12-14 lapai.

atliktais per penkerius metus naudojant „US MEDICA“ ir „YAMAGUCHI“ prietaisus. Atsiliepime nurodoma, kokie prietaisai buvo naudojami klinikoje ir kokie rezultatai juos naudojant buvo pastebėti. Be to, nurodoma, jog atlikti stebėjimai parodė, jog „US MEDICA“ ir „YAMAGUCHI“ prietaisai gali būti naudojami funkcinės organizmo būklės profilaktikai.

(6) 2017 m. balandžio 6 d. Konkurencijos taryba raštu<sup>6</sup> informavo Bendrovę, jog pateiktas daktaro Čėčilio klinikos atsiliepimas nepagrindžia masažinio čiūžinio, ortopedinės pagalvės bei galvos masažuoklio sveikatinimo ar žmogaus būklę gerinančio poveikio, nurodomo interneto svetainėje *www.us-medica.lt*, teisingumo. Rašte pažymėta, jog daktaro Čėčilio klinikos atsiliepime pateikiama bendro pobūdžio informacija apie penkerius metus minėtoje klinikoje naudojamus prietaisus ir pacientų stebėjimo rezultatus, tačiau nėra pateikiama jokių objektyvių duomenų apie tai, kaip buvo nustatytas prietaisų gydomasis poveikis, kuris buvo nurodomas interneto svetainėje skelbiamoje informacijoje.

(7) Įvertinusi daktaro Čėčilio klinikos atsiliepimą, vadovaudamasi Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalies 6 punktu, Konkurencijos taryba UAB „Judira“ pakartotinai pasiūlė nutraukti teiginių apie masažinio čiūžinio, ortopedinės pagalvės bei galvos masažuoklio sveikatinimo ar žmogaus būklę gerinantį poveikį, skleidimą arba juos pakeisti.

(8) 2017 m. balandžio 5<sup>7</sup>, 10-11, 13-14 bei 18<sup>8</sup> dienomis Konkurencijos tarybos specialistai užfiksavo, jog interneto svetainėje *www.us-medica.lt* informacija apie masažinio čiūžinio, ortopedinės pagalvės bei galvos masažuoklio sveikatinimo ar žmogaus būklę gerinantį poveikį vis dar buvo skleidžiama.

(9) Konkurencijos taryba 2017 m. gegužės 2 d. nutarimu Nr. 1S – 40 (2017) pradėjo nagrinėjimo procedūrą dėl Reklamos įstatymo pažeidimo<sup>9</sup>.

(10) UAB „Judira“ užsiima įvairios įrangos prekyba Lietuvoje<sup>10</sup>

## 1. Nagrinėta informacija

(11) Tyrimo metu nagrinėti interneto svetainėje *www.us-medica.lt* skleidžiami teiginiai (toliau apibendrintai vadinami Teiginiai):

- (a) apie masažinį čiūžinį: „<...> *Pagrindinis veiklusis elementas – nefritas, turintis daugelio ligų gydomųjų savybių <...>, <...> įrenginys, padedantis pasirūpinti savo sveikata <...>, <...> gerėja hemodinamika, normalizuojasi medžiagų apykaita, sumažėja chroniškas nuovargis <...>, sąnariai atgauna judrumą, <...> ramina nervinę sistemą, <...> atpalaiduoja ir gerina kraujotaką, <...> veikia imuninę sistemą*“<sup>11</sup>;
- (b) apie galvos masažuoklį: „<...> *efektyviai pašalina nuovargį, stresus, nemigą, galvos skausmus, <...> yra naudingas žmonėms, kenčiantiems nuo nervinių sutrikimų ir streso pasekmių, skausmo kaklo srityje, miego sutrikimų, pasąmonės nerimo jausmo, migrenos, lėtinio nuovargio, arterinio kraujospūdžio pokyčių. Smegenų kraujagyslių ligos, centrinės nervų sistemos sutrikimai, padidėjęs nuovargis, vegetacinė kraujagyslių distonija, pastovus protinis darbas – šie reiškiniai yra svarus argumentas naudoti Yamaguchi Galaxy Axiom*“<sup>12</sup>;
- (c) apie ortopedinę pagalvę: „<...> *padeda įveikti nemigą, knarkimą, galvos skausmą <...>, <...> užkerta kelią miegančio žmogaus kraujagyslių suspaudimui <...>, <...> įrodyta,*

<sup>6</sup> Bylos 22-23 lapai.

<sup>7</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. balandžio 5 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 15-21 lapai).

<sup>8</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. balandžio 10, 11, 13, 14 bei 18 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolai (bylos 31-58 lapai).

<sup>9</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. gegužės 2 d. nutarimas Nr. 1S-40 (2017) „Dėl masažinio čiūžinio „US MEDICA Nephrite Therapy“, galvos masažuoklio „YAMAGUCHI Galaxy Axiom“ bei ortopedinės pagalvės „US MEDICA US-S“ reklamų atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“ (bylos 60 - 61 lapai).

<sup>10</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 5 d. raštas (bylos 66 lapas), 2017 m. gegužės 16 d. raštas (bylos 70 lapas) bei 2017 m. gegužės 19 d. raštas (bylos 76 lapas).

<sup>11</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. sausio 11 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 2-3 lapai).

<sup>12</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. sausio 11 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 4-5 lapai).

*kad šios ortopedinės pagalvės savininkas daugiau nepatiria migrenos ir galvos skausmų, o taip pat miego sutrikimų*<sup>13</sup>.

(12) UAB „Judira“ teigimu, Teiginiai buvo skleidžiami interneto svetainėje *www.us-medica.lt*, kurią per parą aplanko vidutiniškai 77 vartotojai<sup>14</sup>. Bendrovė nurodė, jog Teiginiai interneto svetainėje *www.us-medica.lt* buvo skleidžiami nuo 2016 m. lapkričio 15 d. iki 2017 m. balandžio 25 d.<sup>15</sup>.

(13) Kaip minėta nutarimo (2) ir (8) pastraipose, Konkurencijos tarybos specialistai užfiksavo, jog Teiginiai minėtoje interneto svetainėje buvo skleidžiami 2017 m. sausio 11 d., 2017 m. balandžio 5, 10-11, 13-14 bei 18 dienomis.

## 2. Informacijos davėjas

(14) Tyrimo metu Bendrovė nurodė, jog interneto svetainė *www.us-medica.lt* priklauso Centriniam „US Medica“ ofisui. Šis ūkio subjektas administruoja užsakymus internetu bei valdo nurodytą interneto puslapį. UAB „Judira“ Konkurencijos tarybai nurodė, kad Bendrovė užsiima interneto svetainėje patalpintos įrangos prekyba Lietuvoje<sup>16</sup> ir nagrinėjamų Teiginių neskleidė.

(15) UAB „Judira“ pateiktos Sutarties<sup>17</sup> 3.1.2 papunktyje numatyta, jog Bendrovė turi teisę reklamuoti ir pateikti prekes būdais, kurie nurodyti pačioje Sutartyje. Sutarties 7.1 papunktyje nurodyta, jog UAB „Judira“ vykdo veiklą prekių reklamos, prekių pateikimo rinkoje; 7.2 papunktyje nurodyta, jog Bendrovės ir Centrinio „US-Medica“ ofiso atstovai, esant poreikiui, susitinka aptarti reklamos, prekių pateikimo rinkoje, ryšių su visuomene klausimus ir kitus klausimus, susijusius su rinkodara; 7.4 papunktyje nurodoma, jog Bendrovė vykdo reklamines akcijas visų prekių atžvilgiu, įskaitant prekių reklamą žiniasklaidos priemonėse, prezentacijų organizavimą ir t. t. tikslai pagal išankstinį centrinio „US Medica“ ofiso sutikimą.

(16) Konkurencijos taryba nustatė, jog interneto svetainėje *www.us-medica.lt* yra nurodomi tik UAB „Judira“ kontaktai. Be to, interneto svetainėje yra nurodoma, kad prekes galima įsigyti užsakius jas iš anksto bei pasirašius su Bendrove pirkimo – pardavimo sutartis<sup>18</sup>. UAB „Judira“ Konkurencijos tarybai pateikė pirkimo – pardavimo sutarties kopiją<sup>19</sup>, iš kurios matyti, jog minėtų prekių pardavėjas yra Bendrovė. Nustatyta, kad UAB „Judira“ nuo 2016 m. spalio mėnesio interneto parduotuvėje pradėjo prekybą masažiniais čiužiniais, ortopedinėmis pagalvėmis bei galvos masažuokliais.<sup>20</sup>

## 3. Tyrimo išvados ir UAB „Judira“ paaiškinimai

(17) Tyrimas dėl masažinio čiužinio „US MEDICA Nephrite Therapy“, galvos masažuoklio „YAMAGUCHI Galaxy Axiom“ bei ortopedinės pagalvės „US MEDICA US-S“ reklamų 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 2017 m. rugsėjo 5 d. pranešime apie atliktą tyrimą Nr. 6S-8 (2017) (toliau – Pranešimas)<sup>21</sup>.

(18) Pranešime padaryta išvada, kad Bendrovė skleidė reklamas, kurios turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto požymių, todėl,

<sup>13</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. sausio 11 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 6-7 lapai).

<sup>14</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 5 d. raštas (bylos 66 lapas).

<sup>15</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 29 d. raštas (bylos 105 lapas).

<sup>16</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 5 d. raštas (bylos 66 lapas) bei 2017 m. gegužės 19 d. raštas (bylos 76 lapas).

<sup>17</sup> Bylos 113-118, 122-127 lapai

<sup>18</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. gegužės 23 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 84-86 lapai).

<sup>19</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 29 d. raštas (bylos 106-107 lapai).

<sup>20</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 16 d. raštas (bylos 70 lapas).

<sup>21</sup> Bylos 128-137 lapas.

vadovaujantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, Bendrovė pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(19) Ši išvada padaryta atsižvelgus į tai, kad Bendrovė, neturėdama objektyvių įrodymų dėl reklamų teisingumo, skleidė informaciją apie masažinio čiužinio, galvos masažuoklio bei ortopedinės pagalvės gydančias savybes ir tokia reklama galėjo sukelti nepagrįstus lūkesčius vartotojams itin reikšmingoje jiems srityje, t. y. dėl prekių poveikio sveikatai.

(20) Konkurencijos taryba sudarė sąlygas UAB „Judira“ susipažinti su Pranešime padarytomis išvadomis ir tyrimo medžiaga ir raštu pateikti savo paaiškinimus dėl tyrimo išvadų<sup>22</sup>, tačiau Bendrovė savo nuomonės Konkurencijos tarybai nepateikė.

(21) Tyrimo metu UAB „Judira“ Konkurencijos tarybai paaiškino, kad tinklalapyje skleidžiama informacija yra visuotinai pripažinta<sup>23</sup>. Bendrovė pateikė nuorodas į interneto puslapiuose esančius straipsnius bei į prekės „Nefrito kilimėlis 45x45 cm“ aprašymą, kurie, UAB „Judira“ nuomone, patvirtina skleistų Teiginių teisingumą<sup>24</sup>. Konkurencijos taryba užfiksavo<sup>25</sup>, jog UAB „Judira“ nurodytose nuorodose yra skelbiami straipsniai apie akmenis, akmenų savybes, jų įtaką sveikatai, masažus, masažų savybes bei patarimai kaip pasirinkti tinkamą masažą. UAB „Judira“ teigimu, Konkurencijos taryba nebuvo tiksliai nurodžiusi, kokius įrodymus Bendrovė turi pateikti, siekdama pagrįsti Teiginiuose nurodomas gydomąsias savybes<sup>26</sup>. UAB „Judira“ nurodė, jog apie susidariusią situaciją informavo Centrinį „US Medica“ ofisą, kuris pašalino nagrinėjamą informaciją<sup>27</sup>.

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

#### 4. Dėl reklamos ir reklamos davėjo

(22) 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.

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

(24) Kaip minėta nutarimo (10) pastraipoje, UAB „Judira“ užsiima įvairios įrangos, įskaitant ir masažinio čiužinio „US MEDICA Nephrite Therapy“, galvos masažuoklio „YAMAGUCHI Galaxy Axiom“ bei ortopedinės pagalvės „US MEDICA US-S“ prekyba Lietuvoje. Interneto svetainėje [www.us-medica.lt](http://www.us-medica.lt) skleidžiami Teiginiai, kuriuose nurodomos prekių savybės bei charakteristikos, skatina vartotojus domėtis pasiūlymais ir/ar įsigyti Bendrovės parduodamas prekes, todėl nagrinėjama informacija laikoma reklama, kaip tai apibrėžiama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje.

(25) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 10 dalyje nurodyta, kad reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama.

(26) Kaip nurodyta nutarimo (14) pastraipoje, Bendrovė pažymėjo, jog interneto svetainė [www.us-medica.lt](http://www.us-medica.lt) priklauso Centriniam „US Medica“ ofisui. Anot Bendrovės, nurodytas ūkio subjektas administruoja užsakymus internetu bei valdo interneto puslapį. Tuo tarpu UAB „Judira“ užsiima tik minėtoje interneto svetainėje nurodytos įrangos prekyba Lietuvoje.

<sup>22</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. rugsėjo 6 d. raštas Nr. (5.1-36) 6V-2124 (bylos 138-139 lapai).

<sup>23</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 19 d. raštas (bylos 76 lapas).

<sup>24</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 5 d. raštas (bylos 66-67 lapai).

<sup>25</sup> Konkurencijos tarybos 2017 m. birželio 1 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 87-103 lapai).

<sup>26</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 19 d. raštas (bylos 76 lapas).

<sup>27</sup> UAB „Judira“ 2017 m. gegužės 19 d. raštas (bylos 76 lapas).

(27) Spręsdama, ar UAB „Judira“ laikytina nagrinėjamų reklamų davėja, Konkurencijos taryba vertino UAB „Judira“ ir Centrinio „US Medica“ ofiso sutartinius išipareigojimus. Kaip nurodyta nutarimo (15) pastraipoje, pagal Sutarties nuostatas UAB „Judira“ su išankstiniu Centrinio „US Medica“ ofiso sutikimu skleidžia prekių reklamas, vykdo reklamines akcijas bei vykdo veiklą prekių reklamos ir prekių pateikimo rinkoje. Sutartyje taip pat numatyta, jog UAB „Judira“, išigydamą prekes iš Centrinio „US Medica“ ofiso bei šias prekes vėliau realizuodama, veikia kaip savarankiškas juridinis asmuo ir prisiima visą riziką susijusią su šių prekių realizacija.

(28) Taip pat atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad UAB „Judira“ kreipdamasi į Centrinį „US Medica“ ofisą gali lemti interneto svetainėje *www.us-medica.lt* skleidžiamos informacijos turinį. Tokią išvadą patvirtina aplinkybė, kad gavusi Konkurencijos tarybos raštą apie tai, kad yra pradėta nagrinėjimo procedūra, Bendrovė informavo Centrinį „US Medica“ ofisą, kuris per keletą dienų pašalino informaciją apie prietaisų gydomasias savybes (nutarimo (21) pastraipa). Taigi Bendrovė, žinodama, kokia informacija yra nurodoma interneto svetainėje *www.us-medica.lt* skleidžiamose „YAMAGUCHI“ bei „US MEDICA“ produktų reklamose, galėjo savo iniciatyva imtis priemonių, kad reklamose būtų nurodomi tik teisingi bei pagrįsti Teiginiai apie šių prietaisų gydomasias savybes.

(29) Nors, kaip nurodyta nutarimo (14) pastraipoje, interneto svetainė *www.us-medica.lt* nepriklauso Bendrovei, tačiau svetainėje nurodomi būtent UAB „Judira“ kontaktai (nutarimo (16) pastraipa), kuriais vartotojai gali kreiptis dėl parduodamų prekių išsigijimo ar kitos informacijos. Vartotojas ketinantis išigyti prekes, su Bendrove, o ne su Centrinio „US Medica“ ofisu, sudaro prekių pirkimo – pardavimo sutartį ir apie tai nurodoma interneto svetainėje pažymint, kad prekes galima išigyti tik užsakius jas iš anksto bei pasirašius su Bendrove pirkimo – pardavimo sutartis (nutarimo (16) pastraipa). Bendrovė yra nurodžiusi (nutarimo (12) pastraipa), kad būtent UAB „Judira“ interneto parduotuvėje nuo 2016 m. spalio mėnesio pradėjo prekybą masažiniais čiužiniais, ortopedinėmis pagalvėmis bei galvos masažuokliais.

(30) Dėl įvardintų priežasčių yra pagrindo teigti, jog Teiginiai apie masažinį čiužinį, ortopedinę pagalvę bei galvos masažuoklį interneto svetainėje skleisti UAB „Judira“ iniciatyva ir interesais, todėl Bendrovė laikytina reklamų davėja.

## 5. Dėl Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimo

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

(32) Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytų klaidinančios komercinės veiklos požymių.

(33) Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (toliau – LVAT), aiškindamas šias nuostatas, yra pažymėjęs, kad „<...> *nustačius, jog vertinama reklama turi nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytų klaidinančios komercinės veiklos požymių, nėra teisinio pagrindo ir faktinio poreikio byloje aptariamą reklamą turinį papildomai vertinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje įtvirtintų teisingumo, išsamumo ir pateikimo kriterijų požiūriu, nes įstatymo leidėjas, priimdamas Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį expressis verbis nurodė, kad šioje teisės normoje nurodyta reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia. Ši nuostata taip pat reiškia, kad tokiu atveju preziumuojama, jog ekonominis vartotojo elgesys yra paveiktas*“<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>858</sup>-370/2012, UAB „Omnitel“ v Konkurencijos taryba.

(34) Atsižvelgus į 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 turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytus klaidinančios komercinės veiklos požymius, yra pakankamas pagrindas reklamą pripažinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies draudžiama klaidinančia reklama.

(35) Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkte preziumuojama, kad komercinė veikla yra klaidinanti, jei ji pasireiškia kaip apgaulingas tvirtinimas, kad produktas gali gydyti ligas, funkcinis ar vystymosi sutrikimus.

(36) Kaip nurodyta Europos Komisijos 2016 m. gegužės 25 d. priimtose Gairėse dėl Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos (2005/29/EB) įgyvendinimo/taikymo (SWD(2016) 163)<sup>29</sup> (toliau – Gairės)<sup>30</sup>, ši nuostata apima ir tokius produktus ar paslaugas kaip kosmetika, estetiškos procedūros, sveikatingumo produktai ir pan., kurie skirti kaip nors pagerinti žmogaus ar gyvūno fizinę būklę<sup>31</sup>.

(37) Taigi, atsižvelgus į minėtas Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo nuostatas bei Gairėse pateiktus paaiškinimus, siekiant įvertinti, ar yra pagrindas interneto svetainėje *www.us-medica.lt* skleistas masažinio čiužinio, galvos masažuoklio bei ortopedinės pagalvės reklamas pripažinti kaip turinčias Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto požymių, būtina nustatyti, ar jose buvo pateikta informacija apie prekių gydomąsias savybes ir poveikį sveikatai. Toks vertinimas atliekamas atsižvelgus į tai, kaip konkrečioje reklamoje pateiktą informaciją suprastų vidutinis vartotojas, kuris pagal Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalį suprantamas kaip pakankamai informuotas, protingai apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius vartotojas.

(38) Kaip nurodyta šio nutarimo (11) pastraipos a, b ir c punktuose, Teiginiuose buvo skelbiama apie tai, kad, pavyzdžiui, masažinis čiužinys, galvos masažuoklis bei ortopedinės pagalvės pagerina, atpalaiduoja kraujotaką, normalizuoja medžiagų apykaitą, sumažina nuovargį, ramina nervinę sistemą, pagerina miegą, sumažina skausmą, stresą ar knarkimą.

(39) Masažinio čiužinio, galvos masažuoklio bei ortopedinės pagalvės apibūdinimas reklamoje, gali būti prilyginamas informacijai apie tai, kad prekės skirtos, be kita ko, vartotojų fizinės būklės, susijusios su įvairiais negalavimais ar ligomis, gerinimui. Šią aplinkybę patvirtina tai, jog minėtų prekių reklamoje nurodytos fizinės būklės (sąnarių judrumas, nemiga, nerviniai sutrikimai, migrena, kraujospūdžio sutrikimai, smegenų kraujagyslių ligos, vegetacinė kraujagyslių distonija, galvos skausmai ir kt.) gali būti laikomos atitinkančiomis visuotinai pripažintus ligų apibūdinimus, nurodytus tarptautinėje statistinėje ligų ir sveikatos sutrikimų klasifikacijoje (toliau – Tarptautinė ligų klasifikacija)<sup>32</sup>. Pavyzdžiui:

- (a) masažinio čiužinio reklamoje nurodyti teiginiai apie poveikį sąnarių judrumui iš esmės atitinka Tarptautinėje ligų klasifikacijoje nurodytą būseną – sąnario sustingimą (nelankstumą) (kodas M25.6) ar nejudrumo sindromą (parapleginis) (kodas M62.3). Teiginiai apie chronišką nuovargį atitinka minėtoje klasifikacijoje nurodytas negalavimo ir nuovargio ligas (kodas R53), o teiginiai apie poveikį

<sup>29</sup> Prieiga per internetą: [http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp\\_guidance\\_lt.pdf](http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_lt.pdf).

<sup>30</sup> LVAT yra pripažinęs, kad į Gairės galima atsižvelgti ir remtis jomis kaip doktrininiu (pagalbinu) ES teisės aiškinimo šaltiniu (2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>858</sup>-370/2012, *UAB „Omnitel“ v Konkurencijos taryba*).

<sup>31</sup> Gairių 4.3 dalyje (89-92 psl.) yra pateikti paaiškinimai dėl 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos 2005/29/EB I priedo 17 punkto, kurį įgyvendina Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punktas.

<sup>32</sup> Vadovaujantis Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2011 m. vasario 23 d. įsakymo Nr. V-164 „Dėl tarptautinės statistinės ligų ir sveikatos sutrikimų klasifikacijos dešimtojo pataisyto ir papildyto leidimo „Sisteminis ligų sąrašas“ (Australijos modifikacija, TLK-10-AM) įdiegimo“ 1.1 punktu, nuo 2011 m. balandžio 1 d. visos Lietuvos asmens sveikatos priežiūros įstaigos privalo vadovautis Tarptautinės statistinės ligų ir sveikatos sutrikimų klasifikacijos dešimtuoju pataisytu ir papildytu leidimu „Sisteminis ligų sąrašas“ (Australijos modifikacija, TLK-10-AM) (Valstybinės ligonių kasos prie Sveikatos apsaugos ministerijos interneto svetainė, prieiga per internetą: <http://ebook.vlk.lt/e.vadovas/index.jsp>).

- kraujotakai iš esmės atitinka Tarptautinėje ligų klasifikacijoje nurodytas kraujotakos sistemos ligas (kodai I00 – I99);
- (b) galvos masažuoklio reklamoje nurodyti teiginiai apie poveikį galvos skausmui atitinka Tarptautinėje ligų klasifikacijoje įvardintus galvos skausmo sindromus (kodas G44). Tuo tarpu teiginiai apie poveikį nemigai – nemigos (kodas F51), migrenai – migrenos (kodas G43) būklės. Taip pat teiginiai apie poveikį stresui atitinka Tarptautinėje ligų klasifikacijoje nurodytus neurozinius, stresinius ir somatoforminius sutrikimus (kodai F40 – F48), o teiginiai apie poveikį smegenų kraujagyslių ligoms – cerebravaskulinės (smegenų kraujagyslių) ligas (kodai I60–I69), teiginiai apie poveikį arterinio kraujospūdžio pakitimams – hipertenzines ligas (kodas I10 – I15);
- (c) ortopedinės pagalvės reklamoje nurodyti teiginiai apie poveikį knarkimui iš esmės atitinka Tarptautinėje ligų klasifikacijoje nurodytus miego apnėjos ir susijusius sutrikimus (kodas 0635), o apie poveikį nemigai minėtos klasifikacijoje nurodytą būseną – nemiga (kodas F51). Tuo tarpu teiginiai apie poveikį galvos skausmui atitinka Tarptautinėje ligų klasifikacijoje įvardintus kitus galvos skausmo sindromus (kodas G44).

(40) Vertinant reklamą kaip visumą, akivaizdu, kad net ir nesant konkrečioje reklamoje tiesioginės nuorodos į konkrečią įvardintą ligą, tačiau akcentuojant gydomąjį prekės pobūdį ar kitaip susiejus reklamuojamų prekių savybes su ligų gydymu, vidutinis vartotojas gali pagrįstai tikėtis, kad reklamoje nurodyta prekė turi nurodytų ligas gydančių savybių. Pavyzdžiui, masažinio čiužinio reklamoje nurodžius, kad naudojant čiužinį „gerėja hemodinamika, normalizuojasi medžiagų apykaita“, „atpalaiduoja ir gerina kraujotaką“, „veikia imuninę sistemą“, ar galvos masažuoklio reklamoje patariant naudoti šį įrenginį asmenims, kurie susiduria su centrinės nervų sistemos sutrikimais, ar kai yra padidėjęs nuovargis, tokius reklamos teiginius vartotojai pagrįstai gali suprasti taip, kad masažinis čiužinys, galvos masažuoklis, skirti sutrikusios sveikatos gydymui. Tokį patį įspūdį vartotojai galėtų susidaryti ir susipažinę su ortopedinės pagalvės reklama, kurioje aiškiai nurodoma, kad naudojant pagalvę vartotojai iš esmės pasveiks ir atsikratys nemigos, galvos skausmų, migrenos ir pan.

(41) Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, galima daryti išvadą, kad Teiginiai apie poveikį konkrečioms fizinėms būklėms, kurios gali būti laikomos ligomis, vartotojams galėjo sudaryti įspūdį, kad šios prekės turi ligų ar funkcinių sutrikimų gydomųjų savybių, kaip šios savybės yra suprantamos Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto prasme.

(42) Nustačius, kad ortopedinės pagalvės, masažinio čiužinio, galvos masažuoklio reklamose įvardinti teiginiai gali vartotojui suformuoti lūkesčius, kad prekės turi ligų ar funkcinių sutrikimų gydymo savybes, būtina įvertinti, ar šių savybių nurodymas reklamose nebuvo apgaulingas Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkto prasme.

(43) Kaip nurodyta Gairėse, prekybininkui draudžiama tvirtinti, kad jo produktas gali išgydyti tam tikrą fizinę ar psichinę ligą arba pagerinti ligo būklę, jeigu prekybininkas nepateikia atitinkamų ir reikšmingų įrodymų dėl fizinio poveikio, kurio vartotojas gali tikėtis vartodamas gaminį<sup>33</sup>. Kitaip tariant, skleisdamas reklaminius teiginius apie poveikį žmogaus fizinei būklei reklamos davėjas turi gebėti patikimais įrodymais pagrįsti naudojamų teiginių teisingumą jų naudojimo metu. Tokios pozicijos laikosi ir Konkurencijos taryba savo praktikoje<sup>34</sup>.

(44) Nagrinėjamu atveju, tam, jog būtų galima teigti, kad ortopedinės pagalvės, masažinio čiužinio, galvos masažuoklio reklamose įvardinti teiginiai apie teigiamą poveikį žmogaus fizinei

<sup>33</sup> Gairių 91 psl.

<sup>34</sup> Pavyzdžiui, 2011 m. liepos 4 d. Konkurencijos tarybos nutarimas Nr. 2S-17 „Dėl reklaminių teiginių apie prekes, kurioms priskiriamas įvairaus pobūdžio poveikis sveikatai, atitiktis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“, 2013 m. liepos 17 d. nutarimas Nr. 2S-11 „Dėl „Dr. Levine’s“ prekių reklamos atitiktis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“.

būklei nėra apgaulingi, atitinkamų savybių egzistavimas turi būti patvirtintas objektyviais duomenimis.

(45) UAB „Judira“ teigimu (nutarimo (21) pastraipa), Konkurencijos taryba tiksliai nenurodė, kokius įrodymus Bendrovė turi pateikti siekdama pagrįsti Teiginiuose nurodomas prietaisų gydomąsias savybes. Visgi tokia Bendrovės pozicija nėra pagrįsta. Konkurencijos taryba 2017 m. sausio 11 d. bei 2017 m. balandžio 6 d. siųstuose raštuose (nutarimo (3) pastraipa) Bendrovei nurodė, jog siekiant pagrįsti reklamose nurodomas prietaisų gydomąsias savybes turi būti pateikti nepriklausomi klinikiniai moksliniai tyrimai arba tokie gydomieji prietaisai privalo būti registruoti kaip medicinos prietaisai. Taigi Bendrovė buvo informuota, kokie įrodymai turi būti pateikti, siekiant pagrįsti reklamose nurodomas prietaisų gydomąsias savybes. Be to, remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio nuostatomis, būtent reklamos davėjui kyla pareiga pagrįsti naudojamų reklaminių teiginių teisingumą jų naudojimo metu. Tuo tarpu Konkurencijos taryba neturi pareigos nurodyti Bendrovei, kokie įrodymai būtų tinkami jos naudojamų Teiginių teisingumui įrodyti.

(46) Konkurencijos tarybai teiktas daktaro Čėčilio klinikos atsiliepinimas (nutarimo (5) pastraipa), bei nuorodos į interneto puslapiuose esančius straipsnius apie akmenis ir masažus, jų savybes, jų įtaką asmens sveikatai bei į prekės „Nefrito kilimėlis 45x45 cm“ aprašymą (nutarimo (17) pastraipa) nėra tinkami šaltiniai įrodant prietaisų gydomąsias savybes. Ši išvada darytina dėl žemiau nurodytų priežasčių.

(47) Visų pirma daktaro Čėčilio klinikos atsiliepime pateikiami subjektyvaus pobūdžio duomenys, t. y. išvados daromos remiantis per penkerius metus atliktais stebėjimais ir pacientų nuomone. Atsiliepime nurodoma, kad „US MEDICA“ ir „YAMAGUCHI“ prietaisai gali būti naudojami funkcinės organizmo būklės profilaktikai. Nurodoma, jog minėtus prietaisus rekomenduojama pacientams profilaktiškai naudoti namuose.

(48) Kaip matyti, minėtame atsiliepime pripažįstama, kad masažinis čiužinys, ortopedinė pagalvė bei galvos masazuoklis laikomi pagalbinėmis, profilaktinėmis priemonėmis ir savaime nelemia, kad liga ar sveikatos sutrikimas bus išgydytas ar palengvintas, taip, kaip teigiama Teiginiuose. Be to, atsiliepinimas surašytas 2017 m. vasario 1 d., t. y. po to, kai UAB „Judira“ buvo paprašyta pateikti įrodymus, jog Teiginiuose įvardinamas poveikis yra tikras (nutarimo (3) pastraipa). Taip pat svarbu pastebėti ir tai, kad daktaro Čėčilio klinikos atsiliepime nekalbama ir apie konkrečias nagrinėjamas priemones, o tiesiog paaškinama bendrai apie „US MEDICA“ ir „YAMAGUCHI“ prietaisus.

(49) Kitų objektyvių duomenų (tyrimų, studijų) apie tai, kaip buvo nustatytos Teiginiuose minimos „US MEDICA“ bei „YAMAGUCHI“ prietaisų savybės Bendrovė Konkurencijos tarybai nepateikė.

(50) Atsižvelgus į aukščiau nurodytas aplinkybes, daktaro Čėčilio klinikos atsiliepinimas, kurį pateikė UAB „Judira“, negali būti pripažintas įrodymu, pagrindžiančiu Teiginiuose nurodomą prekių poveikį žmogaus sveikatai, fizinei būklei.

(51) Be to, nėra pagrindo pripažinti įrodymais, pagrindžiančiais Teiginiuose nurodomas prekių savybes, Bendrovės paminėtus interneto svetainėse skelbiamus straipsnius. Interneto svetainėse skelbiami straipsniai nėra objektyvūs įrodymai, kuriais galima remtis įrodinėjant Teiginių teisingumą. Tokia išvada daroma įvertinus tai, kad straipsniuose pateikiama bendro pobūdžio informacija apie akmenų savybes, masažą, jo savybes, be to, jie yra paremti autorių subjektyvia nuomone. Be to, straipsniuose nėra nurodoma, kad būtent „US MEDICA“ bei „YAMAGUCHI“ prietaisai gali turėti Teiginiuose nurodomą poveikį žmogaus sveikatai, fizinei būklei.

(52) Teiginiuose nurodomo poveikio neįrodo ir prekės „Nefrito kilimėlis 45x45 cm“ aprašymas. Nurodyta prekė nėra niekaip susijusi su Bendrovės parduodamomis prekėmis, be to, prekės aprašyme nurodytos gydomosios savybės nėra pagrįstos objektyviais duomenimis ar moksliniais tyrimais.

(53) Apibendrinusi pateiktus duomenis, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad UAB „Judira“ nepateikė objektyvių, kompetentingų institucijų patvirtintų, įrodymų (mokslinių



tyrimų, studijų ir pan.), kurie leistų teigti, kad masažinis čiužinys, ortopedinė pagalvė, galvos masažuoklis turi Teiginiuose įvardinamą poveikį žmogaus sveikatai, fizinei būklei ir pasižymi gydomosiomis savybėmis.

## 6. Dėl Teiginių sklaidos masto, trukmės bei atsakomybės už jų sklaidimą

(54) Reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalyje yra numatyta, kad reklamos davėjas už klaidinančios reklamos naudojimą atsako tuo atveju, jeigu jis neįrodo, kad šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti ne dėl jo kaltės. Atsižvelgus į tai, kad UAB „Judira“ nepateikė įrodymų, jog Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl Bendrovės kaltės, Konkurencijos taryba konstatuoja, kad Bendrovė yra atsakinga už Reklamos sklaidimą.

(55) Vertindama pažeidimo pobūdį Konkurencijos taryba atsižvelgia į tai, kad Bendrovė skleidė klaidinančias reklamas apie masažinio čiužinio, galvos masažuoklio bei ortopedinės pagalvės gydomąsias savybes ir tokia reklama galėjo sukelti nepagrįstus lūkesčius vartotojams itin reikšmingoje jiems srityje, t. y. dėl prekių poveikio sveikatai. Kadangi UAB „Judira“ skleistos reklamos dėl savo pobūdžio buvo itin žalingos vartotojų interesams, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad pažeidimas laikytinas darančiu esminę žalą Reklamos įstatymo saugomiems asmenų interesams.

(56) Nutarimo (12) pastraipoje nurodyta, kad masažinio čiužinio, ortopedinės pagalvės bei galvos masažuoklio reklamos interneto svetainėje *www.us-medica.lt* buvo skleidžiamos nuo 2016 m. lapkričio 15 d. iki 2017 m. balandžio 25 d., t. y. 161 dieną, todėl reklamų sklaidimo laikotarpis laikomas labai ilgu.

(57) Kaip nurodyta nutarimo (12) pastraipoje, reklamos buvo skleidžiamos interneto svetainėje *www.us-medica.lt*, kurią per parą aplanko vidutiniškai 77 vartotojai. Atsižvelgus į tai, pažeidimo mastas laikomas labai mažu.

(58) Tyrimo metu UAB „Judira“ atsakomybę sunkinančių ir lengvinančių aplinkybių nustatyta nebuvo.

## 7. Išvados dėl Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimo

(59) Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta nutarimo 4 bei 5 dalyse, yra pagrindas pripažinti, kad UAB „Judira“ skleistos masažinio čiužinio, galvos masažuoklio bei ortopedinės pagalvės reklamos, kuriose buvo nurodytos šių prekių poveikis sveikatai, turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 15 punkte nurodytos klaidinančios komercinės veiklos, pasireiškiančios apgaulingu tvirtinimu, kad nagrinėtose Reklamoje nurodyti prietaisai gali gydyti ligas ar funkcinis sutrikimus, požymių.

(60) Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, yra pagrindas pripažinti, kad Bendrovės skleistos masažinio čiužinio, galvos masažuoklio bei ortopedinės pagalvės reklamos, kuriose pateikiami Teiginiai apie poveikį žmogaus fizinei būklei, yra klaidinančios, pažeidžiančios Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 5 straipsniu, 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 „Judira“, skleisdama masažinio čiužinio „US MEDICA Nephrite Therapy“, galvos masažuoklio „YAMAGUCHI Galaxy Axiom“, ortopedinės pagalvės „US MEDICA US-S“ reklamas, kuriose apgaulingai tvirtinama, kad minėti produktai gali gydyti ligas ar funkcinis sutrikimus, pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytų klaidinančių reklamų naudojimą skirti UAB „Judira“ 1230 (vieno tūkstančio dviejų šimtų trisdešimties) eurų baudą.

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

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

Vadovaujantis Reklamos įstatymo 26 straipsniu, paskirta bauda ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos turi būti sumokėta į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą<sup>35</sup> (įmokos kodas 6920, lėšų gavėjas – Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas – 188659752).

Pirmininko pavaduotojas,  
pavaduojantis pirmininką

Elonas Šatas

---

<sup>35</sup> Nr. LT78 7290 0000 0013 0151 (AB „Citadele“ bankas); Nr. LT74 4010 0510 0132 4763 (AB DNB bankas); Nr. LT05 7044 0600 0788 7175 (AB SEB bankas); Nr. LT32 7180 0000 0014 1038 (AB Šiaulių bankas); Nr. LT74 7400 0000 0872 3870 (*Danske Bank A/S* Lietuvos filialas); Nr. LT12 2140 0300 0268 0220 (*Nordea Bank AB* Lietuvos skyrius); Nr. LT24 7300 0101 1239 4300 (AB „Swedbank“); LT42 7230 0000 0012 0025 (UAB Medicinos bankas).