



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

NUSTATYTI LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS ĮSTATYMO 5 STRAIPSNIO PAŽEIDIMĄ IR TAIKYTI SANKCIJAS KOSMETIKOS PREKIŲ PLATINIMO VEIKLA UŽSIIMANTIEMS ŪKIO SUBJEKTAMS

2023 m. liepos 25 d.

Vilnius

TURINYS

Santrauka	2
1. Nagrinėti ūkio subjektai	3
2. Odos priežiūros priemonių tiekimo Lietuvos Respublikoje rinka ir odos priežiūros priemonių platinimo Lietuvos Respublikoje rinka.....	5
3. UAB „ODA LT“ sudarė draudžiamus susitarimus su ūkio subjektais, platinančiais „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones	6
3.1. UAB „ODA LT“ strategija.....	8
3.1.1. UAB „ODA LT“ su platintojais sudaromos sutartys ir siunčiami kainoraščiai.....	8
3.1.2. UAB „ODA LT“ nustatytų (fiksotų) kainų laikymosi užtikrinimas.....	9
3.1.3. UAB „ODA LT“ ir platintojų santykių pobūdis	16
3.1.4. Išvada dėl UAB „ODA LT“ draudžiamo susitarimo	19
3.2. Individualūs susitarimai	21
3.2.1. UAB „ODA LT“ susitarimas su MB „Efektas“	21
3.2.2. UAB „ODA LT“ susitarimas su Permanent Makeup of Baltics, UAB	23
3.2.3. UAB „ODA LT“ susitarimas su UAB „Korola“	23
3.2.4. UAB „ODA LT“ susitarimas su UAB „Garbanė“	25
3.2.5. UAB „ODA LT“ susitarimas su UAB „GSS Baltic“	29
3.2.6. UAB „ODA LT“ susitarimas su MB Elektronine parduotuve	32
3.3. Išvada dėl susitarimo	37
4. Sudarytas susitarimas turėjo tikslą riboti konkurenciją.....	37
5. Susitarimas neatitinka mažareikiškumo ir išimties kriterijų.....	40
6. Skiriamos sankcijos už Konkurencijos įstatymo pažeidimą	42
6.1. Bazinis baudos dydis.....	42
6.1.1. Pardavimų vertė	42
6.1.2. Pažeidimo pavojingumas	45
6.1.3. Pažeidimo trukmė	45



6.1.4.	Atgrasymas	46
6.2.	Bazinio baudos dydžio tikslinimas.....	47
6.2.1.	Atsakomybę lengvinančios ir sunkinančios aplinkybės	47
6.2.2.	Kiekvieno ūkio subjekto įtaka pažeidimo padarymui.....	48
6.2.3.	Skiriamų baudų dydžiai	49
6.3.	UAB „Korola“ atleidimas nuo baudos	49
7.	Procedūros nutraukimas UAB „Alatona“, MB „Reali erdvė“ ir MB Urbonaitės studijos atžvilgiu bei SESV taikymo	50

Santrauka

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba iš ūkio subjekto gavo informaciją bei prisipažinimą apie dalyvavimą Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo reikalavimams prieštaraujančiame susitarime. Atlikusi tyrimą Konkurencijos taryba nustatė, kad UAB „ODA LT“, siekdama palaikyti (fiksuoti) jos gaminamų ir platinamų „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainas visame platinimo tinkle Lietuvos Respublikoje, suderino valių su tam tikrais platintojais – mažąja bendrija „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ bei MB Elektronine parduotuve – veikti rinkoje atitinkamu būdu, t. y. palaikyti UAB „ODA LT“ parengtuose kainoraščiuose ir atskiruose el. laiškuose nurodomas jos produktų mažmenines kainas galutiniams klientams bei netaikyti su tiekėja UAB „ODA LT“ iš anksto neaptartų nuolaidų jos tiekiamai produkcijai.

Konkurencijos taryba nustatė, kad savo strategijai įgyvendinti UAB „ODA LT“ ėmėsi įvairių priemonių. Visų pirma, tiekėja pateikdavo platintojams kainoraščius su neva rekomenduojamomis mažmeninėmis produktų kainomis, taip pat nustatydavo (fiksudavo) perpardavimo kainas platintojams siunčiamuose el. laiškuose. Antra, su kai kuriais iš platintojų UAB „ODA LT“ pasirašydavo susitarimus, kuriuose tiesiogiai buvo įtvirtinamas platintojo įsipareigojimas laikytis tiekėjos nurodytų kainų. Trečia, UAB „ODA LT“ stebėjo kainas bei taikomas nuolaidas rinkoje, siūsdavo platintojams išpėjimus apie jų pareigą laikytis nurodytų kainų, reikalavimus panaikinti su ja nesuderintas akcijas ir siekė užkirsti kelią bet kokiam nukrypimui nuo susitarimo, be kita ko, mažindama nuolaidas platintojams taikomoje lojalumo programoje, siekdama nutraukti bendradarbiavimą su nuo susitarimo nukrypstančiais platintojais. Platintojai, suderinę su UAB „ODA LT“ valių dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų fiksavimo, vykdėdavo UAB „ODA LT“ reikalavimus panaikinti nuolaidas, tiekėjos nuomone, nesuderinamas su jų sudarytu susitarimu, taip pat prašydavo tiekėjos leidimo taikyti akcijas „Oda“ prekės ženklu pažymėtiems produktams bei patys stebėjo rinką, informuodami UAB „ODA LT“ apie pastebėtus konkurentų nukrypimus nuo UAB „ODA LT“ strategijos.

Įvertinusi visas tyrimo metu nustatytas aplinkybes, Konkurencijos taryba pripažino, kad UAB „ODA LT“ ir pirmiau nurodyti platintojai sudarė konkurenciją ribojantį susitarimą dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (palaikymo) bei taip pažeidė Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punkto reikalavimus.



Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, išklausiusi procedūros dalyvius 2023 m. birželio 19 d. posėdyje¹, įvertinusi gautus procedūros dalyvių rašytinius paaiškinimus² dėl tyrimo išvadų³ bei tyrimo metu surinktą medžiagą, išnagrinėjo klausimą dėl kosmetikos prekių platinimo veikla užsiimančių ūkio subjektų veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams bei sankcijų taikymo ir nustatė:

1. UAB „Korola“ 2019 m. gruodžio 20 d. pateikė Konkurencijos tarybai prašymą atleisti nuo baudos už dalyvavimą draudžiamame susitarime pagal Konkurencijos įstatymo 38 straipsnio 1 dalį. Konkurencijos taryba 2020 m. birželio 30 d. pradėjo tyrimą⁴ įtardama, kad UAB „ODA LT“ ir prekės ženklu „Oda“ pažymėtų odos priežiūros priemonių kosmetikos prekių platintojai UAB „Korola“, MB Elektroninė parduotuvė, MB Urbonaitės studija, UAB „Garbanė“, MB „Reali erdvė“, UAB „GSS Baltic“, UAB „Alatona“ sudarė draudžiamą susitarimą dėl prekės ženklu „Oda“ pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo) ir dėl šios priežasties galėjo pažeisti Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punktą ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (toliau – SESV) 101 straipsnio 1 dalies a punktą⁵, draudžiančius visus susitarimus, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai nustatomos (fiksuojamos) tam tikros prekės kainos (toliau – Tyrimas). Tyrimas 2021 m. gruodžio 8 d. buvo papildytas⁶, įtraukiant į pažeidimų įtariamų ūkio subjektų sąrašą prekės ženklu „Oda“ pažymėtų odos priežiūros priemonių platintojus mažąją bendriją „Efektas“ (toliau – MB „Efektas“) ir Permanent Makeup of Baltics, UAB.
2. Tyrimo metu nebuvo nustatyta pakankamai duomenų, leidžiančių pagrįstai teigti, kad UAB „Alatona“, MB „Reali erdvė“ ir MB Urbonaitės studija dalyvavo įtariamame draudžiamame susitarime nustatyti (fiksuoti) „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainas, todėl aplinkybės, susijusios su UAB „ODA LT“ ir UAB „Alatona“, MB „Reali erdvė“ bei MB Urbonaitės studijos bendradarbiavimu, šiame nutarime nėra aprašomos.
3. Pažeidimui įvertinti toliau nagrinėjama UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“, MB Elektroninės parduotuvės veikla, susijusi su prekės ženklu „Oda“ pažymėtų odos priežiūros priemonių tiekimu ir platinimu.

1. Nagrinėti ūkio subjektai

4. **UAB „ODA LT“**⁷ vykdoma veikla yra odos priežiūros priemonių, pažymėtų „Oda“ prekės ženklu (kremų, veido prausiklių, veido kaukių, veido serumų, kitų odos priežiūros priemonių) gamyba bei didmeninė prekyba ir mažmeninė prekyba fizinėse parduotuvėse ir elektroninėje parduotuvėje www.odapro.lt. UAB „ODA LT“ tiekiamos ir platinamos „Oda“ prekės ženklu pažymėtos odos priežiūros priemonės yra pagamintos iš organinių *alfa hidroksi rūgščių*, kurios reguliuoja odos drėgmės balansą, riebalinių liaukų aktyvumą, imunitetą. „Oda“ prekės ženklu pažymėtos odos

¹ Bylos 54 tomas, 1–30 lapai.

² Rašytinius paaiškinimus dėl tyrimo išvadų pateikė tik UAB „ODA LT“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ ir MB Elektroninė parduotuvė.

³ Konkurencijos tarybos Draudžiamų susitarimų tyrimo grupės 2023 m. kovo 21 d. pranešimas apie įtariamą pažeidimą „Dėl kosmetikos prekių platinimo veikla užsiimančių ūkio subjektų veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 5 straipsnio ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio reikalavimams“ Nr. 6S- 5 (2023). Bylos 38 tomas, 1–57 lapai (konfidencialus).

⁴ Konkurencijos tarybos 2020 m. birželio 30 d. nutarimas Nr. 1S- 74(2020)1 „Dėl kosmetikos prekių platinimo veikla užsiimančių ūkio subjektų veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 5 straipsnio ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio reikalavimams“. Bylos 3 tomas, 1–4 lapai.

⁵ Tyrimo metu nebuvo nustatyta, kad pažeidimu įtariamų ūkio subjektų susitarimas galėtų daryti įtaką prekybai tarp valstybių narių, todėl atsisakyta taikyti SESV 101 straipsnį.

⁶ Konkurencijos tarybos 2021 m. gruodžio 8 d. nutarimas Nr. 1S-132(2021) „Dėl kosmetikos prekių platinimo veikla užsiimančių ūkio subjektų veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 5 straipsnio ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio reikalavimams tyrimo eigos“. Bylos 3 tomas, 15–16 lapai.

⁷ Bylos 1 tomas, 237 lapas; 2 tomas, 3 lapas (konfidencialus).



priežiūros priemonės yra skirtos spręsti veido odos problemas, tokias kaip aknė, dehidratacija, pigmentinės dėmės, odos raudonis, odos senėjimas⁸.

5. UAB „ODA LT“ nurodė, jog „Oda“ prekės ženklų pažymėtos odos priežiūros priemonės yra platinamos dviem platinimo kanalais: 1) per komercinius atstovus profesionalus – kosmetologus; 2) per komercinius atstovus, kurie platina „Oda“ prekės ženklų pažymėtas odos priežiūros priemones elektroninėse parduotuvėse⁹. UAB „ODA LT“ atstovė paaiškino, kad bendrovė „*gamina kosmetikos produktus ir juos realizuoja: parduoda keliais kanalais, tiek mažmeninėje rinkoje, t. y. per mūsų elektroninę parduotuvę, tiek ir per mūsų didmenininkus, kurie yra kelios grupės, t. y. kitos el. parduotuvės ir kosmetologai. Atskira grupė yra mūsų distributoriai, t. y. mūsų partneriai užsienio rinkose*“¹⁰.
6. **MB „Efektas“**¹¹ vykdoma veikla yra didmeninė ir mažmeninė prekyba, be kita ko, mažmeninė prekyba „Oda“ prekės ženklų pažymėtomis odos priežiūros priemonėmis¹².
7. **Permanent Makeup of Baltics, UAB**¹³, vykdoma veikla yra ilgalaikio makiažo, antakių ir blakstienų, *Fibroblast*, veido procedūros, atliekamos naudojant „Oda“ prekės ženklų pažymėtas odos priežiūros priemones, bei mažmeninė prekyba „Oda“ prekės ženklų pažymėtomis odos priežiūros priemonėmis „Ilgalaikio grožio klinikoje“¹⁴.
8. **UAB „Korola“**¹⁵ vykdoma veikla yra mažmeninė prekyba kosmetikos, higienos bei namų apyvokos prekėmis fizinėje parduotuvėje ir elektroninėje parduotuvėje mamaimam.lt. Nuo 2019 m. vasario 28 d. UAB „Korola“ ir UAB „ODA LT“ nutraukė bendradarbiavimą¹⁶, todėl UAB „Korola“ nebeplatina „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių.
9. **UAB „Garbanė“**¹⁷ veikla yra mažmeninė prekyba kosmetikos prekėmis, įskaitant „Oda“ prekės ženklų pažymėtas odos priežiūros priemones, higienos bei parfumerijos prekėmis fizinėje parduotuvėje ir elektroninėje parduotuvėje garbane.lt¹⁸.
10. **UAB „GSS Baltic“**¹⁹ vykdoma veikla yra mažmeninė prekyba kosmetikos prekėmis, įskaitant „Oda“ prekės ženklų pažymėtas odos priežiūros priemones, higienos, parfumerijos, tekstilės bei juvelyrikos prekėmis fizinėje parduotuvėje ir elektroninėse parduotuvėse klipshop.lt ir topbeauty.lt. UAB „GSS Baltic“ 2017 m. įkūrė dar tris elektronines parduotuves, veikiančias Didžiojoje Britanijoje, Latvijoje ir Estijoje.
11. **MB Elektroninės parduotuvės**²⁰ vykdoma veikla yra mažmeninė prekyba kosmetikos prekėmis, įskaitant „Oda“ prekės ženklų pažymėtas odos priežiūros priemones, higienos, parfumerijos, namų apyvokos prekėmis fizinėje parduotuvėje ir elektroninėse parduotuvėse inbeauty.lt ir elvaistine.lt²¹.

⁸ Bylos 16 tomas, 63 lapas.

⁹ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. raštas „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“. Bylos 17 tomas, 22 lapas; 18 tomas, 16 lapas (konfidencialus).

¹⁰ UAB „ODA LT“ darbuotojos paaiškinimai, Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokolas. Bylos 16 tomas, 43 lapas.

¹¹ Bylos 7 tomas, 80 lapas; 8 tomas, 21 lapas (konfidencialus).

¹² MB „Efektas“ svetainė internete: efektas.com/apie-mus.

¹³ Bylos 20 tomas, 82 lapas; 21 tomas, 164 lapas (konfidencialus).

¹⁴ Permanent Makeup of Baltics, UAB, svetainė internete: ilgalaikiogrozioklinika.lt.

¹⁵ Bylos 5 tomas, 6 lapas; 15 tomas, 109 lapas (konfidencialus).

¹⁶ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. raštas „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“, bylos 17 tomas, 22 lapas; 18 tomas, 16 lapas (konfidencialus); UAB „Korola“ 2019 m. gruodžio 20 d. „Prašymas dėl atleidimo nuo baudos pagal Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 38 straipsnį“, bylos 4 tomas, 10 lapas (konfidencialus); UAB „ODA LT“ 2019 m. vasario 28 d. „Pranešimas Nr. P-03“, bylos 32 tomas, 19 lapas; 33 tomas, 12 lapas (konfidencialus).

¹⁷ Bylos 1 tomas, 240 lapas; 2 tomas, 6 lapas (konfidencialus).

¹⁸ Bylos 1 tomas, 2 lapas; 2 tomas, 2 lapas (konfidencialus).

¹⁹ Bylos 1 tomas, 242 lapas; 2 tomas, 8 lapas (konfidencialus).

²⁰ Bylos 1 tomas, 246 lapas. Bylos 2 tomas, 12 lapas (konfidencialus).

²¹ Bylos 1 tomas, 2 lapas. Bylos 2 tomas, 2 lapas (konfidencialus).



2. Odos priežiūros priemonių tiekimo Lietuvos Respublikoje rinka ir odos priežiūros priemonių platinimo Lietuvos Respublikoje rinka

12. Pagrindinis atitinkamos rinkos apibrėžimo²² tikslas yra nustatyti nagrinėjamų ūkio subjektų konkurentus, galinčius varžyti jų laisvę elgtis nepriklausomai nuo kitų rinkos dalyvių.
13. Atitinkamos rinkos apibrėžimas apima keletą etapų. Pirmiausia apibrėžiama prekės rinka, nustatant prekes, kurios yra ar gali būti pakeičiamos viena kita. Po to apibrėžiama geografinė rinka, nustatant teritoriją, kurioje tas pakeičiamumas vyksta ar gali vykti. Apibrėžus atitinkamą rinką, nustatomi rinkos dalyviai.
14. Šiuo atveju nagrinėjamas galimas Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio pažeidimas sudarant susitarimą dėl prekių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo).
15. Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 16 dalyje prekės rinka įvardijama kaip visuma prekių, kurios, pirkėjų požiūriu, yra tinkamas pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas. Apibrėžiant prekės rinką iš pradžių analizuojamas paklausos pakeičiamumas (pirkėjų galimybės keisti vieną prekę kita), vėliau – pasiūlos pakeičiamumas (tiekėjų galimybės pradėti tiekti atitinkamas prekes). Į pasiūlos pakeičiamumą atsižvelgiama tuomet, jei jo poveikis yra tiek pat greitas ir veiksmingas kaip ir paklausos pakeičiamumo. Įvertinant paklausos pakeičiamumą nustatomos prekės, kurios vartotojui yra tinkami pakaitalai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas.
16. Vartotojų atžvilgiu „Oda“ prekės ženklu pažymėtos odos priežiūros priemonės laikytinos pakeičiamomis kitų gamintojų ir tiekėjų odos priežiūros priemonėmis. Remiantis UAB „ODA LT“ paaiškinimais, tai yra įvairios kosmetikos priemonės, pažymėtos „Uoga uoga“, „Natinuel“, „Manila“, „Žiedė“, „PH Formula“, „Sesderma“, „Dermalogica“ prekių ženklais²³.
17. UAB „ODA LT“ tiekia plačią odos priežiūros priemonių liniją, todėl nagrinėjamos odos priežiūros priemonės galėtų būti išskiriamos ir į atskirus (siauresnius) segmentus. Tačiau, įvertinus nagrinėjamo konkurencijos teisės pažeidimo pobūdį²⁴ bei tai, kad analizuojami su plataus spektro UAB „ODA LT“ gaminamų odos priežiūros priemonių tiekimu bei platinimu susiję ūkio subjektų veiksmai, net ir apibrėžus siauresnes prekių rinkas, tai neturėtų įtakos išvadai dėl nagrinėjamo susitarimo atitikties konkurencijos teisei.
18. Kadangi UAB „ODA LT“ veikia kaip „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių tiekėja platintojų atžvilgiu bei šių prekių platintoja vartotojų atžvilgiu, o MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ bei MB Elektroninė parduotuvė platina „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones vartotojams, nagrinėjamo pažeidimo tikslais apibrėžiamos dvi prekių rinkos: 1) odos priežiūros priemonių tiekimo rinka; ir 2) odos priežiūros priemonių platinimo rinka.
19. Geografinė rinka apibrėžiama vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 3 dalimi, kurioje nurodyta, kad geografinė rinka – teritorija, kurioje visi ūkio subjektai susiduria su iš esmės panašiomis konkurencijos sąlygomis tam tikroje prekės rinkoje ir kuri, atsižvelgiant į tai, gali būti atskiriama lyginant su greta esančiomis teritorijomis. Konkurencijos sąlygos Konkurencijos įstatymo prasme suprantamos kaip įvairūs pirkimo ar pardavimo ekonominiai parametrai, iš kurių svarbiausiais laikomi kainos, nuolaidos, antkainiai ar kitokie mokėjimai ir jiems darantys įtaką veiksniai (ūkinės veiklos

²² Atitinkama rinka apibrėžiama vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 1 dalimi, kurioje nurodyta, kad atitinkama rinka – tam tikros prekės rinka tam tikroje geografinėje teritorijoje, ir Konkurencijos tarybos paaiškinimais dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo, patvirtintais Konkurencijos tarybos 2019 m. gruodžio 3 d. nutarimu Nr. 1S-150 (2019) „Dėl paaiškinimų dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo patvirtinimo“ (toliau – Paaiškinimai dėl atitinkamos rinkos).

²³ UAB „ODA LT“ darbuotojų paaiškinimai, Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokololas. Bylos 16 tomas, 37, 43 lapai.

²⁴ Kaip paaiškinta toliau šiame nutarime, nustatytas pažeidimas (susitarimas dėl perpardavimo kainų palaikymo) vertinamas kaip pažeidimas ribojantis konkurenciją pagal tikslą, todėl jo poveikio rinkai nustatinėti nereikia.



teisiniai ribojimai, viešojo administravimo subjektų teikiama pagalba, gamybos technologijos ir sąnaudos, prekių naudojimo ar vartojimo ypatybės, transportavimo galimybės ir pan.).

20. UAB „ODA LT“ prekės ženklu „Oda“ pažymėtas odos priežiūros priemonės tiekia ne tik Lietuvos Respublikos teritorijoje, bet ir į užsienio valstybes²⁵. Vis dėlto, šiame nutarime analizuojamas susitarimas yra sudarytas dėl Lietuvoje taikomų „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmeninių kainų nustatymo (fiksavimo), todėl prekių tiekimas į užsienio šalis toliau nebus nagrinėjamas. Atsižvelgiant į tai, odos priežiūros priemonių tiekimo geografinė rinka gali būti apibrėžiama ne siauriau nei Lietuvos Respublikos teritorija, t. y. nacionalinė rinka.
21. UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“, MB Elektroninės parduotuvės bendradarbiavimo sutartyse²⁶ numatyta, jog platintojai yra paskiriami oficialiais neišimtiniais „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių platintojais Lietuvos Respublikos teritorijoje. Dėl šios priežasties odos priežiūros priemonių platinimo geografinė rinka gali būti apibrėžiama kaip Lietuvos Respublikos teritorija, t. y. nacionalinė rinka.
22. Taigi, nagrinėjamu atveju atitinkamos rinkos apibrėžiamos kaip: 1) odos priežiūros priemonių tiekimo Lietuvos Respublikoje rinka (toliau – Odos priežiūros priemonių tiekimo rinka); ir 2) odos priežiūros priemonių platinimo Lietuvos Respublikoje rinka (toliau – Odos priežiūros priemonių platinimo rinka).
23. Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 8 dalimi, ūkio subjektai, kurie toje pačioje atitinkamoje rinkoje susiduria arba gali susidurti su tarpusavio konkurencija, laikytini konkurentais.
24. Odos priežiūros priemonių tiekimo rinkoje UAB „ODA LT“ konkurentais laikytini ūkio subjektai, tiekiantys arba gaminantys ir tiekiantys odos priežiūros priemones, konkuruojančias su „Oda“ prekės ženklu pažymėtomis odos priežiūros priemonėmis – *NEOSTRATA COMPANY, INC, Laboratorio pHformula Internacional, S.L., Dermologica Inc., Sesderma, S.L., UAB „NAUTILE“, UAB „Dermofaktorius“, UAB „Uoga Uoga“* ir kiti.
25. Odos priežiūros priemonių platinimo rinkoje konkurentais laikytini šioje rinkoje veikiantys ūkio subjektai – UAB „ODA LT“, MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“, MB Elektroninė parduotuvė ir kiti²⁷.

3. UAB „ODA LT“ sudarė draudžiamus susitarimus su ūkio subjektais, platinančiais „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones

26. Pagal Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalį visi susitarimai, kuriais siekiama riboti konkurenciją arba kurie riboja ar gali riboti konkurenciją, yra draudžiami ir negalioja nuo jų sudarymo momento. To paties straipsnio 1 dalies 1 punktą draudžia susitarimus tiesiogiai ar netiesiogiai nustatyti (fiksuoti) tam tikros prekės kainas arba kitas pirkimo ar pardavimo sąlygas²⁸.

²⁵ UAB „ODA LT“ darbuotojos paaiškinimai, Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokolo Priedas Nr. 2. Bylos 16 tomas, 21 lapas.

²⁶ Bylos 4 tomas, 12–14 lapai (konfidencialus); 7 tomas, 30–32 lapai; 8 tomas, 5–7 lapai (konfidencialus); 9 tomas, 24–30 lapai; 10 tomas, 4–6 lapai (konfidencialus); 11 tomas, 21–23 lapai, 44–46 lapai; 12 tomas, 2–4 lapai (konfidencialus); 13 tomas, 21–23 lapai; 14 tomas, 2–4 lapai (konfidencialus); 16 tomas, 51–53 lapai; 17 tomas, 39–65 lapai; 18 tomas, 22–35 lapai (konfidencialus); 20 tomas, 33–41 lapai; 21 tomas, 12–17 lapai (konfidencialus); 27 tomas, 5–10 lapai, 22–24 lapai, 26–29 lapai (konfidencialus); 30 tomas, 13–15 lapai; 32 tomas, 1–3 lapai, 18 lapas; 34 tomas, 35–37 lapai; 36 tomas, 17–23 lapai; 37 tomas, 17–19 lapai (konfidencialus).

²⁷ UAB „ODA LT“ darbuotoja paaiškino, kad „mažmeninėje prekyboje konkurentais laikytume kitas elektronines parduotuves, kurioms mes patys ir parduodame produktus ir vienas didžiausių mūsų konkurentų yra Manila“. Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokolas. Bylos 16 tomas, 43 lapas.

²⁸ LVAT praktikoje taip pat nurodyta, kad atsižvelgus į tai, kad Konkurencijos įstatymo 1 straipsnio 3 dalis nurodo, jog šiuo įstatymu siekiama Lietuvos Respublikos ir Europos Sąjungos konkurencijos santykius reglamentuojančios teisės suderinimo, ir į tai, kad Konkurencijos įstatymo 5 straipsnis savo esme ir tikslais atitinka SESV 101 straipsnio nuostatas,



27. Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 19 dalyje susitarimas apibrėžtas kaip bet kuria forma (raštu ar žodžiu) dviejų ar daugiau ūkio subjektų sudaryta sutartis arba ūkio subjektų suderinti veiksmai, įskaitant bet kurio ūkio subjektų junginio (asociacijos, susivienijimo, konsorciumo ir pan.) arba šio junginio atstovų priimtą sprendimą.
28. Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo (toliau – LVAT) praktikoje išaiškinta, kad susitarimas konkurencijos teisės prasme suprantamas labai plačiai, nekeliant esminių reikalavimų jo išraiškos būdai ar formai. Kvalifikuojant susitarimą pagal Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punktą, pakanka nustatyti eksplicitinį arba implicitinį šalių valios (norų, ketinimų) sutapimą (suderinimą) veikti rinkoje atitinkamu būdu, o subjektyvūs pareiškėjų siekiai, dalyvaujant susitarime, paprastai neturi jokios reikšmės²⁹.
29. Pagal Europos Sąjungos teismų praktiką³⁰, tam, kad būtų sudarytas susitarimas pagal SESV 101 straipsnio 1 dalį (analogiškai, ir pagal Konkurencijos įstatymo 5 straipsnį), pakanka, jog atitinkami ūkio subjektai išreikštų bendrą valią elgtis rinkoje tam tikru apibrėžtu būdu³¹. Bendros valios išreiškimo forma nėra tokia svarbi, jei ji tiksliai perteikia šalių valią elgtis rinkoje pagal susitarimo sąlygas³². Šalių valia gali išplaukti tiek iš sutarties sąlygų, tiek iš šalių elgesio³³. Taigi, ūkio subjektai laikomi sudariusiais draudžiamus susitarimus, jei, nepriklausomai nuo susitarimų formos ar išraiškos būdo, išreiškiama bendra valia riboti konkurenciją.
30. Vertikalaus susitarimo apibrėžimas numatytas 2010 m. balandžio 22 d. Europos Komisijos reglamento (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims (toliau – Bendrosios išimties reglamentas) 1 straipsnio a) punkte. Pagal šio teisės akto nuostatas vertikaliaisiais susitarimais laikomi susitarimai ar suderinti veiksmai tarp dviejų ar daugiau ūkio subjektų, kurių kiekvienas, vykdydamas susitarimo sąlygas, veikia skirtingame prekės gamybos ar platinimo grandinės lygmenyje, ir kurie yra susiję su sąlygomis, suteikiančiomis galimybę šalims pirkti, parduoti ar perparduoti tam tikras prekes ar paslaugas.
31. Bendrosios išimties reglamento³⁴ 2 straipsnio 4 dalis iš šio reglamento taikymo srities išskiria „konkuruojančių įmonių vertikaliosius susitarimus“. Bendrosios išimties reglamento 1 straipsnio 1 dalies c punkte konkuruojanti įmonė apibrėžiama kaip „esamas arba galimas konkurentas“. Bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 4 dalyje nustatytos dvi išimtys, susijusios su bendru vertikalinių konkurentų susitarimų išskyrimu iš šio reglamento taikymo srities. Šios išimtys susijusios su neabipusiais susitarimais. Bendrosios išimties reglamentas taikomas neabipusiems konkurentų susitarimams, kai: a) tiekėjas yra prekių gamintojas ir tiekėjas, o pirkėjas yra tik platintojas, bet ne konkuruojanti įmonė gamybos lygiu; arba b) tiekėjas teikia paslaugas keliuose prekybos lygiuose, o pirkėjas veikia mažmeniniu lygiu ir nėra konkuruojanti įmonė tame prekybos lygyje, kuriame jis perka sutartyje nurodytas paslaugas.
32. UAB „ODA LT“ ir kiti šiame nutarime analizuojami ūkio subjektai, platinantys „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemonės, yra konkurentai tik prekių platinimo lygmenyje. Atsižvelgiant į tai, kad, remiantis Bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 4 dalies a) punktu, UAB „ODA LT“

aiškinant bei taikant Konkurencijos įstatymo 5 straipsnį atitinkamai vadovaujamosi SESV 101 straipsnio taikymo praktika, žr. pvz. LVAT 2018 m. birželio 4 d. nutartis adm. byloje Nr. eA-143-624/2018, UAB „Forum Cinemas“ prieš Konkurencijos tarybą, 110 p.

²⁹ LVAT 2020 m. birželio 3 d. nutartis adm. byloje Nr. eA¹⁶¹-552/2020, AB „Panevėžio statybos trestas“ ir UAB „Irdaiva“ prieš Konkurencijos tarybą, 91 p.

³⁰ Pavyzdžiui, Bendrojo Teismo 2000 m. spalio 26 d. sprendimas byloje Nr. T-41/96, Bayer prieš Komisiją, p. 67; 2009 m. balandžio 30 d. sprendimas byloje Nr. T-18/03, CD-Contact Data prieš Komisiją, p. 47.

³¹ ESTT 1990 m. sausio 11 d. sprendimas byloje Nr. C-277/87, Sandoz Prodotti Farmaceutici v. Komisija, p. 13.

³² Bendrojo Teismo 2000 m. spalio 26 d. sprendimas byloje Nr. T-41/96, Bayer prieš Komisiją, p. 68.

³³ ESTT 2006 m. liepos 13 d. sprendimas byloje Nr. C-74/04 P, Komisija prieš Volkswagen, p. 39.

³⁴ Reglamentas nustato, kad tam tikrais atvejais, kai kiekvienos iš vertikalų susitarimą sudariusios šalies užimama rinkos dalis neviršija 30 proc., konkurenciją ribojančių susitarimų draudimas nėra taikomas.



ir jos platintojų bendradarbiavimo susitarimai laikytini neabipusiais konkurentų susitarimais, jų vertinimui taikomos Bendrosios išimties reglamento nuostatos.

3.1.UAB „ODA LT“ strategija

3.1.1.UAB „ODA LT“ su platintojais sudaromos sutartys ir siunčiami kainoraščiai

33. UAB „ODA LT“ sudaro bendradarbiavimo sutartis su ūkio subjektais, platinančiais „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones. Bendradarbiavimo sutartyse yra nustatomos sąlygos, pagal kurias atitinkamas ūkio subjektas, platinantis „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones, įsipareigoja savo vardu ir lėšomis pirkti iš UAB „ODA LT“ „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones ir parduoti jas namų vartotojams bei atlikti kitus su odos priežiūros priemonių pardavimu susijusius darbus, o UAB „ODA LT“ įsipareigoja parduoti „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones bei atlikti kitus su gaminių paskirstymu susijusius darbus. Šiose sutartyse, be kita ko, yra nustatoma šalių atsakomybė, „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių užsakymo, tiekimo ir atsiskaitymo už jas sąlygos³⁵.
34. Tam tikrose UAB „ODA LT“ su platintojais sudarytose bendradarbiavimo sutartyse buvo tiesiogiai įtvirtintos nuostatos, nustatančios „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių platintojų įsipareigojimą palaikyti rekomenduojamas perpardavimo kainas³⁶ arba ribojančios platintojų galimybes taikyti nuolaidas³⁷.
35. Prie bendradarbiavimo sutarčių, sudarytų UAB „ODA LT“ ir ūkio subjektų, platinančių „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones, paprastai būdavo pridedami prekių kainoraščiai, kuriuose nurodomi prekių pavadinimai, pakuočių talpa, prekių tiekimo kaina bei mažmeninė pardavimo kaina.
36. Kainoraščiai su prekių tiekimo bei pardavimo galutiniais klientams kainomis platintojams buvo siunčiami ir elektroniniu paštu tiek kiekvienų kalendorinių metų pradžioje, tiek įvykus prekių kainų pasikeitimams. UAB „ODA LT“ darbuotoja nurodė: „<...> metų pradžioje yra padaromas kainoraštis visiems metams ir jis atnaujinamas su kiekvienu nauju produktu. <...> Tai siunčiam kiekviena proga, kai įvyksta koks nors pasikeitimas, pvz., pasikeitė produkto pakuotė ir kaina, tai padarom naują kainoraštį ir išsiunčiam <...>“³⁸.
37. Skirtingų laikotarpių kainoraščiuose, siunčiamuose skirtingiems šias prekes platinantiems ūkio subjektams, mažmeninė „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių kaina įvardinama skirtingai. Vyraujantys mažmeninių kainų pavadinimai: „Rekomenduojama pardavimo kaina“, „Pardavimo kaina“, „Bazinė pardavimo kaina“, „Pardavimo kaina klientams“, „Rekomenduojama pardavimo kaina klientams“, „Viešam klientams pardavimo kaina“. Nepriklausomai nuo mažmeninės kainos pavadinimo, to paties laikotarpio kainoraščiuose nurodomos „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmeninės kainos sutampa.

³⁵ Bylos 4 tomas, 12–14 lapai (konfidencialus); 7 tomas, 30–32 lapai; 8 tomas, 5–7 lapai (konfidencialus); 9 tomas, 24–30 lapai; 10 tomas, 4–6 lapai (konfidencialus); 11 tomas, 21–23 lapai, 44–46 lapai; 12 tomas, 2–4 lapai (konfidencialus); 13 tomas, 21–23 lapai; 14 tomas, 2–4 lapai (konfidencialus); 16 tomas, 51–53 lapai; 17 tomas, 39–65 lapai; 18 tomas, 22–35 lapai (konfidencialus); 20 tomas, 33–41 lapai; 21 tomas, 12–17 lapai (konfidencialus); 27 tomas, 5–10 lapai, 22–24 lapai, 26–29 lapai (konfidencialus); 30 tomas, 13–15 lapai; 32 tomas, 1–3 lapai, 18 lapas; 34 tomas, 35–37 lapai; 36 tomas, 17–23 lapai; 37 tomas, 17–19 lapai (konfidencialus).

³⁶ 2018 m. gegužės 16 d. sutarties su MB „Efektas“ 4.2 punktas; 2018 m. gegužės 21 d. sutarties su Permanent Makeup of Baltics, UAB, 4.2 punktas; 2018 m. vasario 28 d. sutarties su UAB „Korola“ 4.1 punktas. Plačiau šio nutarimo 3.2. dalyje.

³⁷ 2018 m. birželio 1 d. Priedo Nr. 1 prie sutarties Nr. BS-2017-06 su UAB „GSS Baltic“ 4.2 punktas. Plačiau šio nutarimo 3.2. dalyje.

³⁸ UAB „ODA LT“ darbuotojos paaiškinimai, Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokolas. Bylos 16 tomas, 46 lapas.



38. Taip pat nustatyta, kad UAB „ODA LT“ papildomai informuodavo platintojus elektroniniu paštu apie atskirų prekių didmeninių ir mažmeninių kainų pasikeitimus bei pristatomų naujų produktų „didmenos“ ir „mažmenos“ kainas³⁹:

I lentelė. UAB „ODA LT“ elektroninė komunikacija su platintojais dėl mažmeninių pardavimų kainų

Nr.	Data ir laiško tema	Informacijos siuntėjas	Informacijos gavėjas (-ai)	Komunikacijos turinys
1.	2018-01-26 „ODA kainynas ir užsakymo forma“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „GSS Baltic“	„Laba diena <...> Atkuriamasis serumas su vitaminu C 30 ml – pirkimo kaina <...> EUR / pardavimo 23 EUR <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
2.	2018-04-17 „ODA Kosmetikos akcija“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	Mažoji bendrija „Efektas“	„Nuo balandžio 11 dienos galėsite įsigyti atspalvį turinčių stangrinamųjų kremų su pieno rūgštimi ir hialuronu. Kremų kiekis itin ribotas! Kosmetologo kaina – <...> €, pardavimo kaina – 35 € <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
3.	2020-03-24 „ODA dezinfekantas“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „Garbanė“	„<...> trumpai apie tai, ką siūlysiu: 100 ml buteliukai - <...> eur (mažmena 6,90) [paryškinta tyrėjo], 200 ml buteliukai - <...> eur (mažmena 12,50) <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
4.	2020-03-26 „Re: Klausimas“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „Garbanė“	„<...> Dėl dezinfekantų: 170 ml nebuvo planuotas pardavimams, tik akcijai, bet k1 tik nusprend4m ir juo prekiauti. Didmena <...> eur, mažmena - 8,90 eur [paryškinta tyrėjo]. Dar paleidom rankų kremą: didmena <...> eur (vietoj 10), mažmena 9 eur (vietoj 15) <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
5.	2020-04-24 „ODA Naujienos“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „Garbanė“	„Sveiki, turime du naujus ODA produktus kūnui: intensyviai drėkinantį kūno kremą, 200 ml (jūsų kaina <...> eur, mažmeninė - 23 eur) [paryškinta tyrėjo]: <...>; ir anticeliulitinį kremą su šildomuoju efektu, 200 ml (jūsų kaina <...> eur, mažmeninė - 37 eur) <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“, MB „Efektas“, UAB „GSS Baltic“, UAB „Garbanė“ elektroniniais laiškais⁴⁰.

3.1.2. UAB „ODA LT“ nustatytų (fiksuo)tų kainų laikymosi užtikrinimas

39. Iš vidinės UAB „ODA LT“ darbuotojų elektroninės komunikacijos nustatyta, kad UAB „ODA LT“ ne tik siuntė platintojams kainoraščius su mažmeninėmis kainomis bei informuodavo apie atskirų produktų kainų pasikeitimus elektroniniais laiškais, bet ir siekė užtikrinti, jog platintojai laikytųsi UAB „ODA LT“ nustatytų „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmeninių pardavimo kainų. UAB „ODA LT“ stebėjo platintojų taikomas pardavimo kainas bei konsultavosi su išoriniais paslaugų teikėjais, kaip užkirsti kelią prekių platintojams taikyti žemesnes nei jiems nurodytos mažmenines pardavimo kainas.

³⁹ Elektroniniuose laiškuose nurodytos perpardavimo kainos sutampa su atitinkamo laikotarpio „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių kainoraščiuose nurodytomis perpardavimo kainomis.

⁴⁰ Bylos 24 tomas, 2–6 lapai; 28 tomas, 20–31 lapai; 29 tomas, 14–25 lapai (konfidencialus); 30 tomas, 1–7 lapai; 31 tomas, 1–7 lapai (konfidencialus); 35 tomas, 56 lapas (konfidencialus).



2 lentelė. UAB „ODA LT“ atstovų (darbuotojų) vidinė komunikacija apie mažmenines kainas

Nr.	Data ir laiško tema	Informacijos siuntėjas	Informacijos gavėjas (-ai)	Komunikacijos turinys
1.	2018-11-27 „Del trečiųjų šalių, kurie pardavinėja ODA produkcija“	Agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotoja	Išorinė teisininkė, UAB „ODA LT“ darbuotoja	„<...> rašome Jums su prašymu padėti 😊 Yra iš seniau pasirašytų sutarčių, kurios yra tragiškos ir tie pardavinėtojai „kerta“ savo laisva valia per grosines kainas mūsų. To pasekoje neperka pirkėjai iš mūsų. Nes kam pirkti jei XXX įmonė parduoda pigiau. Mes norėtume keisti sąlygas, žinome kad to daryti negalime dėl tam tikrų įstatymų. Bet gal mes galime kainas jiems kitokias duoti, t. y. pakeisti pranešę prieš mėnesį, kad keisis kainodara jiems. Ir nebeduoti tokių gerų nuolaidų? [paryškinta Nutarimo tikslais] Nes jie turi labai geras sąlygas ir sau pasiima mažiau pelno, bet parduoda su tokiom nuolaidom, kokiom net mes nepardavinėjame. Sutartys kai kurios pasibaigs kitų metų pradžioje, o kitų dar galios metus ar du. Tokias sutartis pasirašė prieš tai dirbęs marketingistas negalvodamas apie pasekmes. Prikabinu pvz. kokias nuolaidas ir sąlygas duoda trečiosios šalys ODA produkcijai“.
2.	2018-12-03 „RE: Dėl ODA lojalumo programos pasikeitimą“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	Agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> Penktadienį išsiunčiau pranešimą apie lojalumo programos pasikeitimą į: UAB Korola, UAB Garbanė, MB Elektroninė parduotuvė. Be papildomų nuolaidų jiems neapsimoka akcijos skelbti “ [paryškinta Nutarimo tikslais]. Agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotoja: „<...> dėkoju už informaciją. Teisininkei mano spėjimus patvirtino ir smagu, kad galime jaustis stipresnis. Įdomu, kaip jie reguos“.
3.	2019-02-12 „Re: fb pardavimas“	Agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotoja	Dvi UAB „ODA LT“ darbuotojos ir UAB „ODA LT“ klinikos darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja išsiuntė kosmetologei el. laišką, informuodama, kad kosmetologai negali savarankiškai mažinti „Oda“ odos priežiūros priemonių rekomenduojamos pardavimo kainos, bei nurodė agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotojai, kad ši kosmetologė nebėra aktyvi. Agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotoja nurodė: „<...> manau reikia kreiptis į teisininke. Nes čia jau nebejuokinga. P.s kaip suprantu šiai ponei jau toks nebe pirmas kartas... <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
4.	2018-05-16 „FW: ODA sutartis su MB Efektas“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja	„<...>, sutartis papildytas p.4.2.: 4.2. Užsakovas įsipareigoja išlaikyti rekomenduotinas pardavimo kainas galutiniam namų vartotojui [paryškinta Nutarimo tikslais]. Šitas sutarties variantas bus pasiūlytas pasirašyti <...> [MB „Efektas“ salono darbuotojai – Konkurencijos tarybos pastaba]. [
5.	2018-09-12 „Re: KlipShop akcija 2018-09-12d-GSS Baltic“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja atsiuntė kitai UAB „ODA LT“ darbuotojai UAB „GSS Baltic“ el. parduotuvėje vykdomos akcijos ekrano vaizdo kopiją. UAB „ODA LT“ darbuotoja atsakė: „<...> renkam įkalčius ir pradėsime sutarties nutraukimo eigą, dar pasirošime su finansiste <...> ir



				<i>pakviesiu juos į susitikimą <...></i> [paryškinta Nutarimo tikslais].
6.	2018-11-26 „RE: <i>Kitu daromos nuolaidos</i> “	Agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja	Agentūros „Marketingo valdymas“ darbuotoja: „<...> <i>siunčiu Jums kad irgi žinotumėte kas vyksta FACEBOOK ‘E’</i> “ ⁴¹ . UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> <i>Žinau kas vyksta. Gaunu daug skundų nuo kosmetologų. UAB Korola- „Mamaimam“ - mūsų konkurentas- „partneris“ <...></i> “. UAB „ODA LT“ darbuotoja: „ <i>Reikia su jais pirmaisiais sutarti nutraukti- nepratesti</i> “ [paryškinta Nutarimo tikslais].

*Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“, agentūros „Marketingo valdymas“, MB „Klinika“ elektroniniais laiškais*⁴².

40. Siekdama prižiūrėti, kad platintojų taikomos „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmeninės kainos atitiktų UAB „ODA LT“ kainoraščiuose nurodytas mažmenines pardavimo kainas, UAB „ODA LT“ taip pat atliko platintojų pardavimo kainų stebėseną.
41. Paprašyta paaiškinti, ar UAB „ODA LT“ vykdo odos priežiūros priemonių platintojų taikomų mažmeninių kainų stebėseną, UAB „ODA LT“ darbuotoja nurodė: „*nereguliarų taip, stebėjimą atliekam. Atiduodi pvz. naują produktą, tai nusiunti tą kainoraštį, kur yra ir mūsų kaina, tai iš smalsumo pasižiūrime kas ir kaip parduoda. Bet iš 30 proc. nuolaidos nelabai lieka ten iš ko nuolaidas dideles daryti. Būna taip, kad skambina kosmetologai kokie net su priekaištu kokiu, kad tas produktas, kurį jie siūlo klientui, kokiam nors e-shope kainuoja pigiau. Tai tas kosmetologas kaip ir skundžiasi, kodėl, bet mes jiems visiems sakom tą patį – mes neturim jokių įrankių kaip apriboti kitų ūkio subjektų kainodarą*“⁴³. Paklausta apie stebėjimo dažnumą, kita UAB „ODA LT“ darbuotoja nurodė: „*pažiūriu, bet kasdien neseku. Vieną kartą į savaitę peržvelgiu, jeigu pasako, kad kažkas daro akciją, išleidžia naują produktą*“⁴⁴.
42. Tai, kad prekių platintojai negalėjo savarankiškai taikyti nuolaidų prekėms ir privalėjo norimas taikyti nuolaidas (akcijas) derinti su UAB „ODA LT“, patvirtina žemiau pateikiami elektroninės komunikacijos pavyzdžiai:

3 lentelė. UAB „ODA LT“ elektroninė komunikacija dėl nuolaidų taikymo

Nr.	Data ir laiško tema	Informacijos siuntėjas	Informacijos gavėjas (-ai)	Komunikacijos turinys/esmė
1.	2017-11-10 „Dėl ODA produkcijos pardavimo KAINOS“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	MB Elektroninė parduotuvė UAB „ODA LT“ darbuotoja	„ <i>Siunčiu Jums ODA kainyną, kur nurodytos rekomenduojamos pardavimo kainos. Pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA kosmetologai ir kiti ODA produkcijos platintojai negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos</i> [paryškinta Nutarimo tikslais]. <i>Maloniai prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų</i> “.
2.	2017-11-27 – 2017-11-29 „Nuolaidos“	UAB „Garbanė“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „Garbanė“ darbuotoja: „<...> <i>Norėjau paklausti dėl šventinio laikotarpio ar bus kažkokios nuolaidos, ar rinkinukai, apart šiuo</i>

⁴¹ Persiunčiama ekrano kopija, kurioje matoma UAB „Korola“ Facebook paskyroje taikoma nuolaida „Oda“ prekės ženklu pažymėtoms odos priežiūros priemonėms. Bylos 34 tomas, 49 lapas.

⁴² Bylos 34 tomas, 38–51(d) lapai, 68 lapas; 35 tomas, 26–30 lapai, 37(a) lapas, 54 lapas (konfidencialus).

⁴³ UAB „ODA LT“ darbuotojos paaiškinimai, Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokolas. Bylos 16 tomas, 46 lapas.

⁴⁴ Ten pat.



				<p>metu esančių? Ar galėtume kažką individualiai sugalvoti? “</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Sveiki <...> Šiais metais spec. akcijų neturėsime, dovanosime klientams rankų kremus perkantiems už tam tikrą sumą. Tai tiek šiais metais.“</p> <p>UAB „Garbanė“ darbuotojas: „O mes galime kažkokią akciją pasidaryti gruodžio mėnesiui? [paryškinta Nutarimo tikslais] Irgi tarkim perkant už tam tikrą sumą padovanoti balzamiuką ar kažką tokio. Ar tiesiog kalėdinę nuolaidą?“</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Sveiki, Nuolaidų tai nelabai, tačiau jūs dovanoti žinoma galite“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p>
3.	2018-02-05 „Klipshop“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja	„Sveiki, noriu informuoti, kad klipshop vasario 12-14 d. darys savo super duper akcijl :) čia ta kuri yra suderinta <...> “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
4.	2018-02-12 „Re: Nuolaidos“	UAB „Garbanė“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	<p>UAB „Garbanė“ darbuotojas: „<...> užmačiau, jog konkurentai Klipshop.lt skelbia nuolaidas, ir visoms ODA priemonėms 20 proc. nuolaida. Ar galime ir mes šią savaitę taikyti šią nuolaidą?“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja.: „Sveiki, taip, jie turi nuolaidą, tai yra suderinta, nes sie partneriai turi tokia sutarti taip pat ir didelius isipareigojimus perkamam kiekiui“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „Garbanė“ darbuotojas: „Supratau, tik negavau atsakymo ar galime ir mes šią sav. taikyti tokią (ar šiek tiek mažesnę) nuolaidą? 😊“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Deja, ne“.</p> <p>UAB „Garbanė“ darbuotojas: „Ok, o tuomet galima sužinoti, koku būdu galima pasikeisti sutartį kurioje būtų įtrauktos ir galimos nuolaidos, bei kokie turėtų būti perkamieji isipareigojimai? Nes šiuo atveju kaip ir dirbtinai yra iškreipiama konkurencinė aplinka“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Tai nevyksta nuolat mes sutariame kelis kartus i metus, o metinis pirkimas minimaliai nuo 15.000 eur“ [paryškinta Nutarimo tikslais]</p>
5.	2018-05-09 „Re: uzsakymas 05.09“ 2018-05-10 „Re: Dėl KlipShop akcijos 14-16dd“	UAB „GSS Baltic“	UAB „ODA LT“ darbuotojos	<p>„<...> noriu Jus informuoti, kad kitą savaitę, 14-16d vėl turėsime akciją VISKAM. Apsišarvuokite kantrybe 😊“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja nusiuntė el. laišką UAB „ODA LT“ darbuotojai: „Viskas čia yra gerai, su klipshop yra sutarta, kad 2-3 kartus metuose jie gali daryti x% akciją mūsų produktam. Reikėtų peržiūrėti sutartį – joje yra nurodyta kiek kartų ir kiek max % gali būti daroma nuolaida <...> Patikrinau jų puslapį“</p>



				<i>dabar – mūsų produktai be akcijos</i> “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
6.	2018-06-04 „Dėl ODA Kosmetikos“	UAB „ODA LT“ darbuotojai	UAB „Korola“	<p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<i>Kaip ir kalbėjome telefonu, pagal mūsų sutarties punktą 4.1. prašome iš el-parduotuvės www.mamaimam.lt pašalinti iš anksto nesuderintas akcijas ODA Kosmetikai. Taip pat, dėl Jūsų taikomų narystės nuolaidų mūsų kosmetikai nebuvo tartasi, taigi prašome ištrinti šią opciją ir nekomunikuoti bei netaikyti savo vidinių nuolaidų ODA Kosmetikai</i>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „Korola“ darbuotojas: „<...> <i>Dėl taikomų nuolaidų, tai nuolaidos ODA kosmetikai pagal Jūsų nurodymą bus panaikintos iki 06.05 dienos imtinai</i> [paryškinta Nutarimo tikslais]. <i>Dėl grįžtančių pinigų nuo sumokėtos sumos lojaliems klientams – tai yra mūsų lojalumo sistema, kuri galioja visiems mūsų klientams ir taikoma visoms prekėms esančioms parduotuvėje. Tai nėra nuolaidos Jūsų produkcijai. Klientai, priklausomai nuo savo lojalumo statuso gauna kuponus nuo galutinės apmokėtos sumos ne nuo Jūsų prekių, taip pat savo kuponus gali panaudoti atsiskaitymui už visas prekes. Kuponai tai yra atsiskaitymo būdas, o ne nuolaidos Jūsų produkcijai. Jūsų persiūstoje nuotraukoje, tekste aiškiai nurodyta, kad lojaliems klientams gaunasi pigiau (turint omenyje, jei jie turi kuponą). Todėl Jūsų nurodymo siekiančio kontroliuoti mūsų lojalumo sistemą negalime vykdyti</i> [paryškinta Nutarimo tikslais]“.</p>
7.	2018-06-06 „Fwd: Dėl ODA Kosmetikos“	UAB „Korola“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	<p>UAB „Korola“ darbuotojas: „<...> <i>Kaip ir informavau vakar, nuolaidas panaikiname tą pačią dieną</i> [paryškinta Nutarimo tikslais]. <i>Minėjote, kad turėsite aptarimą vakar, tad noriu pasiteirauti, gal jau turite žinių?</i>“</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> <i>Taip, žinių turime – tegu lieka jūsų lojalumo program air prie ODA produkcijos</i>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „Korola“ darbuotojas: „<...> <i>Dėkui už leidimą <...></i>“.</p>
8.	2019-04-02 „Re: UAB Garbanė klausimas dėl nuolaidos klientams“	UAB „Garbanė“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	<p>UAB „Garbanė“ darbuotojas: „<...> <i>pastebėjau jog kurį laiką taikote 10 proc nuolaidą internetinėje parduotuvėje. Ar mes irgi galime ją taikyti savo klientams?</i>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja persiuntė elektroninį laišką UAB „ODA LT“ klinikos darbuotojai.</p> <p>UAB „ODA LT“ klinikos darbuotoja: „<...> <i>malonu girdėti, jog pastebėjote mūsų šventinę nuolaidą. Kadangi tai mūsų įmonės šventė ir sukaktis, negalime ja dalintis su kitais</i>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p>



9.	2019-11-29 „Re: BLACK FRIDAY“	MB Elektroninė parduotuvė	UAB „ODA LT“ darbuotoja	MB Elektroninė parduotuvė: „<...> pas konkurentus matau nuolaidas iki 30 proc. visoms prekėms. Jūs toleruojate tokias nuolaidas? Kažkaip man nėra aiški kainų politika“. UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> visos akcijos eshopuose turi būti su mumis suderintos iš anksto. Ir buvo suderintos. Konkurentai, kaip ir jūs turite tas pačias sąlygas – tiek didmeninių kainų, tiek papildomų nuolaidų akcijoms atžvilgiu (BF akcijos pasiūlymą jūs turite). Iš anksto buvo suderinta, kad tiek jūs visi, tiek mes savo eshope darom Black Friday. Todėl Klipshop, Garbanė ir jūs galite daryti nuolaidas iki 30%“.
10.	2020-02-10 „RE: Užsakymas“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „Garbanė“	„<...> Pagaliau galiu atsiųsti Naują 2020 metų Kainyną <...> Pirma – suapvalinome visas mažmenines kainas. Jokių centų. <...> Valentino dienos akcija vyksta tik ODA Klinikų klientams vietoje. Nei kosmetologams, nei viešam klientui ODA eshope nuolaidų nėra “ [paryškinta Nutarimo tikslais].

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“, MB Elektroninės parduotuvės, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ elektroniniais laiškais⁴⁵.

43. Tais atvejais, kai UAB „ODA LT“ nustatydavo, kad platintojai nesilaikė nurodytų kainų, UAB „ODA LT“ kreipdavosi į tokį platintoją, primindama, jog platintojai negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos, ir prašydama netaikyti prekėms nuolaidų. Žemiau pateikiami tokius UAB „ODA LT“ veiksmus patvirtinančios elektroninės komunikacijos pavyzdžiai:

4 lentelė. UAB „ODA LT“ elektroninė komunikacija dėl mažmeninių perpardavimo kainų nesilaikymo

Nr.	Data ir laiško tema	Informacijos siuntėjas	Informacijos gavėjas (-ai)	Komunikacijos turinys
1.	2017-11-10 „FW: Kainos“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotojai	„<...> Gavome informaciją iš kosmetologės, kad inbeauty [MB Elektroninė parduotuvė – Konkurencijos tarybos pastaba] prekiauja su nuolaida. Prašysiu jiems parašyti laišką su prašymu netaikyti nuolaidų “ ⁴⁶ [paryškinta Nutarimo tikslais].
2.	2017-11-10 – 2017-11-15 „Dėl ODA produkcijos pardavimo KAINOS“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	MB Elektroninė parduotuvė	UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA kosmetologai ir kiti ODA produkcijos platintojai negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos [paryškinta Nutarimo tikslais]. Maloniai prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų “.

⁴⁵ Bylos 13 tomas, 24–25 lapai; 26 tomas, 14 lapas, 52–53 lapai; 27 tomas, 34–35 lapai (konfidencialus); 28 tomas, 1–2 lapai, 11 lapas, 15–19 lapai; 29 tomas, 9–13 lapai (konfidencialus); 30 tomas, 8–15 lapai; 31 tomas, 8–12 lapai (konfidencialus); 32 tomas, 4 lapas; 34 tomas, 23 lapas, 30–32 lapai; 35 tomas, 22 lapas (konfidencialus).

⁴⁶ Persiunčiama ekrano kopija, kurioje matoma MB Elektroninės parduotuvės (Inbeauty) Facebook paskyroje taikoma nuolaida „Oda“ prekės ženklų pažymėtoms odos priežiūros priemonėms. Bylos 34 tomas, 23–26 lapai; 35 tomas, 22–25 lapai (konfidencialus).



				MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja: „<...> Vos tik gavus Jūsų laišką ištaisėme kampaniją, tad prie Odos produktų nuolaida neberodoma. Apgailestauju už nesusipratimą “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
3.	2017-11-30 „Re: inbeauty“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja	UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...>kokia situacija su inbeauty? Aciu“. Kita UAB „ODA LT“ darbuotoja: „ Pardavimo kainos atitinka rekomenduojamas, apie akcijos nėra info <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais]. UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Siunčiu foto...“ ⁴⁷ . UAB „ODA LT“ darbuotojas: „<...> Jis [platintojo darbuotojas – Konkurencijos tarybos pastaba] dabar man paskambina. Aiškina kad taip mes leidome prekiauti, kai nuolaida paslėpta, lyg kuponas <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
4.	2017-12-07 „Re: Dėl nuolaidos“	UAB „ODA LT“ darbuotoja	MB Elektroninė parduotuvė	„<...> Visi ODA kosmetologai ir kiti ODA produkcijos platintojai Lietuvos teritorijoje negali savarankiškai mažinti mūsų produkcijos pardavimo kainos. Pastaruoju metu Jūsų pardavimo strategija prieštarauja mūsų bendradarbiavimo susitarimų [paryškinta Nutarimo tikslais]. Dar karta prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų ir panaikinti nuolaidos kodą mūsų produktams <...>“.
5.	2017-12-12 „Nuolaidos“	MB Elektroninė parduotuvė	UAB „ODA LT“ darbuotoja	„Sveiki, o kaip tokios nuolaidos?“ ⁴⁸ . UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> Dėkoju už informaciją. Žinoma tai negerai, nes pagal bendradarbiavimo susitarimą visi ODA kosmetikos platintojai negali savarankiškai mažinti rekomenduojama pardavimo kaina “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
6.	2018-01-02 – 2018-01-03 „RE: del nuolaidu“	MB Elektroninė parduotuvė	UAB „ODA LT“ darbuotoja	„O naijais klipshop 10proc nuolaida istisus metus ir ODA produktams. Tai gal ir mes jau galime dėti nuolaidas?“ UAB „ODA LT“ darbuotoja atsakė: „Sveiki, Kaip ir nurodyta sutartyje dėti nuolaidų negalite “ [paryškinta Nutarimo tikslais].

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“, MB Elektroninės parduotuvės, mažosios bendrijos „Efektas“, UAB „Korola“ elektroniniais laiškais⁴⁹.

44. Paaiškinimų teikimo Konkurencijos tarybos pareigūnams metu UAB „ODA LT“ darbuotoja buvo paprašyta pakomentuoti kelis jos išsiųstus skirtingoms kosmetologėms elektrinius laiškus.

⁴⁷ Persiunčiama ekrano kopija, kurioje matoma MB Elektroninės parduotuvės elektroninėje parduotuvėje www.inbeauty.lt taikoma nuolaida „Oda“ prekės ženklų pažymėtoms odos priežiūros priemonėms. Bylos 34 tomas, 27–28 lapai.

⁴⁸ Persiunčiama ekrano kopija, kurioje matoma UAB „GSS Baltic“ (klipshop.lt) Facebook paskyroje taikoma nuolaida „Oda“ prekės ženklų pažymėtoms odos priežiūros priemonėms. Bylos 26 tomas, 25–26 lapai; 27 tomas, 13–14 lapai (konfidencialus).

⁴⁹ Bylos 26 tomas, 14–18 lapai, 21–26 lapai, 35 lapas, 39–40 lapai; 27 tomas, 13–16 lapai (konfidencialus); 32 tomas, 12 lapas; 34 tomas, 27–28 lapai; 35 tomas, 22 lapas (konfidencialus).



5 lentelė. UAB „ODA LT“ darbuotojos paaiškinimai

Nr.	Komentuojamas el. laiškas	UAB „ODA LT“ darbuotojos atsakymas
1.	2018 m. gruodžio 28 d. laiškas kosmetologei: „<...> Tai jauna pirmas atvejais, kada Jūs darote per Facebook skelbimą, kad platinote ODA produkcija su nuolaida. Pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA kosmetologai negali savarankiškai mažinti ODA produkcijos rekomenduojamos pardavimo kainos. Kosmetologai, nesilaikantys ODA rekomendacijų praranda galimybę įsigyti ODA produkcijos didmeninėmis kainomis“	„Buvo Marketingo skyriaus nurodymas <...>, kad turiau įspėjimą nusiųsti dėl to, kad kosmetologė per pus pigesnėmis kainomis norėjo pardavinėti mūsų produkciją [paryškinta Nutarimo tikslais]. Kosmetologė bandė perpardavinėti produkciją daug mažesnėmis kainomis per socialinius tinklus. Kosmetologai negali perpardavinėti profesionalios produkcijos mažesnėmis kainomis. Pas mus bendra strategija, kad kosmetologai negali mažesnėmis kainomis pardavinėti mūsų produkcijos kaip turguje “ [paryškinta Nutarimo tikslais]
2.	2018 m. liepos 25 d. laiškas kitai kosmetologei: „<...> Pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA kosmetologai negali savarankiškai mažinti ODA produkcijos rekomenduojamos pardavimo kainos. Priminimui siunčiu Jums ODA kainyną. Maloniai prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų. Kosmetologai, nesilaikantys ODA rekomendacijų praranda galimybę įsigyti ODA produkcijos didmeninėmis kainomis “ [paryškinta Nutarimo tikslais].	„ 2018 m. buvo tokia strategija – kosmetologai turi vienodu lygiu įsigyti produktus, t. y. vienodomis kainomis ir vienodu lygiu pardavinėti ODA LT produktus, t. y. tomis pačiomis kainomis. Kad kainos būtų apylygės. Man duodavo nurodymus iš Marketingo skyriaus tokį įspėjimą parašyti“ [paryškinta Nutarimo tikslais]
3.	2017 m. spalio 4 d. laiškas kosmetologei: „<...> Ačiū Jums už laišką. Taip, tik Lietuvoje ODA produkcijos pardavimo kaina negali būti mažesne, nei yra ODA internetiniame puslapyje ir rekomenduojama kainyne [paryškinta Nutarimo tikslais]. Būsime dėkingi, jeigu galėsite atsiųsti informaciją apie ODA kosmetologų, kurie Lietuvoje mūsų produkcija pardavinėjo mažesnėmis kainomis“.	„Laiško turinio tikslas – kad kosmetologai nekonkuruotų tarpusavyje, kad tokios pačios kainos būtų. Tokia buvo UAB „ODA LT“ nustatyta strategija – kad kainos turi būtų nei didesnės, nei mažesnės už UAB „ODA LT“, o vienodos [paryškinta Nutarimo tikslais]. <...>“.

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“ darbuotojos duotais paaiškinimais⁵⁰.

3.1.3. UAB „ODA LT“ ir platintojų santykių pobūdis

45. UAB „ODA LT“ pateikė paaiškinimus, teigdama, kad „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo sistema yra paremta agentavimo (komercinio atstovavimo) santykiais⁵¹. UAB „ODA LT“ nurodė šiuos argumentus: 1) platintojai neprivalo išklaudyti UAB „ODA LT“ kvalifikacijos kursų, todėl nepatiria praktiškai jokių investicinių išlaidų; 2) platintojai iš esmės nerizikuoja arba jų rizika yra minimali, t. y. neprisideda prie išlaidų, susijusių su sutarties prekių arba paslaugų teikimu, įskaitant prekių pervežimo išlaidas, dengimo; 3) platintojai savo rizika arba sąskaita nelaiko / neprivalo laikyti prekių atsargų, o prekės gali būti grąžinamos; 4) platintojai neprisiima atsakomybės už parduotų prekių kokybę ir parduotų prekių sukeltą žalą trečiosioms šalims; 5)

⁵⁰ UAB „ODA LT“ darbuotojos paaiškinimai, Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokolas. Bylos 16 tomas, 20 lapas.

⁵¹ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. raštas „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“. Bylos 17 tomas, 21–24 lapai; 18 tomas, 15–18 lapai (konfidencialus). UAB „ODA LT“ 2021 m. liepos 7 d. papildomi rašytiniai paaiškinimai „Dėl Konkurencijos tarybos 2020-06-30d. nutarimo Nr. IS-4 (2020)“. Bylos 17 tomas, 95–99 lapai.



platintojai nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nėra įpareigoti investuoti į pardavimo skatinimą, t. y. UAB „ODA LT“ aprūpina platintojus reklaminiiais bukletais, kita vaizdine ir reklamine medžiaga; 6) platintojai nedaro rinkos investicijų į „Oda“ prekės ženklų pažymėtas odos priežiūros priemones, nes jie yra atskiri juridiniai arba fiziniai asmenys, kurie savarankiškai sprendžia keliems atstovaujamesiems dirba, todėl patys pasirūpina patalpomis ir darbuotojais veiklai vykdyti⁵².

46. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso (XII skyrius „Komeracinis atstovavimas“) 2.152 straipsnio 1 dalyje nurodyta, kad prekybos agentu laikomas nepriklausomas asmuo, kurio pagrindinė ūkinė veikla – nuolat už atlyginimą tarpininkauti atstovaujajam sudarant sutartis ar sudaryti sutartis atstovaujamojo vardu ir atstovaujamojo sąskaita.
47. Vertikalieji agentavimo (komercinio atstovavimo) susitarimai nepatenka į SESV 101 straipsnio bei Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio taikymo sritį, nes agentas ir atstovaujamas neveikia rinkoje kaip savarankiški (atskiri) ūkio subjektai ir yra prilyginami vienam ekonominiam vienetui.
48. Vertikaliųjų apribojimų gairių⁵³ 13 punkte numatyta, kad lemiamas veiksnys apibrėžiant atstovavimo susitarimą SESV 101 straipsnio (taigi, ir Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio) taikymo tikslu yra atstovo prisiimta finansinė arba komercinė rizika, susijusi su veikla, kuriai atstovauti jį paskyrė atstovaujamas. Vertikaliųjų apribojimų gairių 15 ir 16 punktuose nurodoma, kad susitarimas yra laikomas agentavimo (komercinio atstovavimo) susitarimu, jeigu atstovas, atstovaujamojo vardu sudarydamas ir (arba) suderėdamas sutartis arba darydamas tam tikras rinkos investicijas, susijusias su ta veiklos sritimi, ir vykdydamas kitą veiklą, kurios reikalauja atstovaujamas toje pačioje produkto rinkoje, visai nerizikuoja arba jo rizika yra minimali, nebent atsiranda agento kaltė.
49. Vertikaliųjų apribojimų gairių 16 punkte nurodoma, kad taikant SESV 101 straipsnio 1 dalį (taigi, ir Konkurencijos įstatymo 5 straipsnį), susitarimas paprastai bus laikomas komercinio atstovavimo susitarimu, kai pagal sutartį pirktų arba parduotų prekių nuosavybė nepereina atstovui arba kai atstovas pats neteikia sutarties paslaugų, taip pat kai atstovas:
 - (a) neprisideda prie išlaidų, susijusių su sutarties prekių arba paslaugų teikimu ir (arba) pirkimu, įskaitant prekių pervežimo išlaidas, dengimo. Tai nereiškia, kad atstovas negali teikti transportavimo paslaugų, jeigu išlaidas dengia atstovaujamas;
 - (b) savo rizika arba sąskaita nelaiko sutarties prekių atsargų, įskaitant atsargų finansavimo išlaidas ir atsargų praradimo išlaidas, ir gali gražinti neparduotas prekes atstovaujajam be išlaidų, nebent atsiranda atstovo kaltė (pvz., nesilaikė tinkamų saugumo priemonių, kad išvengtų atsargų praradimo);
 - (c) neprisiima atsakomybės už parduoto produkto sukeltą žalą trečiosioms šalims (produkto atsakomybė), nebent jis kaip atstovas yra atsakingas už kaltę šiuo atžvilgiu;
 - (d) nėra atsakingas, jeigu pirkėjai nevykdo sutarties, išskyrus atstovo komisinių praradimų, nebent atsiranda atstovo kaltė (pvz., nesilaikė tinkamų saugumo arba apsisaugojimo nuo vagystės priemonių, nepranešė apie vagystę atstovaujajam ar

⁵² UAB „ODA LT“ 2021 m. liepos 7 d. papildomi rašytiniai paaiškinimai „Dėl Konkurencijos tarybos 2020-06-30d. nutarimo Nr. IS- 4 (2020)“. Bylos 17 tomas, 95–99 lapai.

⁵³ OL C 130, 2010 5 19, EUR-Lex - 52010SC0411 - EN - EUR-Lex (europa.eu). 2022 m. birželio 1 d. įsigaliojo 2022 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos reglamentas (ES) Nr. 2022/720 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams ir šį reglamentą papildančios Europos Komisijos vertikaliųjų apribojimų gairės (2022/C 248/01). Visgi, atsižvelgiant į tai, kad pranešime ūkio subjektų veiksmai vertinami vadovaujantis 2010 m. balandžio 22 d. Europos Komisijos reglamentu (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, bei į tai, kad teisinis reguliavimas dėl perpardavimo kainų palaikymo (fiksavimo), šiuo metu galiojančiose Europos Komisijos vertikaliųjų apribojimų gairėse (2022/C 248/01) nėra pasikeitęs, atitinkamai pranešime ūkio subjektų veiksmų vertinimui taikomos 2010 m. balandžio 22 d. Europos Komisijos reglamentą (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims papildančios Europos Komisijos vertikaliųjų apribojimų gairės (2010/C 130/01).



- policijai arba nepranešė atstovaujajam visos būtinos turimos informacijos apie pirkėjo finansinį patikimumą);
- (e) nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nėra įpareigotas investuoti į pardavimo skatinimą, t. y. daryti įnašus į reklamai skirtą atstovaujamojo biudžetą;
 - (f) nedaro rinkos investicijų į įrangą, patalpas arba personalo mokymą, pavyzdžiui, benzino saugojimo rezervuarus, reikalingus mažmeninėje prekyboje benzinu, ar tam tikrą programinę įrangą, draudimo agentams reikalingą draudimo polisams parduoti, nebent šias sąnaudas visiškai padengia atstovaujamas;
 - (g) toje pačioje produkto rinkoje nevykdo kitos atstovaujamojo reikalaujamos veiklos, nebent už visą šią veiklą atlygina atstovaujamas.
50. Pirmiau pateiktas kriterijų sąrašas nėra išsamus. Tuo atveju, kai atstovas patiria vieną ar daugiau nurodytų išlaidų rūšių arba rizikos atvejų, atstovo ir atstovaujamojo susitarimas nėra laikomas komercinio atstovavimo susitarimu. Tokiomis aplinkybėmis atstovas laikomas nepriklausoma bendrove, o atstovo ir atstovaujamojo susitarimui taikoma SESV 101 straipsnio 1 dalis (Vertikaliųjų apribojimų gairių 21 punktą), taigi, ir Konkurencijos įstatymo 5 straipsnis.
51. UAB „ODA LT“ pozicija dėl jos santykių su ūkio subjektais, platinančiais Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemonės, pobūdžio yra prieštaringa. Viena vertus, ji teigia, kad juos sieja komercinio atstovavimo santykiai, platintojai iš esmės nerizikuoja arba jų rizika yra minimali, kita vertus, taip pat nurodo, jog visi yra savarankiški juridiniai asmenys, neturintys vieni kitiems jokio pavaldumo, patys savarankiškai sprendžiantys dėl pardavimo strategijos ir savarankiškai nustatantys prekių kainas bei nuolaidas. UAB „ODA LT“ rašytiniuose paaiškinimuose⁵⁴ taip pat teigia, kad prekių kainynas yra išimtinai pačios bendrovės prisiimtas įsipareigojimas parduoti prekes platintojams kainyne nurodytomis kainomis ir kainyne nurodytos kainos **neįpareigojo** [paryškinta Nutarimo tikslais] platintojų jų laikytis, tačiau Tyrimo metu UAB „ODA LT“ buvo pateikusi tokį paaiškinimą: „<...> Atsižvelgiant į tai, kad platintojams/komerciniams atstovams tiek pagal žodines, tiek pagal rašytines sutartis galioja įstatyminė pareiga nekonkuruoti su atstovaujamoju (CK 2.156 str. 4 p.), abiejų šalių suderinta valia, Užsakovai, gaudami atlygį, **sutartyse įsipareigodavo išlaikyti „rekomenduojamas kainas“** (vienoje sutartyje buvo pavartota „bazinės kainos“ terminologija) [paryškinta tyrėjo], tačiau šis įsipareigojimas sutartyse nėra niekaip susijęs su sutartinės civilinės atsakomybės taikymu, todėl pagal atliekamą Tyrimą, akivaizdu, kad minėti punktai niekaip negalėjo įtakoti ar pažeisti ES vidaus rinkos. **Iš esmės šia susitarimo sąlyga tarp atstovo ir atstovaujamojo buvo siekiama, platintojams, gavusiems per nuolaidą atlygį, aptarti draudimo konkuruoti su atstovaujamoju sąlygą ir/ar neleisti dempinguoti bazinės gamintojo kainos, t.y. pardavinėti mažesne kaina nei yra prekės pagaminimo savikaina** [paryškinta Nutarimo tikslais] <...>“⁵⁵.
52. Be to, nei vienas iš platintojų, pateikusių paaiškinimus apie santykius su UAB „ODA LT“⁵⁶, nenurodė laikantis save UAB „ODA LT“ komerciniu agentu (atstovu). Priešingai, iš platintojų paaiškinimų nustatyta, kad pažeidimo laikotarpiu platintojai pardavinėjo „Oda“ prekės ženklu pažymėtas prekes klientams savo parduotuvėse savo vardu, nusipirkdami (išigydami šių prekių savo nuosavybėn) iš UAB „ODA LT“. Visi platintojai nurodė, kad negauna iš UAB „ODA LT“ jokio

⁵⁴ UAB „ODA LT“ 2023 m. balandžio 17 d. „Paaiškinimai dėl 2023-03-21d tyrimo išvadų Nr. 6S-5 (2023)“. Bylos 45 tomas, 9–73 lapai, 46 tomas 11–41 lapai (konfidencialus).

⁵⁵ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. raštas „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“. Bylos 17 tomas, 23 lapas; 18 tomas, 17 lapas (konfidencialus).

⁵⁶ MB „Efektas“ 2022 m. sausio 12 d. „Paaiškinimas“, bylos 8 tomas, 1–4 lapai (konfidencialus); Permanent Makeup of Baltics, UAB, 2021 m. sausio 13 d. „Atsakymas į 2021-12-29 prašymą Nr. (2.1E-33) dėl informacijos pateikimo“, bylos 20 tomas, 27–32 lapai; 21 tomas 1–6 lapai (konfidencialus); UAB „Garbanė“ atstovo 2022 m. sausio 13 d. elektroninis laiškas „RE: Konkurencijos tarybos raštas Nr. 6V-1710“, bylos 11 tomas, 38 lapas; UAB „GSS Baltic“ 2022 m. sausio 13 d. raštas „Atsakymas į 2021-12-29 raštą Nr.(2.1E-33)“, bylos 13 tomas, 18–20 lapai; MB Elektroninės parduotuvės 2022 m. sausio 13 d. raštas „Pateikiami atsakymai į raštą Nr. (2.1-33)6V-1712“, bylos 9 tomas, 16–18 lapai.



atlyginimo / komisinių, be to, priklausomai nuo užsakymo iš UAB „ODA LT“ sumos dydžio, platintojai tam tikrais atvejais dengdavo išlaidas, susijusias su prekių pristatymu jiems, o prekių pristatymo galutiniams klientams išlaidos buvo dengiamos pagal pačių platintojų pristatymo taisykles, t. y. arba pačių klientų, arba platintojų sąskaita. Esant sandėliavimo būtinumui, jo išlaidas vėlgi dengdavo patys platintojai, o ne UAB „ODA LT“.

53. Pagal pirmiau nurodytą teisinį reguliavimą, įtvirtintą tiek Civiliniame kodekse, tiek Vertikaliosiose gairėse, šių požymių visumos (platintojai yra atskiri juridiniai asmenys, įgyjantis „Oda“ prekės ženklo priemones savo nuosavybėn iš tiekėjos ir parduodantys šias prekes savo vardu savo parduotuvėse, negaunantys už pardavimus atlyginimo iš UAB „ODA LT“ ir savo sąskaita dengiantys prekių transportavimo galutiniam klientui ir sandėliavimo, jeigu tokio prireikia, išlaidas) pakanka konstatuoti, kad UAB „ODA LT“ ir ūkio subjektų, platinančių „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones, civiliniai teisiniai santykiai nelaikytini agentavimo (komercinio atstovavimo) santykiais. Kaip buvo nurodyta, tuo atveju, kai atstovas patiria bent vieną ar daugiau Vertikaliųjų gairių 16 punkte nurodytų išlaidų rūšių arba rizikos atveju, susitarimas nėra laikomas komercinio atstovavimo susitarimu, todėl padarytos išvados dėl komercinio atstovavimo santykių šiuo atveju nebuvimo nepaneigia UAB „ODA LT“ akcentuojamos aplinkybės, kad jai gali būti grąžinamos nupirktos prekės, ji neatlygintinai suteikia reklaminę medžiagą platintojams, o pastarieji papildomai neinvestuoja į „Oda“ prekės ženklu pažymėtų produktų pardavimų skatinimą.

3.1.4. Išvada dėl UAB „ODA LT“ draudžiamo susitarimo

54. Pirmiau išdėstytų aplinkybių visuma patvirtina, kad UAB „ODA LT“ siekė nustatyti (fiksuoti) „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainas visame platinimo tinkle Lietuvos Respublikoje. Šiam tikslui pasiekti UAB „ODA LT“ ėmėsi įvairių priemonių: kainų nustatymas (fiksavimas) kainoraščiais, atskirai siunčiamais el. laiškais su mažmeninės kainos nurodymu, įpareigojimai jų laikytis, įspėjimai, grasinimai nutraukti sutartį, lojalumo programos platintojams keitimas, maksimalių nuolaidų nustatymas, leidimas taikyti tik iš anksto suderintas nuolaidas, draudimas mažinti kainas, kainų ir nuolaidų stebėjimas.
55. Bendrą UAB „ODA LT“ strategiją užtikrinti, kad „Oda“ prekės ženklu pažymėtomis odos priežiūros priemonėms nebūtų taikomos nesuderintos nuolaidos ir visame platinimo tinkle jos būtų parduodamos vienodomis kainomis, visų pirma patvirtina pačios bendrovės Tyrimo metu pateikti paaiškinimai apie tai, kad platintojai įsipareigodavo išlaikyti „rekomenduojamas kainas“ ir jog buvo siekiama neleisti dempinguoti bazinės gamintojo kainos⁵⁷.
56. Tokios strategijos „<...> kad kainos turi būtų nei didesnės, nei mažesnės už UAB „ODA LT“, o vienodos“ buvimą patvirtino ir apklausta UAB „ODA LT“ darbuotoja⁵⁸.
57. Nors UAB „ODA LT“ teigimu, bendrovės darbuotojų, neturinčių įgaliojimų sudaryti sutartis ir priimti sprendimus, cituojami paaiškinimai ir komunikacija dėl kainų nepatvirtina galimo valios dėl perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo) suderinimo fakto iš UAB „ODA LT“ pusės, pažymėtina, kad visas sutartis su platintojais pasirašė tokius įgaliojimus turinti UAB „ODA LT“ darbuotoja. Iš pačios elektroninės komunikacijos, be kita ko, laiškų adresatų, matyti, kad UAB „ODA LT“ vadovaujantys asmenys žinojo apie kitų darbuotojų vykdomą komunikaciją bendrovės vardu bei patys nurodydavo bendrovės pardavimų strategiją, kurią darbuotojai turėjo taikyti. Be to, pagal LVAT praktiką darbuotojo veiksmai atliekant konkurencijos teisės pažeidimą yra priskiriami juridiniam asmeniui, kurio darbuotojas jis yra, ir nėra būtina įrodyti, kad juridinio asmens savininkai ar vadovai žinojo apie konkurencijos teisės pažeidimą ar skatino jį atlikti⁵⁹.

⁵⁷ Žr. Nutarimo 51 pastraipą. UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. raštas „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“. Bylos 17 tomas, 23 lapas; 18 tomas, 17 lapas (konfidencialus).

⁵⁸ Nutarimo 5 lentelė.

⁵⁹ LVAT 2022 m. vasario 2 d. nutartis adm. byloje Nr. eA-1697-822/2021, UAB „Mano Būsto priežiūra“, UAB „Būsto aplinka“ ir kiti prieš Konkurencijos tarybą, 134 pastraipa.



58. Vertikaliųjų apribojimų gairių⁶⁰ 48 punkte išaiškinta, kad kai pagal sutarties nuostatas arba suderintais veiksmais perpardavimo kaina nustatoma tiesiogiai, apribojimas yra visiškai akivaizdus. Tačiau perpardavimo kainos palaikymas gali būti pasiektas ir netiesioginėmis priemonėmis. Tokių priemonių pavyzdys yra susitarimas, nustatantis <...> maksimalią nuolaidą, kurią nuo nurodyto kainos lygio gali suteikti platintojas, taip pat <...> grasinimai, bauginimai, įspėjimai, baudos, tiekimo uždelsimas ar nutraukimas arba sutarties nutraukimas dėl nurodyto kainų lygio laikymosi. Tiesioginės arba netiesioginės priemonės, kuriomis siekiama nustatyti kainas, gali būti dar veiksmingesnės, kai jos derinamos su priemonėmis, skirtomis platintojams, kurie nesilaiko nurodytų kainų, nustatyti, kaip antai kainų stebėsenos sistema arba mažmenininkų įsipareigojimas pranešti kitiems platinimo tinklo nariams, kas nukrypo nuo standartinio kainų lygio.
59. ESTT, teikdamas išaiškinimą byloje dėl galimo perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo), yra nurodęs, kad „svarbu patikrinti, ar ši mažmeninė kaina iš tikrųjų nėra nustatoma netiesioginėmis ar užslėptomis priemonėmis, pavyzdžiui <...> grasinimais, bauginimais, įspėjimais, sankcijomis ar skatinamosiomis priemonėmis“⁶¹.
60. Į tam tikras bendradarbiavimo sutartis su platintojais UAB „ODA LT“ įtraukė nuostatas, tiesiogiai apribojančias platintojų galimybes taikyti mažesnes nei UAB „ODA LT“ nurodytos „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainas, įpareigodama išlaikyti minimalias rekomenduojamas kainas galutiniams vartotojams⁶² arba nustatydamas konkretų galimų taikyti nuolaidų dydį ir kiekį per metus. Nors tokiose sutartyse šalys prekių perpardavimo kainas įvardijo kaip „rekomenduotinas“, tačiau platintojui nustatytas „įsipareigojimas išlaikyti“ šias kainas galutiniam vartotojui pagrindžia, kad tikrasis šalių susitarimas buvo minimalios prekių kainos fiksavimas (įsipareigojimas laikytis nustatytos minimalios kainos). LVAT yra nurodęs, jog „<...> patirtį sudarant įvairias sutartis turintys subjektai paprastai neįtraukia į sutartis visiškai beprasmių nuostatų, kurių nuo pat pradžių neketina laikytis, taip pat dažniausiai tiksliai išreiškia atitinkamų sutarties nuostatų pobūdį, ypač jei siekia susitarti ne dėl įpareigojančių, bet tik dėl rekomendacinio pobūdžio sąlygų“⁶³.
61. Nors ne visose UAB „ODA LT“ ir platintojų pasirašytose bendradarbiavimo sutartyse buvo raštu įtvirtintas įsipareigojimas išlaikyti vadinamas „rekomenduojamas“ kainas galutiniams vartotojams, visgi, visi platintojai gaudavo kainoraščius, kuriuose buvo nurodomos ne tik prekių didmeninės (tiekimo platintojams), tačiau ir prekių pardavimo galutiniams klientams kainos. Be to, kaip minėta, naujų produktų mažmeninės kainos buvo atskirai siunčiamos platintojams elektroniniu paštu, o kuriam nors iš platintojų nukrypus nuo kainų, pavadintų „rekomenduojamomis“, UAB „ODA LT“ iškart informuodavo tokį platintoją apie draudimą savarankiškai mažinti UAB „ODA LT“ nustatytas kainas. Tokie įspėjimai (akcentuojant susitarimą, kad platintojai negali savarankiškai mažinti kainų galutiniams klientams) buvo siunčiami net ir tiems platintojams, kurių bendradarbiavimo sutartyse nebuvo raštiško įsipareigojimo palaikyti UAB „ODA LT“ nustatytas kainas⁶⁴.
62. UAB „ODA LT“ pagrįstai nurodo, kad sutartyse įtvirtintas įsipareigojimas palaikyti kainas formaliai nebuvo susietas su sutartinės civilinės atsakomybės, pažeidus tokį įsipareigojimą, taikymu. Vis dėlto, elektroninė komunikacija tiek tarp pačių UAB „ODA LT“ darbuotojų, tiek tarp UAB „ODA LT“ darbuotojų ir išorinių paslaugų tiekėjų bei platintojų, akivaizdžiai patvirtina, kad UAB „ODA LT“ ėmėsi priemonių platintojų įsipareigojimo palaikyti tiekėjos nustatytas mažmenines kainas vykdymui užtikrinti:

⁶⁰ OL C 130, 2010 5 19, p. 1.

⁶¹ ESTT 2008 m. rugsėjo 11 d. sprendimas byloje Nr. C-279/06, *CEPSA Estaciones de Servicio SA prieš LV Tobar e Hijos SL*, 71 p.

⁶² Sutartys, kuriose buvo tokios nuostatos, buvo pasirašytos abiejų ūkio subjektų.

⁶³ LVAT 2011 m. birželio 23 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁴⁴⁴-1433/2011, *UAB „Media Incognito“, UAB „Bomba“, UAB „Palink“ ir kt. prieš Konkurencijos tarybą*.

⁶⁴ Pavyzdžiui, MB Elektroninei parduotuvei, žr. nutarimo 10 lentelę..



- (a) UAB „ODA LT“ nustatė mažiau palankias bendradarbiavimo sąlygas (lojalumo programą) tiems platintojams, kurie taikė nuolaidas „Oda“ prekės ženklų pažymėtoms odos priežiūros priemonėms, taip siekdama panaikinti bet kokią platintojų galimybę nukrypti nuo susitarimo ir taikyti nuolaidas⁶⁵;
 - (b) Elektroninėje komunikacijoje su platintojais UAB „ODA LT“ nuolat pabrėždavo, kad platintojai negali savarankiškai „Oda“ prekės ženklų pažymėtoms prekėms taikyti nuolaidų, nuolaidos gali būti taikomos tik išimtiniais atvejais ir tik iš anksto jas suderinus su UAB „ODA LT“;
 - (c) UAB „ODA LT“ siekė nutraukti bendradarbiavimo sutartis su tais platintojais, kurie nenuosekliai laikėsi jos nustatytų mažmeninių perpardavimo kainų ir pritaikė iš anksto nesuderintas nuolaidas⁶⁶.
 - (d) UAB „ODA LT“ buvo nepatenkinta su jos tiekiamų priemonių platintojais sudaromomis bendradarbiavimo sutartimis, kuriose nebuvo aiškaus platintojų galimybės parduoti prekes žemesnėmis nei nustatytos perpardavimo kainomis bei taikyti nuolaidas apribojimo. Siekdama surasti būdus, kaip apriboti tokių platintojų galimybes nukrypti nuo rekomenduojamų kainų, UAB „ODA LT“ šiuo klausimu konsultavosi su išoriniais paslaugų teikėjais, be kita ko, teisininke;
 - (e) UAB „ODA LT“ stebėjo platintojų taikomas mažmenines kainas bei rašydavo susitarimą pažeidusiems platintojams įspėjimus. Mažmeninių „Oda“ prekės ženklų pažymėtų priemonių kainų stebėjimą UAB „ODA LT“ atliko tiek per savo darbuotojus, tiek kitų ūkio subjektų, platinančių „Oda“ prekės ženklų pažymėtas odos priežiūros priemones, pagalba, kurie savo iniciatyva aktyviai informuodavo UAB „ODA LT“ apie pastebėtus nukrypimus nuo nurodytų rekomenduojamų kainų bei reikšdavo tiekėjai pretenzijas dėl tų platintojų, kurie pritaikydavo nuolaidas, nepakankamo kontroliavimo.
63. Kadangi UAB „ODA LT“ ne tik pati vykdė jos tiekiamų odos priežiūros priemonių kainų fiksavimo rinkoje strategiją, tačiau ir suderino valių su atskirais platintojais MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ ir MB Elektronine parduotuve dėl veikimo rinkoje atitinkamu būdu (dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo), t. y. tarp šių ūkio subjektų buvo sudarytas Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punkte nurodytas draudžiamas susitarimas. Toliau atskirai pasisakoma dėl kiekvieno platintojo valios veikti rinkoje konkurencijos teisei prieštaraujančiu būdu suderinimo su UAB „ODA LT“ bei nustatyto pažeidimo laikotarpio.

3.2. Individualūs susitarimai

3.2.1. UAB „ODA LT“ susitarimas su MB „Efektas“

64. UAB „ODA LT“ 2018 m. gegužės 16 d. sudarė bendradarbiavimo sutartį⁶⁷ su MB „Efektas“ dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo. Sutartis pasirašyta abiejų ūkio subjektų atstovų. Pagal sutarties 4.2 punktą: „*Užsakovas įsipareigoja išlaikyti rekomenduotinas pardavimo kainas galutiniam namų vartotojui*“. Pagal sutarties 8.1 punktą: „*Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo datos ir galioja iki 2019 m. gegužės 16 d.*“, o pagal sutarties 8.2 punktą: „*Po pirmųjų sutarties galiojimo metų Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta dar metams*“. Remiantis UAB „ODA LT“ ir

⁶⁵ Pavyzdžiui, 2018 m. lapkričio 30 d. UAB „ODA LT“ išsiuntė elektroninius laiškus UAB „Korola“, UAB „Garbanė“ ir MB Elektroninei parduotuvei, nurodydama, kad keičia lojalumo programą, dėl ko platintojams nebebus taikomos papildomos nuolaidos. Nutarimo 2 lentelės 2 laiškas.

⁶⁶ Nutarimo 2 lentelės 5, 6 laišškai.

⁶⁷ Bylos 7 tomas, 30–32 lapai; 8 tomas, 5–7 lapai (konfidencialus).



MB „Efektas“ paaiškinimais, pasibaigus sutarties galiojimui bendradarbiavimas yra tęsiamas pagal žodinį susitarimą⁶⁸.

65. Nustatyta, kad MB „Efektas“ el. paštu iš UAB „ODA LT“ gavo du kainoraščius: 2018 m. spalio 10 d. kainoraštį „*Rekomenduojama pardavimo kaina*“ ir 2019 m. vasario 1 d. kainoraštį „*Pardavimo kaina klientams*“, kuriuose buvo nurodyti prekių pavadinimai, pakuočių talpa, prekių tiekimo kaina bei mažmeninė pardavimo kaina⁶⁹.
66. Nustatyta, kad UAB „ODA LT“ 2018 m. balandžio 17 d. siuntė MB „Efektas“ el. laišką, kuriame nurodė „Oda“ prekės ženklu pažymėtos odos priežiūros priemonės mažmeninę pardavimo kainą: „*Nuo balandžio 11 dienos galėsite įsigyti atspalvį turinčių stangrinamųjų kremų su pieno rūgštimi ir hialuronu. Kremų kiekis itin ribotas! Kosmetologo kaina – <...> €, **pardavimo kaina – 35 €*** [paryškinta Nutarimo tikslais] <...>“⁷⁰.
67. Taip pat nustatyta, kad MB „Efektas“, dar net iki rašytinės bendradarbiavimo sutarties pasirašymo, stebėjo konkurentų taikomas „Oda“ prekės ženklu pažymėtų priemonių kainas, be kita ko, išreikšdama apgailėstą, kad tiekėjas nesuvaldo platintojų taikomų nuolaidų. Antai, 2018 m. vasario 20 d. MB „Efektas“ kreipėsi elektroniniu laišku į UAB „ODA LT“: „*Sveiki, ir vėl klipshop.lt darė jūsų produkcijai 20 proc. nuolaidą. O dabar daro 10 proc. Tai kaip manot, ar eis žmonės pas kosmetologus pirkti, kai kažkokia internetinė parduotuvė gali duoti didesnę nuolaidą? Vieną kartą gavę nemokamą konsultaciją vėliau perka iš visokių el. parduotuvių, nes kaip ir žino jau ką naudoti. **Labai liūdna, kad nėra suvaldoma ši nuolaidų sistema*** [paryškinta Nutarimo tikslais]“⁷¹.
68. Taigi, MB „Efektas“ sudarė su UAB „ODA LT“ sutartį, kurioje tiesiogiai raštu įsipareigojo išlaikyti rekomenduojamas pardavimo kainas galutiniam namų vartotojui. Nors sutartyje šalys prekių kainas įvardijo kaip „rekomenduotinas“, tačiau platintojo „įsipareigojimas išlaikyti“ šias kainas galutiniam vartotojui įrodo, kad tikrasis šalių susitarimas buvo minimalios prekių kainos fiksavimas (įsipareigojimas laikytis nustatytos kainos). Be to, MB „Efektas“ gaudavo UAB „ODA LT“ kainoraščius su juose nurodytomis perpardavimo klientams kainomis bei el. laiškus dėl naujų produktų mažmeninės kainos, o taip pat pati stebėjo kitų konkurentų taikomas kainas ir reiškė dėl konkurentų taikomų nuolaidų pretenzijas tiekėjai UAB „ODA LT“. Taigi, UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“ išreiškė valią elgtis rinkoje atitinkamu būdu, t. y. kad MB „Efektas“ parduos vartotojams „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones UAB „ODA LT“ nurodytomis kainomis.
69. Nors UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“ raštu savo valią dėl perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo) įtvirtino tik 2018 m. gegužės 16 d., tačiau jų tarpusavio bendradarbiavimas dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo vyko ir ankstesniu laikotarpiu, t. y. bent nuo MB „Efektas“ 2018 m. vasario 20 d. el. laiško⁷² UAB „ODA LT“, kai MB „Efektas“ piktinosi UAB „GSS Baltic“ taikomomis nuolaidomis ir reiškė apgailėstą, kad nuolaidų sistema nesuvaldoma. Atsižvelgiant į tai, „UAB ODA LT“ ir MB „Efektas“ bendradarbiavimas dėl odos priežiūros priemonių platinimo tarpusavio susitarimu nustatytomis (fiksotomis) kainomis vyko bent nuo 2018 m. vasario 20 d. el. laiško iki 2019 m. gegužės 16 d., kai pasibaigė ūkio subjektų pasirašyta bendradarbiavimo sutartis.

⁶⁸ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. raštas „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“. Bylos 17 tomas, 22 lapas; 18 tomas 16 lapas (konfidencialus); MB „Efektas“ 2022 m. sausio 12 d. „Paaiškinimas“. Bylos 7 tomas, 27 lapas; 8 tomas, 2 lapas (konfidencialus).

⁶⁹ Bylos 24 tomas, 7–9 lapai, 20–21 lapai, 29–30 lapai; 25 tomas, 2–4 lapai, 12–13 lapai (konfidencialus).

⁷⁰ Bylos 24 tomas, 2–6 lapai

⁷¹ Bylos 24 tomas, 1 lapas.

⁷² Nutarimo 67 pastraipa.



3.2.2.UAB „ODA LT“ susitarimas su Permanent Makeup of Baltics, UAB

70. UAB „ODA LT“ su Permanent Makeup of Baltics, UAB, sudarė tris rašytines bendradarbiavimo sutartis⁷³ dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo: pirmąją – 2016 m. balandžio 18 d., antrąją – 2017 m. gegužės 19 d. ir trečiąją – 2018 m. gegužės 21 d. Pirmų dviejų sutarčių 8.1 punkte buvo nurodyta, kad „*Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo dienos ir galioja I (vienerius) metus*“, o 2018 m. gegužės 21 d. sutarties 8.1 punkte įtvirtinta, kad „*Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo datos ir galioja iki 2019 m. gegužės 21 d.*“. Visų trijų sutarčių 8.2 punkte nurodyta: „*Po pirmųjų sutarties galiojimo metų Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta dar metams*“.
71. Trečioje 2018 m. gegužės 21 d. bendradarbiavimo sutartyje įtvirtintas 4.2 punktas: „*Užsakovas įsipareigoja išlaikyti rekomenduotinas kainas galutiniam namų vartotojui*“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
72. Visos sutartys pasirašytos abiejų ūkio subjektų atstovų⁷⁴. Remiantis UAB „ODA LT“ ir Permanent Makeup of Baltics, UAB, paaiškinimais⁷⁵, nuo 2019 m. gegužės 22 d. bendradarbiavimas vyko žodinio susitarimo pagrindu.
73. Nustatyta, kad Permanent Makeup of Baltics, UAB, gavo 2019 m. vasario 1 d. kainoraštį „*Pardavimo kaina klientams*“, kuriame buvo nurodyti prekių pavadinimai, pakuočių talpa, prekių tiekimo kaina bei mažmeninė pardavimo kaina⁷⁶.
74. Pripažintina, kad Permanent Makeup of Baltics, UAB, ir UAB „ODA LT“ suderino valią dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo 2018 m. gegužės 21 d., pasirašydamos sutartį, kurioje tiesiogiai įsipareigojo išlaikyti rekomenduotinas pardavimo kainas galutiniam namų vartotojui. Nors sutartyje šalys prekių kainas įvardijo kaip „rekomenduotinas“, tačiau platintojos „įsipareigojimas išlaikyti“ šias kainas galutiniam vartotojui pagrindžia, kad tikrasis šalių susitarimas buvo minimalios prekių kainos fiksavimas (įsipareigojimas laikytis nustatytos kainos), tuo labiau, jog Permanent Makeup of Baltics, UAB, gavo 2019 m. vasario 1 d. kainoraštį „*Pardavimo kaina klientams*“, kuriame buvo nurodyti prekių pavadinimai, pakuočių talpa, prekių tiekimo kaina bei mažmeninė pardavimo kaina.
75. Pagal 2018 m. gegužės 21 d. bendradarbiavimo sutarties 8.1 punktą, sutartis galiojo iki 2019 m. gegužės 21 d. Atsižvelgiant į tai, UAB „ODA LT“ ir Permanent Makeup of Baltics, UAB, bendradarbiavimas dėl odos priežiūros priemonių platinimo tarpusavio susitarimu nustatytomis (fiksotomis) kainomis vyko bent nuo 2018 m. gegužės 21 d. iki 2019 m. gegužės 21 d.

3.2.3.UAB „ODA LT“ susitarimas su UAB „Korola“

76. UAB „ODA LT“ 2018 m. vasario 28 d. sudarė bendradarbiavimo sutartį⁷⁷ su UAB „Korola“ dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo. Pagal Sutarties 4.1 punktą: „*Užsakovas-Platintojas įsipareigoja per sutarties galiojimo laiką pagal sutarties sąlygas įsigyti ODA LT gaminamos ODA kosmetikos bei toliau ją platinti namų vartotojams bazinėmis kainomis savo valdomoje parduotuvėje ir el. parduotuvėje*“ [paryškinta Nutarimo tikslais]. Sutarties 8.1 punkte įtvirtinta: „*Sutartis įsigalioja ir nuo jos pasirašymo datos ir galioja iki 2019 m. vasario 28 d.*“, o 8.2 punkte nurodyta, kad: „*Po pirmųjų sutarties galiojimo metų Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties*

⁷³ Bylos 20 tomas, 33–41 lapai; 36 tomas, 17–23 lapai; 37 tomas, 17–19 lapai (konfidencialus).

⁷⁴ 2018 m. gegužės 21 d. sutarties pasirašytas variantas bylos 36 tome, 21–23 lapuose.

⁷⁵ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. rašto „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“ Priedas Nr. 6 „Komercinio atstovavimo (bendradarbiavimo) sutarčių ir susitarimų detalizacija“. Bylos 17 tomas, 37 lapas. Permanent Makeup of Baltics, UAB 2021 m. sausio 13 d. raštas „Atsakymas į 2021-12-29 prašymą Nr. (2.1E-33) dėl informacijos pateikimo“. Bylos 20 tomas, 29 lapas; 21 tomas, 3 lapas (konfidencialus)

⁷⁶ Bylos 36 tomas 6–7 lapai, 37 tomas, 6–7 lapai.

⁷⁷ Bylos 4 tomas, 12–14 lapai (konfidencialus).



vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta dar metams“. Sutartis nustojo galioti 2019 m. vasario 28 d.⁷⁸

77. Nustatyta, kad UAB „Korola“ 2017 m. spalio 26 d. gavo kainoraštį „Bazinė pardavimo kaina“; 2018 m. spalio 10 d. kainoraštį „Rekomenduojama pardavimo kaina“; 2019 m. vasario 1 d. kainoraštį „Pardavimo kaina klientams“⁷⁹.
78. Taip pat nustatyta, kad tarp UAB „ODA LT“ darbuotojos ir UAB „Korola“ atstovo 2018 m. birželio 4 ir 6 dienomis, taip pat tų pačių metų liepos 25 d. vyko susirašinėjamas dėl UAB „Korola“ taikomų nuolaidų:

6 lentelė. UAB „ODA LT“ ir UAB „Korola“ elektroninė komunikacija

Nr.	Data/laiško tema	Komunikacijos turinys/esmė
1.	2018-06-04 „Dėl ODA Kosmetikos“	UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Kaip ir kalbėjome telefonu, pagal mūsų sutarties punktą 4.1. prašome iš el-parduotuvės www.mamaimam.lt pašalinti iš anksto nesuderintas akcijas ODA Kosmetikai [paryškinta Nutarimo tikslais]. Taip pat, dėl Jūsų taikomų narystės nuolaidų mūsų kosmetikai nebuvo tartasi, taigi prašome ištrinti šią opciją ir nekomunikuoti bei netaikyti savo vidinių nuolaidų ODA Kosmetikai“. UAB „Korola“ darbuotojas: „<...> Dėl taikomų nuolaidų, tai nuolaidos ODA kosmetikai pagal Jūsų nurodymą bus panaikintos [paryškinta Nutarimo tikslais] iki 06.05 dienos imtinai. Dėl grįžtančių pinigų nuo sumokėtos sumos lojaliems klientams – tai yra mūsų lojalumo sistema, kuri galioja visiems mūsų klientams ir taikoma visoms prekėms esančioms parduotuvėje. Tai nėra nuolaidos Jūsų produkcijai. Klientai, priklausomai nuo savo lojalumo statuso gauna kuponus nuo galutinės apmokėtos sumos ne nuo Jūsų prekių, taip pat savo kuponus gali panaudoti atsiskaitymui už visas prekes. Kuponai tai yra atsiskaitymo būdas, o ne nuolaidos Jūsų produkcijai. Jūsų persiųstoje nuotraukoje, tekste aiškiai nurodyta, kad lojaliems klientams gaunasi pigiau (turint omenyje, jei jie turi kuponą). Todėl Jūsų nurodymo siekiančio kontroliuoti mūsų lojalumo sistemą negalime vykdyti [paryškinta Nutarimo tikslais]. Siekdami bendradarbiavimo, galime detalizuoti, aiškiai nurodyti kaip mūsų kompanijos lojalumas veikia su Jūsų produkcija. Laukiame Jūsų pasiūlymu kaip norėtumėte, kad tai būtų aprašyta“.
2.	2018-06-06 „Fwd: Dėl ODA Kosmetikos“	UAB „Korola“ darbuotojas: „<...> Kaip ir informavau vakar, nuolaidas panaikinome tą pačią dieną [paryškinta Nutarimo tikslais]. Minėjote, kad turėsite aptarimą vakar, tad noriu pasiteirauti, gal jau turite žinių?“ UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> Taip, žinių turime – tegu lieka jūsų lojalumo programair prie ODA produkcijos“. UAB „Korola“ darbuotojas: „<...> Dėkui už leidimą <...>“.
3.	2018-07-25 „Re: FW: mazesnes kainos“	UAB „Korola“ darbuotojas: „<...> Gavau jūsų laišką ir nesuprantu. Kaip kalbėjome telefonu surašykite prašau tiksliai, ką norite paklausti? Minėjote telefonu, kad kažkas skundžiasi dėl kainų, kad jos yra mažesnės mūsų parduotuvėje mamaimam.lt. Taip pat kad negalime taikyti nuolaidų ir t.t. [paryškinta Nutarimo tikslais]. Surašykite prašau viską tiksliai, kaip ir kas turėtų būti ir kokios yra pretenzijos?“.

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“ ir UAB „Korola“ elektroniniais laiškais⁸⁰.

79. UAB „Korola“ pateikė Konkurencijos tarybai informaciją⁸¹, kad UAB „Korola“ dalyvavo draudžiamame susitarime dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo). UAB „Korola“ nurodė, kad minėtas susitarimas buvo įtvirtintas

⁷⁸ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. raštas „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“. Bylos 17 tomas, 22 lapas; 18 tomas, 16 lapas (konfidencialus).

⁷⁹ Bylos 4 tomas, 16–18 lapai, 26 lapas; 32 tomas, 18 lapas; 33 tomas, 11 lapas (konfidencialus).

⁸⁰ Bylos 4 tomas, 21–23 lapai (konfidencialus); 32 tomas, 4–6, 12 lapai.

⁸¹ UAB „Korola“ 2019 m. gruodžio 20 d. „Prašymas dėl atleidimo nuo baudos pagal Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 38 straipsnį“. Bylos 4 tomas, 10–11 lapai (konfidencialus).



2018 m. vasario 28 d. Bendradarbiavimo sutartyje Nr. BS-2018-06, o minimalios perpardavimo kainos buvo nurodytos kainoraštyje, be to, UAB „ODA LT“ telefonu ir elektroniniu paštu nuolat skatino ir primygtinai reikalavo, jog UAB „Korola“ laikytųsi susitarimo dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo).

80. Taigi, UAB „ODA LT“ ir UAB „Korola“ suderino valią dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo, pasirašydamos 2018 m. vasario 28 d. sutartį, kurioje įtvirtino UAB „Korola“ pareigą „Oda“ prekės ženklo kosmetiką „<...> platinti namų vartotojams bazinėmis kainomis savo valdomoje parduotuvėje ir el. parduotuvėje“. Pirmiau nurodyta sutarties nuostatos formuluotė akivaizdžiai patvirtina jos šalių išreikštą valią elgtis rinkoje atitinkamu būdu, be to, UAB „Korola“ bei UAB „ODA LT“ susitarimą veikti rinkoje atitinkamu būdu patvirtina tiek platintojai siūsti kainoraščiai su mažmeninėmis kainomis, tiek ir su „ODA LT“ vykusi elektroninė komunikacija, kurioje UAB „ODA LT“ reikalavo panaikinti UAB „Korola“ taikomas akcijas.
81. Kaip minėta, UAB „Korola“ pripažino draudžiamo susitarimo sudarymą. UAB „ODA LT“ argumentai⁸² dėl UAB „Korola“ atstovo galimo konfliktiško elgesio, bendrovės turėtų įsiskolinimų tiekėjai, įsigytų prekių nedidelio kiekio gali iš dalies paaiškinti galimą šios bendrovės motyvaciją pateikti informaciją Konkurencijos tarybai, tačiau tai niekaip nepaneigia UAB „Korola“ pateiktų objektyvių duomenų – tarp šalių sudarytos bendradarbiavimo sutarties, kurioje įtvirtintas aiškus įsipareigojimas platinti „Oda“ prekes nustatytais perpardavimo kainomis, bei elektroninės komunikacijos, iš kurios matyti, jog UAB „Korola“ privalėjo laikytis tiek UAB „ODA LT“ nustatytų perpardavimo kainų, tiek iš anksto suderinti prekėms taikytinas nuolaidas – kurie patvirtina draudžiamo susitarimo tarp šalių egzistavimą.
82. UAB „Korola“ santykiai su UAB „ODA LT“ baigėsi 2019 m. vasario 28 d., todėl pripažintina, kad bendradarbiavimas dėl odos priežiūros priemonių platinimo tarpusavio susitarimu nustatytais (fiksiuotomis) kainomis vyko laikotarpiu bent nuo 2018 m. vasario 28 d., kai buvo pasirašyta bendradarbiavimo sutartis, iki 2019 m. vasario 28 d., kai bendradarbiavimo sutartis nustojo galioti.

3.2.4. UAB „ODA LT“ susitarimas su UAB „Garbanė“

83. UAB „ODA LT“ 2017 m. rugpjūčio 17 d. sudarė bendradarbiavimo sutartį⁸³ su UAB „Garbanė“ dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo. Pagal šios sutarties 8.1 punktą: „Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo datos ir galioja 3 (trejus) metus“. Pagal Sutarties 8.2 punktą: „Po pirmųjų sutarties galiojimo metų Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta dar metams“.
84. UAB „Garbanė“ paaiškinimu, šiuo metu rašytinės sutarties su UAB „ODA LT“ ji neturi, produktus perka su išankstiniu apmokėjimu⁸⁴.
85. Nustatyta, kad UAB „Garbanė“ 2018 m. spalio 10 d. gavo kainoraštį „Rekomenduojama pardavimo kaina“; 2019 m. vasario 1 d. kainoraštį „Pardavimo kaina klientams“; 2019 m. gruodžio 2 d. kainoraštį „Pardavimo kaina klientams“; 2020 m. vasario 1 d. kainoraštį „Rekomenduojama pardavimo kaina KLIENTAMS“, kuriuose nurodyti prekių pavadinimai, pakuočių talpa, prekių tiekimo kaina bei mažmeninė pardavimo kaina⁸⁵.
86. Nustatyta ir tai, kad UAB „ODA LT“ siuntė elektroninius laiškus platintojai UAB „Garbanė“, kuriuose nurodydavo „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmenines pardavimo kainas:

⁸² UAB „ODA LT“ 2023 m. balandžio 17 d. „Paaiškinimai dėl 2023-03-21d tyrimo išvadų Nr. 6S-5 (2023)“. Bylos 45 tomas, 9–73 lapai, 46 tomas 11–41 lapai (konfidencialus).

⁸³ Bylos 11 tomas, 21–23 lapai, 44–46 lapai.

⁸⁴ UAB „Garbanė“ atstovo 2022 m. sausio 13 d. elektroninis laiškas „RE: Konkurencijos tarybos raštas Nr. 6V-1710“ Bylos 11 tomas, 38 lapas.

⁸⁵ Bylos 28 tomas 8, 10, 13–14, 16–17 lapai; 29 tomas 3, 5, 7–8, 10–11 lapai (konfidencialus).



7 lentelė. UAB „ODA LT“ ir UAB „Garbanė“ elektroninė komunikacija dėl kainų nustatymo

Nr.	Data/laiško tema	Komunikacijos turinys/esmė
1.	2020-02-10 „RE: Užsakymas“	UAB „ODA LT“ darbuotoja UAB „Garbanė“ darbuotojui: „<...> pagaliau galiu atsiųsti Naują 2020 metų Kainyną ir Užsakymo formą (turėjo būti nuo vasario pradžios, bet patvirtintas tik šiandien). <...> Pirma – suapvalinome visas mažmenines kainas. Jokių centų <...> “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
2.	2020-03-24 „ODA dezinfekantas“	UAB „ODA LT“ darbuotoja UAB „Garbanė“ darbuotojui: „<...> trumpai apie tai, ką siūlysi: 100 ml buteliukai – <...> eur (mažmena 6,90) [paryškinta Nutarimo tikslais], 200 ml buteliukai – <...> eur (mažmena 12,50) <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
3.	2020-03-26 „Re: Klausimas“	UAB „ODA LT“ darbuotoja UAB „Garbanė“ darbuotojui: „<...> Dėl dezinfekantų: 170 ml nebuvo planuotas pardavimams, tik akcijai, bet k1 tik nusprend4m ir juo prekiauti. Didmena 5 eur, mažmena - 8,90 eur [paryškinta Nutarimo tikslais]. Dar paleidom rankų kremą: didmena 6,75 eur (vietoj 10), mažmena 9 eur (vietoj 15) <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
4.	2020-04-24 „ODA Naujienos“	UAB „ODA LT“ darbuotoja UAB „Garbanė“ darbuotojui: „Sveiki, turime du naujus ODA produktus kūnui: Intensyviai drėkinanti kūno kremą, 200 ml (jūsų kaina <...>0 eur, mažmeninė - 23 eur) [paryškinta Nutarimo tikslais]: <...>; ir Anticeliulitinį kremą su šildomuoju efektu, 200 ml (jūsų kaina <...> eur, mažmeninė - 37 eur) <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“ ir UAB „Garbanė“ elektroniniais laiškais⁸⁶.

87. UAB „ODA LT“, prižiūradama platintojų taikomų „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmeninių kainų atitiktį UAB „ODA LT“ kainoraščiuose nurodytoms mažmeninėms pardavimo kainoms, nurodydavo platintojams, be kita ko, ir UAB „Garbanė“, kad nuolaidų prekėms taikyti negalima arba gali būti taikomos tik konkrečios iš anksto suderinto dydžio nuolaidos. Tačiau ir pati UAB „Garbanė“ stebėjo kitų platintojų taikomas mažmenines kainas, informuodavo apie jas tiekėją, o taip pat pati atsiklausdavo UAB „ODA LT“ leidimo taikyti nuolaidas jos įsigytoms ir platinamoms „Oda“ prekės ženklo odos priežiūros priemonėms, nors UAB „Garbanė“ darbuotojas teigė, kad nuolaidos ir antkainiai parduotuvėje taikomi pagal individualią įmonės rinkodaros politiką⁸⁷. Konkurencijos tarybos argumentus patvirtina žemiau pateikiami UAB „ODA LT“ ir UAB „Garbanė“ elektroninės komunikacijos pavyzdžiai:

8 lentelė. UAB „ODA LT“ ir UAB „Garbanė“ elektroninė komunikacija dėl nuolaidų taikymo

Nr.	Data/laiško tema	Komunikacijos turinys
1.	2017-11-27 – 2017-11-29 „Re: Nuolaidos“	UAB „Garbanė“ darbuotojas: „<...> Norėjau paklausti dėl šventinio laikotarpio ar bus kažkokios nuolaidos, ar rinkinukai, apart šiuo metu esančių? Ar galėtume kažką individualiai sugalvoti? “ [paryškinta Nutarimo tikslais] UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Sveiki <...> Šiais metais spec. akcijų neturėsime, dovanosime klientams rankų kremus perkantiems už tam tikrą sumą. Tai tiek šiais metais.“

⁸⁶ Bylos 28 tomas, 15–31 lapai; 29 tomas, 9–25 lapai (konfidencialus).

⁸⁷ Paprašius paaiškinti, kaip UAB „Garbanė“ nustato „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainas, bendrovės atstovas nurodė: „kartais remiamės rekomenduojamomis kainomis, po to pridėdame savo nuolaidą, jeigu įtaikom. Bet irgi individualiai, vienoms prekėms yra didesnė/mažesnė. Žiūrim į savo. Kai kurioms prekėms yra antkainiai mūsų, pagal populiarumą, pagal sezoniskumą“, bylos 11 tomas, 11 lapas. UAB „Garbanė“ atstovas, paprašytas nurodyti, kaip dažnai taiko nuolaidas „Oda“ prekės ženklu pažymėtoms odos priežiūros priemonių, paaiškino: „<...> Pastaruju metu, kokius tris mėnesius, vienokios kitokios nuolaidos yra. Dažnai jos nesikeičia, pagal konkurenciją, pagal nuotaiką, pagal bendrą išpardavimus, sezoninius išpardavimus, mes turime vidines taisykles mūsų įmonės. Pavyzdžiui pavasario išpardavimas, vasaros išpardavimas. Pagal įmonės rinkodaros politiką“, bylos 11 tomas, 10–11 lapas.



		<p>UAB „Garbanė“ atstovas: „O mes galime kažkokią akciją pasidaryti gruodžio mėnesiui? [paryškinta Nutarimo tikslais], Irgi tarkim perkant už tam tikrą sumą padovanoti balzamiuką ar kažką tokio. Ar tiesiog kalėdinę nuolaidą?</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Sveiki, Nuolaidų tai nelabai [paryškinta Nutarimo tikslais], tačiau jūs dovanoti žinoma galite“</p>
2.	2018-02-12 „Re: Nuolaidos“	<p>UAB „Garbanė“ atstovas: „<...> užmačiau, jog konkurentai Klipshop.lt skelbia nuolaidas, ir visoms ODA priemonėms 20 proc nuolaida. Ar galime ir mes šią savaitę taikyti šią nuolaidą?“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Sveiki, taip, jie turi nuolaidą, tai yra suderinta, nes sie partneriai turi tokia sutarti taip pat ir didelius isipareigojimus perkamam kiekiui“.</p> <p>UAB „Garbanė“ atstovas: „Supratau, tik negavau atsakymo ar galime ir mes šią sav. taikyti tokią (ar šiek tiek mažesnę) nuolaidą? 😊“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Deja, ne“.</p> <p>UAB „Garbanė“ atstovas: „Ok, o tuomet galima sužinoti, kokių būdu galima pasikeisti sutartį kurioje būtų įtrauktos ir galimos nuolaidos [paryškinta Nutarimo tikslais], bei kokie turėtų būti perkamieji isipareigojimai? Nes šiuo atveju kaip ir dirbtinai yra iškreipiama konkurencinė aplinka“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Tai nevyksta nuolat mes sutariame kelis kartus i metus, o metinis pirkimas minimaliai nuo 15.000 eur“.</p>
3.	2019-04-02 „Re: UAB Garbanė klausimas dėl nuolaidos klientams“	<p>UAB „Garbanė“ atstovas: „<...> Pastebėjau jog kurį laiką taikote 10 proc nuolaidą internetinėje parduotuvėje. Ar mes irgi galime ją taikyti savo klientams?“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p> <p>UAB „ODA LT“ darbuotoja persiuntė elektroninį laišką UAB „ODA LT“ klinikos darbuotojai.</p> <p>UAB „ODA LT“ klinikos darbuotoja atsakė: „<...> Malonu girdėti, jog pastebėjote mūsų šventinę nuolaidą. Kadangi tai mūsų įmonės šventė ir sukaktis, negalime ja dalintis su kitais“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p>
4.	2019-11-29 „Re: BLACK FRIDAY“	<p>UAB „ODA LT“ darbuotojos laiškas odos priežiūros priemonių platintojui MB Elektroninei parduotuvei: „<...> visos akcijos eshopuose turi būti su mumis suderintos iš anksto. Ir buvo suderintos. Konkurentai, kaip ir jūs turite tas pačias sąlygas – tiek didmeninių kainų, tiek papildomų nuolaidų akcijoms atžvilgiu (BF akcijos pasiūlymą jūs turite). Iš anksto buvo suderinta, kad tiek jūs visi, tiek mes savo eshope darom Black Friday. Todėl Klipshop, Garbanė ir jūs galite daryti nuolaidas iki 30%“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p>
5.	2020-02-10 „RE: Užsakymas“	<p>UAB „ODA LT“ darbuotojos laiškas UAB „Garbanė“ atstovui: „<...> Valentino dienos akcija vyksta tik ODA Klinikų klientams vietoje. Nei kosmetologams, nei viešam klientui ODA eshope nuolaidų nėra“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</p>

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“ ir UAB „Garbanė“ elektroniniais laiškais⁸⁸

88. Įvertinus pirmiau nurodytus įrodymus, pripažintina, kad nors UAB „Garbanė“ ir UAB „ODA LT“ sudarytoje sutartyje nebuvo numatyta nuostatų dėl perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo), tačiau UAB „ODA LT“ ir UAB „Garbanė“ suderintą valią elgtis atitinkamu būdu (t. y. susitarimą dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų prekių perpardavimo kainų palaikymo) patvirtina tiek UAB „Garbanė“ gaunami kainoraščiai su mažmeninėmis produktų kainomis, tiek ir ūkio subjektų elektroninė komunikacija.
89. Visų pirma, UAB „ODA LT“ elektroniniais laiškais platintojai UAB „Garbanė“ nurodydavo „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmenines kainas, pateikdavo informaciją apie naujas prekes, kartu nurodydama ir jų perpardavimo kainą. Antra, UAB „Garbanė“ ne tik gaudavo informaciją iš UAB „ODA LT“ dėl taikytinų kainų, tačiau ir pati aktyviai stebėjo kitų platintojų

⁸⁸ Bylos 13 tomas, 24–25 lapai. Bylos 28 tomas, 1–2 lapai, 11 lapas, 15–19 lapai.



taikomas mažmenines kainas, informuodavo UAB „ODA LT“ apie konkurentų taikomas nuolaidas „Oda“ prekės ženklu pažymėtiems odos priežiūros produktams. Galiausiai, UAB „Garbanė“ klausdavo tiekėjos UAB „ODA LT“ leidimo taikyti tam tikrą nuolaidą prekėms, kurio (leidimo) jai akivaizdžiai nereikėtų, jeigu tarp šalių nebūtų susitarimo dėl konkrečių kainų palaikymo (fiksavimo) ir bendrovės kainodara būtų savarankiška.

90. Nors Tyrimo metu⁸⁹, o taip pat rašytiniuose paaiškinimuose dėl pranešimo apie įtariamą pažeidimą⁹⁰ UAB „Garbanė“ akcentavo, kad jai siunčiamos mažmeninės produktų kainos buvo viso labo rekomenduojamos ir jokių paskatų taikyti šias kainas tiekėja UAB „ODA LT“ platintojos UAB „Garbanė“ atžvilgiu netaikė, visgi UAB „Garbanė“ niekaip nepaaiškina, kodėl, jeigu jos kainodara iš tikrųjų buvo savarankiška, ji informuodavo tiekėją apie konkurentų taikomas nuolaidas „Oda“ prekės ženklo produktams ir kodėl klausdavo UAB „ODA LT“ leidimo taikyti nuolaidas produktams, kuriuos jau įsigijo iš UAB „ODA LT“ ir pardavinėjo savo parduotuvėse.
91. Kartu su rašytiniais paaiškinimais pateiktos prekių pardavimo ataskaitos⁹¹ už 2018, 2019 ir 2020 metus taip pat neįrodo, jog bendrovės kainodara buvo savarankiška (nepaveikta draudžiamo susitarimo). Iš pridėdamų dokumentų matyti, kad UAB „Garbanė“ akcentuojamos nuolaidos iš tikrųjų buvo tik pavienės, nesimato jų sistemiskumo, su nuolaida parduotų prekių dalis, palyginus su bendru pardavimų kiekiu, yra itin nedidelė, be to, identiškos prekės tą pačią dieną ar kelių dienų laikotarpiu buvo parduodamos ir su nuolaida, ir be nuolaidos, kas leidžia manyti, jog nuolaida buvo pritaikoma tik konkrečiam klientui (klientams), tačiau akcija elektroninėje parduotuvėje „Oda“ prekės ženklo priemonėms paskelbta nebuvo (nes priešingu atveju, visos akcijos dieną parduotos analogiškos prekės būtų su nuolaida)⁹².
92. LVAT savo praktikoje yra pažymėjęs, kad „<..> nukrypimai nuo susitarimo laikytis sutartų perpardavimo kainų, nepaneigia tokio susitarimo egzistavimo ir konkurencijos ribojimo“⁹³. Atitinkamai, vien ta aplinkybė, kad pavienės prekes UAB „Garbanė“ pardavė taikant galimai savarankiškai nustatytą nuolaidą, nėra pakankamas argumentas, kuris paneigtų kitus Tyrimo metu surinktus ir šiame nutarime išdėstytus įrodymus, pagrindžiančius draudžiamo susitarimo veikti atitinkamu būdu rinkoje egzistavimą.
93. Iš ūkio subjektų tarpusavio elektroninės komunikacijos matyti, kad UAB „ODA LT“ ir UAB „Garbanė“ bendradarbiavimas dėl odos priežiūros priemonių platinimo tarpusavio susitarimu nustatytomis (fiksotomis) kainomis vyko bent nuo 2017 m. lapkričio 27 d. el. laiško dėl nuolaidų taikymo galimybių⁹⁴ iki 2020 m. balandžio 24 d. el. laiško, kai buvo siunčiama atskiro produkto mažmeninė kaina⁹⁵.

⁸⁹ UAB „Garbanė“ atstovo paaiškinimai, Konkurencijos tarybos 2020 m. liepos 8 d. paaiškinimų protokolai. Bylos 11 tomas, 12 lapas.

⁹⁰ UAB „Garbanė“ 2023 m. balandžio 14 d. paaiškinimai „Dėl 2023 m kovo 21 d. pranešimo apie įtariamą pažeidimą dėl kosmetikos prekių platinimo veikla užsiimančių ūkio subjektų veiksmų atitikties Lietuvos respublikos konkurencijos įstatymo 5 straipsnio ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio reikalavimams“. Bylos 43 tomas, 3–100 lapai; 44 tomas, 1–92 lapai (konfidencialus).

⁹¹ Bylos 43 tomas, 16–88 lapai; 44 tomas, 7–79 lapai (konfidencialus).

⁹² Pavyzdžiui, iš paaiškinimų Priedo Nr. 2 „Detalizuota apyvarta“ 7/31 lapo matyti, kad 2019 m. kovo 4 d. buvo parduoti iš viso 7 maskuojamieji jautrios odos kremai „ODA Foundation for sensitive skin – Nr. 1“, tačiau 10 proc. nuolaida pritaikyta tik vienai iš šių prekių; iš Priedo Nr. 1 „Detalizuota apyvarta“ 4/5 puslapio nustatyta, kad laikotarpiu nuo 2018-09-05 iki 2018-12-20 buvo parduoti 65 vienetai Aktyviojo ODA prausiklio su glikolio rūgštimi 7% Active Glycolic cleanser 200 ml, tačiau tik 7 vienetais ir visiškai skirtingu laiku (ne tą pačią dieną) buvo pritaikyta 20 proc. nuolaida, dar 6 vienetais, taip pat skirtingu laiku – 10 proc. ir 2 vienetais – 15 proc.

⁹³ LVAT 2016 m. birželio 20 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-741-552/2016, UAB „Maxima LT“ ir UAB „Mantinga“ prieš Konkurencijos tarybą.

⁹⁴ Nutarimo 8 lentelės 1 laiškas.

⁹⁵ Nutarimo 7 lentelės 4 laiškas.



3.2.5. UAB „ODA LT“ susitarimas su UAB „GSS Baltic“

94. UAB „ODA LT“ 2017 m. balandžio 18 d. sudarė bendradarbiavimo sutartį⁹⁶ su UAB „GSS Baltic“ dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo. Pagal sutarties 8.1 punktą: „Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo datos ir galioja 3 mėnesius iki 2017 m. liepos 18 d.“. Pagal sutarties 8.2 punktą: „Po 3 sutarties galiojimo metų Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta metams“.
95. UAB „ODA LT“ 2017 m. rugpjūčio 14 d. sudarė kitą bendradarbiavimo sutartį⁹⁷ su UAB „GSS Baltic“ dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo. Šios sutarties 8.1 punkte buvo įtvirtinta, kad „Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo datos ir galioja iki 2019 m. gruodžio 31 d.“. Pagal sutarties 8.2 punktą: „Po sutarties galiojimo pabaigos Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta metams“.
96. Tyrimo metu taip pat gautas 2018 m. birželio 1 d. Priedas Nr. 1⁹⁸ prie 2017 m. rugpjūčio 14 d. bendradarbiavimo sutarties Nr. BS-2017-06, pagal kurio 4.2 punktą: „Užsakovas-Platintojas turi teisę du kartus per kalendorinius metus taikyti iki 20% nuolaidas ODA kosmetikai šiose elektroninėse parduotuvėse: www.klipshop.lt, www.topbeauty.lt“, o 4.3 punkte nustatyta: „Užsakovas-Platintojas turi teisę šešis kartus per kalendorinius metus taikyti iki 20% nuolaidas ODA kosmetikai šiose elektroninėse parduotuvėse: www.klipshop.lv, www.klipshop.co.uk, www.topbeauty.lv, www.topbeauty.ee“. Priedas nėra pasirašytas ūkio subjektų.
97. Remiantis UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ paaiškinimais⁹⁹, pasibaigus sutarčiai bendradarbiavimas vyksta žodinio susitarimo pagrindu.
98. Nustatyta, kad UAB „GSS Baltic“ gavo 2017 m. spalio 26 d. kainoraštį „Rekomenduojama pardavimo kaina“¹⁰⁰, persiūtą kartu su 2018 m. sausio 26 d. UAB „ODA LT“ darbuotojos elektroniniu laišku. Kainoraštyje buvo nurodyti prekių pavadinimai, pakuočių talpa, prekių tiekimo kaina bei mažmeninė pardavimo kaina.
99. UAB „ODA LT“ siuntė elektroninius laiškus UAB „GSS Baltic“, kuriuose nurodydavo „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių mažmenines pardavimo kainas. Pavyzdžiui, 2018 m. sausio 26 d. UAB „ODA LT“ parašė UAB „GSS Baltic“: „Laba diena <...> Atkuriamasis serumas su vitaminu C 30 ml – pirkimo kaina <...> EUR / **pardavimo 23 EUR** <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais]¹⁰¹.
100. Nustatyta, kad UAB „GSS Baltic“ informuodavo UAB „ODA LT“ apie būsimas akcijas. Tai patvirtina žemiau nurodomos elektroninės komunikacijos pavyzdžiai:

9 lentelė UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ elektroninė komunikacija dėl suderintų nuolaidų

Nr.	Data/laiško tema	Komunikacijos turinys
1.	2018-02-05 „Klipshop“	UAB „ODA LT“ darbuotoja UAB „ODA LT“ užsakymų ir logistikos darbuotojams: „Sveiki, noriu informuoti, kad klipshop vasario 12-14 d. darys savo super duper akcij! 😊 čia ta kuri yra suderinta <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
2.	2018-05-09 „Re: uzsakymas 05.09“	UAB „GSS Baltic“ darbuotojas siuntė el. laišką UAB „ODA LT“ darbuotojai, kuri persiuntė el. laišką kitai UAB ODA LT“ darbuotojai: „<...> noriu Jus informuoti, kad

⁹⁶ Bylos 17 tomas, 53–56 lapai, 18 tomas, 30–32 lapai (konfidencialus).

⁹⁷ Bylos 13 tomas, 21–23 lapai; 14 tomas, 2–4 lapai (konfidencialus)

⁹⁸ Byloje turima priedo kopija nėra pasirašyta, Bylos 30 tomas, 18 lapas.

⁹⁹ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. rašto „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“ Priedas Nr. 6 „Komercinio atstovavimo (bendradarbiavimo) sutarčių ir susitarimų detalizacija“, bylos 17 tomas, 37 lapas. UAB „GSS Baltic“ 2022 m. sausio 13 d. raštas „Atsakymas į 2021-12-29 raštą Nr.(2.1E-33)“, bylos 13 tomas, 18 lapas.

¹⁰⁰ Bylos 30 tomas, 2–3 lapai; 31 tomas, 2–3 lapai (konfidencialus).

¹⁰¹ Bylos 30 tomas, 1 lapas; 31 tomas, 1 lapas (konfidencialus)



2018-05-10 „Re: Dėl KlipShop akcijos 14-16dd“	<i>kitą savaitę, 14-16d vėl turėsime akciją VISKAM. Apsišarvuokite kantrybe :)“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</i> UAB „ODA LT“ darbuotoja: „ <i>Viskas čia yra gerai, su klipshop yra sutarta, kad 2-3 kartus metuose jie gali daryti x% akciją mūsų produktam. Reikėtų peržiūrėti sutartį – joje yra nurodyta kiek kartų ir kiek max % gali būti daroma nuolaida <...> Patikrinau jų puslapį dabar – mūsų produktai be akcijos“ [paryškinta Nutarimo tikslais].</i>
--	---

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ elektroniniais laiškais¹⁰².

101. Dėl UAB „GSS Baltic“ taikomų nuolaidų „Oda“ prekės ženklu pažymėtoms prekėms į UAB „ODA LT“ kreipėsi kiti prekių platintojai, pavyzdžiui, UAB „Garbanė“. UAB „ODA LT“ paaiškino, kad „Klipshop“ (UAB „GSS Baltic“ valdoma elektroninė parduotuvė) gali taikyti nuolaidas, nes jos buvo iš anksto su UAB „ODA LT“ suderintos:

10 lentelė. UAB „ODA LT“ komunikacija su kita platintoja dėl UAB „GSS Baltic“ taikomų iš anksto suderintų nuolaidų

Data/laiško tema	Komunikacijos turinys
2018-02-12 „Re: Nuolaidos“	UAB „Garbanė“ atstovas: „<...> užmačiau, jog konkurentai Klipshop.lt skelbia nuolaidas, ir visoms ODA priemonėms 20 proc. nuolaida. Ar galime ir mes šią savaitę taikyti šią nuolaidą?“ UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Sveiki, taip, jie turi nuolaidą, tai yra suderinta, nes sie partneriai turi tokia sutarti taip pat ir didelius isipareigojimus perkamam kiekiui“ [paryškinta Nutarimo tikslais]. <...> UAB „Garbanė“ atstovas: „Ok, o tuomet galima sužinoti, koku būdu galima pasikeisti sutartį kurioje būtų įtrauktos ir galimos nuolaidos, bei kokie turėtų būti perkamieji įsipareigojimai? Nes šiuo atveju kaip ir dirbtinai yra iškreipiama konkurencinė aplinka“. UAB „ODA LT“ darbuotoja: „Tai nevyksta nuolat mes sutariame kelis kartus i metus [paryškinta Nutarimo tikslais], o metinis pirkimas minimaliai nuo 15.000 eur“.

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“, UAB „Garbanė“ elektroniniais laiškais¹⁰³

102. Įvertinus pirmiau išdėstytus įrodymus, pripažintina, kad UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ suderintą valią dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų palaikymo įrodo UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ elektroninė komunikacija, iš kurios matyti, kad ne tik UAB „ODA LT“ siuntė UAB „GSS Baltic“ kainoraščius bei informaciją apie atskirų naujų prekių mažmenines kainas, bet ir pati UAB „GSS Baltic“ informuodavo tiekėją apie akcijų savo elektroninėje parduotuvėje taikymą, o kitiems platintojams reiškiant tiekėjai pretenzijas dėl UAB „GSS Baltic“ taikomų akcijų, UAB „ODA LT“ paaiškino, jog visos akcijos su šia platintoja yra suderintos.
103. UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ tarpusavio valios veikti atitinkamu būdu rinkoje suderinimą įrodo ir 2018 m. birželio 1 d. Priedas Nr. 1 prie 2017 m. rugpjūčio 14 d. bendradarbiavimo sutarties, kuriame aiškiai įtvirtintas tiek galimų taikyti nuolaidų dydis, tiek tokių akcijų taikymo dažnumas. Nors bylos medžiagoje esanti Priedo kopija nėra pasirašyta, vien tokio pobūdžio dokumento derinimas įrodo šalių ketinimus raštu įtvirtinti jau iki tol susiklosčiusią bendradarbiavimo praktiką, pagal kurią „Oda“ prekės ženklu pažymėtoms prekėms taikomos nuolaidos buvo iš anksto suderintos tiek dėl jų dydžio, tiek dėl taikymo dažnumo. Be to, nors UAB „GSS Baltic“ teigimu, Priedo Nr. 1 sąlygos buvo

¹⁰² Bylos 30 tomas, 8–12 lapai, 17 lapas; 31 tomas, 8–9 lapai, 13 lapas (konfidencialus); 34 tomas, 30–34 lapai.

¹⁰³ Bylos 28 tomas, 3–5 lapai.



pasiūlytos UAB „ODA LT“ iniciatyva, o UAB „GSS Baltic“ jų nepriėmė¹⁰⁴, tokios bendradarbiavimo praktikos (nuolaidų dydžio ir kiekio per metus suderinimo) realų egzistavimą dar iki šio dokumento parengimo patvirtina tiek minėti UAB „GSS Baltic“ vykdomi tiekėjos informavimai apie būsimas akcijas, tiek ir UAB „ODA LT“ vidinė komunikacija apie egzistuojantį susitarimą dėl akcijų kiekio ir dydžio su UAB „GSS Baltic“¹⁰⁵, o taip pat UAB „ODA LT“ atsakymai kitiems platintojams, reiškiantiems pretenzijas dėl UAB „GSS Baltic“ taikomų nuolaidų, kad visos akcijos su šia platintoja yra suderintos.

104. UAB „GSS Baltic“ nepateikė jokių įrodymų, pagrindžiančių jos rašytiniuose paaiškinimuose¹⁰⁶ ir išklausymo posėdžio metu¹⁰⁷ nurodytą paaiškinimą, kad jos vykdytas išankstinis tiekėjos informavimas apie planuojamas taikyti akcijas buvo reikalingas tam, jog būtų gauta palankesnė prekių kaina (didesnė nuolaida) iš tiekėjos (dalį taikomų akcijų kaštų prisiimtų ir pati gamintoja), o ne tam, kad UAB „ODA LT“ leistų tokią akciją taikyti. Tyrimo metu nenustatyta, ir UAB „GSS Baltic“ nepateikė jokių duomenų, pagrindžiančių, kad rašydama apie akcijas bendrovė apskritai prašytų tiekėjos UAB „ODA LT“ didesnių nuolaidų įsigyjamos „Oda“ prekės ženklu pažymėtoms prekėms. Priešingai, UAB „ODA LT“ darbuotojos 2018 m. gegužės 10 d. laiškas kitai UAB „ODA LT“ darbuotojai „*Viskas čia yra gerai, su klipshop yra sutarta, kad 2-3 kartus metuose jie gali daryti x% akciją mūsų produktam. Reikėtų peržiūrėti sutartį – joje yra nurodyta kiek kartų ir kiek max % gali būti daroma nuolaida <...>*“¹⁰⁸, kuris buvo išsiųstas po to, kai UAB „GSS Baltic“ pranešė apie planuojamą vykdyti akciją, patvirtina, kad informavimas apie taikomas nuolaidas vyko būtent įgyvendinant tarp ūkio subjektų sudarytą draudžiamą susitarimą. Be to, UAB „GSS Baltic“ dėstomą poziciją neva informavimas buvo atliekamas tam, jog akcijoje dalyvausiančias prekes ji galėtų užsakyti iš tiekėjos mažesnėmis kainomis, paneigia byloje esančios elektroninės komunikacijos chronologija. Pavyzdžiui, 2018 m. gegužės 9 d. 14 val. 16 min. UAB „ODA LT“ darbuotoja padėjo UAB „GSS Baltic“ už užsakymą, informavo jį apie siuntos numerius ir jau suformavo sąskaitą apmokėjimui. Tik po šio laiško, t. y. jau po užsakymo pateikimo ir įvykdymo, 2018 m. gegužės 9 d. 14 val. 19 min. UAB „GSS Baltic“ darbuotojas pranešė apie planuojamą akciją¹⁰⁹.
105. UAB „GSS Baltic“ taip pat nepateikė pakankamų įrodymų, leidžiančių sutikti su jos pozicija, jog šios platintojos elektroninėje parduotuvėje parduodamų prekių kainos buvo nustatomos savarankiškai pagal bendrovės naudojamą mažmeninės prekių kainos nustatymo algoritmą. Visų pirma, pagal sudarytą susitarimą UAB „GSS Baltic“ turėjo teisę tam tikromis dienomis taikyti nuolaidas, o nuolaidų suderinimas taip pat yra platintojo galimybės savarankiškai nustatyti minimalią pardavimo kainą apribojimas, t. y. draudžiamas susitarimas. Todėl bendrovės buhalterinės apskaitos sistemos išrašuose apie dviejų konkrečių prausiklių pardavimo kainas 2018 m. sausio – rugsėjo mėn.¹¹⁰ matomi nedideli prausiklių kainos svyravimai savaime nepaneigia draudžiamo susitarimo egzistavimo. Iš pateiktų duomenų nėra pagrindo daryti pagrįstą išvadą, kad nuolaidos „Oda“ prekės ženklu pažymėtiems produktams buvo taikomos reguliariai, sistemingai nukrypstant nuo sudaryto susitarimo. Be to, pagal LVAT išaiškinimus, tam tikrų nukrypimų nuo susitarimo laikytis sutartų perpardavimo kainų nustatymas, savaime nepaneigia tokio susitarimo egzistavimo ir konkurencijos ribojimo¹¹¹.

¹⁰⁴ UAB „GSS Baltic“ 2023 m. balandžio 11 d. rašytinių paaiškinimų „Dėl tyrimo baigimo ir paaiškinimų dėl tyrimo pateikimo“ 14 punktas. Bylos 42 tomas, 12–21 lapai, 42 A tomas 3–12 lapai (konfidencialus).

¹⁰⁵ Nutarimo 9 lentelė.

¹⁰⁶ Bylos 42 tomas, 12–55 lapai, 42A tomas, 3–44 lapai (konfidencialus).

¹⁰⁷ Bylos 54 tomas, 1–30 lapai.

¹⁰⁸ Nutarimo 9 lentelės 2 laiškas.

¹⁰⁹ Bylos 34 tomas, 30–32 lapai.

¹¹⁰ Priedas Nr. 2 ir Nr. 3 prie UAB „GSS Baltic“ 2023 m. balandžio 11 d. rašytinių paaiškinimų „Dėl tyrimo baigimo ir paaiškinimų dėl tyrimo pateikimo“. Bylos 42 tomas, 25–51 lapai, 42A tomas, 16–40 lapai (konfidencialus).

¹¹¹ LVAT 2016 m. birželio 20 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-741-552/2016, UAB „Maxima LT“ ir UAB „Mantinga“ prieš Konkurencijos tarybą.



106. Iš ūkio subjektų tarpusavio elektroninės komunikacijos matyti, kad UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ bendradarbiavimas dėl odos priežiūros priemonių platinimo tarpusavio susitarimu nustatytais (fiksuotomis) kainomis vyko bent nuo 2018 m. sausio 26 d.
107. Rašytiniuose paaiškinimuose¹¹² dėl Tyrimo išvadų bei išklausymo posėdžio metu¹¹³ UAB „GSS Baltic“ laikėsi pozicijos, kad jos santykiai su tiekėja UAB „ODA LT“, pastarosios iniciatyva, buvo nutraukti laikotarpiu nuo 2018 m. rugsėjo 12 d. iki 2019 m. spalio 2 d. UAB „ODA LT“ išklausymo posėdžio metu pripažino santykių su UAB „GSS Baltic“ pirmiau nurodytu laikotarpiu nutraukimą. UAB „GSS Baltic“ taip pat pateikė įrodymus, pagrindžiančius, kad tuo metu nevykdė jokių pirkimų iš UAB „ODA LT“¹¹⁴, o „Oda“ prekės ženklo pažymėtų priemonių pardavimai, kurie buvo ženkliai sumažęje¹¹⁵, buvo atliekami tik iš turimų likučių. Įvertindama nurodytas aplinkybes, Konkurencijos taryba pripažįsta, kad UAB „ODA LT“ ir UAB „GSS Baltic“ bendradarbiavimas laikotarpiu nuo 2018 m. rugsėjo 12 d. iki 2019 m. spalio 2 d. buvo nutrūkęs, todėl konstatuotina, kad šių ūkio subjektų draudžiamas susitarimas dėl odos priežiūros priemonių platinimo nustatytais (fiksuojomis) kainomis truko bent nuo 2018 m. sausio 26 d. iki 2018 m. rugsėjo 12 d.

3.2.6. UAB „ODA LT“ susitarimas su MB Elektronine parduotuve

108. UAB „ODA LT“ 2016 m. rugpjūčio 12 d. sudarė bendradarbiavimo sutartį¹¹⁶ su MB Elektronine parduotuve dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo. Pagal Sutarties 8.1 punktą: *„Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo datos ir galioja 1 (vienerius) metus“*. Pagal sutarties 8.2 punktą: *„Po pirmųjų sutarties galiojimo metų Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta dar metams“*.
109. UAB „ODA LT“ 2017 m. rugpjūčio 23 d. sudarė bendradarbiavimo sutartį¹¹⁷ su UAB Elektronine parduotuve dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių platinimo. Sutarties 8.1 punkte įtvirtinta: *„Sutartis įsigalioja ir nuo jos pasirašymo datos ir galioja iki 2018 m. gruodžio 31 d.“*. Pagal Sutarties 8.2 punktą: *„Po pirmųjų sutarties galiojimo metų Šalys susitaria peržiūrėti Sutarties vykdymo rezultatus. Jei sutarties vykdymo rezultatai tenkina abi šalis sutartis gali būti pratęsta dar metams“*. Remiantis UAB „ODA LT“ ir MB Elektroninės parduotuvės paaiškinimais, pasibaigus sutarčiai dirbama žodinio susitarimo pagrindu¹¹⁸.
110. Nustatyta, kad MB Elektroninė parduotuvė gavo 2016 m. rugpjūčio 26 d. kainoraštį *„Rekomenduojama pardavimo kaina“*; 2018 m. spalio 10 d. kainoraštį *„Rekomenduojama pardavimo kaina“*, kuriuose buvo nurodyti prekių pavadinimai, pakuočių talpa, prekių tiekimo kaina bei mažmeninė pardavimo kaina¹¹⁹.
111. UAB „ODA LT“ prižiūrėjo MB Elektroninės parduotuvės taikomų kainų atitiktį UAB „ODA LT“ kainoraščiuose nurodytoms mažmeninėms pardavimo kainoms. Kai UAB „ODA LT“ nustatydavo, kad MB Elektroninė parduotuvė nukrypo nuo nustatytų kainų, UAB „ODA LT“ kreipdavosi į platintoją, įspėdama, jog pagal susitarimą ji negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos, ir

¹¹² Bylos 42 tomas, 12–55 lapai.

¹¹³ Bylos 54 tomas, 1–30 lapai.

¹¹⁴ Bylos 42 tomas, 52–54 lapai, 42A tomas, 41–43 lapai (konfidencialus).

¹¹⁵ UAB „GSS Baltic“ 2023 m. birželio 9 d. „Prekių apyvarta su pardavimo informacija ODA prekinio ženklo“. Bylos 42 tomas, 62 lapas.

¹¹⁶ Bylos 9 tomas, 24–27 lapai; 10 tomas, 4–6 lapai (konfidencialus).

¹¹⁷ Bylos 9 tomas, 28–30 lapai

¹¹⁸ UAB „ODA LT“ 2021 m. balandžio 15 d. rašto „Dėl reikalaujamos informacijos pateikimo“ Priedas Nr. 6 „Komerčinio atstovavimo (bendradarbiavimo) sutarčių ir susitarimų detalizacija“. Bylos 17 tomas, 37 lapas. MB Elektroninės parduotuvės 2022 m. sausio 13 d. raštas „Pateikiami atsakymai į raštą Nr. (2.-33)6V-1712“. Bylos 9 tomas, 16 lapas.

¹¹⁹ Bylos 26 tomas 5–7, 38 lapai; 27 tomas 5–7, 22 lapai (konfidencialus); 34 tomas, 15–17 lapai; 35 tomas 14–16 lapai (konfidencialus).



prašydama netaikyti prekėms nuolaidų. MB Elektroninė parduotuvė neišreiškė tiekėjai prieštaravimų dėl tokių išpėjimų bei vykdė UAB „ODA LT“ nurodymus panaikinti taikomas nuolaidas:

11 lentelė UAB „ODA LT“ ir MB Elektroninės parduotuvės elektroninė komunikacija dėl draudimo taikyti nuolaidas

Nr.	Data/ laiško tema	Komunikacijos turinys/esmė
1.	2017-11-10 – 2017-11-15 „Dėl ODA produkcijos pardavimo KAINOS“	UAB „ODA LT“ darbuotoja MB Elektroninei parduotuvei: „ Pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA kosmetologai ir kiti ODA produkcijos platintojai negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos. Maloniai prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų “. MB Elektroninės parduotuvės atstovė: „<...> Vos tik gavus Jūsų laišką ištaisėme kampaniją, tad prie Odos produktų nuolaida neberodoma. Apgailestauju už nesusipratimą “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
2.	2017-11-20 „Dėl ODA produkcijos pardavimo KAINOS“	UAB „ODA LT“ darbuotoja MB Elektroninei parduotuvei: „<...> Pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA kosmetologai ir kiti ODA produkcijos platintojai negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos. [paryškinta Nutarimo tikslais] Maloniai prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų. Lauksiu Jūsų atsakymo. Ačiū“.
3.	2017-11-27 „Prašome NETAIKYTI ODA produkcijai papildomų nuolaidų“	UAB „ODA LT“ darbuotoja MB Elektroninei parduotuvei: „<...> Maloniai prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų. Pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA kosmetologai ir kiti ODA produkcijos platintojai negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos [paryškinta Nutarimo tikslais]. Lauksime Jūsų atsakymo“.
4.	2017-12-07 „Re: Dėl nuolaidos“	UAB „ODA LT“ darbuotoja MB Elektroninei parduotuvei: „<...> Visi ODA kosmetologai ir kiti ODA produkcijos platintojai Lietuvos teritorijoje negali savarankiškai mažinti mūsų produkcijos pardavimo kainos. Pastaruoju metu Jūsų pardavimo strategija prieštarauja mūsų bendradarbiavimo susitarimui [paryškinta Nutarimo tikslais]. Dar karta prašome netaikyti ODA produkcijai papildomų nuolaidų ir panaikinti nuolaidos kodą mūsų produktams <...>“.

Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“ ir MB Elektroninės parduotuvės elektroniniais laiškais¹²⁰.

112. Taip pat nustatyta, kad ir pati MB Elektroninė parduotuvė aktyviai stebėjo kitų ūkio subjektų, platinančių „Oda“ prekės ženklu pažymėtas odos priežiūros priemones, mažmenines kainas, taikomas akcijas, ir informuodavo UAB „ODA LT“ apie nustatytą perpardavimo kainų nesilaikymą bei nuolaidų prekėms taikymą. MB Elektroninė parduotuvė taip pat klausdavo tiekėjos UAB „ODA LT“ dėl galimybės taikyti nuolaidas prekėms, tardavosi su ja dėl akcijų, ir net reikalavo, kad UAB „ODA LT“ prižiūrėtų, jog ir kiti konkurentai netaikytų nuolaidų. Žemiau pateikiami tokius veiksmus įrodančios elektroninės komunikacijos pavyzdžiai:

12 lentelė. UAB „ODA LT“ ir MB Elektroninės parduotuvės elektroninė komunikacija dėl kitų platintojų taikomų perpardavimo kainų ir nuolaidų „Oda“ prekės ženklu pažymėtoms prekėms

Nr.	Data/laiško tema	Komunikacijos turinys/esmė
1.	2016-12-07 – 2016-12-08 „RE: uzsakymas“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja: „<...> Norėjau paklausti, ar mums galioja akcija, kurią paskelbėt galutiniam pirkėjams? “ [paryškinta Nutarimo tikslais]. UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> Paskelbta kalėdine akcija galioja tik ODA E-Shop galutiniam pirkėjams “ [paryškinta Nutarimo tikslais].

¹²⁰ Bylos 26 tomas, 14–18 lapai, 22 lapas.



2.	2017-04-26	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja nusiuntė UAB „ODA LT“ darbuotojai kito ūkio subjekto daromos akcijos elektroninėje parduotuvėje ekrano kopiją. „<...> Tiesiog noriu atsiklaust, ar jums tinka, kai daroma akcija visoms prekėms, o į tas prekes įeina ODA “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
3.	2017-12-06 „Dėl KlipShop akcijos“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja: „ Sveiki, Persiunčiau keletą laiškų dėl nuolaidų. Beje šį mėnesį klipshop analogiška akcija, o per juodąjį penktadienį klipshop odai darė 25proc. Nuolaidą “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
4.	2017-12-07 „Re: Dėl nuolaidos“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja ¹²¹ : „ Sveiki, dėkui už laišką. Mes vertiname bendradarbiavimą su Jumis, tačiau pastaruoju metu jaučiamės nepelnytai barami. Kaip laiške žemiau rašė <...> laikini kodai galimi (mūsiškio, kuris nebereklamuojamas jau kurį laiką, galiojimas baigiasi šį sekmadienį), taip pat iš pardavėjų negalite atimti teisės savo sąskaitą taikyti laikinos nuolaidos. Jeigu klystu, tai pataisykite, bet Jūsų pačių internetinėje parduotuvėje ar parodoje kartas nuo karto taikomos vienokia ar kitokia nuolaida. Jeigu Jūs norite, kad mes jokiais būdais netaikytume jokių nuolaidų Oda produkcijai, tai neturi taikyti ir kiti, tame tarpu ir Jūs. Mes prieš kurį laiką pradėjome Jums sakyti, kad Klipshop taiko nuolatos vienokias ar kitokias nuolaidas visiems produktams įskaitant ir Oda, tai kodo pavidalu visiems klientams, nuolaidos kodai siunčiami klientams su užsakymais, per Black Friday buvo taikoma 25% nuolaida. Šiuo metu iki metų pabaigos galioja kodas Oda produktams. Taip kaip čia yra, kad mums rašot kiekvieną dieną dėl šio klausimo, bet kai mes užklausėme pirmieji, tai reikalais dėl nuolaidų nepasitaisė ir konkurentai visvien toliau taiko. Tai padarykite taip, kad niekas nedarytų nuolaidų, ir mes būsime už tai. Pirmadienį patikrinsime ar Klipshop taiko nuolaidas Oda produkcijai ir galėsime pratęsti diskusiją <...>“ [paryškinta Nutarimo tikslais].
5.	2017-12-12 „Nuolaidos“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja: „ Sveiki, o kaip tokios nuolaidos? “ [paryškinta Nutarimo tikslais] ¹²² . UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> Dėkoju už informaciją. Žinoma tai negerai, nes pagal bendradarbiavimo susitarimą visi ODA kosmetikos platintojai negali savarankiškai mažinti rekomenduojama pardavimo kaina “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
6.	2018-01-02 – 2018-01-03 „RE: dėl nuolaidų“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja: „ Sveiki, su Naujais. O naujais klipshop 10proc nuolaida ištikus metus ir ODA produktams. Tai gal ir mes jau galime dėti nuolaidas? “ [paryškinta Nutarimo tikslais]. UAB „ODA LT“ darbuotoja atsakė: „ Sveiki, Kaip ir nurodyta sutartyje dėti nuolaidų negalite “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
7.	2018-01-02 – 2018-01-03 „Re: Dar vienas akcijos pavyzdys.“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja: „ Sveiki, Ar galite pakomentuoti? “ ¹²³ [paryškinta Nutarimo tikslais]. UAB „ODA LT“ darbuotoja: „ Sveiki, Ką tiksliai? Kiek matau nepakeista hialurono kaina rodo 49 eur “. MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja: „ Klipshop siūlo 15proc nuolaidą ODAi. Tiesiog nes konkuruoti taip negalime, kai mums draudžiame nuolaidas daryti, o kiti daro “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
8.	2018-01-08 „dėl oda nuolaidų“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotoja „<...> Jau porą savaitių informuoju apie klipshop.lt taikomas nuolaidas ODA produktams. Kiekvieną dieną iš jų gaunu pranešimus apie 15proc nuolaidą ODA produktams. 10proc nuolaida taikoma ištikus metus visiems produktams. Prieš kalėdas taikoma 20proc nuolaida ODA produktams. Galbūt jie turi išskirtines teiseS tam? Mes “

¹²¹ Šiuo laišku buvo atsakyta į prieš tai UAB „ODA LT“ atsiųstus kelis įspėjimus dėl to, kad platintojai negali savarankiškai mažinti kainų, ir UAB „ODA LT“ darbuotojai parašius MB Elektroninei parduotuvei, kad „<...> Pastaruoju metu Jūsų pardavimo strategija prieštarauja mūsų bendradarbiavimo susitarimų“. Nutarimo 11 lentelės 4 laiškas. Bylos 26 tomas, 22 lapas.

¹²² Persiunčiama ekrano kopija, kurioje matoma UAB „GSS Baltic“ (klipshop.lt) Facebook paskyroje taikoma nuolaida „Oda“ prekės ženklų pažymėtoms odos priežiūros priemonėms. Bylos 26 tomas, 25–26 lapai; 27 tomas, 13–14 lapai (konfidencialus).

¹²³ Persiunčiama ekrano kopija, kurioje matoma UAB „GSS Baltic“ (klipshop.lt) Facebook paskyroje ir elektroninėje parduotuvėje klipshop.lt taikoma nuolaida „Oda“ prekės ženklų pažymėtoms odos priežiūros priemonėms. Bylos 26 tomas, 29–31 lapai; 27 tomas, 17–19 lapai (konfidencialus).



		<i>konkuruoti su jais negalime, jeigu mums nuolaidų taikyti neleidžiate. Kodėl nesiimate jokių realių veiksmų?</i> “ [paryškinta Nutarimo tikslais].
9.	2019-11-29 „Re: BLACK FRIDAY“	MB Elektroninės parduotuvės darbuotojas: „<...> pas konkurentus matau nuolaidas iki 30 proc. visoms prekėms. Jūs toleruojate tokias nuolaidas? Kažkaip man nėra aiški kainų politika “ [paryškinta Nutarimo tikslais]. UAB „ODA LT“ darbuotoja: „<...> visos akcijos eshopuose turi būti su mumis suderintos iš anksto. Ir buvo suderintos. Konkurentai, kaip ir jūs turite tas pačias sąlygas – tiek didmeninių kainų, tiek papildomų nuolaidų akcijoms atžvilgiu (BF akcijos pasiūlymą jūs turite). Iš anksto buvo suderinta, kad tiek jūs visi, tiek mes savo eshope darom Black Friday. Todėl Klipshop, Garbanė ir jūs galite daryti nuolaidas iki 30% “.

*Šaltinis – parengta Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų, remiantis UAB „ODA LT“ ir MB Elektroninės parduotuvės elektroniniais laiškais*¹²⁴.

113. Susitarimui konkurencijos teisės prasme konstatuoti nėra būtina nustatyti konkrečią nuostatą / įsipareigojimą veikti tam tikru būdu rašytiniame dokumente. Kaip pripažino ir pati MB Elektroninė parduotuvė rašytiniuose paaiškinimuose¹²⁵, numanomas pritarimas taip pat gali būti laikomas susitarimu konkurencijos teisės prasme, kai vienas ūkio subjektas laikosi kito ūkio subjekto konkurencijos teisei prieštaraujančio reikalavimo, praktiškai įgyvendindamas pastarojo politiką.
114. MB Elektroninės parduotuvės su UAB „ODA LT“ sudarytoje bendradarbiavimo sutartyje nebuvo nuostatų dėl perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo), tačiau UAB „ODA LT“ ir MB Elektroninės parduotuvės valios suderinimą veikti atitinkamu konkurencijos teisės reikalavimams prieštaraujančiu būdu patvirtina tiek MB Elektroninės parduotuvės gaunami kainoraščiai su neva rekomenduojamomis perpardavimo kainomis klientams, tiek ūkio subjektų tarpusavio elektroninė komunikacija, iš kurios matyti, kad UAB „ODA LT“ primindavo MB Elektroninei parduotuvei, kad pagal bendradarbiavimo susitarimą ODA produkcijos platintojai negali savarankiškai mažinti pardavimo kainos, o MB Elektroninė parduotuvė vykdė tiekėjos nurodymus (po išpėjimo naikino nuolaidas) ir neišreiškė savo nesutikimo dėl tokių UAB „ODA LT“ veiksmų, t. y. nenurodė, jog ji neprivalo laikytis rekomendacinių kainų ir (ar) nenurodė, kad jos sudarytoje sutartyje jokio įsipareigojimo laikytis rekomendacinių mažmeninių kainų nėra.
115. MB Elektroninė parduotuvė taip pat ir pati klausdavo tiekėjos UAB „ODA LT“ dėl galimybės taikyti nuolaidas prekėms, taigi, MB Elektroninė parduotuvė žinojo ir suprato, kad negali savarankiškai nustatyti (mažinti) UAB „ODA LT“ nurodytų mažmeninių kainų. Be to, MB Elektroninė parduotuvė ne tik gaudavo mažmenines kainas iš UAB „ODA LT“ (ir nepateikė įrodymų, pagrindžiančių, kad ji nuosekliai, o ne pavieniais atvejais, taikydavo kitokias (mažesnes), nei nustatydavo UAB „ODA LT“, kainas savo galutiniams klientams), bet ir pati aktyviai stebėdavo kitų platintojų taikomas rinkoje kainas. MB Elektroninė parduotuvė informuodavo tiekėją UAB „ODA LT“ apie konkurentų taikomas nuolaidas, be kita ko, reikšdama pretenzijas tiekėjai dėl kitų platintojų taikomų akcijų, bei prašydama užtikrinti, jog nuolaidos nebūtų taikomos visame prekių platinimo tinkle¹²⁶. Toks MB Elektroninės parduotuvės elgesys paneigia rašytiniuose paaiškinimuose¹²⁷ pateiktą poziciją neva UAB „ODA LT“ veiksmai buvo vienašališki, neveiksmingi MB Elektroninės parduotuvės atžvilgiu, ir valios suderinimo tarp šalių nebuvo.

¹²⁴ Bylos 26 tomas, 13 lapas, 19–35 lapai, 39–40 lapai; 27 tomas, 15 lapas, 17–19 lapai (konfidencialus).

¹²⁵ MB Elektroninės parduotuvės 2023 m. balandžio 11 d. paaiškinimai dėl Tyrimo išvadų. Bylos 40 tomas, 12–24 lapai; 41 tomas, 1–13 lapai (konfidencialus).

¹²⁶ Po to, kai 2017 metų lapkričio gale ir gruodžio pradžioje UAB „ODA LT“ kelis kartus išpėjo MB Elektroninę parduotuvę dėl pastarosios su susitarimu nesuderinamų veiksmų, MB Elektroninė parduotuvė ne tik kad nenurodė, jog nėra įsipareigojusi taikyti UAB „ODA LT“ nurodomas kainas, bet priešingai piktinosi, jog nuolaidas taiko kiti platintojai ir reikalavo, kad tiekėja suvaldytų situaciją dėl kitų platintojų taikomų nuolaidų. Žr. nutarimo 12 lentelės 4 ir 8 laiškus.

¹²⁷ Bylos 40 tomas, 12–24 lapai; 41 tomas, 1–13 lapai (konfidencialus).



116. Atsižvelgiant į tai, kad MB Elektroninė parduotuvė jau 2016 m. gruodžio 7 d. el. laiške klausė leidimo taikyti tokią pat, kaip taiko pati UAB „ODA LT“ jos elektroninėje parduotuvėje, akciją ir savo (MB Elektroninės parduotuvės) klientams¹²⁸, t. y. nevykdė savarankiškos kainų ir nuolaidų taikymo politikos, bet atsiklausinėjo tiekėjos, taip pat įvertinus, jog pirmasis kainoraštis su „rekomenduojamomis pardavimo kainomis“ buvo persiųstas MB Elektroninei parduotuvei dar 2016 m. rugpjūčio 12 d.¹²⁹, laikytina, kad draudžiamas susitarimas prasidėjo ne vėliau nei nuo 2016 m. gruodžio 7 d.
117. Valios suderinimo būtent nuo 2016 m. gruodžio 7 d. fakto nepaneigia aplinkybė, kad UAB „ODA LT“ 2018 m. lapkričio 30 d. vidinėje komunikacijoje¹³⁰ išreiškė siekį panaikinti kai kurių platintojų (įskaitant MB Elektroninės parduotuvės) bet kokią galimybę taikyti nuolaidas be UAB „ODA LT“ žinios, t. y. stengėsi sukurti dar efektyvesnį visų tiekėjų kontroliavimo mechanizmą, neleidžiantį jiems slapta nukrypti nuo susitarimo. Kaip jau minėta, pagal teismų praktiką¹³¹, tam tikri nukrypimai nuo susitarimo laikytis sutartų perpardavimo kainų savaime nepaneigia tokio susitarimo egzistavimo ir konkurencijos ribojimo. Iš šio nutarimo 11 ir 12 lentelėse išdėstytos komunikacijos matyti, kad dar iki 2018 m. lapkričio mėnesio MB Elektroninė parduotuvė tiek stebėdavo kitų konkurentų taikomas kainas ir reikšdavo dėl to tiekėjai pretenzijas, tiek klausdavo UAB „ODA LT“ leidimo taikyti nuolaidas pačios platintojos parduodamoms prekėms. Tokių veiksmų akivaizdžiai nereikėtų atlikti, jeigu MB Elektroninės parduotuvės kainodara ir elgesys rinkoje minėtu laikotarpiu būtų visiškai nepriklausomas nuo UAB „ODA LT“.
118. Be to, kaip minėta, platintoja vykdė tiekėjos tiesioginius nurodymus panaikinti pritaikytas nuolaidas, UAB „ODA LT“ nuomone, nesuderinamas su bendradarbiavimo susitarimu. Priešingai nei teigia MB Elektroninė parduotuvė savo paaiškinimuose, 2017 m. lapkričio 10 d. UAB „ODA LT“ nurodymas panaikinti nuolaidą ir MB Elektroninės parduotuvės atsiprašymas už nesusipratimą bei tokio reikalavimo įvykdymas¹³² nėra vienkartinis veiksmas, kurio pagrindu daroma išvada, kad MB Elektroninė parduotuvė faktiškai įgyvendino UAB „ODA LT“ politiką, laikėsi tiekėjos nurodymų. MB Elektroninės parduotuvės argumentas paneigiamas UAB „ODA LT“ darbuotojų 2017 m. lapkričio 30 d. (t. y. po to, kai platintojai buvo išsiųsti keli įspėjimai dėl netinkamai taikomų nuolaidų) vykusiu susirašinėjimu¹³³, kurio metu viena darbuotoja paklausė „<...> kokia situacija su inbeauty? Aciu“, o kita darbuotoja atsakė: „*Pardavimo kainos atitinka rekomenduojamos, apie akcijos nėra info <...>*“; taip pat nurodė „<...> Jis [MB Elektroninės parduotuvės darbuotojas – Konkurencijos tarybos pastaba] *dabar man paskambina. Aiškina kad taip mes leidome prekiauti, kai nuolaida paslėpta, lyg kuponas <...>*“ [paryškinta Nutarimo tikslais]. Iš nurodytos komunikacijos matyti, kad nors MB Elektroninė parduotuvė kelis kartus nukrypo nuo susitarimo, UAB „ODA LT“ sužinojus apie tai ir pareikalavus panaikinti nuolaidas, platintoja tokius nurodymus įvykdydavo, taip faktiškai palaikydama kito ūkio subjekto konkurencijos teisei prieštaraujantį reikalavimą ir patvirtindama savo sutikimą veikti rinkoje atitinkamu būdu.
119. Kadangi MB Elektroninė parduotuvė pateikė įrodymus, kad laikotarpiu nuo 2019 m. sausio 16 d. iki 2019 m. lapkričio 4 d. bendradarbiavimas su UAB „ODA LT“ faktiškai buvo nutrauktas, t. y. MB Elektroninė parduotuvė nevykdė pirkimų iš UAB „ODA LT“¹³⁴, nekomunikavo su tiekėja, o jos ženkliai sumažėję pardavimai¹³⁵ buvo vykdomi tik iš turimų „Oda“ prekės ženklo priemonių likučių,

¹²⁸ Nutarimo 12 lentelės 1 laiškas.

¹²⁹ Bylos 35 tomas, 10–16 lapai (konfidencialus).

¹³⁰ Nutarimo 2 lentelės 1 laiškas.

¹³¹ LVAT 2016 m. birželio 20 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-741-552/2016, UAB „Maxima LT“ ir UAB „Mantinga“ prieš Konkurencijos tarybą

¹³² Nutarimo 11 lentelės 1 laiškas.

¹³³ Nutarimo 4 lentelės 3 laiškas.

¹³⁴ Bylos 40 tomas, 23 lapas; 41 tomas, 12 lapas (konfidencialus)

¹³⁵ MB Elektroninės parduotuvės 2023 m. birželio 8 d. „Pažyma apie pajamas prekių oda prekinio ženklo“. Bylos 40 tomas 29 lapas, 41 tomas 15 lapas (konfidencialus).



Konkurencijos taryba pripažįsta, kad MB Elektroninės parduotuvės ir UAB „ODA LT“ draudžiamas susitarimas dėl odos priežiūros priemonių platinimo nustatytais (fiksuotomis) kainomis truko bent nuo 2016 m. gruodžio 7 d. iki 2019 m. sausio 16 d.

3.3. Išvada dėl susitarimo

120. Apibendrinant pirmiau išdėstytas faktines aplinkybes bei teisinius argumentus, darytina išvada, kad UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ bei MB Elektroninė parduotuvė suderino valią elgtis rinkoje atitinkamu būdu, t. y. sudarė Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punktu draudžiamą susitarimą dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo).
121. UAB „ODA LT“ ir jos platintojų susitarimas dėl prekių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo) vertintinas kaip vienas tęstinis pažeidimas.
122. LVAT praktikoje išaiškinta, kad, atsižvelgiant į bylos aplinkybes, atitinkamos rinkos specifiką, gali būti konstatuota, jog nėra teisiųjų pagrindų ūkio subjektų atskirus veiksmus vertinti kaip atskirus susitarimus (įskaitant ir susitarimus dėl kainų nustatymo), kai susitarimais buvo siekiama vieno ekonominio tikslo – apriboti konkurenciją atitinkamoje rinkoje¹³⁶. ESTT yra nurodęs, kad „*būtu nenatūralu išskaidyti tęstinį elgesį, kuriam būdingas vienas tikslas, ir vertinti jį kaip kelis atskirus pažeidimus, kai, priešingai, tai yra vienas pažeidimas, kuris laipsniškai pasireiškė tiek susitarimais, tiek suderintais veiksmais.*“¹³⁷ ESTT praktikoje taip pat išaiškinta, kad „*SESV 101 straipsnio 1 dalies pažeidimą gali sudaryti keletas veiksmų ar tęstinis elgesys, kuris yra „bendro plano“ dalis dėl jo to paties tikslo iškraipyti konkurenciją bendrojoje rinkoje. Tokiu atveju Komisija turi teisę numatyti atsakomybę už šiuos pažeidimus juos įvertindama kartu.*“¹³⁸
123. Atsižvelgiant į tai, kad UAB „ODA LT“ bent nuo 2016 m. gruodžio 7 d. iki 2020 m. balandžio 24 d. įgyvendino bendrą strategiją, kuria siekė užtikrinti „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų lygį visame jų platinimo tinkle, o platintojai MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ bei MB Elektroninė parduotuvė savo veiksmais faktiškai sutiko su tiekėjos konkurencijos teisei prieštaraujančiais reikalavimais, UAB „ODA LT“ ir jos platintojų susitarimas dėl prekių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo) vertintinas kaip vienas tęstinis pažeidimas, kurio trukmė, atsižvelgiant į tai, jog kiekvieno platintojo valios suderinimo data ir dalyvavimo susitarime pabaigos data yra skirtinga, nustatyta kiekvienam platintojui individualiai.

4. Sudarytas susitarimas turėjo tikslą riboti konkurenciją

124. Nustačius, kad nutarimo 3 dalyje aprašyti ūkio subjektai sudarė susitarimą dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo), Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio taikymo tikslais vertintina, ar toks susitarimas riboja ar gali riboti konkurenciją, t. y. būtina nustatyti susitarimo tikslą riboti konkurenciją arba konkurenciją ribojantį poveikį.
125. Šiuo klausimu ESTT yra pažymėjęs, kad „*pažeidimas dėl susitarimo tikslo*“ ir „*pažeidimas dėl susitarimo poveikio*“ skiriasi tuo, jog tam tikros įmonių susitarimo formos dėl paties savo pobūdžio gali būti laikomos žalingomis normaliai konkurencijai veikti. Pagal nusistovėjusią teismų praktiką, taikant SESV 101 straipsnio 1 dalį (atitinkamai taikytina ir Konkurencijos įstatymo 5 straipsniui), nereikia atsižvelgti į konkretų susitarimo poveikį, jei paaiškėja, kad susitarimo tikslas yra

¹³⁶ LVAT 2012 m. gegužės 17 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁵⁰²-1301/2012, *Valstybinė ligonių kasa prie Sveikatos apsaugos ministerijos, UAB „Ortobatas“, AB „Ortopedijos technika“ ir kiti prieš Konkurencijos tarybą.*

¹³⁷ Teisingumo Teismo 1999 m. liepos 8 d. sprendimas byloje Nr. C-49/92 P, *Europos Komisija prieš Anic Participazioni*, 82 pastraipa.

¹³⁸ Teisingumo Teismo 2004 m. sausio 7 d. sprendimas sujungtose bylose Nr. C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P ir C-219/00 P, *Aalborg Portland ir kt. prieš Europos Komisiją*, 258 pastraipa.



konkurencijos ribojimas, trukdymas arba iškraipymas¹³⁹. Taigi, jeigu yra įrodytas susitarimo tikslas riboti konkurenciją, nėra būtina nagrinėti ir nustatyti konkretų arba tikėtiną jo poveikį (neigiamas pasekmės) konkurencijai. Tokiu atveju, vien susitarimo fakto nustatymas yra pakankamas pagrindas susitarimo šalių neteisėtiems veiksams – konkurencijos teisės pažeidimui – konstatuoti. Tą savo praktikoje patvirtina ir LVAT¹⁴⁰.

126. Vienoje iš bylų ESTT nurodė, jog nuostatos, nustatančios kainas, kurios turi būti taikomos susitarimuose su trečiosiomis šalimis, pačios savaime sudaro konkurencijos ribojimą SESV 101 straipsnio 1 dalies prasme¹⁴¹. Kitose bylose ESTT yra pažymėjęs, jog susitarimo sąlygos, nustatančios minimalias platintojų perpardavimo kainas, bus laikomos turinčiomis tikslą riboti konkurenciją¹⁴².
127. Europos Komisija nurodė, kad pirkėjo galimybės nustatyti minimalią pardavimo kainą apribojimas paprastai laikomas apribojimu pagal tikslą¹⁴³. Europos Komisija 2003 m. liepos 16 d. sprendime *Yamaha* pažymėjo, kad sąlygos, numatančios kainos apskaičiavimo tvarką, objektas yra tiesioginis kainų fiksavimas, parduodant prekes platintojams bei vienodinant pardavimo kainas ir nuolaidas, todėl yra ribojama ar iškreipiama kainų konkurencija. Tokios sąlygos yra konkurencijos ribojimas pagal tikslą, nepaisant to, koku lygmeniu jis buvo įgyvendintas¹⁴⁴. Toje pačioje byloje Europos Komisija taip pat pažymėjo, jog perpardavimo kainų palaikymas reiškia drastišką kišimąsi į konkurenciją, kuris laikytinas labai sunkiu konkurencijos taisyklių pažeidimu. Ši priemonė iš esmės mažina ir vartotojų gerovę, taip pat gali skatinti pernelyg didelį kainų skaidrumą ar net sudaryti galimybes egzistuoti konkurenciją ribojantiems susitarimams tarp tiekėjų ar mažmenininkų. Todėl perpardavimo kainų palaikymo nustatymas turėtų būti vertinamas ypač griežtai, siekiant atgrasyti ūkio subjektus nuo neteisėtos veiklos¹⁴⁵. Analogiškos pozicijos, kad perpardavimo kainų palaikymo susitarimas jau pagal savo pobūdį laikytinas pakankamai žalingu, ribojančiu konkurenciją, Europos Komisija laikėsi ir vėlesnėje savo praktikoje¹⁴⁶.
128. Europos Komisija taip pat yra konstatavusi, jog perpardavimo kainų lygio nustatymas iškreipia kainų tendencijas rinkoje ir turi tikslą riboti konkurenciją. Viena vertus, platintojas turi laikytis sutartų įsipareigojimų, kurie riboja laisvę apibrėžti savo kainų politiką. Kita vertus, tiekėjas stengiasi dirbtinai suderinti kainas ir nuolaidas, atsižvelgiant į tas, kurios taikomos atitinkamoje valstybėje. Kainų nustatymas, skirtas iškreipti įprastą kainų raidą rinkose, yra tiesiogiai nurodytas SESV 101 straipsnio 1 dalies a) punkte¹⁴⁷.

¹³⁹ Teisingumo Teismo 2012 m. gruodžio 13 d. prejudicinis sprendimas byloje Nr. C-226/11, *Expedia Inc. prieš Autorité de la concurrence ir kt.*, 35, 36 p. ir jose nurodyta teismų praktika; Teisingumo Teismo 2020 m. balandžio 2 d. prejudicinis sprendimas byloje Nr. C-228/18, *Gazdasági Versenyhivatal prieš Budapest Bank ir kt.*, 34, 35 p. ir jose nurodyta teismų praktika.

¹⁴⁰ LVAT 2012 m. birželio 21 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁵⁵²-2016/2012, *UAB „Eksortus“*, *UAB „Specialus montažas – NTP“ prieš Konkurencijos tarybą*; 2012 m. balandžio 18 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁸⁵⁸-1704/2012, *UAB „Autoūkis“ prieš Konkurencijos tarybą*; 2018 m. birželio 4 d. nutartis adm. byloje Nr. eA-143-624/2018, *UAB „Forum Cinemas“ prieš Konkurencijos tarybą*.

¹⁴¹ ESTT 1985 m. liepos 3 d. sprendimas byloje Nr. 243/83, *SA Binon and Cie v. SA Agence et Messageries de la Presse*, 44 p.

¹⁴² ESTT 1977 m. spalio 25 d. sprendimas byloje Nr. 26/76, *Metro-SB-Grossmärkte GmbH v. Commission (Metro I)*; 1986 m. sausio 20 d. sprendimas byloje Nr. 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*.

¹⁴³ European Commission staff working document „Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice“ 3.4 dalis, 16 lapas.

¹⁴⁴ Europos Komisijos 2003 m. liepos 16 d. sprendimas byloje Nr. COMP/37.975 PO/Yamaha, p. 144, 146.

¹⁴⁵ Europos Komisijos 2003 m. liepos 16 d. sprendimas byloje Nr. COMP/37.975 PO/Yamaha, p. 190.

¹⁴⁶ Europos Komisijos 2018 m. liepos 24 d. sprendimas byloje Nr. AT.40469 – Denon & Marantz; 2018 m. liepos 24 d. sprendimas byloje Nr. AT.40465 – Asus; 2018 m. liepos 24 d. sprendimas byloje Nr. AT.40182 – Pioneer.

¹⁴⁷ Europos Komisijos 2000 m. liepos 15 d. sprendimas byloje Nr. COMP.F.1/36.516 –Nathan-Bricolux (2001/135/EC) OJ L 054 , 23/02/2001 p. 1–18, 88.



129. Bendrosios išimties reglamento preambulės 10 punkte nurodyta, jog „šiuo reglamentu nustatyta bendroji išimtis, nepaisant atitinkamų įmonių užimamos rinkos dalies, visų pirma neturėtų būti taikoma vertikaliesiems susitarimams, kuriuose numatyta tam tikrų griežtų konkurencijos apribojimų, kaip antai minimalios arba fiksuotos perpardavimo kainos <...>“, o 4 straipsnyje yra įtvirtinti pagrindiniai vertikalieji apribojimai, kuriuos įtraukus į susitarimą, daroma prielaida, kad toks susitarimas riboja konkurenciją. Vienas iš pagrindinių vertikalųjų apribojimų yra vertikalusis susitarimas, kuriuo tiesiogiai ar netiesiogiai, atskirai ar kartu su kitais šalių kontroliuojamais veiksniais, siekiama apriboti pirkėjo galimybes nustatyti savo pardavimo kainą.
130. Analizuojamu atveju, įvertinus nagrinėjamo vertikalaus susitarimo sąlygų pobūdį, šio susitarimo sudarymo motyvus (vykdomą strategiją) ir ekonominį bei teisinį susitarimo sudarymo kontekstą, UAB „ODA LT“ ir šiame nutarime nagrinėjamų platintojų sudarytas susitarimas vertinamas kaip turintis tikslą riboti konkurenciją, kurio neigiamos pasekmės konkurencijai preziumuojamos. Tą patvirtina toliau nurodytos aplinkybės.
131. Vienintelis UAB „ODA LT“ susitarimo su platintojais tikslas buvo išvengti tarpusavio konkurencijos. Tai patvirtina šiame nutarime aprašyta UAB „ODA LT“ bendradarbiavimo su platintojais strategija, kurios taikymo motyvai atsiskleidžia tiek UAB „ODA LT“ darbuotojos¹⁴⁸ paaiškinimuose (nurodyta, kad buvo siekiama neleisti kosmetologėms ar kitiems platintojams pardavinėti „Oda“ prekes pigiau, taip pat kad kainos turėjo būti nei didesnės, nei mažesnės už UAB „ODA LT“, o vienodos), tiek ir UAB „ODA LT“ vidinėje komunikacijoje bei susirašinėjime su išoriniais paslaugų teikėjais¹⁴⁹, kuriame buvo aiškiai išreikštas UAB „ODA LT“ nepasitenkinimas situacija, jog platintojai tam tikrais atvejais visgi parduoda pigiau „Oda“ prekės ženklu pažymėtas prekes, o taip pat komunikuojamas noras, siekis apsunkinti platintojų galimybę taikyti bet kokias nuolaidas, galinčias sumažinti jų pardavimo kainas. Tikslas neleisti platintojams taikyti mažesnių nei taiko pati UAB „ODA LT“ jos prekių pardavimo kainų yra antikonkurencinio pobūdžio, nes taip užkertamas kelias ne tik tiekėjo prekių platintojams nevaržomai nustatyti savarankišką kainų politiką, tarpusavyje konkuruoti, be kita ko, ieškoti efektyviausio verslo modelio, leidžiančio pasiūlyti galutiniam vartotojui patrauklesnes pirkimo sąlygas, bet ir objektyviai sumažinama trečiųjų asmenų galimybė įsigyti prekių geriausiomis jiems kainomis. Kaip plačiai aprašyta šiame nutarime, šis konkurenciją tarp platintojų ribojantis tikslas neleisti prekių pardavinėti pigiau nei pati UAB „ODA LT“ buvo užtikrinimas įvairiomis priemonėmis, be kita ko, ne tik informavimu apie UAB „ODA LT“ taikomas perpardavimo kainas kainoraščiu ir atskirais el. laiškais su mažmeninėmis kainomis, bet ir nuolatiniu platintojų stebėjimu, įspėjimu, reikalavimų panaikinti akcijas platintojams siuntimu.
132. Vertindamas susitarimus dėl prekių perpardavimo kainų nustatymo, LVAT yra nurodęs, jog „tokie susitarimai objektyviai sąlygoja tokį ekonominį efektą rinkoje, jog joje perpardavimo kainos palaikomos dirbtinių, ne natūralių rinkos mechanizmų sąlygojamų priemonių pagalba. Tokiu būdu ne tik trukdoma rinkos dalyviams (tiekėjo prekių platintojams) nevaržomai nustatyti savarankišką kainų politiką, tarpusavyje konkuruoti, bet ir objektyviai apribojama galutinių vartotojų ar kitų trečiųjų asmenų galimybė įsigyti prekių palankiausiomis kainomis, sudaromos prielaidos labai pavojingiems konkurentų horizontaliame, mažmeninės prekybos lygmenyje susitarimams dėl kainų“¹⁵⁰. Dėl šios priežasties „tokių susitarimų padariniai (potencialūs ir (arba) realūs) yra akivaizdžiai žalingi, paprastai nėra reikalaujama nustatyti, ar kiekvienu konkrečiu atveju tokio susitarimo antikonkurencinės savybės nusveria prokonkurencines“¹⁵¹. Be to, analizuodamas susitarimą dėl prekių perpardavimo kainų nustatymo LVAT taip pat pažymėjo, jog „pareiškėjų pažeidimas riboja

¹⁴⁸ Nutarimo 5 lentelė.

¹⁴⁹ Nutarimo 2 lentelė.

¹⁵⁰ LVAT 2011 m. birželio 23 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁴⁴⁴-1433/2011, UAB „Media Incognito“, UAB „Bomba“, UAB „Palink“ ir kt. prieš Konkurencijos tarybą; 2011 m. birželio 23 d. sprendimas adm. byloje Nr. A⁴⁴⁴-1433/2011, UAB „Elektromarktas“, UAB „Interatlas“ ir kt. prieš Konkurencijos tarybą.

¹⁵¹ Ten pat.



*konkurenciją pagal tikslą, todėl vertinant tokio susitarimo egzistavimą nėra reikšminga, ar jis buvo įgyvendintas*¹⁵².

133. Kaip jau minėta, nagrinėjamu atveju UAB „ODA LT“ turėjo strategiją išlaikyti ne mažesnes nei jos pačios nurodytos „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių kainas visame platinimo tinkle ir šiam tikslui įgyvendinti ėmėsi įvairių tiesioginių ir netiesioginių priemonių, įskaitant, bet neapsiribojant, susitarimus dėl pardavimo kainų palaikymo ar ribojančius nuolaidų taikymo galimybes, kainų stebėseną, grasinimus sutarties nutraukimu nukrypus nuo susitarimo, įspėjimus dėl draudimo taikyti nuolaidas, dėl kurių nebuvo sutarta ar kurias gali taikyti tik pati UAB „ODA LT“, ir kita. Platintojai MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“, MB Elektroninė parduotuvė savo veiksmais (veikimu rinkoje atitinkamu būdu) palaikė tokią UAB „ODA LT“ strategiją, o kai kurie iš jų savo komunikacijoje net aiškiai išreiškė norą, jog taikomų kainų ir nuolaidų sistema būtų kontroliuojama / suvaldoma tiekėjo. Toks kainų nustatymo galutiniam klientui būdas galėjo nulemti didesnes „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių kainas vartotojams, nes juo panaikinamos ūkio subjektų, platinančių šias prekes (be kita ko, ir pačios tiekėjos UAB „ODA LT“, kuri taip pat platino) paskatos ir poreikis konkuruoti kainomis ir užtikrinamos iš prekių pardavimo ūkio subjektų norimos gauti pajamos.
134. Atsižvelgiant į pirmiau nurodytą teisinį bei ekonominį susitarimo sudarymo kontekstą, teismų ir institucijų praktikoje pateiktus išaiškinimus nagrinėjamam atvejui aktualiais klausimais, susitarimas tarp UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, MB Elektroninės parduotuvės ir UAB „GSS Baltic“, kuriuo nustatytos „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių pardavimo kainos, taikytinos vartotojams, laikytinas susitarimu, kurio tikslas yra riboti konkurenciją prekių kainomis Odos priežiūros priemonių platinimo rinkoje. Atitinkamai, nustačius, kad analizuojamas susitarimas riboja konkurenciją pagal tikslą, nereikia vertinti ir įrodyti konkretaus ar tikėtino šio susitarimo poveikio.
135. Apibendrinant išdėstytus argumentus, pripažintina, kad UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“, MB Elektroninės parduotuvės susitarimas dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių pardavimo kainų nustatymo prieštarauja Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punktui.

5. Susitarimas neatitinka mažareikšmiškumo ir išimties kriterijų

136. Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad Konkurencijos įstatymo 5 straipsnis netaikomas susitarimams (suderintiems veiksams), kurie dėl savo mažareikšmio poveikio laikomi negalintais itin riboti konkurencijos. Sąlygos ir reikalavimai, susiję su susitarimų mažareikšmiu poveikiu, nustatyti 2016 m. liepos 22 d. Konkurencijos tarybos nutarime Nr. 1S-84(2016) „Dėl reikalavimų ir sąlygų susitarimams, kurie dėl savo mažareikšmės įtakos negali itin riboti konkurencijos, patvirtinimo“ (toliau – Nutarimas dėl mažareikšmiškumo).
137. Nutarimo dėl mažareikšmiškumo 4.1 punkte numatyta, kad susitarimais, kurie dėl savo mažareikšmio poveikio negali itin riboti konkurencijos, nelaikomi tokie susitarimai, kuriais siekiama riboti konkurenciją, įskaitant Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje numatytus susitarimus. Kitaip tariant, pagal tikslą konkurenciją ribojantiems susitarimams, be kita ko, dėl kainų nustatymo, netaikomas mažareikšmiškumo kriterijus – tokie veiksmai laikomi Konkurencijos įstatymo pažeidimu, nepriklausomai nuo atitinkamus susitarimus sudariusių ūkio subjektų rinkų dalių.
138. Šiame nutarime analizuojamas ūkio subjektų susitarimas dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių pardavimo kainų nustatymo (fiksavimo). Toks susitarimas, kuris, kaip minėta, laikomas pagal savo tikslą ribojančiu konkurenciją, netenkina Nutarime dėl

¹⁵² LVAT 2017 m. sausio 24 d. nutartis adm. byloje Nr. P-1-146/2017, UAB „Maxima LT“ ir UAB „Mantinga“ prieš Konkurencijos tarybą.



mažareikšmiškumo įtvirtintų reikalavimų, todėl jis negali būti pripažintas mažareikšmiu ir šiuo pagrindu susitarime dalyvavę ūkio subjektai negali išvengti atsakomybės už savo veiksmus.

139. Konkurencijos taryba taip pat sprendžia, kad šiame nutarime analizuojamas konkurenciją ribojantis susitarimas nepatenka ir į Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio taikymo išimtį, kurios reikalavimai ir sąlygos įtvirtintos šio įstatymo 6 straipsnyje.
140. Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalyje nurodyta, kad šio įstatymo 5 straipsnis netaikomas, jeigu susitarimas skatina techninę ar ekonominę pažangą arba pagerina prekių gamybą ar paskirstymą ir taip sudaro galimybes vartotojams gauti papildomos naudos, taip pat jeigu: 1) susitariančiųjų šalių veiklai nesukelia apribojimų, kurie nėra būtini šiame straipsnyje nurodytiems tikslams pasiekti; 2) nesuteikia susitarimo šalims galimybės riboti konkurenciją didelėje atitinkamos rinkos dalyje.
141. To paties straipsnio 3 dalyje nurodyta, kad Konkurencijos taryba turi teisę priimti teisės aktus ir nustatyti susitarimų grupes bei sąlygas, kurioms esant susitarimas tenkina šio straipsnio 1 dalies sąlygas. Įgyvendindama šią nuostatą bei atsižvelgdama į Europos Sąjungos institucijų praktiką, Konkurencijos taryba 2010 m. liepos 15 d. nutarimu Nr. 1S-140 „Dėl susitarimų, tenkinančių Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalies sąlygas“ numatė sąlygas, kurias atitinkantys susitarimai laikomi tenkinančiais minėtas Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalyje įtvirtintas išimties sąlygas. Šiame nutarime yra nustatyta, kad Konkurencijos įstatymo 5 straipsnyje nurodyti draudžiami susitarimai, kurie negali paveikti Europos Sąjungos valstybių narių tarpusavio prekybos, tačiau tenkina kitas sąlygas, nustatytas Tarybos ir Europos Komisijos reglamentuose dėl SESV 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikroms susitarimų grupėms, laikomi tenkinančiais Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalies sąlygas.
142. Nei Europos Sąjungos institucijų, nei nacionaliniai teisės aktai neįtvirtina galimybės netaikyti SESV 101 straipsnio (nagrinėjamu atveju ir, atitinkamai, Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio) tokio pobūdžio konkurenciją ribojantiems suderintiems veiksams (susitarimams) dėl perpardavimo kainų fiksavimo, kokie analizuojami šiame nutarime. Priešingai, vadovaujantis Bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio a) punktu, šiame reglamente numatyta **išimtis netaikoma vertikaliesiems susitarimams**, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai, atskirai ar kartu su kitais šalių kontroliuojamais veiksniais **siekama apriboti pirkėjo galimybes nustatyti savo pardavimo kainą** [paryškinta Nutarimo tikslais], nepažeidžiant tiekėjo galimybės nustatyti maksimalią pardavimo kainą arba rekomenduoti pardavimo kainą, su sąlyga, kad ši kaina nesiekia nustatytos arba minimalios pardavimo kainos dėl bet kurios iš šalių spaudimo arba paskatų.
143. Bendrosios išimties reglamente numatytos išimties netaikymas nepanaikina ūkio subjektų galimybės įrodinėti individualiąją išimtį pagal Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalies sąlygas. Pagal Vertikaliųjų apribojimų gairių 47 punktą, jei į susitarimą yra įtraukta perpardavimo kainų palaikymo sąlyga, daroma prielaida, kad tas susitarimas riboja konkurenciją ir todėl jis patenka į SESV 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Taip pat daroma prielaida, kad toks susitarimas tikriausiai neatitiks ir SESV 101 straipsnio 3 dalies sąlygų, todėl tokiais atvejais ūkio subjektai, norėdami įrodyti konkurenciją skatinantį poveikį ir remtis SESV 101 straipsnio 3 dalimi, turėtų pagrįsti, kad veiksmingumo pasiekta dėl to, kad į jų susitarimą įtrauktas pagrindinis apribojimas (nagrinėjamu atveju – minimalių perpardavimo kainų nustatymo sąlyga), ir įrodyti, kad tenkinamos visos SESV 101 straipsnio 3 dalies sąlygos. Analogiška nuostata įtvirtinta ir Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 2 dalyje, pagal kurią pareiga įrodyti, kad susitarimas atitinka Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalį, t. y. išimčiai keliamas sąlygas, tenka išimtimi besinaudojančiai susitarimo šaliai.
144. Kadangi šiame nutarime analizuojamą draudžiamą susitarimą sudarę ūkio subjektai nepateikė įrodymų dėl Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalyje išdėstytų sąlygų tenkinimo nagrinėjamu atveju, individualioji išimtis taip pat netaikytina.



145. UAB „ODA LT“ rašytiniuose paaiškinimuose¹⁵³ netinkamai aiškina ir taiko Vertikaliųjų apribojimų gairių nuostatas, akcentuodama jos pačios bei platintojų užimamas mažas rinkos dalis bei teigdama, kad šiuo atveju negali būti poveikio konkurencijai ir jai negali būti taikoma atsakomybė. Kaip jau nurodyta pirmiau, 142 pastraipoje, nustatytas pažeidimas nėra priskiriamas vertikaliesiems susitarimams, kurie nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Analizuojamas pažeidimas vertinamas atsižvelgiant į Vertikaliųjų apribojimų gairių 47 ir 48 punktų nuostatas, kuriose numatyta, kad susitarimams dėl perpardavimo kainų palaikymo bendrosios išimties reglamentas netaikomas, ir yra daroma prielaida, kad toks susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Kaip jau pasisakyta nutarimo 4 dalyje, susitarimas dėl perpardavimo kainų palaikymo laikomas tokiu, kuris turi tikslą riboti konkurenciją, todėl toks susitarimas pagal poveikio rinkai ar mažareikšmiškumo kriterijus nėra vertinamas, o individualios išimties taikymo sąlygų, kaip minėta, ūkio subjektai, be kita ko, ir UAB „ODA LT“, neįrodinėjo.

6. Skiriamos sankcijos už Konkurencijos įstatymo pažeidimą

146. Konkurencijos įstatymo 36 straipsnio 1 dalyje nurodyta, kad už draudžiamus susitarimus ūkio subjektams skiriama piniginei bauda iki 10 procentų bendrųjų metinių pasaulinių ūkio subjekto pajamų praėjusiais ūkiniais metais. Nustatant konkrečių baudų dydžius turi būti atsižvelgiama į Konkurencijos įstatymo 37 straipsnio 1 dalyje numatytas aplinkybes: pažeidimo pavojingumą, pažeidimo trukmę, ūkio subjekto atsakomybę lengvinančias ar sunkinančias aplinkybes, kiekvieno ūkio subjekto įtaką pažeidimo padarymui, kai pažeidimą padaro keli ūkio subjektai.
147. Baudos dydis nustatomas vadovaujantis Baudų, skiriamų už Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo pažeidimus, dydžio nustatymo tvarkos aprašu, patvirtintu Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. sausio 18 d. nutarimu Nr. 64 „Dėl Baudų, skiriamų už Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo pažeidimus, dydžio nustatymo tvarkos aprašo patvirtinimo“ (toliau – Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašas), kurio 4 punkte nustatyta, kad už draudžiamą susitarimą ūkio subjektui skiriamas baudos dydis apskaičiuojamas dviem etapais: pirmiausia apskaičiuojamas bazinis baudos dydis, vėliau bazinis baudos dydis tikslinamas – didinamas arba mažinamas.

6.1. Bazinis baudos dydis

6.1.1. Pardavimų vertė

148. Vadovaujantis Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 4 punktu, bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis ūkio subjekto tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių pardavimų pajamomis ir pažeidimo trukme. Jeigu ūkio subjektas neturi pajamų iš tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių pardavimų, bazinis baudos dydis apskaičiuojamas pagal ūkio subjekto paskutiniuosius ūkiniais metais gautas bendrąsias pajamas ir pažeidimo trukmę.
149. Pagal Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 5 punkto nuostatas, pardavimų vertė paprastai nustatoma pagal paskutinių vienerių ūkio subjekto dalyvavimo darant pažeidimą ūkinių metų pardavimų pajamas, gautas tiesiogiai ir netiesiogiai iš su pažeidimu susijusių prekių pardavimų. Jeigu ūkio subjekto dalyvavimo darant pažeidimą laikotarpis trumpesnis nei vieneri ūkiniai metai, pardavimų vertė nustatoma pagal pardavimų pajamas, gautas iš tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių pardavimų, kurias ūkio subjektas gavo per dalyvavimo darant pažeidimą laikotarpį.
150. Pagal Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 8 punktą bazinis baudos dydis lygus pardavimų vertės dalies, apskaičiuotos įvertinus pažeidimo pavojingumą, ir pažeidimo trukmės metais sandaugai. Pagal Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 16 punkto nuostatas, Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 4.1 papunktyje ir 6 punkte numatytais atvejais, kai bazinis baudos dydis apskaičiuojamas pagal ūkio subjekto paskutiniuosius ūkiniais metais gautas bendrąsias pajamas, bazinis baudos dydis lygus ūkio

¹⁵³ UAB „ODA LT“ 2023 m. balandžio 17 d. „Paaiškinimai dėl 2023-03-21d tyrimo išvadų Nr. 6S-5 (2023)“. Bylos 45 tomas, 9–73 lapai, 46 tomas 11–41 lapai (konfidencialus)



subjektų bendrųjų pajamų dalies, apskaičiuotos įvertinus pažeidimo pavojingumą, ir pažeidimo trukmės metais sandaugai. Bazinis baudos dydis negali viršyti 10 procentų ūkio subjekto bendrųjų metinių pajamų praėjusiais ūkiniais metais.

151. Tai, kokios pajamos laikytinos tiesiogiai ar netiesiogiai susijusiomis su pažeidimu, vertinama atsižvelgiant į konkretaus pažeidimo pobūdį bei nagrinėjamo draudžiamo susitarimo kontekstą. Pajamų, gautų iš tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių pardavimų, sąvoka yra siejama su pardavimais, kuriuos paveikė ar galėjo paveikti pažeidimas – draudžiamas susitarimas. Vis dėlto, nėra būtina įrodyti, kad nagrinėjamas draudžiamas susitarimas realiai paveikė atitinkamus produktus ar pajamas, nes tokiu atveju būtų pakenkta šia nuostata siekiamam tikslui¹⁵⁴.
152. Kaip ne kartą yra nurodęs ESTT, su pažeidimu susijusių pajamų sąvoka neturi būti pernelyg susiaurinama, reikalaujant įrodyti, kad nagrinėjamas draudžiamas susitarimas realiai paveikė atitinkamus produktus ar pajamas, t. y. pardavimų vertės sąvoka neturėtų būtų aiškinama kaip apimanti tik apyvartą, gautą vien iš tų pardavimų, kuriuos realiai, kaip nustatyta, paveikė konkretus draudžiamas susitarimas¹⁵⁵. ESTT taip pat nurodė, kad nustatant pardavimų vertę „*svarbiausia ne tai, ar nagrinėjamų pardavimų kainas paveikė kartelis, o tai, kad šie pardavimai buvo vykdomi kartelio, kuriame ieškovės dalyvavo, egzistavimo paveiktoje rinkoje*“ bei nurodė, kad „*net jei kartelis nepaveikia atitinkamo produkto pardavimų įmonėms, susijusioms su šio kartelio dalyvėmis, konkurencija atitinkamoje rinkoje yra iškreipta, taigi į šiuos pardavimus galima atsižvelgti apskaičiuojant baudą*“¹⁵⁶.
153. LVAT praktikoje taip pat išaiškinta, kad sprendžiant dėl to, kurių prekių pardavimai yra tiesiogiai ar netiesiogiai susiję su pažeidimu, visų pirma atsižvelgtina į konkrečiu atveju nustatytą atitinkamą rinką, kadangi laikytina, kad apribojimas tam tikros prekės kainą, šis apribojimas lemia ar gali lemti ir kitos prekės, esančios toje pačioje atitinkamoje rinkoje, kainą¹⁵⁷.
154. Nagrinėjamu atveju buvo apibrėžtos dvi atitinkamos rinkos – odos priežiūros priemonių tiekimo Lietuvos Respublikoje rinka; ir 2) odos priežiūros priemonių platinimo Lietuvos Respublikoje rinka. Nutarime nustatyta, kad ūkio subjektai sudarė susitarimą dėl „Oda“ prekės ženklu pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo). Tyrimo metu nustatyta, kad šio draudžiamo susitarimo objektu tapo tam tikros kategorijos odos priežiūros priemonės, kurias pažeidimo laikotarpiu tiekė ir platino UAB „ODA LT“: veido prausikliai, veido kremai, veido serumai, veido kaukės, akių makiažo valikliai, priemonės su glikolio ar pieno rūgštimi, rankų kremai, pėdų kremai. Atsižvelgiant į nustatytas aplinkybes, bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusiomis pajamomis, t. y. ūkio subjektų pajamomis, gautomis tiekiant (UAB „ODA LT“ atveju) ir platinant (visų ūkio subjektų atveju) aukščiau išvardytų kategorijų prekes, nepriklausomai nuo šių prekių gamintojų, tiekėjų ar prekės ženklo, kuriuo žymimos prekės.
155. Įvertinus tai, kad buvo padarytas vienas tęstinis pažeidimas, tačiau kiekvieno platintojo dalyvavimo draudžiamame susitarime pradžios ir pabaigos data yra skirtinga, priklausomai nuo to, kada atitinkamas platintojas suderino valią su UAB „ODA LT“, laikotarpiai, kuriais bus vertinamos

¹⁵⁴ Pirmos instancijos teismo 1998 m. rugsėjo 15 d. sprendimas byloje Nr. T-374/94, *European Night Services prieš Europos Bendrijų Komisiją*, 93–95 ir 103 pastraipos; 2003 m. gruodžio 11 d. sprendimas byloje Nr. T-61/99, *Adriatica di Navigazione prieš Europos Bendrijų Komisiją*, 28–29 pastraipos; Teisingumo Teismo 2015 m. balandžio 23 d. sprendimas byloje Nr. C-227/14 P, *LG Display Co. Ltd prieš Europos Komisiją*, 56 ir 63 pastraipos.

¹⁵⁵ ESTT 2015 m. kovo 19 d. sprendimas byloje Nr. C-286/13 P, *Dole Food Company, Inc., Dole Fresh Fruit Europe prieš Europos Komisiją*, 148 p. ir jame nurodoma teismų praktika; ESTT 2015 m. balandžio 23 d. sprendimas byloje Nr. C-227/14 P, *LG Display Co. Ltd prieš Europos Komisiją*, 53–54 p. ir juose nurodoma teismų praktika.

¹⁵⁶ ESTT 2015 m. balandžio 23 d. sprendimas byloje Nr. C-227/14 P, *LG Display Co. Ltd v Europos Komisija*, 56, 63 punktai.

¹⁵⁷ LVAT 2016 m. gegužės 2 d. sprendimas adm. byloje Nr. A-97-858/2016, *UAB „Eturas“ ir kt. prieš Konkurencijos tarybą*.



tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusios ūkio subjektų pajamos, vertintini kiekvieno platintojo ir tiekėjo atžvilgiu individualiai:

- (a) UAB „ODA LT“ draudžiamame susitarime dalyvauja bent nuo 2016 m. gruodžio 7 d. iki 2020 m. balandžio 24 d., todėl šiam ūkio subjektui taikytinas bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis 2019 metų pajamomis, gautomis už odos priežiūros priemonių, nurodytų nutarimo 154 pastraipoje, tiekimą ir platinimą Lietuvoje¹⁵⁸. UAB „ODA LT“ 2019 metų su pažeidimu tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios pajamos sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur¹⁵⁹;
- (b) MB „Efektas“ draudžiamame susitarime dalyvauja bent nuo 2018 m. vasario 20 d. iki 2019 m. gegužės 16 d. Kadangi pažeidimo terminas nesudaro vienerių pilnų ūkinių metų, kurių pajamos galėtų būti naudojamos baudos dydžio skaičiavimo tikslais, šiam ūkio subjektui taikytinas bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis 2018 ir 2019 metų pajamų, gautų už odos priežiūros priemonių, nurodytų nutarimo 154 pastraipoje, platinimą Lietuvoje, vidurkiu. MB „Efektas“ 2018 metų su pažeidimu tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios pajamos sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur, o 2019 metų – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur¹⁶⁰. 2018 ir 2019 metų tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių pajamų vidurkis yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur;
- (c) Permanent Makeup of Baltics, UAB, draudžiamame susitarime dalyvauja bent nuo 2018 m. gegužės 21 d. iki 2019 m. gegužės 21 d. Kadangi pažeidimo terminas nesudaro vienerių ūkinių metų, kurių pajamos galėtų būti naudojamos baudos dydžio skaičiavimo tikslais, šiam ūkio subjektui taikytinas bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis 2018. ir 2019 metų pajamų, gautų už odos priežiūros priemonių, nurodytų nutarimo 154 pastraipoje, platinimą Lietuvoje, vidurkiu. Permanent Makeup of Baltics, UAB, 2018 metų su pažeidimu tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios pajamos sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur, o 2019 metų – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur¹⁶¹. 2018 ir 2019 metų tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių pajamų vidurkis yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur;
- (d) UAB „Garbanė“ draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2017 m. lapkričio 27 d. iki 2020 m. balandžio 24 d., todėl šiam ūkio subjektui taikytinas bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis 2019 metų pajamomis, gautomis už odos priežiūros priemonių, nurodytų nutarimo 154 pastraipoje, platinimą Lietuvoje. UAB „Garbanė“ 2019 metų su pažeidimu tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios pajamos sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur¹⁶²;
- (e) UAB „Korola“ dalyvavimas draudžiamame susitarime prasidėjo 2018 m. vasario 28 d., o nutrūko 2019 m. vasario 28 d. Kadangi pažeidimo terminas nesudaro vienerių ūkinių metų, kurių pajamos galėtų būti naudojamos baudos dydžio skaičiavimo tikslais, šiam ūkio subjektui taikytinas bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis 2018 ir 2019 metų pajamų, gautų už odos priežiūros priemonių, nurodytų nutarimo 154 pastraipoje, platinimą Lietuvoje, vidurkiu.

¹⁵⁸ Bazinio baudos dydžio skaičiavimo tikslais su pažeidimu susijusios pajamos nėra skaidomos ar kitaip išskiriamos pagal produktų linijas, nes UAB „ODA LT“ prekių platintojai prekiaavo produktais iš abiejų produktų linijų (tiek „Namų linijos“, tiek „Profesionalios linijos“), todėl laikytina, kad prekių linijų išskyrimas, kai nesikeičia bendra prekių tiekimo ir platinimo metu gautų pajamų suma atitinkamais metais, nėra reikšmingas baziniam baudos dydžiui skaičiuoti.

¹⁵⁹ Bylos 17 tomas, 205 lapas; 18 tomas, 67, 132 lapas (konfidencialus).

¹⁶⁰ Bylos 7 tomas, 78 lapas; 8 tomas, 18 lapas (konfidencialus).

¹⁶¹ Bylos 20 tomas, 67–72 lapas; 20A tomas, 1–3 lapai; 21 tomas, 18–20 lapai (konfidencialus).

¹⁶² Bylos 43 tomas, 90–101 lapai; 44 tomas, 81–92 lapai (konfidencialus); 12 tomas, 15 lapas (konfidencialus); 11 tomas, 129 lapas.



2018 metų su pažeidimu tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios pajamos sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur, o 2019 metų – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur¹⁶³. 2018 ir 2019 metų tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių pajamų vidurkis yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur;

- (f) UAB „GSS Baltic“ draudžiamame susitarime dalyvauja bent nuo 2018 m. sausio 26 d. iki 2018 m. rugsėjo 12 d., todėl šiam ūkio subjektui taikytinas bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis 2018 metų pajamomis, gautomis už odos priežiūros priemonių, nurodytų nutarimo 154 pastraipoje, platinimą Lietuvoje, dauginant šias pajamas iš dalyvavimo pažeidime mėnesių skaičiaus (naudojami visi dalyvavimo darant pažeidimą mėnesiai – 7 mėnesiai) ir dalijant iš 12. UAB „GSS Baltic“ 2018 metų su pažeidimu tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios pajamos sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur¹⁶⁴, pardavimo vertė baudos skaičiavimo tikslais sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur;
- (g) MB Elektroninė parduotuvė draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2016 m. gruodžio 7 d. iki 2019 m. sausio 16 d., todėl šiam ūkio subjektui taikytinas bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis 2018 metų pajamomis, gautomis už odos priežiūros priemonių, nurodytų nutarimo 154 pastraipoje, platinimą Lietuvoje. MB Elektroninės parduotuvės 2019 metų su pažeidimu tiesiogiai ir netiesiogiai susijusios pajamos sudaro – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur¹⁶⁵.

6.1.2. Pažeidimo pavojingumas

- 156. Remiantis Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 9 punktu, baziniam baudos dydžiui apskaičiuoti naudojama pardavimų vertės dalis neviršija 30 procentų pagal aprašo III skyrių nustatytos pardavimų vertės. Vadovaujantis 10 punktu, baziniam baudos dydžiui apskaičiuoti naudojama pardavimų vertės dalis, atsižvelgiant į 9 punkte numatytą ribą, nustatoma pagal pažeidimo pavojingumą, o pažeidimo pavojingumas įvertinamas atsižvelgiant į visas su konkrečiu pažeidimu susijusias aplinkybes, tokias kaip pažeidimo pobūdis, visų pažeidimo dalyvių bendra rinkos dalis, pažeidimo geografinis plotas, ir kitas aplinkybes. Šių aplinkybių svarba ir jų vertinimo poreikis priklauso nuo kiekvieno konkretaus pažeidimo.
- 157. UAB „ODA LT“ ir MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“, MB Elektroninė parduotuvė sudarė vertikalusį susitarimą dėl perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo), kurio tikslas yra riboti konkurenciją. Tokie susitarimai dėl savo pobūdžio laikomi vienais iš sunkiausių konkurencijos teisės pažeidimų. Be to, vertinant pažeidimo geografinį plotą, pastebėtina, kad konkurenciją ribojantis susitarimas apėmė visą Lietuvos Respublikos teritoriją.
- 158. Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, bei teisingumo, proporcingumo ir protingumo kriterijus, yra pagrįsta už pažeidimo pavojingumą susitarime dalyvavusioms UAB „ODA LT“, MB „Efektas“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, UAB „GSS Baltic“ ir MB Elektroninei parduotuvei nustatyti 12 procentų dydį nuo pajamų, nurodytų šio nutarimo 155 pastraipoje.

6.1.3. Pažeidimo trukmė

- 159. Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 12 punkte nurodyta, jog siekiant atsižvelgti į kiekvieno ūkio subjekto dalyvavimo darant pažeidimą trukmę, pagal šio aprašo 9–11 punktų nuostatas apskaičiuota suma dauginama iš ūkio subjekto dalyvavimo darant pažeidimą metų skaičiaus. Trumpesnis nei šešių

¹⁶³Bylos 15 tomas, 10, 41, 81, 102–107, 112–113 lapai.

¹⁶⁴ Bylos 13 tomas, 60 lapas; 14 tomas, 27 lapas (konfidencialus).

¹⁶⁵ Bylos 40 tomas 24 lapas; 41 tomas, 13 lapas (konfidencialus), 9 tomas, 54 lapas.



mėnesių laikotarpis laikomas puse metų; ilgesnis už šešis mėnesius, bet trumpesnis už metus laikotarpis laikomas metais.

160. Toliau vertinama kiekvieno ūkio subjekto dalyvavimo pažeidime trukmė:

- (a) UAB „ODA LT“ draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2016 m. gruodžio 7 d. iki 2020 m. balandžio 24 d. Remiantis Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 12 punktu, baudos skaičiavimo tikslais pažeidimo trukmė yra 3,5 metų. Atitinkamai, pagal nutarimo 158 pastraipą apskaičiuota suma dauginama iš koeficiento 3,5.
- (b) MB „Efektas“ draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2018 m. vasario 20 d. iki 2019 m. gegužės 16 d. Taigi, baudos skaičiavimo tikslais trukmė yra 1,5 metų. Atitinkamai, pagal nutarimo 158 pastraipą apskaičiuota suma dauginama iš koeficiento 1,5.
- (c) Permanent Makeup of Baltics, UAB, draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2018 m. gegužės 21 d. iki 2019 m. gegužės 21 d. Taigi, baudos skaičiavimo tikslais trukmė yra 1 metai. Atitinkamai, pagal nutarimo 158 pastraipą apskaičiuota suma dauginama iš koeficiento 1.
- (d) UAB „Korola“ draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2018 m. vasario 28 d. iki 2019 m. vasario 28 d. Taigi, baudos skaičiavimo tikslais pažeidimo trukmė yra 1 metai. Atitinkamai, pagal nutarimo 158 pastraipą apskaičiuota suma dauginama iš koeficiento 1.
- (e) UAB „Garbanė“ draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2017 m. lapkričio 27 d. iki 2020 m. balandžio 24 d. Taigi, baudos skaičiavimo tikslais trukmė yra 2,5 metų. Atitinkamai, pagal nutarimo 158 pastraipą apskaičiuota suma dauginama iš koeficiento 2,5.
- (f) UAB „GSS Baltic“ draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2018 m. sausio 26 d. iki 2018 m. rugsėjo 12 d. Taigi, baudos skaičiavimo tikslais trukmė yra 1 metai. Atitinkamai, pagal nutarimo 158 pastraipą apskaičiuota suma dauginama iš koeficiento 1.
- (g) MB Elektroninė parduotuvė draudžiamame susitarime dalyvavo bent nuo 2016 m. gruodžio 7 d. iki 2019 m. sausio 16 d. Taigi, baudos skaičiavimo tikslais trukmė yra 2,5 metų. Atitinkamai, pagal nutarimo 158 pastraipą apskaičiuota suma dauginama iš koeficiento 2,5.

6.1.4. Atgrasymas

161. Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 14 punkte numatyta, kad siekiant užtikrinti baudų atgrasomąjį poveikį, baudos bazinis dydis didinamas, kai ūkio subjekto pajamos iš nesusijusių su pažeidimu prekių pardavimo sudaro daugiau kaip 95 proc. bendrųjų ūkio subjekto pajamų.
162. Teismų praktikoje ne kartą pasisakyta, kad skiriamos baudos turi turėti atgrasomąjį poveikį. Vienas iš baudos už konkurencijos teisės pažeidimus tikslų yra atgrasymas nuo pažeidimo darymo, todėl itin mažos ekonominės sankcijos taikymas ar atleidimas nuo baudos mokėjimo šio tikslo nepasiekia¹⁶⁶. Paskirtos sankcijos turi turėti pakankamą atgrasomąjį poveikį tiek susitarimų dalyviams, tiek ir kitiems verslo subjektams¹⁶⁷.
163. Kadangi Permanent Makeup of Baltics, UAB, ir MB Elektroninės parduotuvės pardavimų pajamos iš veiklos, nesusijusios su pažeidimu, sudaro daugiau kaip 95 proc. bendrųjų šių ūkio subjektų pajamų,

¹⁶⁶ LVAT 2013 m. balandžio 25 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁵²⁰-634/2013, *Corporation of European Pharmaceutical Distributors N.V. prieš Konkurencijos tarybą*.

¹⁶⁷ LVAT 2017 m. rugsėjo 15 d. nutartis adm. byloje Nr. eA-909-552/2017, *VšĮ „Media medis“ ir UAB „Ministerium“ prieš Konkurencijos tarybą*; Teisingumo Teismo 2014 m. rugsėjo 4 d. sprendimas byloje Nr. C-408/12 P, *YKK Corporation ir kiti prieš Europos Komisiją*, 84 p. ir joje nurodyta teismų praktika.



siekiant atgrasymo ir vadovaujantis teisingumo, objektyvumo ir proporcingumo principais, Permanent Makeup of Baltics, UAB, ir MB Elektroninei parduotuvei nutarimo 160 pastraipoje apskaičiuoti baziniai baudos dydžiai didinami 100 proc.

6.2. Bazinio baudos dydžio tikslinimas

6.2.1. Atsakomybę lengvinančios ir sunkinančios aplinkybės

164. Remiantis Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 17 punktu, nustačius Konkurencijos įstatymo 37 straipsnio 2 dalyje nurodytas atsakomybę lengvinančias aplinkybes arba Konkurencijos įstatymo 37 straipsnio 3 dalyje nurodytas atsakomybę sunkinančias aplinkybes, bazinis baudos dydis atitinkamai mažinamas arba didinamas.
165. Konkurencijos įstatymo 37 straipsnio 2 dalyje (suvestinė redakcija nuo 2019 m. liepos 2 d. iki 2020 m. spalio 31 d.) nurodyta, kad atsakomybę lengvinančiomis aplinkybėmis laikoma tai, jog ūkio subjektai, padarę pažeidimą, savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms, padėjo Konkurencijos tarybai tyrimo metu, atlygino nuostolius, pašalino padarytą žalą, savo valia nutraukė pažeidimą, neatliko konkurenciją ribojančių veiksmų, Konkurencijos tarybai tyrimo metu pateikdami rašytinį pripažinimo pareiškimą pripažino pažeidimą ir numatytą baudą, taip sudarydami sąlygas efektyviau atlikti tyrimą, pripažino Konkurencijos tarybos atlikto tyrimo metu nustatytas esmines aplinkybes, taip pat tai, kad pažeidimą sudarantis elgesys buvo nulemtas valdžios institucijų veiksmų ir ūkio subjekto finansinė padėtis yra labai sunki.
166. Konkurencijos tarybos vertinimu, nagrinėjamu atveju nėra atsakomybę lengvinančių aplinkybių.
167. Nesutiktina su MB Elektroninės parduotuvės argumentais, kad turėtų būti laikoma, jog ji savo valia nutraukė pažeidimą. MB Elektroninės parduotuvės pozicija grindžiama tuo, kad pranešimas dėl pradėto Tyrimo MB Elektroninei parduotuvei buvo išsiųstas vėliau, nei nustatyta draudžiamo susitarimo pabaigos data. Kaip nurodyta šiame nutarime, MB Elektroninės parduotuvės pažeidimas truko **bent** nuo 2016 m. gruodžio 7 d. iki 2019 m. sausio 16 d., todėl tai, kad apie pažeidimą sužinota tik 2019 metų pabaigoje ir pranešimas apie Tyrimą, atlikus tam tikrus informacijos patikrinimo veiksmus, išsiųstas vėliau nei Konkurencijos tarybos turimas paskutinis įrodymas apie susitarimo tarp UAB „ODA LT“ ir MB Elektroninės parduotuvės buvimą, savaime nepagrindžia, jog MB Elektroninė parduotuvė pati savo valia nutraukė pažeidimą. Būtent bendrovė turi įrodinėti, kad yra pagrindas taikyti atsakomybę lengvinančias aplinkybes. Šiuo atveju MB Elektroninė parduotuvė nepateikė jokių įrodymų, kad ji iki Tyrimo pradėjimo nutraukė pažeidimą savo valia, pavyzdžiui, aiškiai nurodžiusi UAB „ODA LT“, kad nesilaikys jos siunčiamų mažmeninių perpardavimo kainų ar kitaip aiškiai atsiribodama nuo vykdomos strategijos.
168. Nesutiktina ir su MB Elektroninės parduotuvės pozicija, kad ji neatliko konkurenciją ribojančių veiksmų, nes, MB Elektroninės parduotuvės teigimu, iš išdėstytų Tyrimo aplinkybių aiškiai matosi nuoseklus susitarimo sąlygų neatitinkantis MB Elektroninės parduotuvės elgesys rinkoje.
169. LVAT praktikoje išaiškinta, kad dėl susitarimo nevykdymo bauda gali būti sumažinta tiems ūkio subjektams, kurie pateikia pakankamus įrodymus, patvirtinančius, kad jie iš esmės nevykdė sudaryto draudžiamo susitarimo, t. y. sąmoningai nukrypo nuo susitarimo ir turėdami visas galimybes, jo nerealizavo. Sprendžiant dėl šios lengvinančios aplinkybės taikymo, turi būti matomi aiškūs ūkio subjekto veiksmai rinkoje, kurie patvirtintų, kad buvo nukrypta nuo draudžiamo susitarimo¹⁶⁸. Įrodinėjimo pareiga tenka ūkio subjektui, teigiančiam, jog jis iš esmės neįgyvendino draudžiamo susitarimo sąlygų – neįgyvendino konkurenciją ribojančių veiksmų¹⁶⁹.

¹⁶⁸ LVAT 2011 m. kovo 28 d. sprendimas adm. byloje Nr. A⁵²⁵-2577/2011, *Lietuvos komunikacijos agentūrų asociacija (KOMAA) ir kt. prieš Konkurencijos tarybą*; LVAT 2012 m. gegužės 17 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁵⁰²-1301/2012, *Valstybinė ligonių kasa, Ortopedijos ir reabilitacijos paslaugų teikėjų asociacija ir kt. prieš Konkurencijos tarybą*.

¹⁶⁹ LVAT 2012 m. gegužės 17 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁵⁰²-1301/2012, *Valstybinė ligonių kasa, Ortopedijos ir reabilitacijos paslaugų teikėjų asociacija ir kt. prieš Konkurencijos tarybą*.



170. MB Elektroninės parduotuvės rašytiniuose paaiškinimuose¹⁷⁰ akcentuojama elektroninė komunikacija, kurioje UAB „ODA LT“ reikalavo panaikinti pastebėtas akcijas¹⁷¹, patvirtina tik pavienius atvejus, kai platintoja taikydavo nuolaidas, tačiau ne sąmoningą nuoseklų susitarimo nevykdymą. Viena vertus, UAB „ODA LT“ sužinojus apie MB Elektroninės parduotuvės pritaikytas nuolaidas ir pareikalavus jas panaikinti, MB Elektroninė parduotuvė tiekėjai neprieštaravo, bet sutikdavo tas nuolaidas naikinti. Kita vertus, MB Elektroninė parduotuvė nuolat pati stebėdavo kitus rinkos dalyvius ir reikšdavo pretenzijas tiekėjai UAB „ODA LT“ tuo atveju, kai pastaroji laiku nesužiūrėdavo kitų platintojų taikomų nuolaidų. Kaip jau minėta nutarimo 3.2.6 dalyje, viename iš laiškų MB Elektroninė parduotuvė ne tik aiškiai neatsiribojo nuo UAB „ODA LT“ veiksmų, bet priešingai – išreiškė savo aiškų norą ir pritarimą, jog visų platintojų galimybės taikyti nuolaidas būtų ribojamos tiekėjos: „<...> *Tai padarykite taip, kad niekas nedarytų nuolaidų, ir mes būsime už tai.<...>*“. Remiantis tuo, kas nurodyta, nėra galimybės pripažinti, kad MB Elektroninė parduotuvė iš tikrųjų neatliko konkurenciją ribojančių veiksmų.
171. Konkurencijos taryba taip pat neturi pagrindo pripažinti, kad UAB „GSS Baltic“ atžvilgiu gali būti taikomos Konkurencijos įstatymo 37 straipsnio 2 dalies 4 ir 5 punktuose įtvirtintos lengvinančios aplinkybės (savo valia nutraukė pažeidimą, neatliko konkurenciją ribojančių veiksmų). Lengvinančių aplinkybių taikymo galimybę UAB „GSS Baltic“ įrodinėja iš esmės tais pačiais argumentais, kuriais ginčijo patį draudžiamo susitarimo sudarymą ir dėl kurių jau pasisakyta šio nutarimo 3.2.5 dalyje. Tyrimo metu surinkta ir šiame Nutarime išdėstyta pakankamai įrodymų, patvirtinančių, kad UAB „GSS Baltic“ taikoma „Oda“ prekės ženklų pažymėtų prekių kainodara nebuvo savarankiška, bendrovė iš anksto derino prekėms taikytinas nuolaidas. UAB „GSS Baltic“ nepateikė jokių įrodymų, kurie pagrįstų jos teiginį, jog ji draudžiamą susitarimą nutraukė savo valia, pavyzdžiui, jog aiškiai nurodė UAB „ODA LT“, jog nesilaikys jos siunčiamų mažmeninių perpardavimo kainų ar kitaip aiškiai atsiribojo nuo iki tol vykdomos strategijos.
172. Konkurencijos įstatymo 37 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad atsakomybę sunkinančiomis aplinkybėmis laikoma tai, jog ūkio subjektai kliudė vykdyti tyrimą, slėpė įvykdytą pažeidimą, tęsė pažeidimą nepaisydami Konkurencijos tarybos įpareigojimo nutraukti neteisėtus veiksmus arba jei pakartotinai per septynerius metus padarė pažeidimą, už kurį ūkio subjektams jau buvo paskirtos šiame įstatyme numatytos sankcijos.
173. Konkurencijos taryba nenustatė atsakomybę sunkinančių aplinkybių.

6.2.2. Kiekvieno ūkio subjekto įtaka pažeidimo padarymui

174. Remiantis Baudų dydžio nustatymo tvarkos aprašo 18 punktu, bazinis baudos dydis didinamas arba mažinamas atsižvelgiant į kiekvieno ūkio subjekto įtaką pažeidimo padarymui, kai pažeidimą padaro keli ūkio subjektai. Ūkio subjektui, kuris buvo pažeidimo iniciatorius arba skatino kitus ūkio subjektus dalyvauti darant pažeidimą, bazinis baudos dydis atitinkamai didinamas, o ūkio subjektui, kuris darant pažeidimą atliko pasyvų vaidmenį, bazinis baudos dydis atitinkamai mažinamas.
175. Konkurencijos taryba nenustatė pažeidimo iniciatoriaus ar ūkio subjekto, kuris skatino kitus ūkio subjektus dalyvauti darant šiame nutarime nagrinėjamą pažeidimą. Konkurencijos tarybos vertinimu, taip pat nėra pagrindo konstatuoti, kad darant pažeidimą kuris nors ūkio subjektas būtų atlikęs pasyvų vaidmenį.
176. Nesutiktina su MB Elektroninės parduotuvės pozicija, kad ji turėtų būti vertinama kaip subjektas, kuris darant pažeidimą atliko pasyvų vaidmenį, o jai taikytinas bazinis baudos dydis atitinkamai mažintinas. Kaip jau buvo nurodyta, MB Elektroninė parduotuvė ne tik laikėsi UAB „ODA LT“ kainų nustatymo ir nuolaidų taikymo strategijos, bet ir pati aktyviai stebėjo kitus šio prekės ženklo platintojus bei informuodavo tiekėją apie bet kokius nukrypimus nuo pastarosios strategijos, be kita

¹⁷⁰ Bylos 40 tomas, 12–24 lapai; 41 tomas, 1–13 lapai (konfidencialus).

¹⁷¹ Nutarimo 11 lentelės laiškai.



ko, reikalaujama, kad UAB „ODA LT“ užtikrintų, jog kitos bendrovės taip pat, kaip ir MB Elektroninė parduotuvė, negalėtų taikyti nuolaidų. Toks bendrovės elgesys paneigia jos argumentą, kad darant pažeidimą ji atliko tik pasyvų vaidmenį.

177. Remdamasi pirmiau išdėstytais argumentais, Konkurencijos taryba konstatuoja, kad nėra pagrindo sumažinti ar padidinti baudą kuriam nors pažeidime dalyvavusiam ūkio subjektui dėl jo didesnės ar mažesnės įtakos pažeidimo padarymui.

6.2.3. Skiriamų baudų dydžiai

178. Remiantis Konkurencijos įstatymo 36 straipsnio 1 dalimi ūkio subjektams už draudžiamus susitarimus skiriama piniginei bauda neturi viršyti 10 procentų jų bendrųjų metinių pajamų praėjusiais ūkiniais metais. Kadangi UAB „ODA LT“ apskaičiuotas baudos dydis viršija 10 procentų šios bendrovės 2022 metais gautų bendrųjų metinių pajamų¹⁷², baudos dydis šiam ūkio subjektui mažintinas iki maksimalios galimos ribos, t. y. iki 10 procentų bendrųjų metinių pajamų, gautų 2022 metais, dydžio.
179. Apibendrinama nutarimo 6 dalyje nurodytas aplinkybes, Konkurencijos taryba skiria pažeidimą padariusiems ūkio subjektams tokias baudas, jas suapvalinus iki dešimčių eurų į mažesnę pusę:
- (a) UAB „ODA LT“ – 163 020 (vieno šimto šešiasdešimt trijų tūkstančių dvidešimties) Eur baudą;
 - (b) MB „Efektas“ – 1 780 (vieno tūkstančio septynių šimtų aštuoniasdešimties) Eur baudą;
 - (c) Permanent Makeup of Baltics, UAB – 6 440 (šešių tūkstančių keturių šimtų keturiasdešimties) Eur baudą;
 - (d) UAB „Korola“ – 1 750 (vieno tūkstančio septynių šimtų penkiasdešimties) Eur baudą;
 - (e) UAB „Garbanė“ – 14 500 (keturiolikos tūkstančių penkių šimtų) Eur baudą;
 - (f) UAB „GSS Baltic“ – 19 990 (devyniolikos tūkstančių devynių šimtų devyniasdešimties) Eur baudą;
 - (g) MB Elektroninė parduotuvė – 11 550 (vienuolikos tūkstančių penkių šimtų penkiasdešimties) Eur baudą.

6.3. UAB „Korola“ atleidimas nuo baudos

180. UAB „Korola“ pateikė Konkurencijos tarybai prašymą dėl atleidimo nuo baudos¹⁷³, kuriame nurodė, jog UAB „Korola“ su UAB „ODA LT“ sudarė draudžiamą susitarimą dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių kainų nustatymo, ir pateikė susitarimo įrodymus. UAB „Korola“, remdamasi Konkurencijos įstatymo 38 straipsnio 1 dalimi, prašo atleisti ją nuo baudos, kuri galėtų būti skirta už dalyvavimą draudžiamame susitarime.
181. Konkurencijos įstatymo 38 straipsnio 1 dalyje (suvestinė redakcija nuo 2019 m. liepos 2 d. iki 2020 m. spalio 31 d.) nustatyta, kad ūkio subjektas, kuris yra draudžiamo konkurentų susitarimo dalyvis arba yra draudžiamo ne konkurentų susitarimo dėl tiesioginio ar netiesioginio kainų nustatymo (fiksavimo), nurodyto šio įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punkte, dalyvis, prašyme atleisti nuo baudos pateikęs Konkurencijos tarybai visą informaciją apie tokį susitarimą, atleidžiamas nuo baudos, numatytos už šį pažeidimą, esant visoms šioms sąlygoms: a) ūkio subjektas pateikė informaciją iki šio susitarimo tyrimo pradžios; b) ūkio subjektas yra pirmasis iš draudžiamo susitarimo dalyvių, pateikęs tokią informaciją; c) ūkio subjektas pateikia visą jam žinomą informaciją apie draudžiamą susitarimą ir bendradarbiauja su Konkurencijos taryba tyrimo metu; d) ūkio subjektas nebuvo draudžiamo susitarimo iniciatorius ir neskatino kitų ūkio subjektų dalyvauti tokiaame susitarime.

¹⁷² Bylos 18 tomas, 67 lapas (konfidencialus).

¹⁷³ UAB „Korola“ 2019 m. gruodžio 20 d. „Prašymas dėl atleidimo nuo baudos pagal Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 38 straipsnį“. Bylos 4 tomas, 10–11 lapai (konfidencialus).



182. UAB „Korola“ prašymas atleisti nuo baudos už dalyvavimą draudžiamame susitarime pagal Konkurencijos įstatymo 38 straipsnio 1 dalį Konkurencijos taryboje buvo gautas 2019 m. gruodžio 20 d., o Tyrimas buvo pradėtas 2020 m. birželio 30 d. Konkurencijos tarybos nutarimu Nr. 1S-74(2020). Taigi, UAB „Korola“ įvykdė reikalavimą pateikti informaciją iki susitarimo tyrimo pradžios. Be to, UAB „Korola“ buvo pirmasis ūkio subjektas, pateikęs informaciją apie sudarytą draudžiamą susitarimą, ir pateikta informacija sudarė pakankamą pagrindą atlikti tikslinius patikrinimus dėl įtariamo draudžiamo susitarimo. Nėra nustatyta, kad UAB „Korola“ pateikė ne visą jai žinoma informaciją apie susitarimą. Ūkio subjektas bendradarbiavo su Konkurencijos taryba. Tyrimo metu taip pat nebuvo nustatyta, kad UAB „Korola“ buvo draudžiamo susitarimo iniciatorė ar skatino kitus ūkio subjektus dalyvauti draudžiamame susitarime.
183. Atsižvelgdama į pirmiau išdėstytas aplinkybes Konkurencijos taryba konstatuoja, kad UAB „Korola“ pateiktas prašymas dėl atleidimo nuo baudos atitinka Konkurencijos įstatymo 38 straipsnio 1 dalies reikalavimus ir todėl UAB „Korola“ atleistina nuo jai Nutarimo 179(d) papunktyje apskaičiuotos baudos mokėjimo.

7. Procedūros nutraukimas UAB „Alatona“, MB „Reali erdvė“ ir MB Urbonaitės studijos atžvilgiu bei SESV taikymo

184. Konkurencijos įstatymo 28 straipsnio 3 dalies 1 punkte numatyta, kad Konkurencijos taryba priima nutarimą tyrimą nutraukti, jeigu tyrimo metu paaiškėja, jog teisės pažeidimo nėra.
185. Tyrimo metu nebuvo surinkta pakankamai įrodymų, kurie patvirtintų, kad šiame nutarime analizuotame draudžiamame susitarime dalyvavo UAB „Alatona“, MB „Reali erdvė“ ir MB Urbonaitės studija, dėl kurių taip pat buvo pradėtas Tyrimas. Dėl šios priežasties procedūra šių įmonių veiksmų atžvilgiu nutraukiama, pripažįstant, jog nėra pagrindo imtis veiksmų taikant Konkurencijos įstatymo 5 straipsnį.
186. Tyrimo metu taip pat nebuvo nustatyta, kad konstatuotas ūkio subjektų susitarimas dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo) galėtų daryti įtaką prekybai tarp valstybių narių, todėl nėra pagrindo taikyti SESV 101 straipsnį.

Vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punktu ir 2 dalimi, 28 straipsnio 3 dalies 1 punktu, 35 straipsnio 1 dalies 5 punktu, 36 straipsnio 1 dalimi, 37 straipsniu, 38 straipsnio 1 dalimi, taip pat Baudų, skiriamų už Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo pažeidimus, dydžio nustatymo tvarkos aprašu, patvirtintu Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. sausio 18 d. nutarimu Nr. 64,

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Pripažinti, kad UAB „ODA LT“ ir mažoji bendrija „Efektas“, UAB „Korola“, UAB „Garbanė“, Permanent Makeup of Baltics, UAB, UAB „GSS Baltic“ bei MB Elektroninė parduotuvė sudarė konkurenciją ribojantį susitarimą dėl „Oda“ prekės ženklų pažymėtų odos priežiūros priemonių perpardavimo kainų nustatymo (fiksavimo). Tokiu būdu ūkio subjektai pažeidė Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 1 punkto reikalavimus.
2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytą pažeidimą skirti pinigines baudas:
 - 2.1.UAB „ODA LT“ skirti 163 020 (vieno šimto šešiasdešimt trijų tūkstančių dvidešimties) Eur baudą;
 - 2.2.Mažajai bendrijai „Efektas“ skirti 1 780 (vieno tūkstančio septynių šimtų aštuoniasdešimties) Eur baudą;
 - 2.3.Permanent Makeup of Baltics, UAB, skirti 6 440 (šešių tūkstančių keturių šimtų keturiasdešimties) Eur baudą;
 - 2.4.UAB „Garbanė“ skirti 14 500 (keturiolikos tūkstančių penkių šimtų) Eur baudą;
 - 2.5.UAB „GSS Baltic“ skirti 19 990 (devyniolikos tūkstančių devynių šimtų devyniasdešimties) Eur baudą;
 - 2.6.MB Elektroninei parduotuvei skirti 11 550 (vienuolikos tūkstančių penkių šimtų penkiasdešimties) Eur baudą.



3. Nutraukti procedūrą dėl UAB „Alatona“, MB „Reali erdvė“ ir MB Urbonaitės studijos veiksmų atitikties Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams.
4. Pripažinti, kad nėra pagrindo taikyti Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio.
5. Atleisti UAB „Korola“ nuo 1 750 (vieno tūkstančio septynių šimtų penkiasdešimties) Eur baudos už dalyvavimą šios nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nustatytame draudžiamame susitarime.

Nutarimas gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui per vieną mėnesį nuo jo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje *kt.gov.lt* dienos.

Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 39 straipsniu, paskirta piniginė bauda per tris mėnesius nuo nutarimo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje *www.kt.gov.lt* dienos turi būti sumokėta į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą¹⁷⁴ (įmokos kodas 6920, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas 188659752).

Per nurodytą terminą nesumokėjus baudos, skaičiuojamos Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 6.210 straipsnio 2 dalyje nurodytos palūkanos. Palūkanos neskaičiuojamos baudos ar jos dalies mokėjimo atidėjimo laikotarpiu ir tuo atveju, kai Konkurencijos taryba priima sprendimą nesikreipti į antstolį dėl baudos priverstinio išieškojimo.

Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 33 straipsnio 3 dalimi, skundo padavimas dėl Konkurencijos tarybos nutarimo, kuriuo už Konkurencijos įstatymo pažeidimą ūkio subjektui paskirta bauda, nesustabdo Konkurencijos tarybos nutarimo vykdymo, išskyrus atvejus, kai Konkurencijos taryba, vadovaudamasi šio įstatymo 39 straipsnio 7 dalimi, priima sprendimą nesikreipti į antstolį dėl baudos priverstinio išieškojimo arba jeigu teismas nusprendžia kitaip. Konkurencijos taryba priima sprendimą nesikreipti į antstolį dėl priverstinio baudos išieškojimo bylinėjimosi teisme laikotarpiu, kai Konkurencijos tarybos nutarimas, kuriuo paskirta bauda, apskundžiamas teismui ir ūkio subjektas pateikia Konkurencijos tarybai finansų įstaigos suteikiamą finansinę garantiją ir (arba) draudimo įmonės laidavimo draudimą, kurie padengtų paskirtos baudos sumą (Konkurencijos įstatymo 39 straipsnio 7 dalis).

Pirmininkė

Jolanta Ivanauskienė

¹⁷⁴ Nr. LT78 7290 0000 0013 0151 (AS „Citadele banka“ Lietuvos filialas); Nr. LT74 4010 0510 0132 4763 (Luminor Bank AS Lietuvos skyrius); Nr. LT05 7044 0600 0788 7175 (AB SEB bankas); Nr. LT32 7180 0000 0014 1038 (AB Šiaulių bankas); Nr. LT24 7300 0101 1239 4300 (AB „Swedbank“); LT42 7230 0000 0012 0025 (UAB Medicinos bankas).