



# KODĖL ATSILIEPIMAI?

Prekių ir paslaugų reklamose pasitelkiami įvairiausi būdai pirkėjų dėmesiui patraukti. Vienas jų – viešai skelbiami asmenų, įsigijusių produktus ar išbandžiusių paslaugas, atsiliepimai. Tokia informacija, kuri dažniausiai perteikia teigiamą pirkėjų nuomonę ar patirtį, sudaromas įspūdis, kad atsiliepimus parašė konkretūs vartotojai.

Konkurencijos taryba atkreipia dėmesį, kad reklamose pateikiami atsiliepimai gali daryti reikšmingą įtaką vartotojų sprendimams pirkti tam tikrus produktus ar naudotis teikiamomis paslaugomis, todėl atsiliepimas turi atspindėti realią vartotojo nuomonę, išvadas, įsitikinimus ar patirtį. Kad apie tai susimąsto ne visi verslo atstovai, liudija Konkurencijos tarybos 2018 m. rugsėjį atliktas tyrimas.



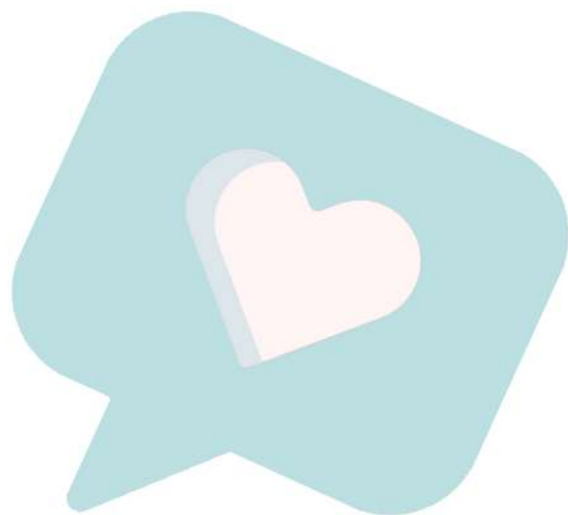
**Paskolos tikslas:  
REMONTAS**

**Paskolą gavau labai laiku,  
nes turėjome atsiskaityti su  
darbuotojais už remonto  
darbus, o atlyginimas buvo  
tik už poros savaičių.**

Institucija, išnaginėjusi daugiabučio reklamoje pateiktus vartotojų atsiliepimus, nustatė, kad viešai skelbtos ne konkrečių asmenų citatos, o pokalbių metu išgirstų nuomonių pagrindu parengti apibendrinti komentarai, todėl reklama pripažinta klaidinančia.



**Tikrai paprasta ir aiški Jūsų  
sistema. Visa procedūra truko  
apie porą valandų, nuo  
skambučio iki pinigų gavimo.  
Labai tvarkingai**





Vacuomo kapsulė yra kažkas  
wow! Atrodo per keliolika  
minučių gali pasiekti tiek daug!  
Tikrai jautėsi savijautos  
pagerėjimas ir kūno  
pagražėjimas. Dėka šio sporto  
galėjau įlysti į mėgstamas  
kelnes 😊

Apgaulingas prisistatymas vartotoju laikytina klaidinančia komercine veikla, o tuo pačiu ir klaidinančia reklama. Todėl reklaminės veiklos subjektai, skleidami reklamą, kurioje pateikiami vartotojų atsiliepimai, turi užtikrinti, kad reklama neturės klaidinančios komercinės veiklos požymių, t. y. reklamoje pateikti atsiliepimai atspindės tikrąją vartotojų patirtį.

Norėdama užtikrinti, kad skleidžiama reklama, kurioje pateikiami vartotojų atsiliepimai, būtų teisinga ir neklaidintų pirkėjų ar paslaugos gavėjų, Konkurencijos taryba 2018 m. II pusmetį prevenciniais tikslais atliko reklamų, kuriose pateikiami vartotojų atsiliepimai, stebėseną.



## LIETUVIŠKOJI UKRAINA

Dėkojame už gerą ir turiningą  
kelionę į Ukrainą. Nuostabus  
Rūstis bei jo pasakojimai apie LDK  
istoriją bei pilis. Dėl tam tikrų  
priežasčių mėčiau, ilgai  
sprendėme ar važiuoti, - tačiau  
jaučiau, kad kelionė pavyks,  
juolab grupė puiki, gidai  
aukštumoje. Dėkojame Jums.



# KOKIE ATSILIEPIMAI?

Prekių ir paslaugų reklamose pasitelkiami įvairiausi būdai pirkėjų dėmesiui patraukti. Vienas jų – viešai skelbiami asmenų, įsigijusių produktus ar išbandžiusių paslaugas, atsiliepimai. Tokia informacija, kuri dažniausiai perteikia teigiamą pirkėjų nuomonę ar patirtį, sudaromas įspūdis, kad atsiliepimus parašė konkretūs vartotojai.

Konkurencijos taryba atkreipia dėmesį, kad reklamose pateikiami atsiliepimai gali daryti reikšmingą įtaką vartotojų sprendimams pirkti tam tikrus produktus ar naudotis teikiamomis paslaugomis, todėl atsiliepimas turi atspindėti realią vartotojo nuomonę, išvadas, įsitikinimus ar patirtį. Kad apie tai susimąsto ne visi verslo atstovai, liudija Konkurencijos tarybos 2018 m. rugsėjį atliktas tyrimas.



**Man patinka Jūsų centre  
atliekamos procedūros, kitur  
net šiais metais neužsakinėjau.  
Gal kaina, procedūrų gausa  
labiausiai ir pritraukia.**

Institucija, išnagrinėjusi daugiabučio reklamoje pateiktus vartotojų atsiliepimus, nustatė, kad viešai skelbtos ne konkrečių asmenų citatos, o pokalbių metu išgirstų nuomonių pagrindu parengti apibendrinti komentarai, todėl reklama pripažinta klaidinančia.



**Rugpjūčio mėnesį keliavau  
į Indiją. Kelionė buvo nuostabi.  
O tokio įdomaus ir puikaus  
gido kaip Dainius Kinderis  
nerasi net su žiburiu:) Ačiū,  
Dainiau! Tikrai dar keliausiu su  
Magelano kelionėm.**

**Giedrius**



# STEBĒSENOS EIGA

54

Konkurencijas tarybos eksperti atsiltiktine tvarka atrinko ir patikrino 54 greitujų kreditų ir susieto vartojimo kredito (lizingo) davėjų bei grožio (grožio namų, masažo salonų) ir turizmo paslaugas teikiančių bendrovių interneto svetaines.

21

Nustatyta, kad iš 54 interneto svetainių 21 buvo skleidžiamos reklamos, kuriose pateikta teigiama asmeninė vartotojų patirtis ir nuomonė apie tam tikrą ūkio subjektą ir jo suteiktas paslaugas.

Stebėsenos metu nustatyta, kad iš 21 reklamos 6 galimai klaidino vartotojus:

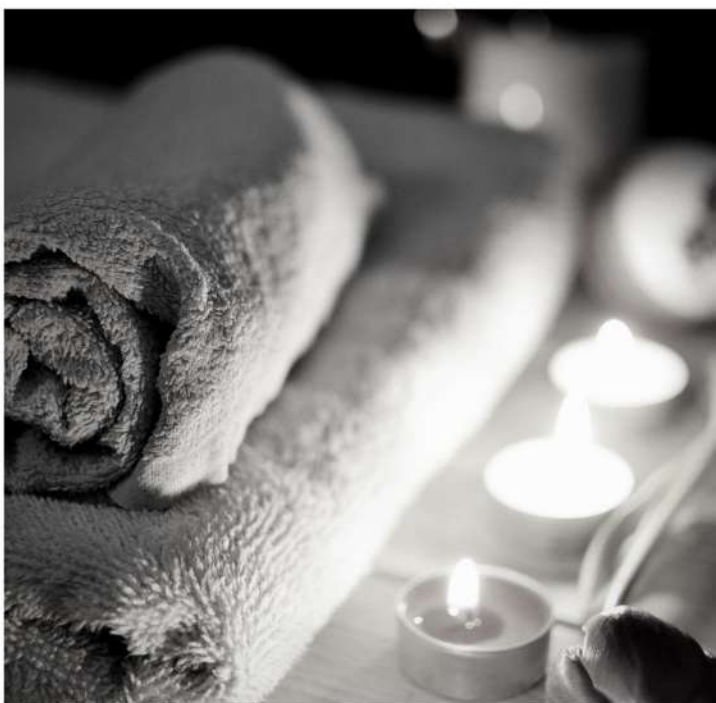
6

**2** reklamos apie greituosius kreditus;

reklamos apie grožio paslaugas. **4**

15

Tiek ūkio subjektų Konkurencijas taryba pateikė rekomendacijas, kuriose atkreipė dėmesį, kokią informaciją ūkio subjektas privalo skleisti, kad išvengtų galimo vartotojų klaidinimo ateityje. Rekomendacijose taip pat priminta, kad būtina saugoti įrodymus, pavyzdžiui, gautus vartotojų laiškus, atsiliepinimus, kurie pagrįstų skleidžiamų reklamų teisingumą.



# STEBĖSENOS REZULTATAI IR TENDENCIJOS

2/3

Atlikusi atsiliepimų stebėseną, Konkurencijos taryba išsiaiškino, kad daugiau kaip du trečdaliai patikrintų reklamų atspindėjo realią vartotojų nuomonę, išvadas, įsitikinimus ir patirtį.



6 ūkio subjektus įspėjus, kad jų reklamos galėtų turėti klaidinančios reklamos požymių, verslo atstovai geranoriškai atsižvelgė į pateiktus siūlymus ir reklamas nutraukė. Kitoms bendrovėms buvo išsiųstos bendro pobūdžio rekomendacijos.



Atkreiptas ūkio subjektų dėmesys, kad reklamos skleidimo metu būtina turėti ir saugoti įrodymus, pagrindžiančius reklamose pateiktą vartotojų atsiliepimų teisingumą.



Atlikta stebėseną buvo prevencinio pobūdžio, siekiant užkirsti kelią galimam vartotojų klaidinimui ateityje.