



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL DEGALINIŲ TINKLO REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS

2019 m. spalio 29 d.
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, susidedanti iš Konkurencijos tarybos pirmininko Šarūno Keserausko ir narių: Dinos Lurje ir Elono Šato, sekretoriaujant Aurelijai Budrytei-Balkienei, 2019 m. spalio 29 d. posėdyje išnagrino klausimą dėl degalinių tinklo reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo¹ reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Konkurencijos taryba 2018 m. lapkričio 28 d. gavo Biodegalų asociacijos (toliau – Asociacija) pranešimą dėl uždarnosios akcinės bendrovės „NESTE LIETUVA“ (toliau – UAB „Neste Lietuva“) reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ (toliau – Reklaminė kampanija), kurios metu skleisti įvairūs reklaminiai teiginiai². Pavyzdžiui: „Švaresni degalai. Švaresni plaučiai. Sumažink CO₂ net iki 20 proc.“, „Siūlome degalus, kurie mažina taršą ir išskiria net iki 20 proc. mažiau CO₂“ ir kt. (toliau – Reklaminiai teiginiai)³.

(3) Asociacijos teigimu, Reklaminiai teiginiai, deklaruojantys tariamą UAB „Neste Lietuva“ parduodamų degalų (toliau – „Neste“ degalai) pranašumą, yra neišsamūs, kadangi juose nėra nurodoma, kokie degalai yra reklamuojami, taip pat neaišku, su kokiais degalais lyginant, pasiekama mažesnė tarša. Kaip nurodė Asociacija, vertinant, ar naudojant „Neste“ degalus išmetama 20 proc. mažiau CO₂ ir kitų šiltnamio efektą sukeliančių dujų, lyginant su išmetimais, sąlygojamais, naudojant analogišką energetinį kiekį kitų degalinių tinkluose parduodamo dyzelino, UAB „Neste Lietuva“ skleidžiami reklaminiai teiginiai neatitinka tikrovės ir galimai klaidina vartotojus⁴.

(4) Įvertinę turimus duomenis 2018 m. gruodžio 27 d. Konkurencijos tarybos įgalioti pareigūnai priėmė sprendimą atsisakyti pradėti pranešimo nagrinėjimo procedūrą (toliau – Įgaliotų pareigūnų sprendimas)⁵. Įgaliotų pareigūnų sprendime nurodyta, kad vidutinis vartotojas, pamatęs

¹ Nuo 2019 m. gegužės 1 d. įsigaliojus Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pakeitimams, nustatytiems Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 19, 21, 24 ir 25 straipsnių pakeitimo įstatyme (Nr. XIII-2010), Konkurencijos taryba nebeturi kompetencijos prižiūrėti Reklamos įstatymo nuostatų laikymąsi. Tačiau vadovaujantis minėto pakeitimo įstatymo (Nr. XIII-2010) 5 straipsnio 1 ir 3 dalimis, iki šio įstatymo įsigaliojimo Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos pradėtos, bet nebaigtos Reklamos įstatymo pažeidimų nagrinėjimo procedūros ir gauti skundai, dėl kurių iki šio įstatymo įsigaliojimo nepriimti sprendimai pradėti Reklamos įstatymo pažeidimų nagrinėjimo procedūras, baigiami nagrinėti pagal iki šio įstatymo įsigaliojimo galiojusius teisės aktus.

² Pareiškėjo 2019 m. kovo 18 d. pranešimo priedai (bylos 2 tomas, 82–96 lapai).

³ Pareiškėjo pranešime nurodytų reklamų pavyzdžiai (bylos 2 tomas, 8–10 lapai).

⁴ Pareiškėjo 2018 m. lapkričio 28 d. pranešimo (ii) dalis (bylos 1 tomas, 6–11 lapai).

⁵ Konkurencijos tarybos 2018 m. gruodžio 27 d. raštas Nr. (5.9-36)6V-3101 (bylos 1 tomas, 153–156 lapai).

reklaminius teiginius, galėtų suprasti, kad UAB „Neste Lietuva“ parduoda degalus, kuriuos naudojant išskiriama iki 20 proc. mažiau CO₂. Vertinant reklaminių teiginių „Švaresni degalai švaresni plaučiai“, pažymėjo, kad vidutinis vartotojas turėtų suprasti, kad naudojant švaresnius, t. y. mažiau žalingų medžiagų išskiriančių degalus, yra mažiau kenkiama orui, kuriuo kvėpuoja žmonės. Įgaliotų pareigūnų sprendime daroma išvada, kad UAB „Neste Lietuva“ pagrindė, kad mažesnes CO₂ emisijas viso gyvavimo ciklo metu išskiria visos UAB „Neste Lietuva“ degalų rūšys, nes visi UAB „Neste Lietuva“ degalai savo sudėtyje turi multifunkcinių priedų, dėl kurių kuras yra naudojamas ekonomiškiau, o to rezultatas – mažesnės CO₂ emisijos. Asociacija apskundė Įgaliotų pareigūnų sprendimą Vilniaus apygardos administraciniam teismui⁶.

(5) Asociacija 2019 m. kovo 18 d. kartu su pranešimu pateikė papildomus duomenis, kurie Asociacijos vertinimu pagrindžia, jog Reklaminės kampanijos metu skleista informacija pažeidžia Reklamos įstatymo 5 straipsnio nuostatas⁷.

(6) Kaip nurodė Asociacija, vidutinis vartotojas susipažinęs su Reklaminiiais teiginiais, galėjo suprasti, jog UAB „Neste Lietuva“ lygina „Neste“ degalus su kitų Lietuvos Respublikoje esančių degalinių parduodamais degalais. Asociacija pažymėjo, kad Reklaminės kampanijos metu skleistose reklamose „Neste“ degalai yra lyginami su mineraliniais degalais, kurie galutiniam vartotojui Lietuvoje nėra parduodami. Atsižvelgdama į tai, Asociacija mano, jog toks degalų lyginimas nėra tinkamas ir dėl to UAB „Neste Lietuva“ vykdytos Reklaminės kampanijos metu skleista reklama klaidino vartotojus⁸.

(7) Taip pat Asociacija pažymėjo, jog Reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ reklama pareiškimo pateikimo dieną vis dar buvo skleidžiama socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje „Neste Lietuva“ bei socialiniame tinkle „Youtube“⁹.

(8) Siekdama įvertinti Asociacijos pranešime pateiktus duomenis, Konkurencijos taryba kreipėsi į UAB „Neste Lietuva“¹⁰.

(9) Atsakydama UAB „Neste Lietuva“ pažymėjo, jog Reklaminės kampanijos metu skleidžiamoje reklamoje „Neste“ degalai nebuvo lyginami su „Neste“ ar kitų degalinių parduodamais degalais, o buvo lyginami su mineraliniais (įprastais) degalais. Teiginy: „įprastas dyzelinas“ (dar vadinamas „mineraliniu dyzelinu“ ar „tradiciniu dyzelinu“) – tai dyzelinas, pagamintas iš naftos, savo sudėtyje neturintis bio ar multifunkcinių priedų. UAB „Neste Lietuva“ nuomone, įprasto dyzelino vartotojai gali įsigyti tam tikrose degalinėse žiemos metu, nes šiuo metų laiku, pagal Lietuvos Respublikos teisės aktų reikalavimus, dyzelinas gali būti parduodamas ir be bio priedų¹¹.

(10) Įvertinusi turimą informaciją bei turėdama pagrindo įtarti galimą Reklamos įstatymo pažeidimą, Konkurencijos taryba pradėjo nagrinėjimo procedūrą dėl degalinių tinklo reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams¹².

(11) Tyrimo metu, siekiant gauti duomenis ir paaiškinimus bei kitą tyrimui aktualią informaciją, buvo susirašinėjama su UAB „Neste Lietuva“ bei kitais ūkio subjektais, valdančiais degalines.

1. Nagrinėta informacija ir su ja susijusios aplinkybės

(12) UAB „Neste Lietuva“ vykdytos Reklaminės kampanijos: „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ reklama, kurioje buvo nurodoma, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc.

⁶ Vilniaus apygardos administracinis teismas 2019 m. rugpjūčio 14 d. sprendimu administracinėje byloje Nr. eI-2109-815/2019 Asociacijos skundą atmetė. Nutarimo priėmimo dieną byla nagrinėjame Lietuvos vyriausiajame administraciniame teisme (administracinė byla Nr. eA-5434-629/2019).

⁷ Pareiškėjo 2019 m. kovo 18 d. pranešimas su priedais (bylos 2 tomas, 1–152 lapai).

⁸ Pareiškėjo 2019 m. kovo 18 d. pranešimo I dalis (bylos 2 tomas, 2–3 lapai).

⁹ Pareiškėjo 2019 m. kovo 18 d. pranešimas (bylos 2 tomas, 3 lapas).

¹⁰ Konkurencijos tarybos 2019 m. balandžio 1 d. raštas Nr. (5.5-36)6V-815 (bylos 3 tomas, 1–3 lapai).

¹¹ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. balandžio 12 d. raštas (bylos 3 tomas, 7–8 lapai).

¹² Konkurencijos tarybos 2019 m. gegužės 14 d. nutarimas Nr. 1S-58 (2019) „Dėl degalinių tinklo reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams nagrinėjimo procedūros pradėjimo“ (bylos 4 tomas, 1–2 lapai).

mažiau CO₂ dujų, pavyzdžiui: buvo skleidžiami šie Reklaminiai teiginiai: „Švaresni degalai. Švaresni plaučiai. Sumažink CO₂ net iki 20 proc.“; „Siūlome degalus, kurie mažina taršą ir išskiria net iki 20 proc. mažiau CO₂“; „sumažink taršą, o CO₂ net iki 20 proc. su NESTE degalais“; „Ačiū, kad mažini taršą ir CO₂ net iki 20 proc.“; „<...>sumažino CO₂ 8,3 mln tonų<...>“¹³.

1.1. Nagrinėtos informacijos mastas ir trukmė

(13) Nustatytas Reklaminės kampanijos sklaidos mastas bei trukmė (pateikiami lentelėje)¹⁴:

Reklamos sklaidos priemonė	Sklaidos laikotarpis
Interneto svetainėje <i>www.svaresnidegalai.lt</i>	2018 m. gegužė mėn. – 2018 m. lapkričio 28 d.
Interneto svetainėje <i>www.svaresnevasara.lt</i>	2018 m. balandžio 30 d.
Interneto svetainėje <i>www.neste.lt</i>	Iki 2018 m. lapkričio mėn.
Interneto svetainėje <i>www.spotify.com</i>	2018 m. balandžio 30 d. – 2018 birželio 3 d. ir 2018 m. rugsėjo 6 d. – 2018 m. spalio 5 d.
Interneto svetainėje <i>www.tamo.lt</i>	2018 m. balandžio 30 d. – 2018 m. birželio 3 d. ir 2018 m. rugsėjo 6 d. – 2018 m. spalio 5 d.
Socialiniame tinkle <i>www.youtube.com</i> (kampanijos metu peržiūrėta 309 105 kartus)	2018 m. balandžio 30 d. – 2018 birželio 3 d. ir 2018 m. rugsėjo 6 d. – 2018 m. spalio 5 d. (istoriniai įrašai ištrinti 2019 m. birželio 10 d.)
Socialiniuose tinkluose: „Facebook“ (kampanijos metu peržiūrėjo 890 238 vartotojai) bei „Instagram“	2018 m. balandžio 30 d. – 2018 m. spalio 31 d. (istoriniai įrašai ištrinti 2019 m. birželio 10 d.)
Per televizijos kanalus: TV3, TV6, TV8, „Lietuvos ryto TV“	2018 m. balandžio 30 d. – 2018 m. birželio 3 d. ir 2018 m. rugsėjo 6 d. – 2018 m. spalio 5 d.
Per radijo stotis: „M-1“, „Power Hit Radio“, „Radiocentras“, „Žinių radijas“	2018 m. balandžio 30 d. – 2018 m. gegužės 18 d.
Per radijo stotis „M-1“, „M-1 Plus“, „Power Hit Radio“, „Radiocentras“, „Zip FM“	2018 m. rugsėjo 6 d. – 2018 m. rugsėjo 28 d.
ACM lauko ekranuose (transliacijų vietas: Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Panevėžys ir Alytus)	2018 m. balandžio 30 d. – 2018 m. gegužės 6 d. ir 2018 m. rugsėjo 6 d. – 2018 m. spalio 6 d.
Reklaminė medžiaga „Neste“ degalinėse (74 degalinės)	2018 m. gegužė – 2018 m. lapkričio 29 d. ¹⁵
„Neste“ palapinė diskusijų festivalyje „Būtent“	2018 m. rugsėjo 7 d. – 2018 m. rugsėjo 8 d.

¹³ Biodegalų asociacijos 2018 m. lapkričio 28 d. raštas (bylos 1 tomas 82-96 lapai), Biodegalų asociacijos 2019 m. kovo 15 d. raštas (bylos 2 tomas, 8, 9, 11, 66–81 lapai), Biodegalų asociacijos 2019 m. balandžio 24 d. raštas (bylos 3 tomas, 48-66 lapai), UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. rugpjūčio 14 d. raštas (bylos 5 tomas, 51–55, 66–78 lapai).

¹⁴ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 9–10 lapai).

¹⁵ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. balandžio 16 d. raštas (bylos 3 tomas, 15 lapas).

1.2. Informacijos davėjas

(14) UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad ji yra Reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ davėja¹⁶. Be to, UAB „Neste Lietuva“ nurodė, jog UAB „Neste Lietuva“ vykdo mažmeninę ir didmeninę prekybą degalais¹⁷.

2. Tyrimo metu UAB „Neste Lietuva“ pateikti paaiškinimai ir kitos nustatytos aplinkybės

(15) UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad Reklaminės kampanijos metu skleidžiamoje informacijoje savo parduodamų „Neste“ degalų nelygino nei su savo, nei su kažkurio kito konkretaus rinkos dalyvio parduodamais degalais, o lygino su įprastiniais (mineraliniais) degalais¹⁸.

(16) UAB „Neste Lietuva“ paaiškino, jog teiginys: „įprastas dyzelinas“ (dar vadinamas „mineraliniu dyzelinu“ ar „tradiciniu dyzelinu“) – tai dyzelinas, pagamintas iš naftos, savo sudėtyje neturintis bio ar multifunkcinių priedų. Taip pat UAB „Neste Lietuva“ nurodė, jog mineralinių degalų (kartu ir mineralinio dyzelino) sąvoka yra apibrėžta Lietuvos Respublikos atsinaujinančių išteklių energetikos įstatymo 2 straipsnio 33 punkte: „*Mineraliniai degalai – iš gamtinių iškastinių žaliavų arba mineralinės kilmės atliekų pagaminti skystieji arba dujiniai transporto degalai*“¹⁹. Reklaminės kampanijos reklamoje buvo reklamuojami visi degalai, o Reklaminiais teiginiais, kuriuose vartotojai buvo informuojami, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų, buvo reklamuojamas „Neste“ dyzelinas „Pro Diesel“²⁰.

(17) UAB „Neste Lietuva“ pateikė nuorodas į kitus Lietuvos Respublikos teisės aktus, pažymėdama, jog Atsinaujinančių išteklių energetikos įstatyme yra numatyta Lietuvos Respublikos aplinkos ministerijos kompetencija: „*nustato gaminant ir naudojant biodegalus, skystuosius bioproduktus ir lyginamąjį iškastinį kurą išmetamųjų šiltnamio efektą sukeliančių dujų poveikio apskaičiavimo taisykles*“ (7 straipsnio 4 punktas). Taip pat minėtame įstatyme numatyta, kad „*išmetamųjų šiltnamio efektą sukeliančių dujų, susidarančių dėl biodegalų ir skystųjų bioproduktų naudojimo, kiekis palyginti su išmetamųjų dujų, susidarančių dėl iškastinio kuro naudojimo, kiekiu, turi sumažėti <...>*“. Atsižvelgdama į minėto įstatymo nuostatas, UAB „Neste Lietuva“ nurodė, jog siekiant įgyvendinti Europos Sąjungos ir Lietuvos iškeltus tikslus, reikia degalus su biopriedais lyginti su iškastiniais mineraliniais degalais²¹.

(18) UAB „Neste Lietuva“ nurodė, jog vartotojai gali įsigyti įprastinių (mineralinių) degalų Lietuvoje veikiančiose degalinėse²². Lietuvos Respublikos teisės aktuose nustatyta, jog dyzelinas savo sudėtyje privalo turėti 7 proc. tūrio biodegalų. Žiemos laikotarpiu 1 ir 2 klasės arktinis dyzelinas gali būti be biodegalų. UAB „Neste Lietuva“ pateikė 2018 m. gruodžio 6 d. ORLEN Lietuva, AB produktų kainų protokolą, kuriame nurodoma, jog prekiaujama 1 klasės dyzelinu. Atsižvelgdama į šį protokolą, UAB „Neste Lietuva“ nurodė, jog ORLEN Lietuva, AB žiemos metu prekiauja įprastiniu (mineraliniu) dyzelinu²³.

(19) UAB „Neste Lietuva“ pažymėjo, kad lyginimas su įprastiniu (mineraliniu) dyzelinu yra įprasta praktika. Kaip pavyzdžius UAB „Neste Lietuva“ nurodė degalinių tinklo „Baltic Petroleum“ interneto svetainėje www.balticpetroleum.lt platinamą informaciją bei degalinių tinklo „CircleK“ interneto svetainėje www.circlek.lt skleidžiamą informaciją. Be to, UAB „Neste Lietuva“ pažymėjo,

¹⁶ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 9 lapas).

¹⁷ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 41 lapas).

¹⁸ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. balandžio 12 d. raštas (bylos 3 tomas, 8 lapas).

¹⁹ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. balandžio 12 d. raštas (bylos 3 tomas, 7–8 lapai).

²⁰ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 27 lapas).

²¹ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 32, 35, 36 lapai).

²² UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 37–41 lapai).

²³ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 37 lapas).

jog ir Asociacijos interneto svetainėje www.biodegalai.lt pateikiamos biodegalų CO₂ emisijos, tepimo savybės yra lyginamos su mineraliniais degalais²⁴.

(20) UAB „Neste Lietuva“ nurodė, jog vartotojai apie tai, kad Reklaminės kampanijos skleidžiamoje informacijoje pažymimas degalų mažesnis taršumas yra lyginamas su įprastiniais (mineraliniais) degalais, buvo informuojami interneto svetainėje www.neste.lt²⁵. Pavyzdžiui, interneto svetainės dalyje, kurioje aprašomos „Pro Diesel“ savybės²⁶, yra pateikiama palyginamoji „Pro Diesel“ ir standarto EN590 reikalavimus atitinkančio dyzelino kokybės parametru lentelė. Minėtos interneto svetainės skiltyje, kurioje aprašomos „Neste Futura“ benzino savybės²⁷, taip pat pateikiama informacija, jog „Neste Futura“ benzino parametrai aprašomi lyginant juos su EN228 standartą atitinkančiu benzinu be priedų. Reklaminės kampanijos skleidžiamoje informacijoje buvo pateikiamos nuorodos į interneto svetainę www.neste.lt, todėl vartotojai, susipažinę su šioje interneto svetainėje pateikiama informacija, turėjo suprasti, jog „Neste“ degalų savybės yra lyginamos su įprastinių (mineralinių) degalų savybėmis.

(21) UAB „Baltic Petroleum“, Circle K Lietuva, UAB, UAB „Emsi“, UAB „Viada LT“, UAB „Ecoil“ pateikė informaciją, kurioje nurodė, jog prekiaudamos degalais vadovaujasi Rodikliuose nustatytais reikalavimais. Bendrovės nurodė, jog 95 markės benzinas visada parduodamas su 5 proc. etanolio, o dyzelinas šiltuoju metų laiku parduodamas su mažiausiai 7 proc. biodegalų, o žiemos metu parduodamas įprastas (mineralinis) dyzelinas²⁸.

3. Tyrimo išvados ir UAB „Neste Lietuva“ bei Asociacijos paaiškinimai

(22) Tyrimo metu nustatytos aplinkybės bei jų pagrindu padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos tyrimo grupės 2019 m. rugpjūčio 28 d. pranešime Nr. 6S-15 (2019) apie įtariamą pažeidimą dėl degalinių tinklo reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams (toliau – Pranešimas)²⁹.

(23) Pranešime konstatuota, kad UAB „Neste Lietuva“ iniciatyva ir interesais laikotarpiu nuo 2018 m. balandžio 30 d. iki 2018 m. lapkričio 29 d. įvairiomis sklaidos priemonėmis (per televizijos kanalus, radijo stotis, interneto svetainėse, socialiniuose tinkluose, lauko ekranuose ir per kitas sklaidos priemones) skleista kampanijos „Švaresni plaučiai švaresni degalai“ reklama, kurioje buvo nurodoma, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų, buvo neišsami, nes šioje reklamoje nebuvo nurodoma, jog „Neste“ degalų savybės yra lyginamos su įprastinių (mineralinių) degalų savybėmis. Dėl šių priežasčių, nagrinėta reklama galėjo suklaidinti vartotojus ir paveikti jų ekonominę elgesį.

(24) UAB „Neste Lietuva“ ir Asociacijai buvo sudarytos sąlygos susipažinti su tyrimo medžiaga bei dėl Pranešime padarytų tyrimo išvadų pateikti paaiškinimus.

(25) UAB „Neste Lietuva“ pateikė 2019 m. rugsėjo 27 d. rašytinius paaiškinimus dėl tyrimo išvadų³⁰.

(26) Paaiškinimuose dėl tyrimo išvadų UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad naudojant „Pro Diesel“ dyzeliną, CO₂ į aplinką yra išmetama iki 20 proc. mažiau lyginant ne tik su įprastiniu (mineraliniu) dyzelinu, kurio rinkoje galima įsigyti šaltuoju metų laiku, bet ir su kitose degalinėse šiltuoju metų laiku parduodamu dyzelinu. UAB „Neste Lietuva“, siekdama pagrįsti šį teiginį, lygino „Pro Diesel“ dyzeliniuose degaluose esančią NEXBTL dalį su kituose degalinėse parduodamais dyzeliniais degalais ir juose esančią RRME dalimi. UAB „Neste Lietuva“ skaičiavimais, CO₂ sutaupymas naudojant „Pro Diesel“ dyzelinius degalus siekia iki 24,33–26,66 proc., lyginant su

²⁴ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 33–34 lapai), UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. liepos 5 d. raštas (bylos 5 tomas, 43–47 lapai).

²⁵ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 28-31 lapai), UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. liepos 5 d. raštas (bylos 5 tomas, 41–42 lapai).

²⁶ www.neste.lt/lt/neste-pro-diesel-0

²⁷ www.neste.lt/lt/neste-futura-benzinas-0

²⁸ Bendrovių atsakymais (bylos 5 tomas, 184–199 lapai, bylos 6 tomas, 1–4 lapai).

²⁹ Bylos 6 tomas, 13–22 lapai.

³⁰ Bylos 6 tomas, 27–31 lapai.

kitose degalinėse šiltuoju metų laiku parduodamu dyzelinu. UAB „Neste Lietuva“, siekdama pagrįsti šį teiginį, rėmėsi 2014 m. lapkričio 9 d., 2015 m. sausio 29 d., 2015 m. gruodžio 12 d., 2016 m. spalio 10 d., 2018 m. spalio 25 d. „Neste“ dyzelino kokybės pažymėjimų duomenimis.

(27) UAB „Neste Lietuva“ atkreipė dėmesį, kad Konkurencijos taryba savo 2018 m. gruodžio 27 d. rašte yra nurodžiusi: *„kadangi reklaminiuose teiginiuose naudojamas neapibrėžtas dydis, t. y. iki 20 procentų, vidutiniam vartotojui neturėtų kilti lūkestis, kad naudojant visus Bendrovės degalus visada bus išskiriama būtent 20 procentų mažiau CO₂. Kitaip tariant, vidutinis vartotojas suprastų, kad tam tikri degalai turėtų išskirti 20 procentų mažiau CO₂, o kiti degalai galėtų pasižymėti ir kitu CO₂ sumažinimo procentu.“*. Todėl faktas, kad ne visais „Pro Diesel“ siuntų atvejais CO₂ sutaupymas tiek lyginant su mineraliniu dyzelinu, tiek lyginant su kitose Lietuvos degalinėse šiltuoju metų laiku parduodamu dyzelinu, yra net didesnis nei 20 proc., leidžia daryti išvadą, jog reklamos teiginys „iki 20 procentų mažiau CO₂“ yra pagrįstas įrodymais, turėtais tiek prieš pradedant reklaminę kampaniją, tiek jos metu ir taip pat – tiek mineralinio, tiek kitose degalinėse šiltuoju metų laiku parduodamo dyzelino atžvilgiu.

(28) Asociacija pateikė 2019 m. rugsėjo 27 d. paaiškinimus³¹. Asociacija nurodė, kad UAB „Neste Lietuva“ Reklaminiuose teiginiuose apie CO₂ mažinimą iki 20 proc. privalėjo nurodyti ne tik tai, kad atliekamas palyginimas su mineraliniais degalais, tačiau ir tai, kad Reklaminius teiginiais dėl CO₂ mažinimo iki 20 proc. reklamuojami ne visi „Neste“ degalai, o tik „Pro Diesel“. Reklaminio teiginio dėl CO₂ mažinimo iki 20 proc. atitiktį tikrovei UAB „Neste Lietuva“ įrodinėjo, teikdama įrodymus dėl vienintelių „Neste“ degalų – „Pro Diesel“, tačiau nepateikė jokių įrodymų, kaip ir kiek CO₂ mažina kiti „Neste“ degalai – dyzeliniai „Futura D“ ir benzininiai „Futura 95“ bei „Futura 98“. Asociacija atkreipė dėmesį, kad „Pro Diesel“ pardavimai, lyginant su visų UAB „Neste Lietuva“ Lietuvoje parduodamų degalų kiekiais, sudaro galimai tik apie 1 proc. visų parduodamų degalų, todėl galimos teorinės „Pro Diesel“ savybės negali būti deklaruojamos kaip visų „Neste“ parduodamų degalų bendra savybė.

(29) Asociacija nurodė, kad vadovaujantis „Neste“ degalų ir energijos būvio ciklo metu išmetamų šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekio mažinimo tikslų ataskaitos patvirtinimo pažyma, per 2018 metus UAB „Neste Lietuva“ sumažino šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetimą, lyginant su mineraliniais degalais, tik 2,2 proc.

(30) Asociacija nurodė, kad UAB „Neste Lietuva“ 2018 m. spalio mėn. dyzelinių degalų „Pro Diesel“ siunta su itin dideliu NEXBTL kiekiu neįrodo UAB „Neste Lietuva“ Reklaminių teiginių atitikties tikrovei, kadangi tai tėra vienkartinis atvejis.

(31) 2019 m. spalio 21 d. įvyko išklausymo posėdis, kurio metu UAB „Neste Lietuva“ ir Asociacijos atstovai galėjo pateikti paaiškinimus žodžiu³².

(32) Posėdžio metu Asociacijos atstovai iš esmės pakartojo anksčiau raštu pateiktus paaiškinimus. Asociacija prašė įpareigoti UAB „Neste Lietuva“ nutraukti reklamos skleidimą. Asociacija nurodė, kad Pranešime apie įtariamą pažeidimą nieko nepasisakyta apie reklamos atitiktį teisingumo kriterijui.

(33) Posėdžio metu UAB „Neste Lietuva“ atstovai iš esmės pakartojo anksčiau raštu pateiktus paaiškinimus. UAB „Neste Lietuva“ papildomai pateikė ORLEN Lietuva, AB vienkartiniams sandoriams taikomas kainas. Dokumente nurodyta, kad Subačiaus kuro bazėje parduodamas dyzelinas be RRME³³. UAB „Neste Lietuva“, remdamasi minėtu dokumentu, pažymėjo, kad šis dyzelinas yra parduodamas iš valstybės rezervo ir tokio dyzelino jau galima įsigyti tris savaites. Taip pat UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad Reklaminės kampanijos metu „Neste“ degalai buvo lyginami su įprastiniais (mineraliniais) degalais.

³¹ Bylos 6 tomas, 32–39 lapas.

³² 2019 m. birželio 19 d. protokololas Nr. 4S-7 (2019) (bylos 5 tomas, 7–15 lapai).

³³ Bylos 6 tomas, 59 lapas.

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

(34) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis draudžia klaidinančią reklamą.

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

(36) Atitinkamai, visų pirma reikia nustatyti, ar nagrinėjama informacija laikytina reklama.

4. Skleistos informacijos pripažinimas reklama ir reklamos davėjas

(37) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nurodyta, kad reklama – tai bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

(38) Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas pažymėjo, kad: „<...> reklama paprastai laikoma tam tikra informacija, kurią skleidžiant siekiama daryti poveikį asmenų pasirinkimui, skatinti norimą elgesį“³⁴. Konstitucinio Teismo teigimu, esminis reklamos požymis yra siekimas daryti kitiems asmenims poveikį jiems renkantis ar įsigyjant tam tikrus produktus, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Toks skatinimas įsigyti ar vartoti produktus ir rodo komercinį tokios informacijos tikslą.

(39) UAB „Neste Lietuva“ įvairiomis skaidos priemonėmis skleidė kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ informaciją, kurioje vartotojai buvo informuojami, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų. UAB „Neste Lietuva“ skleistoje informacijoje buvo siekiama parodyti „Neste“ degalus kaip geresnius tam tikrų parametru atžvilgiu ir tokiu būdu skatino vartotojus įsigyti būtent „Neste“ degalus. Dėl šių priežasčių konstatuotina, jog nagrinėjama informacija laikytina reklama, kaip tai apibrėžiama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje.

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

(41) UAB „Neste Lietuva“ vykdo mažmeninę ir didmeninę prekybą degalais³⁵. Taip pat UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad ji yra Reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ davėja³⁶.

5. Nagrinėjamos reklamos atitiktis Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams

(42) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis draudžia skleisti klaidinančią reklamą.

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

(44) Remiantis Reklamos įstatymo nuostatomis bei susiformavusia Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo (toliau – LVAT) praktika, vertinant, ar buvo pažeistas Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalyje įtvirtintas draudimas naudoti klaidinančią reklamą, būtina nustatyti bent vieną Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje nurodytą kriterijų, apibūdinantį klaidinančią reklamą, ir įvertinti tą kriterijų paprasto (vidutinio) reklamos vartotojo požiūriu³⁷.

³⁴ Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo 2004 m. sausio 26 d. nutarimas Nr. 3/02-7/02-29/03.

³⁵ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 41 lapas).

³⁶ UAB „Neste Lietuva“ 2019 m. birželio 12 d. raštas (bylos 4 tomas, 9 lapas).

³⁷ LVAT 2017 m. sausio 18 d. nutartis administracinėje byloje Nr. eA-735-502/2017, UAB „Electronic Trade“ prieš Konkurencijos tarybą.

(45) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 2 punkte nurodyta, kad reklamoje pateikiama informacija yra neišsami, jeigu praleista tam tikra informacijos dalis, kurios pateikimas, atsižvelgiant į kitą toje reklamoje pateikiamą informaciją, būtinai reikalingas, kad būtų išvengta reklamos vartotojų suklaudinimo. Reklamoje pateikiama informacija taip pat yra neišsami, jeigu neatskleidžiama, nuslepia arba neaiškiai, nesuprantamai, dviprasmiškai ar ne laiku pateikiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Jeigu reklamos perteikimo priemonės apimties arba laiko požiūriu yra ribotos, tai sprendžiant, ar informacija neišsami, turi būti atsižvelgiama į šį ribotumą, konkretaus atvejo ypatumus, aplinkybes ir bet kokias kitas priemones, kurių reklamos davėjas ėmėsi tam, kad informacija vartotojams būtų prieinama kitais būdais.

(46) Kaip yra išaiškines LVAT, reklamoje pateikiama informacija yra neišsami, jeigu neatskleidžiama, nuslepia arba neaiškiai, nesuprantamai, dviprasmiškai ar ne laiku pateikiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs³⁸.

(47) UAB „Neste Lietuva“ vykdytos kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ metu skleidė reklamas, kuriose vartotojai buvo informuojami, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų (nutarimo (12) pastraipa). UAB „Neste Lietuva“ tyrimo metu ir posėdžio metu nurodė (nutarimo (15) ir (33) pastraipos), kad „Neste“ degalai buvo lyginami su įprastiniais (mineraliniais) degalais, tačiau jokios papildomos, patikslinančios ar paaškinančios informacijos apie tai, jog „Neste“ degalai yra lyginami su įprastiniais (mineraliniais) degalais, reklamoje nebuvo pateikta.

(48) Šiuo atveju pagal Reklamos įstatymo nuostatas, reklama vertinama būtent pagal tai, kaip ji suprantama ne specialiųjų žinių apie degalus turinčių vartotojų ar degalines valdančių atstovų, o vidutinio vartotojo³⁹, kuris yra pakankamai informuotas, protingai atidus ir apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius.

(49) Lingvistiniu požiūriu Reklaminės kampanijos formuluotės: „Švaresni“, „iki 20 proc. mažiau“ leidžia vidutiniam vartotojui suprasti, kad UAB „Neste Lietuva“ degalai turi pranašumą, t. y. yra mažiau taršūs, ekologiškesni. Kadangi vidutinis vartotojas yra suinteresuotas įsigyti galutinę prekę, todėl mažai tikėtina, kad Reklaminę kampaniją jis supras kaip lyginimą su įprastiniais (mineraliniais) degalais. Dėl to vidutinis vartotojas pamatęs Reklaminės kampanijos teiginius, pagrįstai tikės, kad „Neste“ degalai yra lyginami su kitose degalinėse parduodamais degalais.

(50) UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad vartotojai degalinėse gali įsigyti mineralinio kuro. Vadovaujantis Lietuvos Respublikos energetikos ministro, aplinkos ministro ir susisiekimo ministro 2010 m. gruodžio 22 d. įsakymu Nr. 1-348/D1-1014/3-742 „Dėl Lietuvos Respublikoje vartojamų naftos produktų, biodegalų ir skystojo kuro privalomųjų kokybės rodiklių patvirtinimo“, patvirtintų Lietuvos Respublikoje vartojamų naftos produktų, biodegalų ir skystojo kuro privalomuosius kokybės rodiklių 2.17 punktu, šaltasis laikotarpis – laikotarpis sausio – balandžio mėn. ir spalio – gruodžio mėn., iš jų žiemos laikotarpis gruodžio – vasario mėn. Rodiklių 9.4 punkte nustatyta, kad dyzelinas savo sudėtyje privalo turėti 7 proc. tūrio biodegalų. Žiemos laikotarpiu 1 ir 2 klasės arktinis dyzelinas gali būti be biodegalų. Taip pat 9.5. punkte nustatyta, kad biodegalų dalis dyzeline lapkričio 10–30 dienomis ir kovo 1 – balandžio 10 dienomis gali būti mažesnė nei privalomoji dalis, o ribinė filtruojamumo ir drumstimosi temperatūros gali būti aukštesnės, nei nustatyta atitinkamai dyzelino klasei.

(51) Reklaminės kampanijos reklama skleista nuo 2018 m. balandžio 30 d. iki 2018 m. lapkričio 29 d., todėl beveik visą reklamos sklaidos laikotarpį vartotojai net negalėjo įsigyti įprastinių (mineralinių) degalų, kadangi, vadovaujantis Lietuvos Respublikos teisės aktų reikalavimais, tokius

³⁸ LVAT 2010 m. rugsėjo 23 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-1184/2010, UAB „TezTour“ prieš Konkurencijos tarybą.

³⁹ Vidutinio vartotojo sąvoka apibrėžiama taip, kaip ji suprantama ir nurodoma Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalyje.

degalus yra draudžiama pardavinėti ((50) pastraipa). Posėdžio metu UAB „Neste Lietuva“ pateikė įrodymus, pagrindžiančius, kad 2019 m. spalio mėnesį galima įsigyti mineralinių degalų, parduodamų iš valstybės rezervo (nutarimo (32) pastraipa). Pastebėtina, kad paprašius patikslinti, ar tokiais degalais buvo prekiaujama Reklaminės kampanijos reklamos skleidimo metu, UAB „Neste Lietuva“ tokios informacijos pateikti negalėjo. Dėl to UAB „Neste Lietuva“ pateikta informacija nepagrindžia teiginio, kad ir reklamos skleidimo laikotarpiu vartotojai galėjo įsigyti mineralinių degalų.

(52) Taip pat UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad siekiant įgyvendinti Europos Sąjungos ir Lietuvos iškeltus tikslus, vadovaujantis Atsinaujinančių išteklių energetikos įstatymo nuostatomis, reikia degalus su biopriedais lyginti su iškastiniais mineraliniais degalais. Akcentuotina, kad UAB „Neste Lietuva“ nurodytame teisės akte nenumatyti įpareigojimai, kokia informacija turi būti nurodoma degalų reklamoje. Be to, pažymėtina ir tai, jog, kaip nurodyta (48) pastraipoje, reklama yra vertinama vidutinio vartotojo, o ne specialiųjų žinių apie degalus turinčių vartotojų ar degalines valdančių atstovų atžvilgiu.

(53) Be to, siekdama pagrįsti reklamos teisingumą UAB „Neste Lietuva“ nurodė, jog yra įprasta praktika degalus su biopriedais lyginti su įprastiniais (mineraliniais) degalais bei kaip pavyzdį pateikė kitų bendrovių skleidžiamas reklamas. Taip pat UAB „Neste Lietuva“ pažymėjo, jog ir Asociacija skleidžiamoje reklamoje biodegalų CO₂ emisijas bei tepimo savybes lygina su įprastinių (mineralinių) degalų savybėmis.

(54) Konkurencijos tarybos vertinimu, vien tai, kad tam tikroje reklamoje yra ne/nurodoma tam tikra informacija neįrodo, jog tokia praktika yra visuotinai ir neginčijamai teisinga bei neklaidina vartotojų. Be to, pastebėtina ir tai, kad Asociacijos interneto svetainėje www.biodegalai.lt skleistoje informacijoje yra aiškiai nurodoma, jog biodegalų savybės yra lyginamos būtent su „mineraliniais degalais“, todėl su šia informacija susipažinęs vartotojas gali suprasti su kokių, konkrečiai, degalų savybėmis yra lyginami reklamos davėjo degalai.

(55) Taip pat nagrinėjamos reklamos klaidingumo nepanaikino reklamoje pateikta nuoroda į interneto svetainę www.neste.lt. LVAT yra išaiškinęs⁴⁰, kad vidutinis vartotojas, „<...> negali būti tapatinamas su įtariu bei nepasitikinčiu reklamos davėjo skleidžiama informacija vartotoju, kuris, gavęs reklamos skleistą informaciją, turėtų abejoti ir tikrinti, ar, dalyvaudamas akcijoje, gaus norimą prekę.“.

(56) Reklaminės kampanijos reklamos buvo pateikiama nuoroda į titulinį svetainės puslapį www.neste.lt, tačiau šiame puslapyje informacijos apie tai, kad Reklaminės kampanijos skleidžiamoje reklamoje yra lyginamos „Neste“ dyzelino savybės su įprastinio (mineralinio) dyzelino savybėmis, nebuvo pateikiama. Kaip nurodė UAB „Neste Lietuva“ (nutarimo (20) pastraipa), informacija apie tai, jog „Neste“ degalų savybės yra lyginamos su įprastiniais (mineraliniais) degalais buvo pateikiama interneto svetainės dalyse, kuriose aprašomos dyzelino „Pro Diesel“ savybės⁴¹, „Neste Futura“ benzino savybės⁴² bei pateikiami „Neste“ degalų testavimo rezultatai⁴³.

(57) Pastebėtina, kad šiuo atveju reklamos bei prierišo formuluotė nesudarė pagrindo vidutiniam vartotojui numanyti, kad nagrinėjamoje reklamoje „Neste“ degalai yra lyginami su įprastiniais (mineraliniais) degalais. Taigi, nagrinėjamo atžvilgiu, vidutinis vartotojas, susipažinęs su UAB „Neste Lietuva“ vykdytos Reklaminės kampanijos reklama, neturėjo pagrindo ja suabejoti bei ieškoti papildomos informacijos. Be to, jei vartotojas, vykdytos kampanijos reklamoje būtų pastebėjęs nuorodą į interneto svetainę www.neste.lt ir aplankęs minėtą svetainę, joje nebūtinai būtų suradęs informaciją apie tai, jog Reklaminės kampanijos metu yra lyginamos „Neste“ degalų savybės su įprastinių (mineralinių) degalų savybėmis, nes kaip nurodė UAB „Neste Lietuva“, ši informacija

⁴⁰ LVAT 2014 m. balandžio 3 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A^{502-777/2014}, UAB „Komeksimas“ prieš Konkurencijos tarybą, LVAT 2011 m. vasario 18 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A^{444-391/2011}, AirBaltic Corporation AS prieš Konkurencijos tarybą).

⁴¹ www.neste.lt/lt/neste-pro-diesel-0

⁴² www.neste.lt/lt/neste-futura-benzinas-0

⁴³ www.neste.lt/lt/deklaracija

buvo patalpinta kituose, su vykdyta Reklamine kampanija nesusijusiuose, interneto svetainės puslapiuose.

(58) Taip pat nagrinėjama atžvilgiu pažymėtina ir tai, jog, kaip yra nurodęs LVAT, vien tai, kad vartotojas turi papildomai domėtis reklamoje paskleista informacija, kurioje, pabrėžtina, vienareikšmiškai nurodoma, jog „Neste“ degalai yra mažiau taršūs, rodo, kad vartotojas buvo sukklaidintas⁴⁴.

(59) UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad net ir lyginant „Neste“ degalus su šiltuoju metu laiku kitose degalinėse parduodamais degalais, „Neste“ degalai išmeta iki 20 proc. mažiau CO₂. Su šiuo teiginiu nėra pagrindo sutikti, kadangi pati UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad „Neste“ degalus lygino su įprastiniais (mineraliniais) degalais (nutarimo (47) pastraipa). Taip pat šio teiginio nepatvirtinta ir ta aplinkybė, kad vadovaujantis 2018 m. spalio 25 d. kokybės pažymėjimu „Neste“ degalai „Pro Diesel“ galimai išmeta iki 20 proc. mažiau CO₂ nei kitose degalinėse šiltuoju metu laiku parduodami degalai, kadangi tokiais savybėmis pasižymėjo vienintelė 2018 m. spalio 25 d. „Pro Diesel“ siunta visu Reklaminės kampanijos reklamos sklaidos laikotarpiu (nutarimo (26) punktas).

(60) Asociacijos vertinimu, UAB „Neste Lietuva“ skleista reklama buvo neišsami ne tik tuo aspektu, kad nebuvo nurodyta, kad „Neste“ degalai lyginami su mineraliniais degalais, tačiau UAB „Neste Lietuva“ skleistoje reklamoje nebuvo nurodyta, kad ši reklama skirta vienintelei degalų rūšiai – „Pro Diesel“ degalams.

(61) Vertinant reklamos atitiktį Reklamos įstatymo reikalavimams, svarbu nustatyti, kaip reklamoje pateikiamą informaciją suprastų vidutinis vartotojas, o ne tai, kokią prasmę informacijai suteikia reklamos davėjas pagal savo vidinį įsitikinimą ar įsivaizdavimą. Konkurencijos tarybos vertinimu, vidutinis vartotojas, pamatęs Reklaminius teiginius, jog naudojant „Neste“ degalus galima sutaupyti iki 20 proc. CO₂ galėjo suprasti, jog naudojant bet kokius UAB „Neste Lietuva“ degalus galima sutaupyti CO₂, tačiau nėra pagrindo teigti, kad vidutinis vartotojas galėjo suprasti, jog visi „Neste“ degalai pasižymi tokiais pačiomis savybėmis, kadangi Reklaminiuose teiginiuose buvo aiškiai nurodyta, kad galima sutaupyti iki 20 proc. CO₂. Pastebėtina, kad pagal teisės aktų reikalavimus, į visus dyzelinius degalus privaloma įmaišyti bio degalus, kurie mažina CO₂ išsiskyrimą, o į benzininius degalus yra pilami multifunkciniai priedai. Dėl to naudojant visus „Neste“ degalus yra sutaupoma CO₂.

(62) Asociacija nurodė, kad nors Konkurencijos nagrinėjimo reklamos atitiktį išsamumo kriterijui, tačiau neanalizavo atitikties teisingumo kriterijui. Kaip minėta nutarimo (4) pastraipoje, teisingumo aspektas buvo nagrinėtas Įgaliotų pareigūnų sprendime, kuris buvo apskūstas Vilniaus apygardos administraciniam teismui, todėl pakartotinai nėra pagrindo vertinti šio aspekto.

(63) Įvertinus nurodytas aplinkybes, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad UAB „Neste Lietuva“ Reklaminės kampanijos metu skleista reklama, kurioje buvo nurodoma, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų, įvertinus tai, kad šioje reklamoje nebuvo nurodoma, jog „Neste“ degalų savybės yra lyginamos su įprastinių (mineralinių) degalų savybėmis, yra neišsami ir neatitinka Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 2 punkto reikalavimų.

6. UAB „Neste Lietuva“ skleistos reklamos poveikis vartotojų ekonominiam elgesiui

(64) Nustačius, kad UAB „Neste Lietuva“ vykdytos Reklaminės kampanijos metu skleista reklama, kurioje nurodoma, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų, neatitinka reklamos išsamumo kriterijaus, būtina nustatyti, ar ši reklama paveikė ar galėjo paveikti vartotojų ekonominį elgesį.

(65) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 7 dalyje nurodyta, kad sprendžiant ar reklama yra klaidinanti, laikoma, jog vartotojai susidaro nuomonę apie reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą, reklamos išsamumą ir reklamos pateikimo būdą ar formą ir priima tokius sprendimus, kurių galima tikėtis iš vidutinio vartotojo.

⁴⁴ LVAT 2008 m. rugpjūčio 18 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-756-1436/2008, UAB „Tele2“ prieš Konkurencijos tarybą.

(66) Kaip nurodyta nutarimo (48) pastraipoje, vidutinis vartotojas, tai vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas, protingai atidus ir apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksmus.

(67) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad ekonominis elgesys – reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, ūkine komercine, finansine ar profesine veikla. Sprendimas dėl sandorio suprantamas kaip vartotojo sprendimas veikti ar neveikti, kurį vartotojas priima dėl produkto pirkimo, pirkimo būdo ir sąlygų, visos kainos sumokėjimo ar mokėjimo dalimis, produkto įsigijimo ar atsisakymo, ar pasinaudojimo su produktu susijusia sutartine teise⁴⁵. Taigi, tiek Reklamos įstatyme, tiek ir Lietuvos Respublikos nesažiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatyme ekonominio elgesio bei sprendimo dėl sandorio sąvokos apibrėžiamos iš esmės analogiškai, todėl jos naudojamos kaip sinonimai. Be to, kaip nurodyta Europos Komisijos 2016 m. gegužės 25 d. Gairėse dėl Nesažiningos komercinės veiklos direktyvos (2005/29/EB) įgyvendinimo / taikymo (SWD(2016) 163)⁴⁶: „*Daugelį prieš perkant priimamų sprendimų galima laikyti sprendimais dėl sandorio. Pavyzdžiui, sprendimas vykti į išparduotuvę arba parduotuvę pagal komercinį pasiūlymą <...>.*“ Taigi, net jei vartotojas ir nenuspėjo perkės, tai nereiškia, kad jo ekonominis elgesys nebuvo paveiktas.

(68) Taip pat pažymėtina ir tai, kad poveikio vartotojo ekonominiam elgesiui nustatymas nereikalauja įrodyti fakto, kad vartotojas priėmė sprendimą ir įsigijo prekę paveiktas reklamos, pakanka nustatyti poveikio vartotojo ekonominiam elgesiui galimybę⁴⁷.

(69) Kaip minėta, vidutinis vartotojas galėjo suprasti, kad naudojant „Neste“ degalus į aplinką yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂, lyginant su kitose degalinėse parduodamais degalais. Vadinas, UAB „Neste Lietuva“ akcentavo jos parduodamų degalų pranašumą, t. y. vidutinis vartotojas, pamatęs reklamą, galėjo suprasti, kad „Neste“ degalai yra ekologiškesni, mažiau taršūs nei kitų degalinių parduodami degalai. Vis dėlto, Reklaminės kampanijos metu skleidžiamoje informacijoje UAB „Neste Lietuva“ savo parduodamų „Neste“ degalų nelygino nei su savo, nei su kažkurio kito konkretaus rinkos dalyvio parduodamais degalais ar tiesiog mažmeninėje rinkoje vartotojams parduodamais degalais, o lygino su įprastiniais (mineraliniais) degalais, kurių reklamos sklaidos metu vartotojai negalėjo įsigyti.

(70) Reklaminės kampanijos reklamoje nenurodžius išsamios informacijos, vartotojai negalėjo objektyviai įvertinti „Neste“ degalų reklamuojamo pranašumo. Akcentuotina, jog šiltuoju metu laikotarpiu, vadovaujantis teisės aktų reikalavimais, į dyzelinius degalus privaloma įmaišyti 7 proc. bio degalų, kurie sąlygoja CO₂ sutaupymą. Tai reiškia, kad visi dyzeliniai degalai, parduodami šiltuoju laikotarpiu, išmeta mažiau CO₂, lyginant su įprastais (mineraliniais) degalais. Dėl to Reklaminės kampanijos reklamoje nurodžius išsamią informaciją, kad „Neste“ degalai yra lyginami su įprastiniais (mineraliniais) degalais, vartotojai būtų galėję įvertinti galimą naudą perkant „Neste“ degalus ir vidutinis vartotojas būtų supratęs, kad „Neste“ degalų pranašumas ekologiškumo atžvilgiu prieš kitų degalinių degalus nėra toks, koks yra nurodytas Reklaminės kampanijos reklamoje.

(71) Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, tikėtina, kad vartotojams pateikus išsamią informaciją, vartotojai, siekdami įsigyti degalų, būtų galėję priimti kitokį sprendimą dėl degalų įsigijimo, t. y. vartotojai renkantis degalus nebūtų atsižvelgę į degalų ekologiškumą, o būtų degalus rinkęsi atsižvelgdami į jų kainą, patogumą įsigyti degalus, lojalumą tam tikram degalinių tinklui bei kitas aplinkybes. Dėl šių priežasčių konstatuotina, kad tokia reklama yra klaidinanti Reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalies ir 5 straipsnio prasme.

⁴⁵ Nesažiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas 2 straipsnio 10 dalis.

⁴⁶ LVAT yra pripažinęs, kad į minėtas Gaires galima atsižvelgti ir remtis jomis kaip doktrininu (pagalbinu) ES teisės aiškinimo šaltiniu (2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ prieš Konkurencijos tarybą). Su Gairėmis galima susipažinti: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>.

⁴⁷ LVAT 2010 m. spalio 11 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-1235/2010, UAB „Investment house“ prieš Konkurencijos tarybą.

7. Išvados

(72) Apibendrinus nutarimo 5 ir 6 dalyse nurodytas aplinkybes, darytina išvada, kad UAB „Neste Lietuva“ iniciatyva ir interesais nuo 2018 m. balandžio 30 d. iki 2018 m. lapkričio 29 d. Reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ metu skleista reklama, kurioje buvo nurodoma, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų, buvo neišsami, nes joje nebuvo nurodoma, jog „Neste“ degalų savybės yra lyginamos su įprastinių (mineralinių) degalų savybėmis. Dėl šių priežasčių reklama galėjo paveikti vartotojų ekonominę elgesį, priimant sprendimus, susijusius su „Neste“ degalų įsigijimu iš reklamos davėjo degalinių.

(73) Atsižvelgus į tai, laikytina, kad UAB „Neste Lietuva“ skleista reklama neatitiko Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimų.

8. Atsakomybė už klaidinančios reklamos naudojimą

(74) Reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalyje numatyta, kad reklamos davėjas už klaidinančios reklamos naudojimą atsako tuo atveju, jeigu jis neįrodo, kad šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti ne dėl jo kaltės.

(75) Kaip nustatyta tyrimo metu, UAB „Neste Lietuva“ nurodė, kad ji yra Reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ davėja (nutarimo 4 dalis). Atsižvelgus į tai, kad UAB „Neste Lietuva“ nepateikė įrodymų, kad Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl jos kaltės, UAB „Neste Lietuva“ yra pripažįstama atsakinga už klaidinančios reklamos skleidimą pagal Reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalį.

(76) Pagal Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalį, už klaidinančios ir neleidžiamos lyginamosios reklamos pažeidimus reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo 289 eurų iki 8 688 eurų.

(77) Reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalyje įtvirtinta, kad skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį, atsižvelgiant į atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

(78) Vertindama UAB „Neste Lietuva“ padaryto pažeidimo pobūdį, Konkurencijos taryba atsižvelgia į tai, kad nustatyta, jog Reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ metu skleista reklama, kurioje buvo nurodoma, jog naudojant „Neste“ degalus yra išmetama iki 20 proc. mažiau CO₂ dujų, buvo neišsami, nes joje nebuvo nurodoma, jog „Neste“ degalų savybės yra lyginamos su įprastinių (mineralinių) degalų savybėmis. Dėl šių priežasčių reklama galėjo paveikti vartotojų ekonominę elgesį, priimant sprendimus, susijusius su „Neste“ degalų įsigijimu būtent iš reklamos davėjo degalinių.

(79) Nagrinėjama klaidinanti reklama buvo skleidžiama nuo 2018 m. balandžio 30 d. iki 2018 m. lapkričio 29 d., t. y. minėtos kampanijos reklama buvo skleidžiama 214 dienų. Atitinkamai, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad Reklaminės kampanijos reklamos sklaidos trukmė laikytina labai ilga.

(80) Nustatyta, kad klaidinanti reklama buvo skleista: per televizijos kanalus: TV3, TV6, TV8, „Lietuvos ryto TV“; per radijo stotis: „M-1“, „M-1 plus“, „Zip FM“, „PowerHitRadio“, „Radio Centras“, „Žinių radijas“; ACM lauko ekranuose (transliacijų vietas: Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Panevėžys ir Alytus); interneto svetainėse: www.svaresnevasara.lt, www.svaresnidegalai.lt, www.neste.lt, www.spotify.com, www.tamo.lt; socialiniuose tinkluose: „Youtube“, „Facebook“ bei „Instagram“; „Neste“ degalinėse ir kitomis sklaidos priemonėmis. Atsižvelgus į tai, laikytina, jog pažeidimo mastas buvo labai didelis.

(81) Tyrimo metu UAB „Neste Lietuva“ atsakomybę lengvinančių ir/ar sunkinančių aplinkybių nebuvo nustatyta (Reklamos įstatymo 24 straipsnis).

(82) Asociacija prašė įpareigoti UAB „Neste Lietuva“ nutraukti klaidinančios reklamos naudojimą.

(83) Nutarimo (79) pastraipoje nustatyta, kad Reklaminė kampanijos reklama buvo skleista iki 2018 m. lapkričio 29 d. Asociacija nepateikė jokių duomenų, iš kurių būtų galima spręsti, kad

klaidinanti reklama būtų vis dar skleidžiama, todėl nėra pagrindo UAB „Neste Lietuva“ įpareigoti nutraukti klaidinančios reklamos naudojimą.

(84) Atsižvelgus į aukščiau išdėstytas aplinkybes, už klaidinančios reklamos naudojimą UAB „Neste Lietuva“ skiriama 8 688 (aštuonių tūkstančių šešių šimtų aštuoniasdešimt aštuonių) eurų pinigine bausia.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 5 straipsniu, 21 straipsnio 1 dalies 7 punktu, 24 straipsnio 1 ir 5 dalimis, 25 straipsnio 17 dalimi,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

1. Pripažinti, kad laikotarpiu nuo 2018 m. balandžio 30 d. iki 2018 m. lapkričio 29 d. uždarnosios akcinės bendrovės „NESTE LIETUVA“ iniciatyva ir interesais naudota reklaminės kampanijos „Švaresni degalai švaresni plaučiai“ metu skleista reklama buvo klaidinanti ir pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą uždarajai akcinei bendrovei „NESTE LIETUVA“ skirti 8 688 (aštuonių tūkstančių šešių šimtų aštuoniasdešimt aštuonių) eurų pinigine bausia.

3. Įpareigoti uždarąją akcinę bendrovę „NESTE LIETUVA“ per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nustatytos baudos sumokėjimo informuoti apie tai Konkurencijos tarybą ir pateikti tai patvirtinančius įrodymus.

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

Vadovaujantis Reklamos įstatymo 26 straipsniu, paskirta bausia ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos turi būti sumokėta į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą⁴⁸ (įmokos kodas 6920, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas 188659752).

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas

⁴⁸ Nr. LT78 7290 0000 0013 0151 (AB „Citadele“ bankas); Nr. LT74 4010 0510 0132 4763 (Luminor Bank AB); Nr. LT05 7044 0600 0788 7175 (AB SEB bankas); Nr. LT32 7180 0000 0014 1038 (AB Šiaulių bankas); Nr. LT74 7400 0000 0872 3870 (*Danske Bank A/S* Lietuvos filialas); Nr. LT12 2140 0300 0268 0220 (Luminor Bank AB); Nr. LT24 7300 0101 1239 4300 („Swedbank“, AB); LT42 7230 0000 0012 0025 (UAB Medicinos bankas).

DETALŪS METADUOMENYS

Dokumento sudarytojas (-ai)	Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 188668192, Jogailos g. 14, Vilnius 01116
Dokumento pavadinimas (antraštė)	DĖL DEGALINIŲ TINKLO REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS
Dokumento registracijos data ir numeris	2019-10-29 Nr. 1S-129 (2019)
Dokumento gavimo data ir dokumento gavimo registracijos numeris	–
Dokumento specifikacijos identifikavimo žymuo	ADOC-V1.0
Parašo paskirtis	Vizavimas
Parašą sukūrusio asmens vardas, pavardė ir pareigos	Monika Dumbrytė-Ožiūnienė, Grupės vadovė, Teisės ir konkurencijos politikos grupė
Sertifikatas išduotas	MONIKA DUMBRYTĖ-OŽIŪNIENĖ, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba LT
Parašo sukūrimo data ir laikas	2019-10-29 10:53:15 (GMT+02:00)
Parašo formatas	XAdES-EPES
Laiko žymoje nurodytas laikas	–
Informacija apie sertifikavimo paslaugų teikėją	ADIC CA-A, Asmens dokumentu israsymo centras prie LR VRM LT
Sertifikato galiojimo laikas	2018-10-02 12:23:47 – 2021-10-01 12:23:47
Parašo paskirtis	Vizavimas
Parašą sukūrusio asmens vardas, pavardė ir pareigos	Ditė Anilionienė, Grupės vadovė, Nesąžiningos komercinės veiklos tyrimo grupė
Sertifikatas išduotas	DITĖ, ANILIONIENĖ LT
Parašo sukūrimo data ir laikas	2019-10-29 11:21:09 (GMT+02:00)
Parašo formatas	XAdES-EPES
Laiko žymoje nurodytas laikas	–
Informacija apie sertifikavimo paslaugų teikėją	EID-SK 2016, AS Certifitseerimiskeskus EE
Sertifikato galiojimo laikas	2019-08-20 18:51:31 – 2024-08-18 23:59:59
Parašo paskirtis	Pasirašymas
Parašą sukūrusio asmens vardas, pavardė ir pareigos	Šarūnas Keserauskas, Pirmininkas, Konkurencijos tarybos nariai
Sertifikatas išduotas	ŠARŪNAS, KESERAUSKAS LT
Parašo sukūrimo data ir laikas	2019-10-29 11:51:06 (GMT+02:00)
Parašo formatas	XAdES-T
Laiko žymoje nurodytas laikas	2019-10-29 11:51:25 (GMT+02:00)
Informacija apie sertifikavimo paslaugų teikėją	EID-SK 2016, AS Certifitseerimiskeskus EE
Sertifikato galiojimo laikas	2019-08-17 10:11:18 – 2024-08-15 23:59:59
Informacija apie būdus, naudotus metaduomenų vientisumui užtikrinti	"Registravimas" paskirties metaduomenų vientisumas užtikrintas naudojant "RCSC IssuingCA, VI Registru centras - i.k. 124110246 LT" išduotą sertifikatą "Dokumentų valdymo sistema Avily, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, į.k. 188668192 LT", sertifikatas galioja nuo 2018-12-27 13:51:05 iki 2021-12-26 13:51:05
Pagrindinio dokumento priedų skaičius	–
Pagrindinio dokumento priedamų dokumentų skaičius	–
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	–
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	–
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	–
Programinės įrangos, kuria naudojantis sudarytas elektroninis dokumentas, pavadinimas	Dokumentų valdymo sistema Avily, versija 3.5.14
Informacija apie elektroninio dokumento ir elektroninio (-ių) parašo (-ų) tikrinimą (tikrinimo data)	Atitinka specifikacijos keliamus reikalavimus. Visi dokumente esantys elektroniniai parašai galioja (2019-10-29 13:10:15)

DETALŪS METADUOMENYS**Paieškos nuoroda**

–

Papildomi metaduomenys

Nuorašą suformavo 2019-10-29 13:10:15 Dokumentų valdymo sistema Avily