



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

**BYLOJE DĖL UAB „ODOMENA“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMO**

2020-07-02 Nr. 12R-35

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktorės Neringos Ulbaitės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), direktorės pavaduotojos Neringos Baronienės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyresniosios patarėjos Ingos Grinevičės bei Nuotolinės prekybos skyriaus vedėjos Aidos Gasiūnaitės-Stavginskienės,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu ir 25 straipsnio 3 dalimi, išnagrinėjo UAB „Odomena“ (įmonės kodas 305146880, adresas – V. Nagevičiaus g. 3, Vilnius) veiksmus dėl reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija n u s t a t o

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-06-06 pastebėjo, kad UAB „Odomena“ priklausančiame interneto tinklalapyje www.hush.lt pateikiama informacija, kurioje nurodoma, kad tam tikroms prekėms nuolaida ar akcija „įsigykite 2 ir 3 gausite nemokamai“ taikoma „tik šiandien“, „ši mėnesį“: 1) Prekės „Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“ reklamoje (<https://hush.lt/collections/avalynė/products/ilaja-eco-laisvalaikio-bateliai>) pateikiama informacija, kad „Tik šiandien įsigykite 2019-ųjų pavasario naujieną su ypatinga 50 % nuolaida!“, nurodoma prekės kaina – 22,99 EUR vietoje 44,99 EUR; 2) prekės „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“ reklamoje (<https://hush.lt/collections/avalynė/products/bateliai-su-dirzeliu-carlstonas>) nurodoma, kad „Šio mėnesio akcija: su kodu EMMA15, perkant avalynės už 50 EUR ir daugiau, pritaikysime papildomą 15% nuolaidą!“, 3) prekės „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“ reklamoje (<https://hush.lt/collections/grozis-ir-sveikata/products/elastic>) nurodoma, kad „Ypatinga šio mėnesio nuolaida: Įsigykite dvi Elastix™ pėdkelnes ir trečias gausite NEMOKAMAI! Pridėkite į krepšelį tris vienetus ir galutiniame apmokėjimo lange vienos prekės kaina bus pašalinta.“; 4) prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklamoje (<https://hush.lt/collections/grozis-ir-sveikata/products/momentine-priemone-nuo-raukšliu-auquest>) nurodoma, kad „Ypatinga šio mėnesio nuolaida: Įsigykite du AUQUEST™ kremo vienetus ir trečią gausite NEMOKAMAI! Pridėkite į krepšelį tris vienetus ir galutiniame apmokėjimo lange vienos prekės kaina bus pašalinta.“; 5) prekės „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“ reklamoje (<https://hush.lt/products/bohemiško-stiliaus-suknele-sunflower>) nurodoma, kad „Tik šiandien, siūlome įsigyti šią 2019 pavasario naujieną – „Sunflower“ suknelę su 50 % nuolaida!, nurodoma prekės kaina – 22,99 EUR vietoje 44,99 EUR; 6) prekės „Elegantiškas kombinezonas Kanai“ reklamoje (<https://hush.lt/products/kombinezonas-kanai>) nurodoma, kad „Tik šiandien siūlome

įsigyti šią 2019 vasaros naujieną su 50 % nuolaida!“, nurodoma prekės kaina – 26,99 EUR vietoje 52,99 EUR; 7) prekės „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“ reklamoje (<https://hush.lt/products/svelniai-priglundantys-naktiniai-adite>) nurodoma, kad „Tik šiandien įsigykite 2019-ųjų vasaros naujieną – naktinukus „Aditė“ su 50 % nuolaida!“, nurodoma prekės kaina – 14,99 EUR vietoje 29,99 EUR; 8) prekės „Suknelė Džen“ reklamoje (<https://hush.lt/products/suknele-dzen>) nurodoma, kad „Tik šiandien, siūlome įsigyti šią 2019 pavasario naujieną – „Džen“ suknelę su 35% nuolaida!“, nurodoma prekės kaina – 22,99 EUR vietoje 34,99 EUR.

Patikrinus nurodytų 8 prekių („Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“, „Suknelė Džen“) reklamą pakartotinai 2019-06-11, 2019-06-18, 2019-06-21, 2019-06-28, 2019-07-01, 2019-07-05, 2019-07-09, 2019-07-15, 2019-07-22 ir 2019-07-25 nustatyta, kad 7 prekių („Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Suknelė Džen“) laikotarpiu nuo 2019-06-06 iki 2019-07-25, t. y. praėjus daugiau nei mėnesiui, reklama išliko nepakeista, o prekės „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“ reklama paskutinį kartą fiksuota 2019-07-05 (vėliau nurodoma, kad „Atsiprašome. Puslapis, kurio ieškote nerastas“).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 25 straipsnio 3 dalimi, 2019-07-25 nutarimu Nr. 12R-21 pradėjo tyrimą dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalies 2 punktu, 2019-07-30 raštu Nr. 4-11059 kreipėsi į UAB „Odomena“ prašydama pateikti papildomą informaciją dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2019-08-30 gavo UAB „Odomena“ raštą, kuriame bendrovė nurodė, kad buvo įkurta tik 2019-04-25, todėl bendrovės reklamos buvo užfiksuotos tik po kelių mėnesių bendrovės veikimo. Bendrovė nurodė, kad savo veiklą pradėjo vykdyti, atsižvelgdama į kitų elektroninių parduotuvių taikomą praktiką, visas reklamas parengė pagal tokius pavyzdžius, kuriuos matė kitų rinkos dalyvių interneto tinklalapiuose, o reikalavimai elektroninių parduotuvių reklamai bendrovei buvo nežinomi. Bendrovė nurodė, kad, gavusi Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos nutarimą, susipažino su Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatomis, įvertino savo prekių pasiūlymus Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos nutarimo kontekste ir reklamas pakeis taip, kad prielaidų Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo galimam pažeidimui, susijusiam su nurodytomis aplinkybėmis, nebūtų. UAB „Odomena“ nurodė, kad yra pasiryžusi imtis visų priemonių, kad reklamos internetinėje parduotuvėje www.hush.lt būtų teisingos ir išsamios bei neturėtų jokio klaidinančio poveikio vartotojams. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti įrodymus, pagrindžiančius prekių „Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“, „Suknelė Džen“ reklamoje nurodytos reguliarios (brauktos) prekių kainos buvimą, t. y. kad minėtos prekės reikšmingą laiko tarpą buvo parduodamos aukštesne (braukta) kaina, nuo kurios vėliau paskelbta nuolaida, UAB „Odomena“ nurodė, kad nekaupia duomenų apie prekių kainų taikymo laikotarpius, todėl objektyviai neturi galimybės pateikti įrodymų, kad prekių reklamoje nurodytos reguliarios (brauktos) prekių kainos buvo taikomos reikšmingą laiko tarpą. Bendrovė nurodė, kad patikslino brauktų kainų vaizdavimo būdą ir šiuo metu prie nubrauktų kainų pateikia paaiškinimą, kad braukta kaina yra anksčiau internetinėje

parduotuvėje www.hush.lt taikyta kaina. Bendrovė nurodė, kad metu UAB „Odomena“ internetinės parduvės www.hush.lt sistema yra keičiama taip, kad brauktos kainos būtų rodomos pagal Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos rekomendacijas dėl kainų palyginimo reklamose. Bendrovė nurodė, kad internetinėje parduvėje www.hush.lt nebeskelbiami teiginiai „tik šiandien“ ir „tik šį mėnesį“. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti įrodymus, pagrindžiančius prekių „Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“, „Suknelė Džen“ reklamoje pateiktų teiginių „tik šiandien“, „tik šį mėnesį“ teisingumą bei pateikti įrodymus, nuo kada iki kada (nuo...iki...) interneto tinklalapyje buvo skleidžiama aukščiau išvardintų prekių reklama (apie kiekvieną prekę informaciją prašome pateikti atskirai) ir reklamoje nurodyti teiginiai „tik šiandien“, „tik šį mėnesį“, UAB „Odomena“ nurodė, kad duomenų apie tai, kiek laiko konkretus prekės aprašymas ar jame nurodyta informacija buvo skelbiamas internetinėje parduvėje, bendrovė neturi ir pateikti negali. Atsakymo į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti informaciją, kokiu tikslu minėtų prekių reklamoje naudojami teiginiai „tik šiandien“, „tik šį mėnesį“, jei skelbiamos „akcijos“ tęsiasi ilgą laiką, UAB „Odomena“ nepateikė. Bendrovė, atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą nurodyti ir pateikti įrodymus, kiek vartotojų ir už kokią kainą elektroninėje parduvėje www.hush.lt pirkto prekes „Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“, „Suknelė Džen“ laikotarpiu nuo 2019-06-01 iki 2019-07-30 (apie kiekvieną prekę atskirai), UAB „Odomena“ nurodė, kad laikotarpiu nuo 2019-06-01 iki 2019-07-30 buvo parduoti (*duomenys neskelbtini*) vnt. „Ilaja Eco laisvalaikio batelių“, (*duomenys neskelbtini*) vnt. „Batelių su dirželiu „Čarlstonas“, (*duomenys neskelbtini*) vnt. „Elastix™ Neplyštančių pėdkelnių“, (*duomenys neskelbtini*) vnt. „Momentinių priemonių nuo raukšlių AUQUEST™“, (*duomenys neskelbtini*) vnt. „Bohemiško stiliaus suknelių Sunflower“, (*duomenys neskelbtini*) vnt. „Elegantiškų kombinezonų Kanai“, (*duomenys neskelbtini*) vnt. „Švelniai priglundančių naktinių Aditė“, (*duomenys neskelbtini*) vnt. suknelių „Džen“, t. y. prekių daugiau nei už (*duomenys neskelbtini*) EUR. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti informaciją, koks yra interneto tinklalapio www.hush.lt lankomumas vidutiniškai per dieną, per mėnesį ir per metus, UAB „Odomena“ nurodė, kad veiklą vykdo mažiau nei pusę metų, todėl gali pateikti duomenis tik apie dienos ir mėnesio lankomumą. Bendrovė nurodė, kad vidutinis dienos lankomumas yra apie (*duomenys neskelbtini*) vartotojų, o vidutinis mėnesio lankomumas – apie (*duomenys neskelbtini*) vartotojų. Bendrovė informavo, kad prekė „Momentinė priemonė nuo raukšlių“, gavus Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos raštą, buvo pašalinta iš prekybos. Bendrovė nurodė, kad prekė „Gua Sha nefrito masažuoklis“, kurios reklamoje pateikiami tokie teiginiai kaip „Nefrito akmens volelis – viena populiariausių moterų ir vyrų sveikos odos grožio priemonių pasaulyje“, „<...> pagamintas naudojant tradicines technologijas iš natūralaus ir vientiso gamtinio akmens. Nefritas pasaulyje sėkmingai naudojamas gydomajam, energetiniam ir atpalaiduojančiam <...> masažui. Nefrito akmuo <...> skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius“. <...> ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą <...>. <...> efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas. Ypač rekomenduojamas moterims po gimdymo! <...> gerina kraujo cirkuliaciją, veikdamas odos kapiliarus. <...> veiksminga priemonė kovoje su senstančia oda – Japonijoje nefrito akmuo jau šimtus metų naudojamas kaip pagrindinė odos senėjimo stabdymo priemonė.“, yra priskiriama prie grožio priemonių - masažuoklių prekių tipo. Bendrovė nurodė, kad šio masažuoklio aprašyme pateikti teiginiai yra

grindžiami Akane Miyaji, Kaori Sugimori ir Naoyuki Hayashi 2018 m. atliktu moksliniu tyrimu (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0965229918306423?via%3Dihub>). Bendrovė nurodė, kad vertinamos reklamos buvo kuriamos pagal kitų rinkos dalyvių pavyzdžius ir bendrovė, kurdama reklamas, tiesiog neturėjo jokios patirties dėl reklamų atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams. Bendrovė nurodė, kad supranta, jog tai nepašalina jos atsakomybės dėl reklamų teisingumo, tačiau tikisi, kad bus atsižvelgta į tai, jog bendrovė neseniai pradėjo savo veiklą ir neturi šioje srityje visiškai jokios patirties, nežinojo, kad konkrečiais įstatymais yra reguliuojamas prekių pasiūlymų rengimas, nes jie prilyginami reklamai. Bendrovė nurodė, kad gautos pastabos dėl naudotos reklamos neteisingumo reikšmingai paveikė UAB „Odomena“ veiklą, nes nedelsiant buvo imtasi priemonių siekiant pašalinti tokius galimus pažeidimus. Bendrovė nurodė, kad bendradarbiaus su Valstybine vartotojų teisių apsaugos tarnyba visais su tyrimu susijusiais klausimais ir yra pasirengusi įgyvendinti Valstybinės vartotojų teisių nurodymus ir rekomendacijas. Bendrovė nurodė, kad, atsižvelgiant į išdėstytą informaciją bei į tai, kad UAB „Odomena“ pripažįsta nurodytus pažeidimus ir juos jau pašalino bei ėmėsi priemonių, kad ateityje jie nepasikartotų, prašo nutraukti vykdomą tyrimo procedūrą. Bendrovė nurodė, kad tuo atveju, jei tyrimo nutraukti nėra galimybės, prašo skirti išpėjimą dėl atliktų pažeidimų, atsižvelgiant į tai, jog bendrovė veikia vos kelis mėnesius ir visus pažeidimus geranoriškai pašalino.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba laikotarpiu nuo 2019-09-01 iki 2019-12-31 stebėjo interneto tinklalapyje www.hush.lt pateikiamą informaciją ir nustatė, jog minėtame interneto tinklalapyje teiginiai „tik šiandien“, „tik ši mėnesį“ nebenaudojami, tačiau galimai klaidinantys teiginiai apie „Gua Sha nefrito masažuoklio“ savybes vis dar naudojami.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į tai, kad, siekiant objektyviai įvertinti UAB „Odomena“ skleidžiamą reklamą, yra reikalinga gauti bei įvertinti papildomus įrodymus, 2020-01-20 nutarimu Nr. 12R-3 nutarė pratęsti nagrinėjimo procedūros dėl galimo UAB „Odomena“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo terminą iki 2020-07-19.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-01-22 raštu Nr. 4E-1623 kreipėsi į UAB „Odomena“ prašydama pateikti papildomą informaciją dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-02-05 gavo UAB „Odomena“ raštą, kuriuo bendrovė pateikė papildomus paaiškinimus. UAB „Odomena“ nurodė, kad labai vertina Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos rekomendacijas ir 2019-07-30, gavusi Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos raštą Nr. 4-11059, skubos tvarka ėmėsi visų priemonių, kad reklamos internetinėje parduotuvėje www.hush.lt būtų teisingos ir išsamios bei neturėtų jokio klaidinančio poveikio vartotojams. Bendrovė nurodė, kad šiuo metu yra sustabdžiusi prekių, esančių internetinėje parduotuvėje www.hush.lt, reklamą sklaidos kanaluose. Bendrovė paaiškino, jog ištestavo keletą skirtingų sistemų, kurios potencialiai galėtų automatiškai koreguoti prekių kainodarą, tačiau nei vienas variantas pilnai neatliko šios funkcijos pagal poreikius, todėl buvo nuspręsta pašalinti visas nubrauktas kainas iki kol nebus rastas ilgalaikis šios problemos sprendimas. UAB „Odomena“ nurodė, kad ėmėsi priemonių ir nevykdys prekių su nubraukta kaina prekybos iki tol, kol neturės techninių galimybių kaupti informacijos ir pateikti Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai įrodymų apie nubrauktų kainų taikymą ir pateikti informaciją apie kainų reguliarumą, buvimą. Bendrovė papildomai nurodė, kad internetinėje parduotuvėje www.hush.lt nebėra galimybių įsigyti šias prekes: „Gua Sha nefrito masažuoklis“, „Elastix™ neplyštančios pėdkelnės“, „Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“ bei „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“.

Pateikdama paaiškinimus dėl „Gua Sha nefrito masažuoklis“ reklamos, UAB „Odomena“ nurodė, kad šios prekės aprašyme pateikti teiginiai, kuriais nurodoma, kad ši prekė atpalaiduoja paburkusių veido odą, skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai

lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius, yra ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą, masažuojant įsitempusias smilkinių ir kaktos sritis, yra efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas ir pan. buvo pašalinti 2020-01-23, t. y. gavus Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos nutarimą, kuriame nurodyta, jog Akane Miyaji, Kaori Sugimori ir Naoyuki Hayashi 2018 m. atliktas tyrimas šių teiginių teisingumo nepagrindžia. Bendrovė nurodė, kad nuo to laiko šios prekės interneto tinklalapyje www.hush.lt įsigyti nėra galimybės. Bendrovė nurodė, kad šios prekės reklama skleista nuo (*duomenys neskelbtini*) iki (*duomenys neskelbtini*), laikotarpiu nuo 2019-07-31 iki 2020-01-31 parduoti (*duomenys neskelbtini*) vnt.

Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti patikslintą informaciją ir ją pagrindžiančius įrodymus, koks yra interneto tinklalapio www.hush.lt lankomumas vidutiniškai per dieną, per mėnesį ir per metus (nurodyti unikalių lankytojų – prisijungimų skaičių), UAB „Odomena“ nurodė, kad vykdo veiklą nuo 2019-04-25, todėl gali pateikti duomenis tik apie dienos ir mėnesio lankomumą. Bendrovė nurodė, kad interneto tinklalapyje www.hush.lt per dieną apsilanko apie (*duomenys neskelbtini*), o per mėnesį – apie (*duomenys neskelbtini*) vartotojų.

Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti įrodymus, pagrindžiančius prekių „Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“, „Suknelė Džen“ reklamoje nurodytos reguliarios (brauktos) prekių kainos buvimą, t. y. kad minėtos prekės reikšmingą laiko tarpą buvo parduodamos aukštesne (braukta) kaina, nuo kurios vėliau paskelbta nuolaida, bendrovė nurodė, kad dėl techninių sistemos apribojimų, tokios informacijos pateikti negali. UAB „Odomena“ paaiškino, kad, atsižvelgdama į tai, kad neturi galimybių pateikti įrodymų, priėmė sprendimą panaikinti visų prekių, esančių internetinėje parduotuvėje www.hush.lt, nubrauktas kainas ir netaikyti nuolaidų, siekiant investuoti į sistemų paiešką, kurios leistų kaupiti, sisteminti ir pateikti reikalingą prekių su nuolaidomis informaciją, kad ateityje galėtų pasiūlyti vartotojams prekių su nuolaida.

Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti įrodymus, pagrindžiančius prekių „Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Švelniai priglundantys naktiniai Aditė“, „Suknelė Džen“ reklamoje pateiktų teiginių „tik šiandien“, „tik ši mėnesį“ teisingumą, UAB „Odomena“ nurodė, kad nuo 2019 m. rugpjūčio mėn. tokių teiginių nebeskelbia. Bendrovė paaiškino, kad informacijos apie tokių teiginių skelbimą nekaupė, todėl prašomos informacijos pateikti negali. Bendrovė nurodė, kad teiginių „tik šiandien“, „tik ši mėnesį“ ir netaikys, iki kol neturės tinkamų techninių galimybių kaupiti informaciją ir, prireikus, pateikti įrodymus.

Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti įrodymus, pagrindžiančius šiuo metu interneto tinklalapyje www.hush.lt pateikiamos informacijos, jog

- 1) batelių su dirželiu „Čarlstonas“ reguliari (įprastinė) kaina be nuolaidos yra 71,98 EUR (2020-01-22 reklamoje nurodoma, kad prekei taikoma akcija ir prekė kainuoja 35,99 EUR);
- 2) „Ilaja Eco laisvalaikio batelių“ reguliari (įprastinė) kaina be nuolaidos yra 45,98 EUR (2020-01-22 reklamoje nurodoma, kad prekei taikoma akcija ir prekė kainuoja 22,99 EUR);
- 3) „Elastix™ neplyštančių pėdkelnių“ reguliari (įprastinė) kaina be nuolaidos yra 29,99 EUR (2020-01-22 reklamoje nurodoma, kad prekei taikoma akcija ir prekė kainuoja 14,99 EUR);
- 4) „Bohemiško stiliaus suknelės „Sunflower“ reguliari (įprastinė) kaina be nuolaidos yra 49,99 EUR (2020-01-22 reklamoje nurodoma, kad prekei taikoma akcija ir prekė kainuoja

24,99 EUR); 5) „Elegantiško kombinezono „Kanai“ reguliari (įprastinė) kaina be nuolaidos yra 53,98 EUR (2020-01-22 reklamoje nurodoma, kad prekei taikoma akcija ir prekė kainuoja 26,99 EUR); 6) suknelės „Džen“ reguliari (įprastinė) kaina be nuolaidos yra 47,98 EUR (2020-01-22 reklamoje nurodoma, kad prekei taikoma akcija ir prekė kainuoja 23,99 EUR), UAB „Odomena“ nurodė, kad jai savo sistemoje nepavyko kaupti duomenų apie prekių kainų taikymo laikotarpius dėl techninių galimybių, todėl bendrovė neturi galimybės pateikti įrodymų, kad prekių reklamoje nurodytos reguliarios (brauktos) prekių kainos buvo taikomos reikšmingą laiko tarpą.

Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti informaciją, koku laikotarpiu (nuo...iki...) buvo skleidžiama prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklama, UAB „Odomena“ nurodė, kad šios prekės reklama buvo skleidžiama nuo *(duomenys neskelbtini)* iki *(duomenys neskelbtini)*.

Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti įrodymus, jog UAB „Odomena“ prekė „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, kuria šiuo metu nebeprekiuojama, turėjo reklamoje nurodytų savybių: „panaikina raukšles vos per 5 sekundes su AUQUEST™ kremu“, „sumažina ir laikinai pašalina bet kokias odos raukšles (vidutiniškai per 5 sekundes)“, „nepriekaištingas efektas išlieka iki 8 valandų“, „gamyboje naudojamos tik ekologiškos, gamtą tausojančios medžiagos“, UAB „Odomena“ nurodė, kad šiuos teiginius pagrindžiančių įrodymų pateikti negali, kadangi prekės tiekėjas neatsakė į UAB „Odomena“ kreipimąsi dėl įrodymų pateikimo. Bendrovė nurodė, kad, atsižvelgdama į tai, iš interneto tinklalapio www.hush.lt pašalino prekę „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ iš UAB „Odomena“ pasiūlos ir jos internetinėje parduotuvėje www.hush.lt įsigyti prekę galimybių nebėra.

UAB „Odomena“ papildomai nurodė, kad pripažįsta Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos raštuose nurodytus pažeidimus ir juos pašalina bei ėmėsi priemonių, siekiant užtikrinti, jog šie pažeidimai nepasikartotų, t. y. sustabdė prekių reklamą sklaidos kanaluose, taip pat, iki kol neturės techninių galimybių pateikti įrodymus apie skelbiamų nuolaidų teisingumą, prekėms nuolaidų netaikys ir nevykdys prekių reklamos sklaidos kanaluose. UAB „Odomena“ nurodė, kad prašo nutraukti jos atžvilgiu vykdomą tyrimo procedūrą, o tuo atveju, jei tokios galimybės nėra, prašo skirti išpėjimą dėl atliktų pažeidimų, atsižvelgiant į tai, jog ši įmonė egzistuoja devynis mėnesius ir pažeidimus geranoriškai pašalino.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, 2020-02-07 patikrinusi UAB „Odomena“ interneto tinklalapyje www.hush.lt pateikiamą informaciją, nustatė, jog prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklamoje (<https://hush.lt/collections/vyriski-drabuziai/products/keliu-raisciu-ir-sanariu-apsaugos-priemone>) pateikiami teiginiai „Pamirškite geliantį kelių skausmą!“, „palengvina artritą ir sąnarių skausmą“, „pašalina skausmą nuo artrito, tendinitinio osteoartrito, padeda atsigausti po plyšusio menisko traumos“.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-02-07 raštu Nr. 4E-3145 kreipėsi į UAB „Odomena“ prašydama pateikti papildomą informaciją dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-02-17 gavo UAB „Odomena“ raštą, kuriuo bendrovė pateikė papildomus paaiškinimus. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti įrodymus, patvirtinančius UAB „Odomena“ reklamoje nurodomas prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ savybes, UAB „Odomena“ nurodė, kad įrodymų pateikti negali, kadangi prekės tiekėjas į bendrovės prašymą tokius įrodymus pateikti neatsakė. Bendrovė nurodė, kad, negalėdama pateikti prašomų įrodymų, pašalino prekę „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ iš elektroninės parduotuvės www.hush.lt ir įsigyti šią prekę galimybių nebėra. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti informaciją ir ją pagrindžiančius įrodymus, nuo kada iki kada (nuo...iki...) interneto tinklalapyje

www.hush.lt skleidžiama prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklama, UAB „Odomena“ nurodė, kad šios prekės reklama sklaidos kanaluose nebuvo vykdoma. Bendrovė nurodė, kad informacijos, kada prekės reklama patalpinta interneto tinklalapyje www.hush.lt, pateikti negali, tačiau nurodė, kad prekės reklama pašalinta 2020-02-09. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti informaciją ir ją pagrindžiančius įrodymus, kiek „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonių“ buvo parduota aukščiau nurodytos reklamos skleidimo laikotarpiu, UAB „Odomena“ nurodė, kad per visą elektroninės parduotuvės veikimo laikotarpį (t. y. nuo 2019-04-25) buvo parduotas tik (*duomenys neskelbtini*) vnt. prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“. UAB „Odomena“ papildomai nurodė, kad apgailestauja, jog elektroninėje parduotuvėje www.hush.lt buvo patalpinta prekė, prie kurios nebuvo pateikta pakankamai informacijos apie prekės savybes. UAB „Odomena“ nurodė, kad nesiekia naudoti neteisėtu būdu ir nenorėjo pažeisti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo. Bendrovė pažymėjo, jog, atsižvelgdama į tai, jog minėtos prekės reklama buvo nedelsiant nutraukta, o parduota – tik (*duomenys neskelbtini*) vnt., prašo nutraukti jos atžvilgiu vykdomą tyrimo procedūrą, o tuo atveju, jei tokios galimybės nėra, prašo skirti išpėjimą dėl atliktų pažeidimų. UAB „Odomena“ pažymėjo, jog ji nedelsiant reaguoja į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos pranešimus, pažeidimus geranoriškai pašalina, be to, šiuo metu yra sustabdžiusi prekių, esančių internetinėje parduotuvėje www.hush.lt, reklamą sklaidos kanaluose.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, laikotarpiu nuo 2020-02-17 iki 2020-06-02 tikrino interneto tinklalapyje www.hush.lt pateikiamą informaciją ir nustatė, jog UAB „Odomena“ iš pradžių iš minėto interneto tinklalapio pašalino siūlomų įsigyti prekių skelbimus (pvz., <https://web.archive.org/web/20200226061312/https://hush.lt/>), o vėliau tinklalapis apskritai tapo ir šiuo metu yra neprieinamas (pvz., <https://web.archive.org/web/20200326070317/https://hush.lt/>).

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, 2020-06-02 papildomai įvertinusi UAB „Odomena“ socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje (<https://www.facebook.com/hush.lt>) nuo 2019-07-01 pateikiamą informaciją galimų Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimų nenustatė. 2020 m. minėtoje paskyroje įrašų apskritai nebuvo.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-06-04 priėmė pranešimą Nr. 3-3-714 „Dėl UAB „Odomena“ galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo“ (toliau – Pranešimas), kuriame padarė išvadą, kad UAB „Odomena“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnį.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-06-04 raštu Nr. 4E-14518 išsiuntė UAB „Odomena“ Pranešimo nuorašą bei informavo apie 2020-07-02 vyksiantį bylos „Dėl UAB „Odomena“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo“ nagrinėjimą rašytinio proceso tvarka.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2020-06-25 gavo UAB „Odomena“ raštą, kuriame bendrovė, pateikdama paaiškinimus, nurodė, kad noriai bendradarbiauja su Valstybine vartotojų teisių apsaugos tarnyba, jog užtikrintų, kad visos vartotojų teisės būtų užtikrintos teisingai. Bendrovė nurodė, kad šiuo metu yra sustabdžiusi elektroninės parduotuvės www.hush.lt veiklą ir vartotojai neturi galimybių įsigyti prekių. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą nurodyti tikslią datą, kada buvo sustabdyta interneto tinklalapio www.hush.lt veikla (jei veikla nebuvo sustabdyta, prašome paaiškinti, kaip vartotojai minėta elektronine parduotuve naudojami – iš kur gauna prisijungimo slaptažodį, kokią informaciją mato prisijungę ir pan.), UAB „Odomena“ nurodė, kad veiklą vykdė mažiau nei vienerius metus, veikla buvo sustabdyta 2020-03-31; elektroninė parduotuvė adresu www.hush.lt uždaryta 2020-03-25. UAB „Odomena“ nurodė, kad tai reiškia, jog elektroninė parduotuvė nuo 2020-03-25 tapo nepasiekiamas vartotojams ir įsigyti prekių galimybių nebuvo. UAB „Odomena“ nurodė, kad parduotuvės adresas www.hush.lt vis dar pasiekiamas, tačiau jis yra apsaugotas slaptažodžiu, kuris žinomas tik parduotuvės administratoriui, jog, esant poreikiui, būtų galima pasiekti parduotuvės

duomenis. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą patikslinti UAB „Odomena“ teiginį, jog prekės „Gua Sha nefrito masažuoklis“ reklama skleista nuo 2019-12-12 iki 2020-12-31, laikotarpiu nuo 2019-07-31 iki 2020-01-31 parduoti (*duomenys neskelbtini*) vnt. (t. y. paaiškinti, kodėl, kaip reklamos sklaidos pradžios data, nurodoma 2019-12-12, nors, remiantis pardavimų informacija ir Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos turimais įrodymais, šios prekės reklama interneto tinklalapyje www.hush.lt pradėta skleisti daug anksčiau), UAB „Odomena“ nurodė, kad prekės „Gua Sha nefrito masažuoklis“ reklama socialiniame tinklalapyje „Facebook“ buvo skleista nuo 2019-12-12 iki 2019-12-31. UAB „Odomena“ nurodė, kad neturi informacijos, nuo kada ši prekė buvo patalpinta interneto tinklalapyje www.hush.lt. Bendrovė nurodė, kad iš interneto tinklalapio prekė buvo pašalinta 2020-01-23, atsižvelgiant į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos pastabas. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą nurodyti, kiek vartotojų prekę „Gua Sha nefrito masažuoklis“ įsigijo laikotarpiu nuo reklamos sklaidos interneto tinklalapyje www.hush.lt pradžios iki 2019-07-31, UAB „Odomena“ nurodė, kad nurodytu laikotarpiu šią prekę įsigijo (*duomenys neskelbtini*) vartotojai. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą patikslinti UAB „Odomena“ teiginį, jog prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklama skleista nuo 2019-05-24 iki 2019-06-11 (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos turimais įrodymais, prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklama interneto tinklalapyje www.hush.lt skleista ir po 2019-06-11), UAB „Odomena“ nurodė, kad laikotarpis nuo 2019-05-24 iki 2019-06-11 apibrėžia prekės reklamą socialiniame tinkle „Facebook“. Bendrovė nurodė, kad interneto tinklalapyje www.hush.lt prekės reklama skleista iki 2019-07-30, tačiau aktyvi šios prekės reklama nebebuvo skleidžiama. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti tikslią informaciją, kiek vienetų prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ vartotojai įsigijo laikotarpiu nuo šios prekės minėtos reklamos sklaidos pradžios iki dienos, kada vertinama reklama buvo nutraukta, UAB „Odomena“ nurodė, kad nuo reklamos sklaidos pradžios iki 2019-07-30, kai prekė buvo pašalinta iš interneto tinklalapio www.hush.lt, prekę „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ įsigijo (*duomenys neskelbtini*) vartotojų. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti informaciją, ar šiuo metu bendrovė vis dar vykdo prekybą internetu, UAB „Odomena“ nurodė, kad savo veiklą visiškai sustabdė 2020-03-31, o internetinė parduotuvė www.hush.lt buvo uždaryta 2020-03-25 ir nuo šios datos prekyba internetu nebevykdoma. Atsakydama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašymą pateikti informaciją, kokių konkrečių priemonių UAB „Odomena“ ėmėsi ar ketina imtis, siekdama, jog panašūs atvejai į nurodytus Pranešime, ateiityje nepasikartotų, UAB „Odomena“ nurodė, kad, atsižvelgdama į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos rekomendacijas, aktyviai stengėsi pašalinti visus elektroninėje parduotuvėje galimai esančius pažeidimus, jog galėtų toliau vykdyti savo veiklą: įdiegti automatinę nuolaidų taikymo sistemą, pašalinti prekes, kurių aprašymuose trūko teiginius pagrindžiančių įrodymų, įdiegti Europos Komisijos sukurta EGS platformą bei patobulinti prekių garantijų, grąžinimo ir keitimo taisykles, jog šios atitiktų Lietuvos Respublikos įstatymus. Bendrovė nurodė, kad dauguma kliūčių buvo sėkmingai pašalintos, tačiau galiausiai buvo nuspręsta sustabdyti įmonės veiklą ir uždaryti elektroninę parduotuvę www.hush.lt 2020 metų pradžioje. UAB „Odomena“ nurodė, kad elektroninė parduotuvė www.hush.lt veikė kiek mažiau nei metus (nuo 2019-04-26 iki 2020-03-31) ir per šį laikotarpį, įgavo nemažai patirties, vykdamas prekybą internetu, bei susipažino su Lietuvos Respublikos reklamos įstatymu. UAB „Odomena“ nurodė, kad dėl to, jog prekybą vykdė neilgai ir neturėjo prekybos internetu patirties, bendrovės skelbiama informacija ne visais atvejais atitiko elektroninėms parduotuvėms, veikiančioms Lietuvos Respublikoje, keliamus reikalavimus, dėl to bendrovė stengėsi bendradarbiauti su Valstybine vartotojų teisių apsaugos tarnyba, tobulėti ir kurti tvarų verslą. UAB „Odomena“ nurodė, kad nesutarimai su įmonės klientais buvo sprendžiami operatyviai ir taikiai, jiems palankiu būdu.

Bendrovė pažymėjo, jog pripažino ankstesniuose Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos raštuose nurodytus pažeidimus, juos pašalino ir ėmėsi priemonių, jog ateityje jie nepasikartotų. UAB „Odomena“ nurodė, kad už padarytus pažeidimus prašo skirti įspėjimą, atsižvelgiant į tai, jog ši įmonė egzistavo mažiau nei metus ir visus pažeidimus geranoriškai pašalino.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius paaiškinimus ir įrodymus, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija k o n s t a t u o j a

1. Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama

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

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 nutarime „Dėl Lietuvos Respublikos Farmacinės veiklos įstatymo 17 straipsnio (2002-06-04 redakcija) 4 dalies atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai“ pažymėjo, kad „prekių ar paslaugų reklama – nesvarbu, ar ši veikla yra atlygintina, ar ne – visuomet yra tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama skatinti naudoti tam tikras prekes ar naudotis tam tikromis paslaugomis“.

Atkreiptinas dėmesys, jog reklamos požymis, išskiriantis reklamą iš kitų informacijos rūšių, yra siekis daryti asmenims poveikį jiems renkantis naudotis tam tikromis paslaugomis, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 bylos Nr. 15/02 nutarime nurodė, kad „įstatymuose pateikiami nevienodi reklamos apibrėžimai. Tačiau visuose minėtuose teisės aktuose nurodomas svarbiausias reklamos požymis – reklama yra informacija, kuria siekiama padėti parduoti arba skatinti įsigyti prekes ar naudotis paslaugomis.“ Įstatymuose bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas – daryti įtaką reklamos vartotojo ekonominei elgsenai.

Reklamos vartotojo sąvoka apibrėžta Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 17 dalyje, kurioje nurodyta, kad reklamos vartotojas – asmuo, kuriam skiriama arba kurį gali pasiekti reklama. Taigi, remiantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 17 dalimi, reklamos vartotoju laikomas tiek fizinis, tiek juridinis asmuo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog siekiant nustatyti, ar informacija gali būti vertinama kaip reklama, turi būti konstatuotas skatinimo tikslas, t. y. turi būti nustatyta, kad ši informacija yra ar gali būti reikšminga vartotojui, priimant sprendimą dėl produkto įsigijimo, ir tokiu būdu ja siekiama daryti įtaką ekonominei elgsenai, skatinant jį naudotis tam tikromis prekėmis ar paslaugomis ar atsisakyti tam tikrų prekių (paslaugų) naudojimo.

Taigi, įstatymuose bei teismų praktikoje suformuoti du esminiai reklamos požymiai: 1) informacija turi būti susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, 2) pateikiama informacija turi skatinti įsigyti prekių ar naudotis teikiamomis paslaugomis. Iš byloje pateikiamos informacijos matyti, jog UAB „Odomena“ skleidžiama informacija apie siūlomas įsigyti prekes galėjo paskatinti reklamos vartotojus pirkti nurodytas prekes, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl UAB „Odomena“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalyje įtvirtintas klaidinančios reklamos draudimas.

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad klaidinančia reklama laikoma reklama, kuri bet kokiū 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.

Remiantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatomis bei susiformavusia Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo praktika (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2017-01-18 nutartis administracinėje byloje Nr. eA-735-502/2017), vertinant, ar buvo pažeistas Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalyje įtvirtintas draudimas naudoti klaidinančią reklamą, būtina nustatyti bent vieną Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje nurodytą kriterijų, apibūdinantį klaidinančią reklamą, ir įvertinti tą kriterijų paprasto (vidutinio) reklamos vartotojo požiūriu.

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte nurodyta, kad reklamoje pateikiami teiginiai yra neteisingi, jeigu reklamos davėjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo jos naudojimo metu. Ar pakanka reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančių duomenų, sprendžiama atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį. Pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančiais duomenimis nepripažįstami liudijimai ir rekomendacijos asmenų, kurių kompetencija nėra susijusi su pateikiamos informacijos turiniu.

Lietuvos Respublikos 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 suklaidinimo. 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 apimtys 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.

Kaip yra išaiškinęs Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2010-09-23 nutartis administracinėje byloje Nr. A858-1184/2010), 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 priėmęs.

Nagrinėjamu atveju nustatyta, kad UAB „Odomena“ interneto tinklalapyje www.hush.lt skleidė 8 prekių reklamą, kurioje nurodo, kad prekėms taikomos akcijos „tik šiandien“, „šį mėnesį“, tačiau, iš tiesų, praėjus dienai ar mėnesiui, akcijos nesibaigė ir prekių kainos nebuvo pakeičiamos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog vartotojai, pamatę UAB „Odomena“ skleidžiamą reklamą, kurioje buvo nurodyta, kad akcijos galioja „tik šiandien“ arba ypatingi pasiūlymai taikomi „tik šį mėnesį“, kai tai nėra tiesa, kad suspėtų į skelbiamos akcijos laikotarpį, galėjo būti paskatinti įsigyti UAB „Odomena“ prekes skubėdami, neįvertindami kitų pardavėjų siūlomoms minėtų prekių kainoms, taip pat galėjo būti paskatinti pirkti prekių daugiau nei planavo („Ypatinga šio mėnesio nuolaida: Įsigykite dvi Elastix™ pėdkelnes ir trečias gausite NEMOKAMAI! Pridėkite į krepšelį tris vienetus ir galutiniame apmokėjimo lange vienos prekės kaina bus pašalinta.“), kad galėtų pasinaudoti itin geru skelbiamu pasiūlymu, ir tokiu būdu, dėl galimai klaidinančios informacijos pateikimo, galėjo būti iškreiptas vartotojų ekonominis elgesys,

kadangi žinodami tikslią ir teisingą informaciją apie skelbiamus pasiūlymus bei akcijų trukmę, vartotojai galimai būtų priėmę kitokius sprendimus dėl sandorio ir, pvz., prekių iš UAB „Odomena“ nepirkę.

Papildomai nagrinėjamu atveju nustatyta, kad UAB „Odomena“ naudoja galimai klaidinančius reklaminius teiginius apie „Gua Sha nefrito masažuoklio“ savybes. Bendrovė nurodė, kad, skleisdama šios prekės reklamą, rėmėsi Akane Miyaji, Kaori Sugimori ir Naoyuki Hayashi 2018 m. atliktu moksliniu tyrimu (<https://sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0965229918306423?via%3Dihub>), tačiau viso tyrimo Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba negavo, o, įvertinus minėtoje nuoroje pateiktą informaciją, matyti, jog tyrimas buvo itin mažos apimties – vertinta tik 12-14 tiriamųjų, tyrimu nustatyta, jog nuolatinis masažas padidina kraujagyslių išsiplėtimo atsaką, tačiau tyrimas nepatvirtino, jog UAB „Odomena“ parduodamas masažuoklis „atpalaiduoja paburkusią veido odą, skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius, yra ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą, masažuojant įsitempusias smilkinių ir kaktos sritis, yra efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas ir pan. Atsižvelgdama į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija daro išvadą, jog UAB „Odomena“ pateikti teiginiai apie „Gua Sha nefrito masažuoklio“ savybes, kuriais nurodoma, kad ši prekė atpalaiduoja paburkusią veido odą, skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius, yra ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą, masažuojant įsitempusias smilkinių ir kaktos sritis, yra efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas ir pan., neatitiko teisingumo kriterijaus ir dėl to vartotojai, pamatę šios prekės reklamą, galėjo nepagrįstai susidaryti įspūdį, jog, įsigiję ir naudodami minėtą masažuoklį, galės pasiekti reklamoje nurodytų rezultatų ir dėl šios priežasties būti suklaidinti. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vartotojai, žinodami, jog UAB „Odomena“ minėtus reklaminius teiginius skleidė nesant jų teisingumą pagrindžiančių įrodymų, galimai būtų priėmę kitokius sprendimus dėl sandorio ir, pvz., minėtos prekės iš UAB „Odomena“ nepirkę.

Papildomai nagrinėjamu atveju nustatyta, kad UAB „Odomena“, skleisdama prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklamą naudojo tokius teiginius kaip „panaikina raukšles vos per 5 sekundes su AUQUEST™ kremu“, „sumažina ir laikinai pašalina bet kokias odos raukšles (vidutiniškai per 5 sekundes)“, „nepriekaištingas efektas išlieka iki 8 valandų“, „gamyboje naudojamos tik ekologiškos, gamtą tausojančios medžiagos“, tačiau įrodymų, pagrindžiančių šių teiginių teisingumą, nepateikė. Atsižvelgdama į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija daro išvadą, jog reklamoje skleisti teiginiai neatitinka tiesos kriterijaus, o vartotojai, pamatę neteisingą prekės reklamą ir tikėdamiesi, jog prekė sumažins ar panaikins raukšles, o taip pat, jog prekės naudojimas yra draugiškas gamtai, galėjo būti suklaidinti. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vartotojai, žinodami, jog UAB „Odomena“ minėtus reklaminius teiginius skleidė nesant jų teisingumą pagrindžiančių įrodymų, galimai būtų priėmę kitokius sprendimus dėl sandorio ir, pvz., minėtos prekės iš UAB „Odomena“ nepirkę.

Nagrinėjamu atveju nustatyta ir tai, kad UAB „Odomena“ prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklamoje (<https://hush.lt/collections/vyriski-drabuziai/products/keliu-raisciu-ir-sanariu-apsaugos-priemone>) pateikė teisingumo kriterijaus neatitinkančius teiginius „Pamirškite geliantį kelių skausmą!“, „palengvina artritą ir sąnarių skausmą“, „pašalina skausmą nuo artrito, tendinitinio osteoartrito, padeda atsigausti po plyšusio menisko traumos“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad vartotojai, atsižvelgdami į komercinės veiklos subjekto skleidžiamą informaciją, neturi pagrindo abejoti

skleidžiama informacija ir imtis priemonių pateikiamai informacijai patikrinti, įsitikinant, jog nurodoma informacija nėra klaidinanti. Tokios praktikos laikosi ir Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas, kuris yra išaiškinęs, 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.“ (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2014-04-03 nutartis administracinėje byloje Nr. A502-777/2014; Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2011-02-18 nutartis administracinėje byloje Nr. A444-391/2011).

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atkreipia dėmesį, kad reklamoje vartojami teiginiai turi būti pagrįsti teisinga ir su gaminiu susijusia informacija, teiginiai neturi leisti manyti, kad nuomonės – patikrinti teiginiai, jei tos nuomonės nėra pagrįstos patikrinamais įrodymais. Gaminio veiksmingumo pristatymas grindžiamas tik turimais patvirtinančiais įrodymais, o tuo atveju, jei nurodoma, kad gaminyje turi gydomųjų ar profilaktinių savybių, tokiu atveju toks gaminyje privalo būti registruotas kaip vaistinis preparatas ar medicinos prietaisas. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog UAB „Odomena“, skleisdama prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklamą, pateikė teiginius, nurodančius, jog minėta prekė turi gydomųjų savybių, tačiau minėta prekė nėra registruota kaip medicinos priemonė, o UAB „Odomena“ reklaminius teiginius pagrindžiančių dokumentų taip pat nepateikė. Atsižvelgdama į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija daro išvadą, jog UAB „Odomena“, skleisdama prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklamą, kurioje buvo nurodomi teiginiai apie šios prekės gydomąsias savybes, kai tokių savybių ši prekė neturi, galėjo suklaidinti vartotojus, kurie, turėdami sveikatos sutrikimų ir žinodami, jog, įsigiję šią prekę, negaus nurodytos naudos, galimai būtų priėmę kitokius sprendimus dėl sandorio ir, pvz., kreipęsi į gydytoją ar minėtos prekės iš UAB „Odomena“ nepirkę.

Vadovaudamasi aukščiau išdėstytais motyvais, įvertinusi UAB „Odomena“ skleistą, pateiktus bendrovės paaiškinimus bei tyrimo metu surinktus įrodymus, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija daro išvadą, jog UAB „Odomena“, interneto tinklalapyje www.hush.lt 1) skleisdama įvairių prekių („Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Suknelė Džen“) reklamą ir joje naudodama teiginius „tik šiandien“, „ši mėnesį“; 2) prekės „Gua Sha nefrito masažuoklis“ reklamoje naudodama tokius teiginius kaip „Nefrito akmens volelis – viena populiariausių moterų ir vyrų sveikos odos grožio priemonių pasaulyje“, „<...> pagamintas naudojant tradicines technologijas iš natūralaus ir vientiso gamtinio akmens. Nefritas pasaulyje sėkmingai naudojamas gydomajam, energetiniam ir atpalaiduojančiam <...> masažui. Nefrito akmuo <...> skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius“. <...> ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą <...>. <...> efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas. Ypač rekomenduojamas moterims po gimdymo! <...> gerina kraujo cirkuliaciją, veikdamas odos kapiliarus. <...> veiksminga priemonė kovoje su senstančia oda – Japonijoje nefrito akmuo jau šimtus metų naudojamas kaip pagrindinė odos senėjimo stabdymo priemonė.“; 3) prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklamoje naudodama teiginius „panaikina raukšles vos per 5 sekundes su AUQUEST™ kremu“, „sumažina ir laikinai pašalina bet kokias odos raukšles (vidutiniškai per 5 sekundes)“, „nepriekaištingas efektas išlieka iki 8 valandų“, „gamyboje naudojamos tik ekologiškos, gamtą tausojančios medžiagos“ bei 4) prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklamoje skleisdama teiginius „Pamirškite geliantį kelių skausmą!“, „palengvina artritą ir sąnarių skausmą“, „pašalina skausmą nuo artrito, tendinitinio osteoartrito, padeda atsigausti po plyšusio menisko traumas“, nesant duomenų, pagrindžiančių šių teiginių

teisingumą, pateikė neteisingą informaciją, kuri neatitiko Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkto reikalavimų.

3. Dėl UAB „Odomena“ *skleistos reklamos poveikio vartotojų ekonominiam elgesiui*

Nustačius, kad UAB „Odomena“ skleista reklama neatitiko reklamos teisingumo kriterijaus, būtina nustatyti, ar ši reklama paveikė ar galėjo paveikti vartotojų ekonominį elgesį.

Lietuvos Respublikos 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.

Kaip nurodyta aukščiau, vidutinis reklamos vartotojas, tai vartotojas (fizinis ar juridinis asmuo), kuris yra pakankamai informuotas, protingai atidus ir apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius.

Lietuvos Respublikos 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 teise (Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas 2 straipsnio 10 dalis). Taigi, tiek Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme, tiek ir Lietuvos Respublikos nesąžiningos 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 2016-05-25 Gairėse dėl Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos (2005/29/EB) įgyvendinimo / taikymo (SWD(2016) 163) (Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2012-03-16 nutartyje administracinėje byloje Nr. A858-370/2012 yra pripažinęs, jog į minėtas Gaires galima atsižvelgti ir remtis jomis kaip doktrininu (pagalbinu) Europos Sąjungos teisės aiškinimo šaltiniu), „Daugelį prieš perkant priimamų sprendimų galima laikyti sprendimais dėl sandorio. Pavyzdžiui, sprendimas vykti į išparduotuvę arba parduotuvę pagal komercinį pasiūlymą <...>.“ Taigi, net jei vartotojas, pamatęs UAB „Odomena“ reklamą, nusprendė bendrovės reklamuojamų prekių nepirkti, tai nereiškia, kad jo ekonominis elgesys nebuvo paveiktas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi 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 galimybę (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2010-10-11 nutartis administracinėje byloje Nr. A858-1235/2010).

Vertinant reklamos atitiktį Lietuvos Respublikos 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. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos vertinimu, vidutinis reklamos vartotojas, pamatęs UAB „Odomena“ 1) prekių („Ilaža Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Suknelė Džen“) reklamą ir joje naudodama teiginius „tik šiandien“, „šį mėnesį“, 2) prekės „Gua Sha nefrito masažuoklis“ reklamą ir joje naudojamus tokius teiginius kaip „Nefrito akmens volelis – viena populiariausių moterų ir vyrų sveikos odos grožio priemonių pasaulyje“, „<...> pagamintas naudojant tradicines technologijas iš natūralaus ir vientiso gamtinio akmens. Nefritas pasaulyje sėkmingai naudojamas gydomajam, energetiniam ir atpalaiduojančiam <...> masažui. Nefrito

akmuo <...> skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius“. <...> ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą <...>. <...> efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas. Ypač rekomenduojamas moterims po gimdymo! <...> gerina kraujo cirkuliaciją, veikdamas odos kapiliarus. <...> veiksminga priemonė kovoje su senstančia oda – Japonijoje nefrito akmuo jau šimtus metų naudojamas kaip pagrindinė odos senėjimo stabdymo priemonė.“; 3) prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklamą ir joje naudojamus teiginius „panaikina raukšles vos per 5 sekundes su AUQUEST™ kremu“, „sumažina ir laikinai pašalina bet kokias odos raukšles (vidutiniškai per 5 sekundes)“, „nepriekaištingas efektas išlieka iki 8 valandų“, „gamyboje naudojamos tik ekologiškos, gamtą tausojančios medžiagos“ bei 4) prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklamą ir joje naudojamus teiginius „Pamirškite geliantį kelių skausmą!“, „palengvina artritą ir sąnarių skausmą“, „pašalina skausmą nuo artrito, tendinitinio osteoartrito, padeda atsigauti po plyšusio menisko traumos“, galėjo būti paskatintas įsigyti reklamuojamas UAB „Odomena“ prekes ir, atsižvelgiant į tai, jog minėti teiginiai neatitiko teisingumo kriterijaus, būti suklaidintas. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog tai, kad vartotojai, galimai suklaidinti bendrovės reklamos, pirkto UAB „Odomena“ prekes, patvirtinta ir tai, jog, pvz., prekę „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ įsigijo (*duomenys neskelbtini*) vartotojų, prekę „Gua Sha nefrito masažuoklis“ įsigijo (*duomenys neskelbtini*) vartotojai, aktyviai buvo perkamos kitos prekės, o per dieną elektroninėje parduotuvėje www.hush.lt apsilankydavo apie (*duomenys neskelbtini*) vartotojų.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija konstatuoja, jog UAB „Odomena“ skleista reklama yra klaidinanti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalies ir 5 straipsnio prasme, kuri ne tik galėjo paveikti, bet ir paveikė vartotojų ekonominę elgesį.

4. Dėl Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos išvados

Apibendrinusi visa tai, kas išdėstyta nutarime, įvertinusi UAB „Odomena“ reklamoje naudotus teiginius apie tai, kad 1) nurodytų prekių kaina yra ypatingai gera, taikoma „tik šiandien“, „ši mėnesį“; apie tai, kad 2) siūlomos įsigyti prekės pasižymi ypatingomis savybėmis („Nefrito akmens volelis – viena populiariausių moterų ir vyrų sveikos odos grožio priemonių pasaulyje“, „<...> pagamintas naudojant tradicines technologijas iš natūralaus ir vientiso gamtinio akmens. Nefritas pasaulyje sėkmingai naudojamas gydomajam, energetiniam ir atpalaiduojančiam <...> masažui. Nefrito akmuo <...> skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius“. <...> ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą <...>. <...> efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas. Ypač rekomenduojamas moterims po gimdymo! <...> gerina kraujo cirkuliaciją, veikdamas odos kapiliarus. <...> veiksminga priemonė kovoje su senstančia oda – Japonijoje nefrito akmuo jau šimtus metų naudojamas kaip pagrindinė odos senėjimo stabdymo priemonė.“; „panaikina raukšles vos per 5 sekundes su AUQUEST™ kremu“, „sumažina ir laikinai pašalina bet kokias odos raukšles (vidutiniškai per 5 sekundes)“, „nepriekaištingas efektas išlieka iki 8 valandų“, „gamyboje naudojamos tik ekologiškos, gamtą tausojančios medžiagos“; 3) turi gydomųjų ar ligų profilaktinių savybių („Pamirškite geliantį kelių skausmą!“, „palengvina artritą ir sąnarių skausmą“, „pašalina skausmą nuo artrito, tendinitinio osteoartrito, padeda atsigauti po plyšusio menisko traumos“) ir tai, jog šie teiginiai neatitiko teisingumo kriterijaus, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija daro išvadą, jog minėtų teiginių naudojimas reklamoje galėjo klaidinti reklamos vartotojus. Ši išvada darytina atsižvelgiant į tai, jog UAB „Odomena“

negalėjo pateikti minėtų teiginių teisingumą pagrindžiančių įrodymų bei į tai, jog dalies minėtų teiginių klaidingumą, remdamasi surinktais duomenimis, tyrimo metu įrodė ir Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba.

Atsižvelgiant į tai, kad UAB „Odomena“ reklama skleista viešai – socialiniame tinkle Facebook, taip pat bendrovės interneto tinklalapyje, todėl vertinama, jog buvo pasiekiamą nacionaliniu mastu, o kadangi reklamoje pateikiami teiginiai buvo neteisingi ir galėjo sukurti klaidingą įspūdį dėl skelbiamų akcijų ir reklamuojamų prekių kainų bei parduodamų prekių savybių, , laikytina, kad UAB „Odomena“ skleista reklama neatitiko Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimų.

5. Dėl UAB „Odomena“ taikytinų sankcijų

Lietuvos Respublikos 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.

Kaip nustatyta tyrimo metu, UAB „Odomena“ interneto tinklalapyje www.hush.lt skleidė klaidinančią reklamą, kadangi reklamoje pateikė teiginius apie parduodamų prekių kainą (akcijas) ir savybes, kurie neatitiko teisingumo kriterijaus. Atsižvelgus į tai, kad UAB „Odomena“ nepateikė įrodymų, kad Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl jos kaltės, UAB „Odomena“ yra pripažįstama atsakinga už klaidinančios reklamos skleidimą pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalį.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama UAB „Odomena“ padarytą Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimą, pažymi, jog, nors UAB „Odomena“ skleista reklama apie parduodamų prekių kainą ir savybes nebuvo teisinga ir dėl to nustatytas Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimas, sprendžiant dėl sankcijos už padarytą pažeidimą, būtina atsižvelgti į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą, lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalimi, už klaidinančios reklamos pažeidimus reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda iki 3 procentų jų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, bet ne daugiau kaip vienas šimtas tūkstančių eurų. Jeigu reklaminės veiklos subjektas veikia trumpiau kaip vienus metus, bauda skiriama iki 3 procentų jo pajamų einamaisiais finansiniais metais, bet ne didesnė kaip vienas šimtas tūkstančių eurų. Tais atvejais, kai pažeidimu nepadaroama esminės žalos šiuo įstatymu saugomiems interesams, atsižvelgiant į byloje nustatytą aplinkybių visumą, vadovaujantis teisingumo ir protingumo kriterijais, reklaminės veiklos subjektams gali būti taikomas įspėjimas, neskiriant baudos.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalimi, įspėjimas skiriamas ir baudos dydis nustatomas pagal Lietuvos Respublikos Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2019-09-25 nutarimu Nr. 983 patvirtintą Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą (toliau – Aprašas), atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą ir šio straipsnio 6 ir 7 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

Vadovaujantis Aprašo 6 punktu, pirmuoju etapu apskaičiuojamas pradinis baudos dydis, lygus 1,5 procento reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais metais, neviršijant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos, o jeigu reklaminės veiklos subjektas veikia trumpiau kaip vienus metus, nustatomas pradinis baudos dydis lygus 1,5 procento jo pajamų einamaisiais finansiniais metais, neviršijant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, sprendama dėl sankcijos skyrimo, pirmuoju etapu atsižvelgė į UAB „Odomena“ 2019 m. metines pajamas, kadangi bendrovė veiklą pradėjo 2019 m. ir tyrimas dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo pradėtas 2019 m.

Antruoju etapu Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į pažeidimo pobūdį, mastą ir trukmę, apskaičiuoja bazinį baudos dydį.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, pažymi, jog UAB „Odomena“ interneto tinklalapyje www.hush.lt 1) skleisdama įvairių prekių („Ilaja Eco laisvalaikio bateliai“, „Bateliai su dirželiu „Čarlstonas“, „Elastix™ Neplyštančios pėdkelnės“, „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“, „Bohemiško stiliaus suknelė Sunflower“, „Elegantiškas kombinezonas Kanai“, „Suknelė Džen“) reklamą ir joje naudodama teiginius „tik šiandien“, „ši mėnesį“; 2) prekės „Gua Sha nefrito masažuoklis“ reklamoje naudodama tokius teiginius kaip „Nefrito akmens volelis – viena populiariausių moterų ir vyrų sveikos odos grožio priemonių pasaulyje“, „<...> pagamintas naudojant tradicines technologijas iš natūralaus ir vientiso gamtinio akmens. Nefritas pasaulyje sėkmingai naudojamas gydomajam, energetiniam ir atpalaiduojančiam <...> masažui. Nefrito akmuo <...> skatina kolageno gamybą, stabdo veido odos senėjimo procesus, intensyviai lygina raukšles, gydo į aknę linkusią odą, įsisenėjusius ir šviežius veido randelius, šalina pigmentines dėmes – ypač veiksmingas norint atgaivinti pavargusius, pajuodusius paakius“. <...> ypač efektyvus siekiant sumažinti galvos skausmą <...>. <...> efektyvus strijų ir celiulito gydymo būdas. Ypač rekomenduojamas moterims po gimdymo! <...> gerina kraujo cirkuliaciją, veikdamas odos kapiliarus. <...> veiksminga priemonė kovoje su senstančia oda – Japonijoje nefrito akmuo jau šimtus metų naudojamas kaip pagrindinė odos senėjimo stabdymo priemonė.“; 3) prekės „Momentinė priemonė nuo raukšlių AUQUEST™“ reklamoje naudodama teiginius „panaikina raukšles vos per 5 sekundes su AUQUEST™ kremu“, „sumažina ir laikinai pašalina bet kokias odos raukšles (vidutiniškai per 5 sekundes)“, „nepriekaištingas efektas išlieka iki 8 valandų“, „gamyboje naudojamos tik ekologiškos, gamtą tausojančios medžiagos“ bei 4) prekės „Kelių raiščių ir sąnarių apsaugos priemonė“ reklamoje skleisdama teiginius „Pamirškite geliantį kelių skausmą!“, „palengvina artritą ir sąnarių skausmą“, „pašalina skausmą nuo artrito, tendinitinio osteoartrito, padeda atsigausti po plyšusio menisko traumos“, pateikė vartotojams klaidinančią informaciją, kuri ne tik galėjo turėti, bet ir, atsižvelgiant į UAB „Odomena“ pateiktą reklamuotų prekių pardavimų skaičių, turėjo įtakos jų ekonominiam elgesiui, t. y. tuo atveju, jei vartotojams būtų pateikta teisinga ir tiksli informacija apie prekių kainą ir kitas prekes apibūdinančias savybes, tikėtina, jog vartotojai minėtų prekių būtų pirkę mažiau arba apskritai nepirkę.

Vertindama pažeidimo pobūdį ir jo pavojingumą, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgė ir į tai, jog UAB „Odomena“ nurodė, jog 2020-03-25 uždarė internetinę parduotuvę www.hush.lt ir prekybos internetu nebevykdo, o 2020-03-31 savo veiklą visiškai sustabdė.

Atsižvelgdama į tai, kas nurodyta aukščiau, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nusprendžia už pažeidimo pobūdį nustatyto pradinio baudos dydžio nedidinti ir nemažinti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą ir atsižvelgusi į tai, jog klaidinanti reklama buvo skleista viename interneto tinklalapyje www.hush.lt, o minėtas interneto tinklalapis reklamuotas socialiniame tinkle „Facebook“ bei į tai, jog minėto interneto tinklalapio lankomumas buvo vidutinis, vadovaudamasi nusprendžia už pažeidimo mastą nustatyto pradinio baudos dydžio nedidinti ir nemažinti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, atsižvelgdama į Apraše nustatytą trukmės vertinimą, pažymi, jog reklama skleista ilgai – keletą mėnesių (neteisinga informacija apie prekių kainą (teiginiai apie akcijas) pirmą kartą užfiksuota 2019-06-06, bendrovė nurodė, kad klaidinančią informaciją pašalino 2019-08-30), klaidinantys teiginiai apie prekių savybes fiksuoti

net jau pradėjus tyrimą (klaidinanti informacija apie prekės „Gua Sha nefrito masažuoklis“ savybes užfiksuota 2020-02-07). Atsižvelgdama į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažeidimo trukmę vertina kaip ilgą ir nusprendžia nustatytą pradinį baudos dydį didinti 30 procentų.

Vadovaujantis Aprašo 8 punktu, nustačius bazinį baudos dydį, trečiuoju etapu apskaičiuojamas skiriamos baudos dydis, atsižvelgiant į atsakomybę lengvinančias arba sunkinančias aplinkybes.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija UAB „Odomena“ atsakomybę lengvinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad UAB „Odomena“ tyrimo metu bendradarbiavo, pripažino padariusi pažeidimą ir ėmėsi veiksmų pašalinant skleidžiamą klaidinančią reklamą. Atsižvelgiant į tai, nustatytas bazinis baudos dydis mažinamas 20 procentų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija UAB „Odomena“ atsakomybę sunkinančių aplinkybių nenustatė.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog UAB „Odomena“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5 ir 6 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimą skirti UAB „Odomena“ 9740 (devynių tūkstančių septynių šimtų keturiasdešimt) eurų baudą.

Nutarimas per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo priėmimo dienos gali būti apskūstas Vilniaus apygardos administraciniam teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Kreipimasis į teismą nesustabdo nutarimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos paskirta bauda ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos turi būti sumokėta į Valstybinės mokesčių inspekcijos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą Nr. LT24 7300 0101 1239 4300, esančią banke „Swedbank“, AB (banko kodas 73000, SWIFT kodas HABALT22, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, įmonės kodas 188659752), kodų sąrašo „Kitos baudos“ skyriaus „Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos skirtos baudos 6780“ eilutę.

Direktorė

Neringa Ulbaitė