

Europos Sąjungos oficialusis leidinys

C 526



Leidimas
lietuvių kalba

Informacija ir pranešimai

64 metai
2021 m. gruodžio 29 d.

Turinys

IV Pranešimai

EUROPOS SĄJUNGOS INSTITUCIJŲ, ĮSTAIGŲ IR ORGANŲ PRANEŠIMAI

2021/C 526/01	Komisijos pranešimas. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje aiškinimo ir taikymo gairės ⁽¹⁾ 1
2021/C 526/02	Komisijos pranešimas. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas 6a straipsnio aiškinimo ir taikymo gairės ⁽¹⁾ 130

LT

⁽¹⁾ Tekstas svarbus EEE

IV

(Pranešimai)

EUROPOS SAJUNGOS INSTITUCIJŲ, ĮSTAIGŲ IR ORGANŲ
PRANEŠIMAI

KOMISIJOS PRANEŠIMAS

**Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos
vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje aiškinimo ir taikymo gairės**

(Tekstas svarbus EEE)

(2021/C 526/01)

TURINYS

Puslapis

IVADAS	5
1. NKVD TAIKymo SRITIS	5
1.1. Materialinė taikymo sritis	5
1.1.1. Nacionalinės teisės aktai dėl komercinės veiklos, kuriais saugomi kiti, ne vartotojų ekonominiai interesai	6
1.1.2. Komercinė veikla, susijusi su įmonių tarpusavio (angl. business-to-business, B2B) sandoriu arba kenkianti tik konkurentų ekonominiams interesams	7
1.2. NKVD ir kitų ES teisės aktų sąveika	8
1.2.1. Santykis su kitais ES teisės aktais	8
1.2.2. Informacija, kuri pagal kitus ES teisės aktus laikoma „esmine“	10
1.2.3. Sąveika su Vartotojų teisių direktyva	12
1.2.4. Sąveika su Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyva	13
1.2.5. Sąveika su Kainų žymėjimo direktyva	15
1.2.6. Sąveika su Klaidinančios ir lyginamosios reklamos direktyva	16
1.2.7. Sąveika su Paslaugų direktyva	17
1.2.8. Sąveika su E. komercijos direktyva	17
1.2.9. Sąveika su Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva	17

1.2.10. Sąveika su Bendrojo duomenų apsaugos reglamentu ir E. privatumo direktyva	18
1.2.11. Sąveika su SESV 101 ir 102 straipsniais (ES konkurencijos taisyklės)	19
1.2.12. Sąveika su ES pagrindinių teisių chartija	20
1.2.13. Sąveika su SESV 34–36 straipsniais	20
1.2.14. Sąveika su Verslo platformos reglamentu	21
1.3. NKVD ir savireguliacijos santykis	21
1.4. Vykdyto užtikrinimas ir teisių gynimas	22
1.4.1. Viešasis ir privatusis vykdymo užtikrinimas	22
1.4.2. Sankcijos	22
1.4.3. Vartotojų teisių gynimas	25
1.4.4. NKVD taikymas trečiojoje šalyje įsteigtiems prekiautojams	25
2. PAGRINDINĖS NKVD SĄVOKOS	25
2.1. Kaip veikia NKVD? Direktyvos struktūrinė schema	25
2.2. Prekiautojo sąvoka	26
2.3. Komercinės veiklos sąvoka	28
2.3.1. Veikla po pardavimo, įskaitant skolų išieškojimo veiklą	29
2.3.2. Prekiautojai, perkantys produktus iš vartotojų	30
2.4. Sprendimo dėl sandorio kriterijus	30
2.5. Vidutinis vartotojas	33
2.6. Pažeidžiami vartotojai	35
2.7. 5 straipsnis. Profesinis atidumas	36
2.8. 6 straipsnis. Klaidinantys veiksmai	38
2.8.1. Bendra klaidinanti informacija	39
2.8.2. Kainos pranašumai	41
2.8.3. Klaidinanti rinkodara	42
2.8.4. Elgesio kodeksų nesilaikymas	43

2.8.5.	Dvejopos kokybės prekių rinkodara	44
2.9.	7 straipsnis. Klaidinantis informacijos neatskleidimas	49
2.9.1.	Esminė informacija	50
2.9.2.	Paslėpta rinkodara ir (arba) komercinio tikslo nenurodymas	50
2.9.3.	Neaiškiai pateikta esminė informacija	51
2.9.4.	Naudojamos komunikacijos priemonės faktinės aplinkybės ir ribotumas	52
2.9.5.	Esminė kvietimų pirkti informacija. 7 straipsnio 4 dalis	53
2.9.6.	Nemokami bandymai ir apgaulinga prenumerata	58
2.10.	8 ir 9 straipsniai. Agresyvi komercinė veikla	59
3.	JUODASIS KOMERCINĖS VEIKLOS SĄRAŠAS (I PRIEDAS)	60
3.1.	Produktai, kurie negali būti legaliai parduodami. 9 punktas	61
3.2.	Piramidės pobūdžio sistemos. 14 punktas	62
3.3.	Ligas, funkcinis sutrikimas ar išsigimimą gydantys produktai. 17 punktas	63
3.4.	Teiginio „nemokamas“ vartojimas. 20 punktas	66
3.5.	Automatizuotomis priemonėmis įsigytų bilietų perpardavimas. 23a punktas	69
3.6.	Atkakli prekyba nuotoline priemone. 26 punktas	69
3.7.	Tiesioginis vaikų raginimas pirkti. 28 punktas	70
3.8.	Dovanos. 31 punktas	71
4.	NKVD TAIKYMAS KONKREČIOSE SRITYSE	72
4.1.	Tvarumas	72
4.1.1.	Ekologiškumo teiginiai	72
4.1.1.1.	Sąveika su kitais ES teisės aktais dėl ekologiškumo teiginių	73
4.1.1.2.	Pagrindiniai principai	75
4.1.1.3.	NKVD 6 straipsnio taikymas ekologiškumo teiginiams	76
4.1.1.4.	NKVD 7 straipsnio taikymas ekologiškumo teiginiams	79
4.1.1.5.	NKVD 12 straipsnio taikymas ekologiškumo teiginiams	81

4.1.1.6. I priedo taikymas ekologiškumo teiginiams	82
4.1.1.7. Lyginamieji ekologiškumo teiginiai	83
4.1.2. Suplanuotas nusidėvėjimas	84
4.2. Skaitmeninis sektorius	86
4.2.1. Interneto platformos ir jų komercinė veikla	87
4.2.2. Tarpininkavimas sudarant vartojimo sutartis su trečiosiomis šalimis	89
4.2.3. Paieškos rezultatų skaidrumas	90
4.2.4. Naudotojų atsiliepimai	93
4.2.5. Socialiniai tinklai	96
4.2.6. Nuomonės formavimo rinkodara	97
4.2.7. Duomenimis grindžiama veikla ir juodieji veiklos modeliai	99
4.2.8. Kainodaros metodai	102
4.2.9. Žaidimai	103
4.2.10. Geografinės buvimo vietos nustatymo metodų naudojimas	105
4.2.11. Vartotojo susaistymas	106
4.3. Kelionių ir transporto sektorius	107
4.3.1. Kompleksiniai klausimai	107
4.3.2. Kelionės paslaugų paketai	109
4.3.3. Pakaitinio naudojimosi sutartys	109
4.3.4. Oro transportui ypač aktualūs klausimai	110
4.3.5. Automobilių nuomos veiklai ypač aktualūs klausimai	114
4.3.6. Kelionių užsakymo interneto svetainėms ypač aktualūs klausimai	115
4.4. Finansinės paslaugos ir nekilnojamasis turtas	116
4.4.1. Kompleksiniai klausimai	116
4.4.2. Nekilnojamojo turto aspektai	117
4.4.3. Finansinių paslaugų aspektai	118
PRIEDAS	121

ĮVADAS

Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB ⁽¹⁾ dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje (Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva, toliau – NKVD) yra visa apimantis ES teisės aktas, kuriuo reglamentuojama nesąžininga komercinė veikla įmonių ir vartotojų sandoriuose. Direktyva taikoma visai komercinei veiklai prieš įmonei sudarant sandorį su vartotoju, jo sudarymo metu ir po jo sudarymo.

Šio rekomendacinio pranešimo (toliau – pranešimas) tikslas yra padėti tinkamai taikyti direktyvą. Šis pranešimas parengtas pagal 2016 m. redakcijos gaires ⁽²⁾ ir jas pakeičia. Šiuo pranešimu taip pat siekiama geriau informuoti apie direktyvą visus suinteresuotuosius subjektus, tarp jų – visos ES vartotojus, verslo subjektus, valstybių narių institucijas, įskaitant nacionalinius teismus ir teisės specialistus. Pranešime aptariami pakeitimai, padaryti Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/2161 ⁽³⁾ ir įsigaliojantys 2022 m. gegužės 28 d., susiję su geresniu Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymo užtikrinimu ir modernizavimu. Taigi, kai kurios šių gairių nuostatos parengtos pagal taisykles (ir tos taisyklės jose aptariamos), kurios iki šio pranešimo paskelbimo dienos dar neprašytos taikyti. Aktualūs skirsniai ir punktai yra aiškiai pažymėti. Kitokių šriftų, kuriuo tam tikros Direktyvos arba Teisingumo Teismo sprendimų citatos vizualiai išskirtos, pridėjo Komisija.

Šis pranešimas skirtas ES valstybėms narėms, Islandijai, Lichtenšteinui ir Norvegijai – šalims, pasirašiusioms Europos ekonominės erdvės (EEE) susitarimą. Todėl, kai jame minima ES, Sąjunga arba bendroji rinka, reikėtų suprasti, kad turima omenyje EEE arba EEE rinka.

Šis pranešimas yra tik rekomendacinis dokumentas, o teisinę galią turi tik pačių Sąjungos teisės aktų tekstai. Teisės normos oficialiai turi būti aiškinamos pagal direktyvos tekstą ir tiesiogiai remiantis Teisingumo Teismo sprendimais. Šiame pranešime atsižvelgiama į Teisingumo Teismo sprendimus, paskelbtus iki 2021 m. spalio mėn., ir jis negali iš anksto nulemti tolesnės Teisingumo Teismo jurisprudencijos raidos.

Šiame pranešime išreikštas požiūris negali iš anksto nulemti galimos Europos Komisijos pozicijos Teisingumo Teismo bylose. Šiame dokumente pateikiama tik bendro pobūdžio informacija – jie nėra konkrečiai skirta kuriam nors asmeniui ar organizacijai. Nei Europos Komisija, nei joks asmuo, veikiantis Europos Komisijos vardu, nėra atsakingas už tai, kaip toliau nurodyta informacija gali būti panaudota.

Kadangi šis pranešimas parengtas remiantis jo rengimo metu buvusią padėtimi, vėliau jame išdėstytos gairės gali būti keičiamos.

1. NKVD TAIKymo SRITIS

3 straipsnio 1 dalis

Ši direktyva taikoma nesąžiningai įmonių komercinei veiklai vartotojų atžvilgiu, kaip nustatyta šios direktyvos 5 straipsnyje, prieš ir po komercinio sandorio dėl produkto sudarymo bei jo metu.

Direktyva yra horizontalaus pobūdžio teisės aktas ir ja saugomi vartotojų ekonominiai interesai. Principais grindžiamomis direktyvos nuostatomis reglamentuojama labai įvairi veikla ir šios nuostatos yra pakankamai plačios, kad apimtų greitai kintančius produktus ir pardavimo būdus.

1.1. Materialinė taikymo sritis

NKVD grindžiama **visiško suderinimo** principu. Siekiant panaikinti vidaus rinkos kliūtis ir padidinti teisinį apibrėžtumą tiek vartotojams, tiek įmonėms, šia direktyva sukurta vieninga reglamentavimo sistema, kuria suderinamos nacionalinės taisyklės. Todėl NKVD nustatyta, kad **valstybės narės negali priimti griežtesnių taisyklių, negu nustatyta direktyvoje, net siekdamos užtikrinti aukštesnį vartotojų apsaugos lygį, nebent tai yra leidžiama pačioje direktyvoje** ⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 („Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva“), OL L 149, 2005 6 11, p. 22.

⁽²⁾ SWD(2016) 163 final.

⁽³⁾ 2019 m. lapkričio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/2161, kuria iš dalies keičiamos Tarybos direktyva 93/13/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB, 2005/29/EB ir 2011/83/ES, kiek tai susiję su geresniu Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymo užtikrinimu ir modernizavimu, OL L 328, 2019 12 18, p. 7.

⁽⁴⁾ Žr. direktyvos 4 straipsnį ir 5, 12 ir 13 konstatuojamąsias dalis.

Teisingumo Teismas šį principą patvirtino keliuose sprendimuose. Pavyzdžiui, Sprendime *Total Belgium* Teisingumo Teismas konstatavo, kad pagal direktyvą yra draudžiama nustatyti bet kokius draudimus **susietiams pasiūlymams** ⁽⁵⁾. Sprendime *Europamur Alimentación* Teisingumo Teismas nurodė, kad pagal NKVD yra draudžiama nustatyti bendrą nacionalinį draudimą **prekes siūlyti parduoti arba parduoti nuostolingai** ⁽⁶⁾. Tame pačiame sprendime Teisingumo Teismas taip pat paaiškino, kad prie griežtesnių nacionalinių priemonių gali būti priskiriamas įrodinėjimo pareigos perkėlimas ⁽⁷⁾.

Šiuo atžvilgiu reikėtų pažymėti, kad pagal **3 straipsnio 9 dalį** NKVD įtvirtintas visapusiškas suderinimas yra apribotas: „dėl **„finansinių paslaugų“ <...> ir nekilnojamojo turto** valstybės narės gali nustatyti reikalavimus, kurie yra labiau norminantys arba griežtesni nei ši direktyva jos derinamoje srityje“. Todėl valstybės narės tuose sektoriuose gali nustatyti išsamesnes taisykles negu NKVD, tik jos turi atitikti kitus ES teisės aktus. Tai, kaip NKVD taikoma finansinėms paslaugoms ir nekilnojamajam turtui, konkrečiai aptariama 4.4 skirsnyje.

Be to, pagal **3 straipsnio 5 dalį**, iš dalies pakeistą Direktyva (ES) 2019/2161, pagal šią direktyvą valstybės narės nėra draudžiama priimti papildomų nuostatų, skirtų apsaugoti teisėtus vartotojų interesus, kai vykdoma **agresyvi ar klaidinanti rinkodaros ar pardavimo veikla nepageidaujamo** prekiautojo **apsilankymo** vartotojo namuose metu arba prekiautojo organizuojamose **ekskursijose**, siekiant pareklamuoti ar parduoti produktus vartotojams. Tačiau tokios nuostatos turi būti proporcingos, nediskriminacinės ir pagrindžiamos vartotojų apsaugos motyvais. Direktyvos (ES) 2019/2161 55 konstatuojamojoje dalyje paaiškinta, kad tokiomis nuostatomis minėti pardavimo kanalai neturėtų būti uždrausti, ir pateikiama keletas galimų nacionalinių priemonių pavyzdžių (nebaigtinis sąrašas).

3 straipsnio 6 dalyje reikalaujama, kad valstybės narės nedelsdamos praneštų Komisijai apie priimtas nacionalines nuostatas ir visus vėlesnius jų pakeitimus, kad Komisija galėtų užtikrinti, kad ši informacija būtų lengvai prieinama vartotojams ir prekiautojams specialioje interneto svetainėje ⁽⁸⁾.

NKVD 14 konstatuojamojoje dalyje paaiškinta, kad visiškas suderinimas netrukdo valstybės narės nacionalinės teisės aktuose nurodyti **konkrečių produktų pagrindinių savybių**, kurių nenurodymas kviečiant pirkti būtų esminis. Joje taip pat paaiškinta, kad NKVD nedaromas poveikis ES teisės normoms, kuriomis valstybės narės aiškiai suteikiama teisė pasirinkti iš kelių vartotojų apsaugos komercinės veiklos srityje kontrolės galimybių.

Dėl vartotojų informavimo pažymėtina, kad NKVD 15 konstatuojamojoje dalyje paaiškinta, kad valstybės narės gali, kai tai leidžia ES teisės aktų minimalios išlygos, palikti galioti esamus arba nustatyti griežtesnius ES teisės normas atitinkančius **informacijos reikalavimus**, taip siekdamas užtikrinti aukštesnį vartotojų individualių sutartinių teisių apsaugos lygį. Taip pat žr. 1.2.3 skirsnį, kuriame paaiškinamas ryšys su Vartotojų teisių direktyvos reikalavimais dėl informacijos, teikiamos prieš sudarant sutartį.

1.1.1. Nacionalinės teisės aktai dėl komercinės veiklos, kuriais saugomi kiti, ne vartotojų ekonominiai interesai

1 straipsnis

Šios direktyvos tikslas yra padėti tinkamai veikti vidaus rinkai ir pasiekti aukštą vartotojų apsaugos lygį suderinant valstybių narių įstatymus ir kitus teisės aktus dėl **nesąžiningos komercinės veiklos, kenkiančios vartotojų ekonominiams interesams**.

NKVD netaikoma nacionalinėms taisyklėms, kuriomis siekiama apsaugoti **neekonominio pobūdžio interesus**. Todėl **NKVD neturi įtakos** valstybių narių galimybei nustatyti taisykles, kuriomis komercinė veikla būtų reglamentuojama dėl **sveikatos, saugos ar aplinkos apsaugos** priežasčių.

NKVD taip pat netaikoma esamoms „**skoniui ir padorumui**“ grindžiamoms nacionalinėms taisyklėms, kuriomis reglamentuojama rinkodara ir reklama. 7 konstatuojamojoje dalyje nurodoma, kad „[ši] direktyva <...> nėra skirta teisiniams reikalavimams dėl skonio ir padorumo, kurie valstybėse narėse labai skiriasi. Valstybės narės atitinkamai turėtų galėti ir **toliau drausti** komercinę veiklą savo teritorijoje dėl skonio ir padorumo priežasčių, nepažeisdamos Bendrijos teisės, net tais atvejais, kai tokia veikla neapriboja vartotojų pasirinkimo laisvės. <...>“.

⁽⁵⁾ 2009 m. balandžio 23 d. Sprendimas *VTB-VAB NV prieš Total Belgium ir Galatea BVBA prieš Sanoma Magazines Belgium NV*, sujungtos bylos C-261/07 ir C-299/07, 52 punktas. Taip pat žr. Sprendimą *Telekom*, C-522/08, 2010 m. kovo 11 d. Sprendimą *Polska*.

⁽⁶⁾ 2017 m. spalio 19 d. Sprendimas *Europamur Alimentación*, C-295/16.

⁽⁷⁾ Ten pat, 42 punktas.

⁽⁸⁾ Valstybių narių pranešimai bus skelbiami Komisijos tinklalapiuose apie NKVD: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en.

Todėl, kalbant apie komercinę veiklą, **NKVD netaikoma** nacionalinėms taisyklėms dėl **žmogaus orumo apsaugos, seksualinės, rasinės ir religinės diskriminacijos prevencijos, nuogybių vaizdavimo, smurto ir antisuvomeniško elgesio draudimų**.

Pavyzdžiui, Teisingumo Teismas paaiškino, kad NKVD netaikoma nacionalinei nuostatai, pagal kurią **neleidžiama, kad prekiautojo parduotuvė dirbtų septynias dienas per savaitę** ir reikalaujama, kad vieną pasirinktą savaitės dieną parduotuvė nedirbtų, nes šia konkrečia nuostata nėra siekiama su vartotojų apsauga susijusių tikslų ⁽⁹⁾.

Teisingumo Teismas taip pat paaiškino, kad nacionalinės teisės nuostata, pagal kurią saugoma visuomenės sveikata ir gydytojo odontologo profesinė reputacija, pirma, **apskritai ir visiškai draudžiant bet kokia forma reklamuoti burnos ir dantų priežiūros paslaugas** ir, antra, nustatant tam tikrus saikingumo reikalavimus odontologijos kabinetų iškaboms, pagal NKVD nėra draudžiama ⁽¹⁰⁾.

Tačiau nacionalinės taisyklės, kuriomis siekiama **apsaugoti vartotojų ekonominius interesus, net jei jie saugomi kartu su kitais interesais**, patenka į direktyvos taikymo sritį.

Dėl **nacionalinių taisyklių, pagal kurias yra draudžiamas pardavimas su priedais**, Teisingumo Teismas paaiškino, kad pagal NKVD nacionalinės teisės nuostata dėl bendro pardavimo su priedais draudimo, kuriuo siekiama ne tik apsaugoti vartotojus, bet ir kitų tikslų (pavyzdžiui, išsaugoti spaudos įvairovę), yra draudžiama ⁽¹¹⁾.

Dėl **nacionalinių taisyklių, pagal kurias išpardavimą** skelbti yra leidžiama tik tada, jei tai leido kompetentinga savi-valdybės administracija, Teisingumo Teismas pažymėjo, kad prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas netiesiogiai pripažino, jog minėta byloje nagrinėjama nuostata buvo siekiama apsaugoti vartotojus, o ne tik konkurentus ir kitus rinkos dalyvius. Todėl NKVD buvo taikytina ⁽¹²⁾.

1.1.2. *Komercinė veikla, susijusi su įmonių tarpusavio (angl. business-to-business, B2B) sandoriu arba kenkianti tik konkurentų ekonominiams interesams*

6 konstatuojamoji dalis

[Ši direktyva] netaikoma ir neturi poveikio nacionaliniams įstatymams dėl nesąžiningos komercinės veiklos, pažeidžiančios tik konkurentų ekonominius interesus arba susijusios tik su [prekiautojų] sandoriais; visapusiškai atsižvelgiant į subsidiarumo principą, valstybės narės, jeigu jos taip nusprendžia, turi teisę ir toliau reglamentuoti tokią veiklą nepažeisdamos Bendrijos teisės.

Komercinė veikla, kurią tarpusavyje vykdo įmonės, į NKVD taikymo sritį nepatenka. Ji iš dalies reglamentuojama Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos ⁽¹³⁾. Be to, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/633 ⁽¹⁴⁾ dėl nesąžiningos prekybos praktikos reguliuojami įmonių tarpusavio santykiai žemės ūkio ir maisto produktų tiekimo grandinėje. **Tačiau valstybės narės pagal savo nacionalinės teisės aktus gali pagal NKVD suteikiamą apsaugą taikyti įmonių tarpusavio komercinei veiklai.**

Nacionalinė nuostata nepatenka į NKVD taikymo sritį, jeigu „ja, kaip nurodė prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, siekiama tik reguliuoti konkurentų tarpusavio santykius ir nesiekiama apsaugoti vartotojų“ ⁽¹⁵⁾.

Į NKVD taikymo sritį nepatenka tik tos nacionalinės priemonės, kuriomis ginami vien konkurentų interesai. Jei komercinę veiklą reglamentuojančiomis nacionalinės teisės nuostatomis siekiama dvejopo tikslo – apsaugoti vartotojus ir konkurentus, jos į NKVD taikymo sritį patenka.

Dėl **vartotojų ir konkurentų interesų atskyrimo** Teisingumo Teismas laikėsi tokios nuomonės:

„39 <...> kaip matyti iš [NKVD] šeštos konstatuojamosios dalies, į šią taikymo sritį nepatenka tik nacionaliniai įstatymai dėl nesąžiningos komercinės veiklos, pažeidžiančios „tik“ konkurentų ekonominius interesus arba susijusios tik su [prekiautojų] sandoriais.

40 <...> pakankamai akivaizdu, kad [nacionalinių] nuostatų atveju taip nėra, nes [jose] aiškiai nurodoma vartotojų, o ne tik konkurentų ir kitų rinkos dalyvių apsauga“ ⁽¹⁶⁾.

⁽⁹⁾ 2012 m. spalio 4 d. Sprendimas *Pelckmans Turnhout NV*, C-559/11.

⁽¹⁰⁾ 2017 m. gegužės 4 d. Sprendimas *Luc Vanderborght*, C-339/15.

⁽¹¹⁾ 2010 m. lapkričio 9 d. Sprendimas *Mediaprint*, C-540/08.

⁽¹²⁾ 2013 m. sausio 17 d. Sprendimas *Köck*, C-206/11, 31 punktas.

⁽¹³⁾ 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos, OL L 376, 2006 12 27, p. 21.

⁽¹⁴⁾ 2019 m. balandžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/633 dėl įmonių vienu kitoms taikomos nesąžiningos prekybos praktikos žemės ūkio ir maisto produktų tiekimo grandinėje, OL L 111, 2019 4 25, p. 59.

⁽¹⁵⁾ 2011 m. gruodžio 15 d. Sprendimas *Inno*, C-126/11, 29 punktas.

⁽¹⁶⁾ 2010 m. sausio 14 d. Sprendimas *Plus Warenhandels-gesellschaft*, C-304/08.

Nuspręsti, ar nacionaline nuostata siekiama apsaugoti vartotojų ekonominius interesus, turi nacionalinės institucijos ir teismai.

Teisingumo Teismas pažymėjo:

„29 Tad ne Teisingumo Teismas, o prašymą priimti prejudicinį sprendimą patekęs teismas turi nustatyti, ar <...> nacionalinės teisės nuostatomis <...> iš tiesų siekiama vartotojų apsaugos tikslų, kad išsiaiškintų, ar tokios nuostatos gali patekti į Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos taikymo sritį <...>“⁽¹⁷⁾.

Teisingumo Teismas taip pat konstatavo, kad nacionalinė nuostata, kuria **yra draudžiama nuostolinga prekyba**, pagal NKVD yra draudžiama tik ta apimtimi, kuria ja siekiama apsaugoti vartotojus⁽¹⁸⁾.

Dėl **nacionalinių taisyklių, kuriomis draudžiama mažinti kainas prieš išpardavimą**, Teisingumo Teismas paaiškino, kad toks draudimas neatitinka NKVD, jei juo siekiama apsaugoti vartotojų ekonominius interesus⁽¹⁹⁾.

1.2. NKVD ir kitų ES teisės aktų sąveika

3 straipsnio 4 dalis

Jeigu šios direktyvos nuostatos prieštarauja kitoms Bendrijos taisyklėms, reglamentuojančioms konkrečius nesąžiningos komercinės veiklos aspektus, pastarosios turės viršenybę ir bus taikomos tiems konkrečiams aspektams.

10 konstatuojamoji dalis

Būtina užtikrinti šios direktyvos ir Bendrijos teisės ryšio nuoseklumą, ypač kai konkrečioms sektoriams taikomos išsamios nuostatos dėl nesąžiningos komercinės veiklos. <...> **Atitinkamai ši direktyva taikoma tik tais atvejais, kai nėra konkrečių Bendrijos teisės nuostatų, reglamentuojančių konkrečius nesąžiningos komercinės veiklos aspektus**, tokius kaip informaciniai reikalavimai ir informacijos teikimo vartotojui taisyklės. **Ji numato vartotojų apsaugą tais atvejais, kai Bendrijos lygiu nėra konkrečių sektorinių teisės aktų**, ir draudžia [prekiautojams] sudaryti apgaulingą įspūdį apie produktų pobūdį. Tai ypač svarbu sudėtingų, didelę riziką vartotojams keliančių produktų atvejais, tokių kaip tam tikri finansinių paslaugų produktai. Taip ši direktyva papildo Bendrijos acquis, taikomą komercinei veiklai, kenkiančiai vartotojų ekonominiams interesams.

Dėl taikymo srities bendrumo ši direktyva taikoma įvairiai komercinei veiklai, kuri reglamentuojama ir kitais bendro pobūdžio ar konkrečioms sektoriams skirtais ES teisės aktais.

1.2.1. Santykis su kitais ES teisės aktais

Pagrindinis NKVD pobūdis nurodytas 3 straipsnio 4 dalyje ir 10 konstatuojamojoje dalyje. Jose paaiškinta, kad **NKVD papildomi kiti ES teisės aktai** („Bendrijos taisyklės“), kuriais reglamentuojami konkretūs nesąžiningos komercinės veiklos aspektai. Taigi, **NKVD veikia kaip „apsaugos sistema“**, kuria užtikrinama, kad visuose sektoriuose būtų galima išsaugoti aukštą bendrą vartotojų apsaugos nuo nesąžiningos komercinės veiklos lygį, ir kartu užpildomos ir panaikinamos spragos kitose ES teisės srityse.

Jei ES teisės aktų (skirtų konkrečioms sektoriams ar kitokių) nuostatomis reglamentuojamas tas pats dalykas kaip NKVD nuostatomis, viršesnės yra atitinkamos *lex specialis* nuostatos. Direktyvos 3 straipsnio 4 dalyje paaiškinta: „[jeigu] šios direktyvos nuostatos prieštarauja kitoms Bendrijos taisyklėms, reglamentuojančioms konkrečius nesąžiningos komercinės veiklos aspektus, pastarosios turės viršenybę ir bus taikomos tiems konkrečiams aspektams“.

Pagal NKVD 3 straipsnio 4 dalį, ją taikant kartu su 10 konstatuojamąja dalimi, ES teisės nuostata **yra viršesnė už NKVD, jeigu atitinka šias tris sąlygas**:

- ji turi ES teisės statusą,
- ja reglamentuojamas konkretus komercinės veiklos aspektas ir
- dvi nuostatos prieštarauja viena kitai arba kitos ES teisės nuostatos turinys sutampa su atitinkamos NKVD nuostatos turiniu, pavyzdžiui, pagal tą nuostatą atitinkamas elgesys reglamentuojamas išsamiau ir (arba) ji yra taikytina konkrečiam sektoriui⁽²⁰⁾.

⁽¹⁷⁾ 2015 m. rugsėjo 8 d. Sprendimas *Cdiscount*, C-13/15.

⁽¹⁸⁾ 2013 m. kovo 7 d. Sprendimas *Euronics*, C-343/12, 31 punktas.

⁽¹⁹⁾ 2011 m. birželio 30 d. Sprendimas *Wamo*, C-288/10, 40 punktas.

⁽²⁰⁾ Žr. 2015 m. liepos 16 d. Sprendimo *Wind Tre*, sujungtos bylos C-54/17 ir C-55/17, 60 ir 61 punktus.

Pavyzdys

Pagal Hipotekinių kreditų direktyvos ⁽²¹⁾12 straipsnį iš esmės yra draudžiama vykdyti siejimą, kai hipotekinio kredito sutartis parduodama kartu su kitu finansiniu produktu ir atskirai nėra sudaroma. Šis draudimas per se neatitinka NKVD, nes siejimas būtų laikomas nesąžininga, taigi pagal NKVD draudžiama, veikla tik įvertinus konkretų atvejį. Direktyvos 12 straipsnis yra viršesnis už bendrąsias NKVD normas. Taigi pati siejimo veikla, kaip ji suprantama pagal Hipotekinių kreditų direktyvos 12 straipsnį, yra draudžiama.

Jeigu susiklosto visos trys pirmiau nurodytos sąlygos, **konkrečiam** komercinės veiklos **aspektui**, kuris yra reglamentuojamas, pavyzdžiui, konkrečiam sektoriui skirtomis teisės normomis, NKVD nebus taikoma. Vis dėlto NKVD išlieka reikšminga vertinant kitus galimus komercinės veiklos aspektus, kurie nėra reglamentuojami konkrečiam sektoriui skirtomis nuostatomis, pavyzdžiui, agresyvių prekyautojo elgesį.

Pavyzdžiui:

Tam, kad vartotojas galėtų pakeisti telekomunikacijų paslaugų teikėją, esamas paslaugų teikėjas reikalauja, kad vartotojas užpildytų tam tikrą formą. Tačiau formos internete nėra, o paslaugų teikėjas neatsako į vartotojo e. laiškus ir (arba) skambučius. Europos elektroninių ryšių kodekso ⁽²²⁾106 straipsnyje nustatyta, kad paslaugų teikėją keičiantys abonementai gali išlaikyti savo telefono numerį, kad numeriai turi būti perkelti per kuo trumpesnį laiką ir kad galutiniams naudotojams netaikomi jokie tiesioginiai mokesčiai. Europos elektroninių ryšių kodekso 106 straipsnio 6 dalyje nustatyta, kad paslaugų teikėjai geranoriškai bendradarbiauja, proceso nevilkina ir juo nepiktnaudžiauja. Nacionalinės reguliavimo institucijos turi užtikrinti, kad paslaugų teikėjo keitimo procesas galutiniam naudotojui būtų efektyvus ir paprastas. Prekiautojų elgesį, kai keičiamas paslaugų teikėjas, taip pat galima vertinti pagal NKVD 8 straipsnį ir 9 straipsnio d punktą, pagal kuriuos neproporcingos nesutartinės paslaugų teikėjo pakeitimo kliūtys yra draudžiamos kaip agresyvi komercinė veikla.

Iš to, kas nurodyta pirmiau, darytina išvada, kad **apskritai NKVD savaime nėra netaikoma vien todėl, kad galioja kiti ES teisės aktai, kuriais reglamentuojami konkretūs nesąžiningos komercinės veiklos aspektai.**

Teisingumo Teismas sprendime *Abcur* ⁽²³⁾ pažymėjo:

„<...> pateiktu klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės teiraujasi, ar tuo atveju, jei žmonėms skirti vaistai <...> patenka į Direktyvos 2001/83 taikymo sritį, šių vaistų reklamos priemonės <...> taip pat patenka į Direktyvos 2005/29 taikymo sritį <...>

Kaip yra pažymėjęs Teisingumo Teismas, Direktyva 2005/29 išsiskiria labai plačia materialine taikymo sritimi, apimančia bet kurią komercinę veiklą, tiesiogiai susijusią su produkto skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams <...>

„reikia atsakyti taip, kad net jei žmonėms skirti vaistai, kaip antai nagrinėjami pagrindinėse bylose, patenka į Direktyvos 2001/83 taikymo sritį, šių vaistų reklamos priemonės <...> taip pat gali patekti į Direktyvos 2005/29 taikymo sritį, jei tenkinamos šios direktyvos taikymo sąlygos“.

Todėl NKVD paprastai galima taikyti kartu su konkrečiam sektoriui skirtomis ES teisės normomis, kurios taip vienos kitą papildo, nes kitose ES teisės normose nustatyti konkretesni reikalavimai paprastai **papildo** bendresnius NKVD nustatytus reikalavimus. Paprastai NKVD galima remtis, kad prekyautojams būtų uždrausta konkrečių sektorių teisės aktuose reikalaujamą informaciją teikti klaidinančiu arba agresyviu būdu, nebent šis aspektas yra specialiai reglamentuojamas konkrečiam sektoriui skirtomis taisyklėmis.

⁽²¹⁾ 2014 m. vasario 4 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2014/17/ES dėl vartojimo kredito sutarčių dėl gyvenamosios paskirties nekilnojamojo turto, kuria iš dalies keičiamos direktyvos 2008/48/EB ir 2013/36/ES bei Reglamentas (ES) Nr. 1093/2010, OL L 60, 2014 2 28, p. 34.

⁽²²⁾ 2018 m. gruodžio 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2018/1972, kuria nustatomas Europos elektroninių ryšių kodeksas, OL L 321, 2018 12 17, p. 36.

⁽²³⁾ 2015 m. liepos 16 d. Sprendimas *Abcur*, sujungtos bylos C-544/13 ir C-545/13.

Sąveika su konkrečiais sektoriais skirtuose ES dokumentuose nustatytomis prievolėmis teikti informaciją buvo nagrinėjama byloje *Dyson prieš BSH* ⁽²⁴⁾. Šioje byloje buvo nagrinėjamas dulkių siurblių ženklinimas ir tai, ar tam tikros informacijos apie bandymo sąlygas, kurią reikalaujama pateikti pagal šioje byloje nagrinėjamo sektoriaus taisykles ⁽²⁵⁾, nepateikimas galėtų būti laikomas klaidinančiu informacijos neatskleidimu. Teisingumo Teismas patvirtino, kad, kilus NKVD ir konkrečiam sektoriui skirtų teisės aktų kolizijai, būtų vadovaujama konkrečiam sektoriui skirtais teisės aktais, o tai šiuo atveju reiškė, kad informacijos, kurios ES energijos vartojimo efektyvumo etiketėje pateikti nereikalaujama, negalima laikyti „esmine“ ir kad kitos informacijos nurodyti negalima.

Sąveika su konkrečiais sektoriais skirtomis teisės normomis taip pat nagrinėta byloje *Mezina* ⁽²⁶⁾. Byloje nagrinėti sveikumo teiginiai, teikti dėl natūralių maisto papildų. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 ⁽²⁷⁾ dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą taikomas maistingumo ir sveikumo teiginiams, kurie yra skelbiami komerciniuose pranešimuose dėl galutiniam vartotojui skirtų maisto produktų – produktus ženklinant, pristatant ar reklamuojant. Kilus Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 ir NKVD kolizijai, sveikumo teiginių atžvilgiu viršesnis bus reglamentas.

1.2.2. Informacija, kuri pagal kitus ES teisės aktus laikoma „esmine“

NKVD nustatyta, kad kituose ES teisės aktuose nustatyti informacijos reikalavimai dėl komercinių pranešimų yra „esminiai“.

7 straipsnio 5 dalis

5. Bendrijos teisės nustatyti informaciniai reikalavimai dėl komercinio pranešimo, įskaitant reklamą arba prekybą, kurių neišsamus sąrašas pateikiamas II priede, laikomi **esminiais**.

Tokių informacijos reikalavimų nustatyta įvairiuose konkrečioms sektoriams skirtuose teisės aktuose. Pavyzdžiui:

— aplinkos (pvz. Energijos vartojimo efektyvumo ženklinimo sistemos reglamentas ⁽²⁸⁾ ir su juo susiję deleguotieji reglamentai, Ekologinio projektavimo direktyva ⁽²⁹⁾ ir su ja susiję deleguotieji reglamentai, Padangų ženklinimo reglamentas ⁽³⁰⁾, Degalų taupymo direktyva ⁽³¹⁾);

⁽²⁴⁾ 2018 m. liepos 25 d. Sprendimas *Dyson*, C-632/16.

⁽²⁵⁾ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2010/30/ES dėl su energija susijusių gaminių suvartojamos energijos ir kitų išteklių nurodymo ženklinant gaminį ir apie jį pateikiant standartinę informaciją, OL L 153, 2010 6 18, p. 1. ir Komisijos deleguotasis reglamentas (ES) Nr. 665/2013, kuriuo įgyvendinant Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2010/30/ES nustatomi dulkių siurblių ekologinio projektavimo reikalavimai, OL L 192, 2013 7 13, p. 1.

⁽²⁶⁾ 2020 m. rugsėjo 10 d. Sprendimas *Mezina*, C-363/19.

⁽²⁷⁾ 2006 m. gruodžio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą, OL L 404, 2006 12 30, p. 9.

⁽²⁸⁾ 2017 m. liepos 4 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (ES) 2017/1369, kuriuo nustatoma energijos vartojimo efektyvumo ženklinimo sistema ir panaikinama Direktyva 2010/30/ES (OL L 198, 2017 7 28, p. 1), be kitų gamintojams ir prekyautojams nustatytų prievolių, reikalaujama ženklini su energija susijusius produktus ir teikti standartinę informaciją apie produkto energijos vartojimo efektyvumą, energijos ir kitų išteklių suvartojimą, taip pat teikti papildomą informaciją apie produktus, kad vartotojai galėtų pasirinkti veiksmingiausias produktus ir mažinti suvartojamą energiją.

⁽²⁹⁾ 2009 m. spalio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 2009/125/EB, nustatančioje ekologinio projektavimo reikalavimų su energija susijusiems gaminiams nustatymo sistemą (OL L 285, 2009 10 31, p. 10), nustatytas konkretus reikalavimas pateikti informaciją apie tai, kokią vaidmenį vartotojai gali atlikti tvariai naudojant gaminį.

⁽³⁰⁾ 2020 m. gegužės 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2020/740 dėl padangų ženklinimo pagal degalų naudojimo efektyvumą ir kitus parametrus, kuriuo iš dalies keičiamas Reglamentas (ES) 2017/1369 ir panaikinamas Reglamentas (EB) Nr. 1222/2009, OL L 177, 2020 6 5, p. 1.

⁽³¹⁾ 1999 m. gruodžio 13 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 1999/94/EB dėl vartotojų galimybės gauti informaciją apie degalų taupymą ir išmetamųjų CO₂ dujų kiekį parduodant naujus keleivinius automobilius (OL L 12, 2000 1 18, p. 16) reikalaujama pardavimo vietoje šalia visų naujų keleivinių automobilių rodyti degalų taupos kortelę, kurioje visų pirma būtų pateikiami oficialūs duomenys apie degalų suvartojimą.

- finansinių paslaugų (pvz., Finansinių priemonių rinkų direktyva⁽³²⁾, Mokėjimo paslaugų direktyva⁽³³⁾, Vartojimo kreditų direktyva⁽³⁴⁾, Hipotekinių kreditų direktyva⁽³⁵⁾, Mokėjimo sąskaitų direktyva⁽³⁶⁾, Reglamentas dėl MIPP pagrindinės informacijos dokumentų⁽³⁷⁾);
- sveikatos (pvz., Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2001/83/EB⁽³⁸⁾);
- elektroninių ryšių paslaugų (Europos elektroninių ryšių kodeksas⁽³⁹⁾);
- transporto (pvz., Oro susisiekimo paslaugų reglamentas⁽⁴⁰⁾, Keleivių teisių reglamentas⁽⁴¹⁾).
- maisto produktų (pvz., Bendrasis maisto produktų reglamentas⁽⁴²⁾, Informacijos apie maistą teikimo vartotojams reglamentas⁽⁴³⁾).

Tokie informacijos reikalavimai paprastai būna **konkretesni** nei NKVD nustatyti informacijos reikalavimai.

NKVD 7 straipsnio 5 dalyje paaiškinta, kad tokie informacijos reikalavimai „**laikomi esminiais**“.

⁽³²⁾ 2014 m. gegužės 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 2014/65/ES dėl finansinių priemonių rinkų, kuria iš dalies keičiamos Direktyva 2002/92/EB ir Direktyva 2011/61/ES (FPRD II) (OL L 173, 2014 6 12, p. 349), be kitų prievolių, reikalaujama, kad investicinės įmonės pateiktų klientams, taip pat ir vartotojams, konkrečią informaciją apie savo paslaugas, finansines priemones ir siūlomas investavimo strategijas, sąnaudas bei su tuo susijusias išlaidas.

⁽³³⁾ 2015 m. lapkričio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje (ES) 2015/2366 dėl mokėjimo paslaugų vidaus rinkoje, kuria iš dalies keičiamos direktyvos 2002/65/EB, 2009/110/EB ir 2013/36/ES bei Reglamentas (ES) Nr. 1093/2010 ir panaikinama Direktyva 2007/64/EB (OL L 337, 2015 12 23, p. 35), be kitų prievolių, yra daugiau specialiųjų nuostatų dėl informacijos, teikiamos prieš sudarant sutartį, ir dėl šios informacijos pateikimo tvarkos.

⁽³⁴⁾ 2008 m. balandžio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 2008/48/EB dėl vartojimo kredito sutarčių ir panaikinancioje Tarybos direktyvą 87/102/EEB (OL L 133, 2008 5 22, p. 66) pateikiami specialūs informavimo reikalavimai reklamuojant kreditą.

⁽³⁵⁾ Direktyvoje 2014/17/ES dėl vartojimo kredito sutarčių dėl gyvenamosios paskirties nekilnojamojo turto išdėstytos taisyklės dėl hipotekinių kreditų rinkodaros, pavyzdžiui, nustatytas siejimo draudimas. Direktyvoje taip pat nustatyti specialūs informacijos reikalavimai, taikomi reklamos etapui ir prieš pasirašant sutartį.

⁽³⁶⁾ 2014 m. liepos 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2014/92/ES dėl mokesčių, susijusių su mokėjimo sąskaitomis, palyginamumo, mokėjimo sąskaitų perkėlimo ir galimybės naudotis būtiniausios savybės turinčiomis mokėjimo sąskaitomis (OL L 257, 2014 8 28, p. 214).

⁽³⁷⁾ 2014 m. lapkričio 26 d. Reglamentas (ES) Nr. 1286/2014 dėl mažmeninių investicinių produktų paketų ir draudimo principu pagrįstų investicinių produktų (MIPP ir DIP) pagrindinės informacijos dokumentų, OL L 352, 2014 12 9, p. 1.

⁽³⁸⁾ 2001 m. lapkričio 6 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 2001/83/EB dėl Bendrijos kodekso, reglamentuojančio žmoniems skirtus vaistus (OL L 311, 2001 11 28, p. 67) nustatyti papildomi reikalavimai vaistų reklamai ir ženklinimui.

⁽³⁹⁾ Direktyvoje (ES) 2018/1972, kuria nustatomas Europos elektroninių ryšių kodeksas, reikalaujama teikti sutartinę informaciją apie įvairius aspektus, priklausomai nuo elektroninių ryšių paslaugos pobūdžio. Reikalavimai išdėstyti 102 straipsnyje ir VIII priede ir yra taikomi, be kitų aspektų, informacijai apie minimalų paslaugų kokybės lygį, siūlomos priežiūros pobūdį, kompensavimo ir grąžinimo tvarką, taikomą, jeigu paslauga neatitinka kokybės lygio. Sutarties santrauka bus pateikta atskirai, o sutarties santraukos šablonas yra pateiktas 2019 m. gruodžio 17 d. Komisijos įgyvendinimo reglamente (ES) 2019/2243, kuriuo nustatomas viešai prieinamų elektroninių ryšių paslaugų teikėjų pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą (ES) 2018/1972 naudotinas sutarties santraukos šablonas, OL L 336, 2019 12 30, p. 274.

⁽⁴⁰⁾ 2008 m. rugšėjo 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (EB) Nr. 1008/2008 dėl oro susisiekimo paslaugų teikimo Bendrijoje bendrųjų taisyklių (OL L 293, 2008 10 31, p. 3) reikalaujama, kad nurodant mokėtiną galutinę kainą (ji turi apimti visus paskelbimo metu žinomus numatomus ir neišvengiamus kainos elementus), kaina būtų suskirstyta į sudedamąsias dalis: oro susisiekimo kaina, mokesčiai, oro uosto mokesčiai, kiti mokesčiai ir papildomi mokesčiai.

⁽⁴¹⁾ **2004 m. vasario 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (EB) Nr. 261/2004, nustatančiame bendras kompensavimo ir pagalbos keleiviams taisykles atsisakymo vežti ir skrydžių atšaukimo arba atidėjimo ilgam laikui atveju, panaikinanciu Reglamentą (EEB) Nr. 295/91 (OL L 46, 2004 2 17, p. 1), nustatytas konkretus įpareigojimas informuoti keleivius, kad atsisakymo vežti, skrydžių atšaukimo arba atidėjimo ilgam laikui atveju jie gali turėti teisę į kompensaciją, pagalbą ir pasirūpinimą jais;** 2006 m. liepos 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1107/2006 dėl neigalių asmenų ir ribotos judėsenos asmenų teisių keliaujant oru (OL L 204, 2006 7 26, p. 1) 2010 m. lapkričio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1177/2010 dėl jūrų ir vidaus vandenų keliais vykstančių keleivių teisių, kuriuo iš dalies keičiamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004, OL L 334, 2010 12 17, p. 1; 2011 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 181/2011 dėl miesto ir tolimojo susisiekimo autobusų transporto keleivių teisių, kuriuo iš dalies keičiamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004, OL L 55, 2011 2 28, p. 1; ir 2021 m. balandžio 29 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2021/782 dėl geležinkelių keleivių teisių ir pareigų (OL L 172, 2021 5 17, p. 1).

⁽⁴²⁾ 2002 m. sausio 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 178/2002, nustatantis maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiantis Europos maisto saugos tarnybą ir nustatantis su maisto saugos klausimais susijusias procedūras, OL L 31, 2002 2 1, p. 1.

⁽⁴³⁾ 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams, kuriuo iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentai (EB) Nr. 1924/2006 ir (EB) Nr. 1925/2006 bei kuriuo panaikinami Komisijos direktyva 87/250/EEB, Tarybos direktyva 90/496/EEB, Komisijos direktyva 1999/10/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/13/EB, Komisijos direktyvos 2002/67/EB ir 2008/5/EB bei Komisijos reglamentas (EB) Nr. 608/2004, OL L 304, 2011 11 22, p. 18.

Pavyzdžiui:

Oro susisiekimo paslaugų reglamento 23 straipsnyje reikalaujama, kad oro vežėjai, jų agentai ir kiti bilietų pardavėjai, siūlydami pirkti skrydžio bilietus, galutinę kainą suskirstytų į sudedamąsias dalis (pvz., oro susisiekimo kaina, mokesčiai, oro uosto mokesčiai, kiti mokesčiai ir rinkliavos, pavyzdžiui, susiję su saugumu ir degalais). Tai yra esminė informacija, kaip tai suprantama pagal NKVD 7 straipsnio 5 dalį.

Atitinkamai, jeigu tokia informacija nepateikiama, pagal NKVD, remiantis **bendru sprendimo dėl sandorio kriterijumi**, t. y. tuo, ar dėl neatskleistos informacijos vidutinis vartotojas buvo paskatintas arba galėjo būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, tai gali būti laikoma klaidinančiu informacijos neatskleidimu. „Esminės informacijos“ sąvoka, kaip ji suprantama pagal NKVD, aptariama 2.9.1 skirsnyje.

15 konstatuojamojoje dalyje nustatyta, kad valstybės narės gali palikti galioti arba papildyti informacijos reikalavimus, susijusius su sutarčių teise, jeigu tai leidžiama pagal **esamų ES teisės aktų minimalaus suderinimo nuostatas**.

Pavyzdžiui:

Valstybės narės gali nustatyti papildomus reikalavimus pardavimui prekybai skirtose patalpose, taikomus iki sutarties sudarymo, o jiems yra taikoma Vartotojų teisių direktyvos 5 straipsnio 4 dalyje išdėstyta minimalaus suderinimo nuostata.

1.2.3. Sąveika su Vartotojų teisių direktyva

Vartotojų teisių direktyva ⁽⁴⁴⁾ (toliau – VTD) taikoma visoms įmonių ir vartotojų sutartims, išskyrus į direktyvos taikymo sritį nepatenkančias sutartis, pavyzdžiui, dėl finansinių ir sveikatos priežiūros paslaugų. Ja visapusiškai suderinami **informacijos, teikiamos prieš sudarant sutartį, reikalavimai**, taikomi nuotolinės prekybos (įskaitant prekybą internetu) sutartims ir ne prekybai skirtose patalpose sudaromoms sutartims (t. y. sutartims, kurios nėra sudaromos įprastose fizinėse parduotuvėse, o dėl tikslios apibrėžties žr. VTD 2 straipsnio 8 dalį). Kaip nustatyta VTD 6 straipsnio 8 dalyje, šia direktyva valstybėms narėms kartu nėra draudžiama, laikantis Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/123/EB ⁽⁴⁵⁾ (Paslaugų direktyvos) ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2000/31/EB ⁽⁴⁶⁾ (Elektroninės komercijos direktyvos), nustatyti papildomų informacijos reikalavimų (dėl išsamesnės informacijos žr. Gairių dėl VTD ⁽⁴⁷⁾ 4.1.1 skirsnį). Dėl kitų sutarčių, ypač tų, kurios sudaromos įprastose fizinėse parduotuvėse (prekybai skirtose patalpose sudaromų sutarčių), pažymėtina, kad pagal direktyvą valstybėms narėms yra leidžiama nustatyti arba palikti galioti **papildomus informacijos, teikiamos prieš sudarant sutartį, reikalavimus (5 straipsnio 4 dalis)**. VTD taip pat reglamentuojamas tam tikros sutartinės teisės, visų pirma teisė atsakyti sutarties.

VTD nustatyti **informacijos, teikiamos prieš sudarant sutartį, reikalavimai** yra išsamesni už NKVD 7 straipsnio 4 dalyje nustatytus informacijos reikalavimus. Kvietimas pirkti pagal NKVD apima ir rinkodaros (reklamos) etapą, ir prieš pasirašant sutartį teikiamą informaciją. Antruoju atveju **NKVD 7 straipsnio 4 dalyje nustatyti informacijos reikalavimai gali sutapti su VTD nustatytais informacijos, teikiamos prieš sudarant sutartį, reikalavimais**. Kuo skiriasi informacija, teikiama prieš sudarant sutartį, ir kvietimas pirkti, išsamiau paaiškinta 2.9.5 skirsnyje.

Kadangi VTD pateikti reikalavimai yra išsamesni ir atitinka etapui iki sutarties sudarymo VTD nustatytus reikalavimus, taip pat reikėtų užtikrinti atitiktį NKVD 7 straipsnio 4 daliai, kiek tai susiję su informacijos turiniu. **Tačiau vertinant bet kokią klaidinančią ar agresyvią prekiautojo komercinę veiklą**, įskaitant šios informacijos pateikimo vartotojui formą ir būdą, **vis dėlto bus taikoma NKVD**.

⁽⁴⁴⁾ 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2011/83/ES dėl vartotojų teisių, kuria iš dalies keičiamos Tarybos direktyva 93/13/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/44/EB bei panaikinamos Tarybos direktyva 85/577/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB, OL L 304, 2011 11 22, p. 64.

⁽⁴⁵⁾ 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/123/EB dėl paslaugų vidaus rinkoje, OL L 376, 2006 12 27, p. 36.

⁽⁴⁶⁾ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva), OL L 178, 2000 7 17, p. 1.

⁽⁴⁷⁾ Komisijos pranešimas, Gairės dėl 2011 m. spalio 25 d. Direktyvos 2011/83/ES aiškinimo ir taikymo.

Kitas pavyzdys, kaip abu teisės aktai papildo vienas kitą, susijęs su **neužsakytų prekių ar paslaugų pardavinėjimo**, kuris pagal NKVD I priedo 21 ir 29 punktus yra draudžiamas, pasekmėmis. VTD 27 straipsnyje paaiškinta, kad neužsakytų prekių ar paslaugų pardavimo atveju „[vartotojas] atleidžiamas nuo pareigos atlyginti“ ir tokiais atvejais „jeigu vartotojas <...> neatsako prekiautojui, tai nereiškia, kad jis sutinka <...> pirkti“.

Neužsakytų prekių ar paslaugų pardavinėjimo sąvoką išsamiau išaiškino Teisingumo Teismas. Teisingumo Teismas paaiškino, kad nei VTD, nei NKVD neregamentuoja sutarčių sudarymo, todėl būtent nacionaliniai teismai, vadovaudamiesi nacionalinės teisės aktais, turi įvertinti, ar sutartį galima pripažinti sudaryta, pavyzdžiui, tarp vandens tiekimo įmonės ir vartotojo, jeigu nėra atskiro vartotojo sutikimo ⁽⁴⁸⁾.

Šiuo klausimu Teisingumo Teismas taip pat paaiškino, kad I priedo 29 punktas neapima geriamojo vandens tiekimo bendrovės komercinės veiklos, kai, vartotojui iškeliant į prieš tai kito asmens gyventą gyvenamąjį būstą, ši bendrovė **palieka būstą prijungtą prie viešojo vandens tiekimo tinklo**, jeigu vartotojas neturi galimybės pasirinkti šios paslaugos tiekėjo, šios paslaugos tiekėjas nustato išlaidas padengiančius, skaidrius ir nediskriminacinius tarifus pagal suvartotą vandenį, o vartotojas žino, kad toks būstas yra prijungtas prie viešojo vandens tiekimo tinklo ir kad vandens tiekimas yra mokamas ⁽⁴⁹⁾.

Be to, Teisingumo Teismas išaiškino, kad pagal VTD 27 straipsnį, jį aiškinant su NKVD 5 straipsnio 1 ir 5 dalimis, nacionalinės teisės nuostatos, pagal kurias reikalaujama, kad bendraturčiams priklausančiame pastate, prijungtame prie **centralizuoto šilumos tiekimo tinklo**, esančių butų savininkai privalo prisidėti dengiant išlaidas, patirtas dėl bendrojo naudojimo patalpose ir pastato vidaus įrenginyje suvartotos šilumos energijos, nors jie asmeniškai neužsakė tiekti šilumos ir jos nevartoja savo butuose, nes sutartis buvo sudaryta daugumos savininkų prašymu, nėra draudžiamos ⁽⁵⁰⁾.

1.2.4. Sąveika su Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyva

Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyva ⁽⁵¹⁾ (toliau – NSSD) taikoma visoms įmonių ir vartotojų sutartims ir yra susijusi su sutarčių sąlygomis, dėl kurių nebuvo atskirai iš anksto tartasi (pvz., iš anksto suformuluotomis tipinėmis sąlygomis). Sutarties sąlygos gali būti pripažintos nesąžiningomis remiantis bendru draudimu ⁽⁵²⁾, orientaciniu sąlygų, kurias galima laikyti nesąžiningomis, sąrašu ⁽⁵³⁾ arba pareiga sąlygas išdėstyti skaidriai, t. y. aiškia, suprantama kalba ⁽⁵⁴⁾. Priešingai nei NKVD, kuria nedaromas poveikis sutarčių teisei ir kurioje nėra nustatyta, kad vykdant nesąžiningą komercinę veiklą sudarytos sutartys negalioja, NSSD pažeidimai turi sutartinių pasekmių: pagal šios direktyvos 6 straipsnio 1 dalį su vartotoju sudarytoje sutartyje naudojamos nesąžiningos sąlygos „neturi būti privalomos vartotojui“ ⁽⁵⁵⁾.

Santykis tarp nesąžiningų sutarčių sąlygų ir nesąžiningos komercinės veiklos

NSSD taikoma įmonių ir vartotojų sutartims, sudaromoms visuose ekonominės veiklos sektoriuose, t. y. ji gali būti taikoma lygiagrečiai su kitomis ES teisės nuostatomis, įskaitant kitas vartotojų apsaugos taisykles, kaip antai NKVD.

Teisingumo Teismas yra paaiškinęs kai kuriuos šių dviejų direktyvų tarpusavio santykio aspektus byloje *Pereničová ir Perenič*, kuri buvo susijusi su kredito sutartimi, kurioje nurodyta metinė procentinė įkainio norma buvo mažesnė už faktinę normą ⁽⁵⁶⁾.

⁽⁴⁸⁾ 2021 m. vasario 3 d. Sprendimas *Waternet*, C-922/19.

⁽⁴⁹⁾ Ten pat, 53–62 punktai.

⁽⁵⁰⁾ 2019 m. gruodžio 5 d. Sprendimas *EVN Bulgaria Toplofikatsia*, sujungtos bylos C-708/17 ir C-725/17.

⁽⁵¹⁾ 1993 m. balandžio 5 d. Tarybos direktyva 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais, OL L 95, 1993 4 21, p. 29.

⁽⁵²⁾ Direktyvos 93/13/EEB 3 straipsnio 1 dalis.

⁽⁵³⁾ Direktyvos 93/13/EEB 3 straipsnio 3 dalis ir I priedas. Nacionalinės teisės normomis sąrašas gali būti išplėstas arba gali būti vartojamos formuluotės, kuriomis būtų nustatomi griežtesni standartai, įskaitant sąlygų, kurios visada laikomos nesąžiningomis, be papildomo vertinimo pagal direktyvos 3 straipsnio 1 dalį, „juoduosius sąrašus“. Daugiau informacijos pateikiama Komisijos pranešimo – Tarybos direktyvos 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais aiškinimo ir taikymo gairių, OL C 323, 2019 9 27, p. 4, COM(2019) 5325 final, 3.4.7 skirsnyje.

⁽⁵⁴⁾ Direktyvos 93/13/EEB 5 straipsnis.

⁽⁵⁵⁾ Daugiau informacijos pateikiama Komisijos pranešime „Tarybos direktyvos 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais aiškinimo ir taikymo gairės“ (COM(2019) 5325 final).

⁽⁵⁶⁾ 2012 m. kovo 15 d. Sprendimas *Pereničová ir Perenič*, C-453/10.

Teisingumo Teismas padarė išvadą, kad tokia klaidinga sutarties sąlygose pateikta informacija apie bendrą kredito kainą yra „klaidinanti“, kaip tai suprantama pagal NSSD, jeigu dėl to vidutinis vartotojas yra skatinamas arba gali būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nepriimtų.

Tai, kad prekiautojas vykdytų tokią **nesąžiningą komercinę veiklą, yra vienas iš elementų, į kuriuos reikia atsižvelgti vertinant sutarties sąlygų nesąžiningumą** pagal NSSD ⁽⁵⁷⁾. Visų pirma, šiuo elementu gali būti remiamasi siekiant nustatyti, ar pagal dėl to įtrauktą sutarties sąlygą atsiranda „**ryškus neatitikimas**“ tarp iš sutarties kylančių teisių ir pareigų vartotojo nenaudai, kaip nurodyta NSSD 3 straipsnio 1 dalyje ir 4 straipsnio 1 dalyje. Šis elementas taip pat gali būti svarbus vertinant, ar sutarties sąlyga yra **skaidri**, kaip nurodyta NSSD ⁽⁵⁸⁾ 4 straipsnio 2 ir 5 dalyse. Kartu reikėtų pažymėti, kad išvada, jog prekiautojas vykdytų nesąžiningą komercinę veiklą, pagal minėtos direktyvos 6 straipsnio 1 dalį **neturi tiesioginio poveikio sutarties galiojimui**, nedarant poveikio jokioms nacionalinėms taisyklėms, pagal kurias visa sutartis, sudaryta vykdyant nesąžiningą komercinę veiklą, laikoma niekine ⁽⁵⁹⁾.

Teisingumo Teismas tiesiogiai nenurodė, ar, atvirkščiai, **nesąžiningų sutarties sąlygų naudojimas**, kaip nurodyta NSSD, turi būti laikomas **nesąžiningą komercinę veiklą**, kaip nurodyta NKVD. Vis dėlto galima teigti, kad nesąžiningų sutarties sąlygų, kurios teisiškai nėra privalomos vartotojui, naudojimas tam tikrais atvejais gali būti svarbus nustatant nesąžiningos komercinės veiklos atvejus. Pirmiausia, jei dėl to pateikiama melaginga arba vidutinį vartotoją klaidinanti informacija apie sutarties šalių teises ir pareigas, tai gali būti vieno iš NKVD 6 straipsnyje nurodyto **klaidinančio veiksmo** požymis. Be to, atsižvelgti į neskaidrias sutarties sąlygas, kurios nėra išdėstytos aiškia ir suprantama kalba, kaip to reikalaujama NSSD 4 straipsnio 2 ir 5 dalyse, reikėtų atsižvelgti pagal NKVD 7 straipsnį vertinant esminės informacijos skaidrumą ir **klaidinančio informacijos neatskleidimo faktą** ⁽⁶⁰⁾. Be to, nesąžiningų sutarties sąlygų naudojimas galėtų reikšti, kad prekiautojas nesilaikė NKVD 5 straipsnyje nustatytų profesinio atidumo reikalavimų.

Tik kelios valstybių narių vartotojų apsaugos institucijos turi su sutarčių sąlygomis susijusius įgaliojimus uždrausti, nekeldamos bylos prekiautojui teisme, naudoti tipines sutarčių sąlygas, dėl kurių nebuvo derėtasi ir kurias jos laiko nesąžiningomis ⁽⁶¹⁾.

Ex officio vertinimas

Teisingumo Teismas nuosekliai laikosi nuomonės, kad nacionaliniai teismai yra **įpareigoti savo iniciatyva** (*ex officio*) **vertinti nesąžiningas sutarties sąlygas** ⁽⁶²⁾, t. y. net jei vartotojas nereikia reikalavimų dėl nesąžiningų sutarties sąlygų. Ši pareiga kyla iš NSSD 6 straipsnio 1 dalies, kurioje nustatyta, kad nesąžiningos sąlygos nėra privalomos vartotojui, ir iš veiksmingumo principo, pagal kurį reikalaujama, kad dėl nacionalinių įgyvendinimo priemonių neturi tapti praktiškai neįmanoma ar pernelyg sudėtinga pasinaudoti pagal Sąjungos teisę vartotojams suteiktomis teisėmis ⁽⁶³⁾. *Ex officio* kontrolės reikalavimas buvo nustatytas motyvuojant tuo, kad NSSD nustatyta apsaugos sistema grindžiama idėja, kad

⁽⁵⁷⁾ Sprendimo *Pereničová ir Perenič*, C-453/10, rezoliucinės dalies 2 punkto priešpaskutinis sakiny: „Komercinės veiklos nesąžiningo pobūdžio nustatymas yra vienas iš elementų, kuriais gali remtis kompetentingas teismas, kai pagal Direktyvos 93/13/EEB 4 straipsnio 1 dalį vertina sutarties sąlygas, susijusias su vartotojui suteikto kredito kaina, nesąžiningą pobūdį.“

⁽⁵⁸⁾ Žr. Komisijos pranešimo „Tarybos direktyvos 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais aiškinimo ir taikymo gairės“ (COM(2019) 5325 final) 3 skirsnį. Taip pat žr. Sprendimo *BNP Paribas Personal Finance*, sujungtos bylos C-776/19 –C-782/19, 76 ir 77 punktus.

⁽⁵⁹⁾ Sprendimas *Pereničová ir Perenič*, C-453/10, 46 punktas.

⁽⁶⁰⁾ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Verein für Konsumenteninformation prieš Amazon*, C-191/15, 65–71 punktus ir rezoliucinės dalies 2 punktą, kuriuose Teisingumo Teismas konstatavo, kad iš anksto suformuluota sąlyga dėl taikytinos teisės pasirinkimo, kurioje nurodoma valstybės narės, kurioje įsisteigęs pardavėjas ar tiekėjas, teisė, neatitinka NSSD 5 straipsnyje nustatyto reikalavimo, kad sąlyga turi būti išdėstyta aiškia ir suprantama kalba, ir yra nesąžininga, jei paskatina vartotoją klaidingai manyti, kad sutarčiai taikoma tik tos valstybės narės teisė, ir jis neinformuojamas, kad pagal reglamento „Roma I“ 6 straipsnio 2 dalį vartotojams taip pat taikoma imperatyvių nuostatų, kurios būtų taikomos, jei minėta sąlyga nebūtų nustatyta, apsauga.

⁽⁶¹⁾ Žr. Italijos, Lenkijos, Belgijos ir Nyderlandų pavyzdžius.

⁽⁶²⁾ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Banco Español de Crédito*, C-618/10, 41–43 punktus; Sprendimo *Aziz*, C-415/11, 46 punktą, Sprendimo *Bankia*, C-109/17, 37–39 punktus. Daugiau informacijos apie aktualius Teisingumo Teismo sprendimus pateikiama Komisijos pranešimo – Tarybos direktyvos 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais aiškinimo ir taikymo gairių, COM(2019) 5325 final, 5 skirsnyje.

⁽⁶³⁾ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Finanmadrid*, C-49/14, 46 punktą. Visų pirma Teisingumo Teismas paaiškino, kad NSSD 6 straipsnio 1 dalis yra privaloma nuostata, kuria siekiama formalią sutartimi nustatytą šalių teisių ir pareigų pusiausvyrą paversti realia pusiausvyra, kuri atkurtų šalių lygybę.

vartotojo padėtis yra mažiau palanki tiek dėl galimybių derėtis, tiek dėl informacijos lygio ir dėl to jis priverstas sutikti su prekiautojo iš anksto nustatytomis sąlygomis ir negali daryti įtakos jų turiniui⁽⁶⁴⁾. Todėl kyla realus pavojus, kad vartotojai, ypač dėl to, kad neturi pakankamai informacijos, nepasinaudos jiems apsaugoti skirta teisės norma.

Teisingumo Teismo sprendime *Bankia*⁽⁶⁵⁾ primenama, kad nacionalinis **teismas, kuris vertina sutarties sąlygų sąžiningumą pagal NSSD, įskaitant vertinimą savo iniciatyva, atlikdamas šią peržiūrą gali įvertinti komercinės veiklos, kurią vykdančią sudaryta ta sutartis, nesąžiningumą**⁽⁶⁶⁾.

Tačiau Teisingumo Teismas konstatavo, kad **kitose bylose nacionaliniai teismai neprivalo *ex officio* vertinti, ar konkreti sutartis ar kurios nors jos sąlygos buvo sudarytos dėl nesąžiningos komercinės veiklos poveikio**⁽⁶⁷⁾. Ypač pažymėtina Teisingumo Teismo išvada, kad, vykstant išieškojimo iš hipoteka įkeisto turto procedūrai, nėra reikalinga, kad nacionaliniai teismai galėtų tikrinti, ar vykdytinas dokumentas pažeidžia NKVD, nes šioje direktyvoje tokia pareiga nacionaliniams teismams nenustatyta.

Toks aiškinimas grindžiamas tuo, kad NKVD, priešingai nei NSSD 6 straipsnio 1 dalyje, sutartinės pasekmės nėra numatytos. Be to, Teisingumo Teismas paaiškino, kad NKVD, visų pirma jos 11 straipsnyje, nėra reikalavimų, panašių į NSSD 7 straipsnio 1 dalį, pagal kuriuos nacionalinės teisės aktai, kuriuose nenumatyta galimybė per vykdymo procedūras taikyti laikinąsias apsaugos priemones, būtų draudžiami. Jeigu nebūtų laikinųjų apsaugos priemonių ir jeigu vykdymo procedūros būtų atliekamos prieš priimančią teismo sprendimą, kuriuo sutarties sąlyga, kuria pagrįsta hipoteka, būtų pripažinta nesąžininga, o vykdymo procedūra būtų panaikinta, vartotojų teisių gynimo priemonės pagal NSSD apsiribotų vien vėlesne ir vien kompensacinio pobūdžio apsauga⁽⁶⁸⁾.

Tačiau Direktyvoje (ES) 2019/2161 dėl geresnio Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymo užtikrinimo ir modernizavimo nustatytos **individualios teisių gynimo priemonės**, skirtos asmenims, nukentėjusiems dėl **NKVD nuostatų, išdėstytų naujame NKVD 11a straipsnyje**, kuris taikomas nuo 2022 m. gegužės 28 d., pažeidimo. Pagal šią naują nuostatą vartotojai, nukentėję nuo nesąžiningos komercinės veiklos, turi turėti galimybę pasinaudoti proporcingomis ir veiksmingomis teisių gynimo priemonėmis, įskaitant atlyginimą už vartotojo patirtą žalą ir, atitinkamais atvejais, kainos sumažinimą arba sutarties nutraukimą (dėl išsamesnės informacijos žr. 1.4 skirsnį). Šios naujos aiškos ir vienareikšmiškos nuostatos įtraukimas gali reikšti, kad reikalavimas *ex officio* kontroliuoti nesąžiningą komercinę veiklą pagal NKVD yra išplečiamas (tai turi patvirtinti Teisingumo Teismas).

1.2.5. Sąveika su Kainų žymėjimo direktyva

Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 98/6/EB⁽⁶⁹⁾ (**Kainų žymėjimo direktyvoje**, toliau – KŽD) reikalaujama, kad prekiautojai nurodytų prekių pardavimo kainą ir vieneto kainą (matavimo vieneto kainą) tam, kad vartotojams būtų lengviau palyginti kainas. Taip pat pažymėtina, kad Direktyva (ES) 2019/2161 KŽD buvo papildyta tam tikromis taisyklėmis dėl „kainų sumažinimo“.

Nagrinėdamas NKVD ir KŽD reikalavimų dėl pardavimo kainos žymėjimo sąveikos Teisingumo Teismas sprendime *Citroën* (44–46 punktai) patikslino, KŽD reglamentuojami konkretūs vartotojų atžvilgiu įmonių vykdomos nesąžiningos komercinės veiklos aspektai, kaip jie suprantami pagal NKVD 3 straipsnio 4 dalį, t. y. aspektai, susiję su prekių pardavimo kainos nurodymu siūlymuose pirkti ir reklamoje⁽⁷⁰⁾. Todėl, „*kadangi pardavimo kainos nurodymas tokioje reklamoje, kaip nagrinėjamoji pagrindinė byloje, reglamentuojamas Direktyvoje 98/6, <...> šiuo aspektu*“ taikoma KŽD, o ne NKVD (7 straipsnio 4 dalies c punktas).

Šioje byloje svarbus aspektas buvo tai, kad prekiautojas kaip pardavimo kainą nurodė ne galutinę kainą, t. y. ne kainą, į kurią būtų įtrauktos ir papildomos privalomos išlaidos, kurios automobilio reklamoje buvo nurodytos atskirai. Todėl pagal KŽD 2 straipsnį, kuriame pardavimo kainą apibrėžiama kaip galutinę prekės kainą su PVM ir visais kitais mokesčiais, **nėra draudžiama taikyti kitų NKVD 7 straipsnio 4 dalies c punkto reikalavimų, kurie pagal šį straipsnį**

⁽⁶⁴⁾ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Pereničová ir Perenič*, C-453/10, 27 punktą.

⁽⁶⁵⁾ Sprendimas *Bankia*, C-109/17.

⁽⁶⁶⁾ Ten pat, 48 punktas.

⁽⁶⁷⁾ Ten pat, 34, 40–47, 51 punktai ir rezoliucinės dalies 1 punktas.

⁽⁶⁸⁾ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Aziz*, C-415/11, 60 punktą.

⁽⁶⁹⁾ 1998 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas, OL L 80, 1998 3 18, p. 27.

⁽⁷⁰⁾ 2016 m. liepos 7 d. Sprendimas *Citroën*, C-476/14.

nereglamentuojami. Ypač pažymėtina, kad prekyautojai privalo laikytis NKVD reikalavimo kvietime pirkti pateikti ir informaciją apie galimus papildomus mokesčius, jei jų dėl pagrįstų priežasčių negalima apskaičiuoti iš anksto.

Pagal Direktyva (ES) 2019/2161 iš dalies pakeistas KŽD nuostatas yra reikalaujama, kad valstybės narės priimtų specialias taisykles dėl kainų sumažinimo ⁽⁷¹⁾. Pagal 6a straipsnį prekyautojas, skelbiantis apie „kainos sumažinimą“, turi nurodyti „ankstesnę kainą“ – mažiausią kainą, kurią tas prekyautojas taikė per ankstesnį ne trumpesnį kaip 30 dienų laikotarpį.

Pagal analogiją su Teisingumo Teismo išvadomis, padarytomis Sprendime *Citroën*, specialiosios KŽD nuostatos dėl kainų sumažinimo turėtų būti viršesnės už NKVD nuostatas tomis specialiosiomis nuostatomis reglamentuojamų kainos sumažinimo aspektų atžvilgiu, tiksliau, „ankstesnės“ kainos apibrėžties ir žymėjimo, kai yra skelbiama apie kainos sumažinimą, atžvilgiu. Tačiau **kitiems kainos sumažinimo aspektams toliau taikytina NKVD**, ypač jos 6 straipsnio 1 dalies d punktas dėl klaidinančių teiginių apie kainos pranašumo buvimą. Ši direktyva galėtų būti taikoma, pavyzdžiui, įvairiems klaidinantiems kainų sumažinimo praktikos aspektams, pavyzdžiui:

- kai laikotarpiai, kuriuos galioja skelbimas apie kainų sumažinimą, yra pernelyg ilgi, palyginti su laikotarpiu, kurį prekės parduodamos už „visą“ kainą;
- kai skelbiama akcija, pavyzdžiui, apie „nuolaidas iki 70 proc.“, tačiau 70 proc. sumažinama tik keleto prekių kaina, o likusių prekių kaina sumažinama mažesne procentine dalimi.

Įvertinus aplinkybes, tam tikrais atvejais **gali būti pripažinta, kad tokia veikla pažeidžia NKVD** (6 straipsnio 1 dalies d punktas), nepaisant to, kad prekyautojas laikėsi KŽD reikalavimų, susijusių su „ankstesnės“ kainos apibrėžtimi ir nurodymu. Ir atvirkščiai – jei nustatoma, kad prekyautojas pažeidė KŽD taisykles dėl kainų sumažinimo, t. y. taisykles dėl „ankstesnės kainos“ apibrėžties ir rodymo, gali būti pripažinta, kad jis pažeidė ir NKVD.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad **KŽD yra taikoma tik materialiosioms prekėms**, o ne paslaugoms ir skaitmeniniam turiniui, todėl tokių kitų produktų kainų sumažinimo atvejais toliau yra visapusiškai taikomos bendrosios NKVD taisyklės.

Galiausiai pažymėtina, kad KŽD taikoma tik toje direktyvoje konkrečiai apibrėžto „kainų sumažinimo“ atvejais, todėl kitokio **pobūdžio veiklai, per kurią reklamuojami kainų pranašumai**, pavyzdžiui, skelbiami palyginimai su kitomis kainomis, sudėtiniai arba susieti sąlyginiai pasiūlymai ir lojalumo programos, ir **toliau visapusiškai taikoma ir tokia veikla reglamentuoja NKVD** (žr. 2.8.2 skirsnį). NKVD taip pat taikoma **individualizuotoms kainoms** (žr. 4.2.8 skirsnį).

1.2.6. Sąveika su Klaidinančios ir lyginamosios reklamos direktyva

Klaidinančios ir lyginamosios reklamos direktyva ⁽⁷²⁾ (toliau – KLRD) taikoma įmonių tarpusavio santykiams. Tačiau jos taisyklės dėl lyginamosios reklamos ir toliau yra bendras pagrindas, paremtas visiškai suderintais kriterijais, vertinant, ar lyginamoji reklama taip pat yra teisėta pagal įmonių ir vartotojų sutartis ⁽⁷³⁾.

Pagal NKVD 6 straipsnio 2 dalies a punktą klaidinančia laikoma veikla, kuri, be kita ko, pasitelkiant lyginamąją reklamą, sukelia painiavos, susijusios su bet kokiais produktais, prekių ženklais, firmos vardais ar kitais konkurento skiriamaisiais ženklais. Taip pat reikėtų pažymėti, kad pagal KLRD 4 straipsnio a punktą lyginamoji reklama neleidžiama, jeigu pagal NKVD 6 ir 7 straipsnius ji yra klaidinanti.

Taigi šiose dviejose direktyvose yra nuorodų viena į kitą. Kadangi KLRD 4 straipsnyje nustatytos lyginamosios reklamos teisėtumo vertinimo sąlygos yra svarbios tiek įmonių tarpusavio sandoriams, tiek įmonių ir vartotojų sandoriams, jos yra gana plačios ir apima kai kuriuos nesąžiningos konkurencijos aspektus (pvz., prekių ženklų juodinimą). Todėl KLRD nustatomos arba tokio vertinimo pagal NKVD sąlygos, taikomos įmonių ir vartotojų sandoriams, arba papildomi reikalavimai, kurie yra aktualūs prekyautojams (daugiausia – konkurentams) įmonių tarpusavio sandorių srityje.

Valstybėse narėse, kurios išplėtė visų arba dalies NKVD nuostatų taikymą, kad jos būtų taikomos ir įmonių tarpusavio sandoriams, atitinkamos KLRD nuostatos, taikomos įmonių tarpusavio sandoriams, praktiškai bus pakeistos į nacionalinę teisę perkeltomis NKVD nuostatomis. Reikėtų pažymėti, kad kai kurios šalys taip pat priėmė specialias įmonių tarpusavio sandoriams taikomas taisykles.

⁽⁷¹⁾ Iki šių KŽD pakeitimų priėmimo Teisingumo Teismas 2014 m. liepos 10 d. sprendime *Europos Komisija prieš Belgijos Karalystę* (C-421/12) patvirtino, kad valstybės narės pagal NKVD ir (pradinės redakcijos) Kainų žymėjimo direktyvą negali priimti griežtesnių nacionalinių taisyklių dėl kainų sumažinimo.

⁽⁷²⁾ Direktyva 2006/114/EB.

⁽⁷³⁾ Taigi KLRD taikoma klaidinančiai reklamai ir neteisėtai lyginamajai reklamai kaip dviem atskiriems pažeidimams – taip pat žr. 2014 m. kovo 13 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Posteshop SpA*, C-52/13.

Teisingumo Teismas analizavo KLRD ir NKVD sąveiką byloje *Carrefour* ⁽⁷⁴⁾, kurioje nagrinėta lyginamoji reklama, kuri pagal NKVD 7 straipsnį gali būti klaidinanti. Nagrinėta reklamos kampanija, per kurią buvo lyginamos skirtingo dydžio ar formato parduotuvėse, priklausančiose mažmeninės prekybos tinklams, kurių kiekvieną sudaro įvairaus dydžio ar formato parduotuvės (pvz. labai dideli prekybos centrai ir prekybos centrai), parduodamų produktų kainos ir per kurią reklamuojamas **lygino savo mažmeninės prekybos tinklo didesnio dydžio ar formato parduotuvių kainas su konkurentams priklausančių mažmeninės prekybos tinklų mažesnio dydžio ar formato parduotuvių kainomis**. Teisingumo Teismas konstatavo, kad tokio pobūdžio reklamos veikla pagal KLRD 4 straipsnio a ir c punktus, aiškinamus kartu su NKVD 7 straipsnio 1–3 dalimis, gali būti neteisėta, nebent vartotojai yra aiškiai pačioje reklamoje informuojami, kad reklamuotojo tinklo didesnio formato ar dydžio parduotuvėse taikomos kainos buvo lyginamos su konkuruojančių mažmeninės prekybos tinklų mažesnio formato ar dydžio parduotuvėse nurodytomis kainomis ⁽⁷⁵⁾.

1.2.7. Sąveika su Paslaugų direktyva

Skirtingai nuo konkrečioms sektoriams taikomų teisės aktų, Paslaugų direktyvos ⁽⁷⁶⁾ taikymo sritis yra plati. Ji taikoma paslaugoms apskritai, kaip jos apibrėžtos Sutartyje dėl Europos Sąjungos veikimo, tačiau yra tam tikrų išimčių. Todėl šios direktyvos NKVD atžvilgiu negalima laikyti *lex specialis*, kaip tai suprantama pagal 3 straipsnio 4 dalį.

Atitinkamai Paslaugų direktyvos 22 straipsnyje nustatyti informacijos reikalavimai taikomi **papildomai** reikalavimams dėl informacijos, kurią reikia pateikti kvietimuose pirkti pagal NKVD 7 straipsnio 4 dalį.

1.2.8. Sąveika su E. komercijos direktyva

E. prekybos direktyva ⁽⁷⁷⁾ taikoma informacinės visuomenės paslaugoms, kurios gali apimti interneto svetainių ir interneto platformų operatorių teikiamas paslaugas, kai vartotojams suteikiama galimybė nusipirkti prekę ar paslaugą.

E. komercijos direktyvos 5 straipsnyje nustatyti bendrieji informacijos reikalavimai paslaugų teikėjams, o 6 straipsnyje nurodyta, kokia informacija turi būti pateikiama komerciniuose pranešimuose. Šiuose dviejuose straipsniuose išdėstyti tik būtiniausi informacijos reikalavimai.

Konkrečiai 6 straipsnyje iš valstybių narių reikalaujama užtikrinti, kad prekyautojai aiškiai žymėtų reklaminius pasiūlymus, pavyzdžiui, nuolaidas, priedus ir dovanas, jei jos yra leidžiamos paslaugų teikėjo įsisteigimo valstybėje narėje, ir sąlygas, kurias reikia įvykdyti norint pasinaudoti tokiu reklaminiu pasiūlymu.

2020 m. gruodžio 15 d. Komisija paskelbė pasiūlymus dėl Skaitmeninių paslaugų akto ⁽⁷⁸⁾ (toliau – SPA) ir dėl Skaitmeninių rinkų akto ⁽⁷⁹⁾ (toliau – SRA). Skaitmeninių paslaugų aktu siekiama atnaujinti ir išplėsti ES elektroninės prekybos ir platformų taisykles, o SRA siekiama nustatyti papildomus įpareigojimus, susijusius su tam tikromis paslaugomis, kurias teikia vadinamieji prieigos valdytojai ⁽⁸⁰⁾.

1.2.9. Sąveika su Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva

Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva ⁽⁸¹⁾ taikoma linijinėms ir nelineinėms audiovizualinės žiniasklaidos paslaugoms (t. y. TV transliacijai ir užsakomosioms žiniasklaidos paslaugoms), kurios gali apimti audiovizualinius komercinius pranešimus, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai reklamuojamos prekės ar paslaugos (pvz., televizijos reklama, rėmimas, teleparduotuvės arba prekių rodymas).

⁽⁷⁴⁾ 2017 m. vasario 8 d. Sprendimas *Carrefour*, C-562/15.

⁽⁷⁵⁾ Ten pat, 33–38 punktai.

⁽⁷⁶⁾ Direktyva 2006/123/EB.

⁽⁷⁷⁾ Direktyva 2000/31/EB.

⁽⁷⁸⁾ Reglamento dėl bendrosios skaitmeninių paslaugų rinkos pasiūlymas (COM/2020/825).

⁽⁷⁹⁾ Reglamento dėl konkurencingų ir sąžiningų skaitmeninio sektoriaus rinkų pasiūlymas (COM/2020/842).

⁽⁸⁰⁾ Pagal siūlomą Skaitmeninių paslaugų aktą (SPA) būtų pakeisti E. komercijos direktyvos 12–15 straipsniai. Siūlomos taisyklės nedarytų poveikio vartotojų teisės aktams (pasiūlymo dėl SPA 1 straipsnio 5 dalies h punktas). SPA taip pat būtų paaiškinta galima interneto platformų atsakomybė už tai, kad būtų laikomasi vartotojų apsaugos teisės aktų, įskaitant NKVD, kai platforma veikia taip, kad vidutinis pakankamai informuotas vartotojas mano, kad sandoris sudaromas su pačia platforma (Pasiūlymo dėl SPA 5 straipsnio 3 dalis). Remiantis pasiūlymais, SPA nustatytos papildomos pareigos interneto platformų ir pagrindinių platformų paslaugų (t. y. interneto paieškos sistemų, internetinių socialinių tinklų paslaugų, dalijimosi vaizdo medžiaga platformos paslaugų, su numeriu nesiejamo asmenų tarpusavio ryšio paslaugų, operacinių sistemų, debesijos kompiuterijos paslaugų, reklamos paslaugų – žr. pasiūlymo dėl SRA 2 straipsnio 2 dalį) teikėjams, kurie pagal SRA yra prieigos valdytojai, būtų taikomos papildomai, kartu su ES vartotojų apsaugos teisės aktuose nustatytomis specialiomis taisyklėmis.

⁽⁸¹⁾ 2010 m. kovo 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2010/13/ES dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų tam tikrų nuostatų, susijusių su audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikimu, derinimo (Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva), OL L 95, 2010 4 15, p. 1.

Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 5 straipsnyje nustatyti bendrieji informacijos reikalavimai paslaugų teikėjams, o 9 straipsnyje nustatyti reikalavimus, kuriuos privalo atitikti visi komerciniai audiovizualiniai pranešimai. Atitinkamai 10 ir 11 straipsniuose nustatytos sąlygos, kurių būtina laikytis rėmimo ir prekių rodymo srityje teikiant audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas. Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvoje taip pat nustatyti kiti griežti kriterijai, kurie taikomi tik televizijos reklamai ir teleparduotuvėms (VII skyrius dėl televizijos reklamos ir teleparduotuvių).

2018 m. persvarsčius direktyvą⁽⁸²⁾, kai kurios iš šių taisyklių pradėtos taikyti dalijimosi vaizdo medžiaga platformoms (28b straipsnis). Dabar jos turi atitikti 9 straipsnio 1 dalyje nustatytus reikalavimus, taikomus komerciniams audiovizualiniams pranešimams, kuriais jos prekiauja, kuriuos parduoda ar tvarko, ir imtis atitinkamų priemonių užtikrinti, kad komerciniai audiovizualiniai pranešimai, kuriais jos prekiauja, kuriuos parduoda ar tvarko, atitiktų reikalavimus. Į persvarstytą direktyvą taip pat įtraukti reikalavimai atskleisti audiovizualinius komercinius pranešimus dalijimosi vaizdo medžiaga platformose. Komisija priėmė Gaires dėl dalijimosi vaizdo medžiaga platformos paslaugos apibrėžties praktinio taikymo⁽⁸³⁾.

NKVD taikoma nesąžiningai komercinei veiklai teikiant audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, pavyzdžiui, vykdamas klaidinančią ar agresyvią veiklą, jeigu jai netaikomos minėtos nuostatos.

1.2.10. Sąveika su Bendroju duomenų apsaugos reglamentu ir E. privatumo direktyva

Teisė į privatų ir šeimos gyvenimą ir asmens duomenų apsaugą yra ES pagrindinių teisių chartijos 7 ir 8 straipsniuose įtvirtintos pagrindinės teisės. Pagal 7 straipsnį kiekvienas asmuo turi teisę į tai, kad būtų gerbiamas jo privatus ir šeimos gyvenimas, būsto neliečiamybė ir komunikacijos slaptumas. Chartijos 8 straipsnio 2 dalyje nurodyti pagrindiniai duomenų apsaugos principai (tinkamas tvarkymas, sutikimas arba įstatymo nustatytas teisėtas pagrindas, teisė susipažinti su duomenimis ir teisė į tai, kad jie būtų ištaisomi). Chartijos 8 straipsnio 3 dalyje nurodoma, kad nepriklausoma institucija kontroliuoja, kaip laikomasi duomenų apsaugos taisyklių⁽⁸⁴⁾.

Bendroju duomenų apsaugos reglamentu⁽⁸⁵⁾ (toliau – BDAR) reglamentuojama asmens duomenų apsauga ir laisvas šių duomenų judėjimas. Duomenų apsaugos taisyklių įgyvendinimą užtikrina nacionalinės priežiūros institucijos ir nacionaliniai teismai. BDAR taikomas „asmens duomenų“ tvarkymui. Asmens duomenys – bet kokia informacija, susijusi su fiziniu asmeniu, kurio tapatybė nustatyta arba gali būti nustatyta (duomenų subjektas). Asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta – asmuo, kurio tapatybė gali būti tiesiogiai ar netiesiogiai nustatyta, visų pirma pagal asmens identifikavimo numerį arba pagal vieną ar kelias to asmens fizinės, fiziologinės, genetinės, protinės, ekonominės, kultūrinės ar socialinės tapatybės požymius.

Asmens duomenų tvarkymas, apimantis asmens duomenų rinkimą ir saugojimą, turi būti sąžiningas ir teisėtas. Vienas iš tinkamo duomenų tvarkymo aspektų yra tai, kad duomenų subjektui suteikiama atitinkama informacija, įskaitant informaciją apie tokio duomenų tvarkymo tikslus, atsižvelgiant į konkrečias aplinkybes, kuriomis duomenys surinkti. Tam, kad asmens duomenys būtų tvarkomi sąžiningai ir teisėtai, būtina laikytis duomenų apsaugos principų ir kad bet kokiai duomenų tvarkymo veiklai būtų taikomas bent vienas iš šių teisėto tvarkymo sąlygų (žr. BDAR 6 straipsnio 1 dalį). Viena iš šių sąlygų yra asmens sutikimas. Kita sąlyga – duomenų valdytojas vykdo Sąjungos arba valstybės narės teisėje nustatytą teisinę pareigą tvarkyti duomenis (pvz., pareigą pažinti savo klientą).

⁽⁸²⁾ 2018 m. lapkričio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2018/1808, kuria, atsižvelgiant į kintančias rinkos realijas, iš dalies keičiama Direktyva 2010/13/ES dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų tam tikrų nuostatų, susijusių su audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikimu, derinimo (Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva), OL L 303, 2018 11 28, p. 69.

⁽⁸³⁾ Komisijos komunikatas „Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos termino „dalijimosi vaizdo medžiaga platformos paslauga“ apibrėžtyje nurodyto esminės funkcijos kriterijaus praktinio taikymo gairės“, OL C 223, 2020 7 7, p. 3.

⁽⁸⁴⁾ 8 straipsnyje įtvirtinta teisė į asmens duomenų apsaugą gali būti ribojama pagal įstatymą ir siekiant laikytis demokratinės visuomenės principų: pagal proporcingumo principą ribojimai gali būti taikomi tik jeigu jie yra būtini ir tikrai atitinka Sąjungos pripažįstamus bendrojo intereso tikslus arba poreikį apsaugoti kitų asmenų teises ir laisves (Chartijos 52 straipsnio 2 dalis).

⁽⁸⁵⁾ 2016 m. balandžio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2016/679 dėl fizinių asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo ir kuriuo panaikinama Direktyva 95/46/EB (Bendrasis duomenų apsaugos reglamentas), OL L 119, 2016 5 4, p. 1.

E. privatumo direktyva⁽⁸⁶⁾ patikslina ir papildo BDAR nuostatas dėl asmens duomenų tvarkymo elektroninių ryšių sektoriuje, nes ja palengvinamas laisvas šių duomenų ir elektroninių ryšių įrangos bei paslaugų judėjimas. Visų pirma reikėtų pažymėti, kad E. privatumo direktyvos 5 straipsnio 3 dalyje reikalaujama, kad slapukai arba kitų formų prieigos prie asmeniniame įrenginyje (pvz. planšetiniame kompiuteryje arba išmaniajame telefone) esančios informacijos arba informacijos saugojimo asmeniniame įrenginyje priemonės būtų naudojamos tik gavus naudotojo sutikimą, nebent toks saugojimas arba prieiga yra būtini pranešimui perduoti arba arba informacinės visuomenės paslaugai, kurios naudo- tojas aiškiai prašo, teikti.

Interneto pasaulyje vis labiau populiarėja **duomenų verslo struktūros**. Visų pirma interneto platformos analizuoja, tvarko ir parduoda duomenis apie vartotojų prioritetus ir kitą vartotojų sukurtą turinį. Tai kartu su reklama neretai yra pagrindinis jų pajamų šaltinis. Asmens duomenų rinkimas ir tvarkymas tokiais atvejais privalo atitikti pirmiau paminėtos E. privatumo direktyvos ir BDAR teisinius reikalavimus.

Tai, kad prekiautojas pažeidžia BDAR ir E. privatumo direktyvą, ne visada savaime reiškia, kad jo veikla taip pat pažeidžia NKVD. Tačiau į šiuos privatumo ir duomenų apsaugos pažeidimus reikėtų atsižvelgti vertinant bendrą komercinės veiklos nesąžiningumą pagal NKVD, visų pirma tais atvejais, kai prekiautojas tvarko vartotojų duomenis pažeisdamas privatumo ir duomenų apsaugos reikalavimus, t. y. tiesioginės rinkodaros tikslais ar bet kuriais kitais komerciniais tikslais, pavyz- džiui, profiliavimo, asmeninės kainodaros ar didžiųjų duomenų taikomųjų programų tikslais.

NKVD požiūriu pirmiausia reikia atsižvelgti į **komercinės veiklos skaidrumą**. Pagal NKVD 6 ir 7 straipsnius prekiautojai neturėtų klaidinti vartotojų tais aspektais, kurie gali paveikti jų sprendimus dėl sandorių. Tiksliau, pagal 7 straipsnio 2 dalį ir I priedo 22 punktą prekiautojams neleidžiama **slėpti komercinio ketinimo** prisidengiant komercine veikla. Taip pat žr. 3.4 skirsnį dėl teiginio „nemokamas“ naudojimo skaitmeniniams produktams apibūdinti, kai šis teiginys gali pažeisti I priedo 20 punktą.

Be to, BDAR ir E. privatumo direktyvos informacijos reikalavimai gali būti laikomi NKVD 7 straipsnio 5 dalyje nurodyta esmine informacija. Asmens duomenys, vartotojų prioritetais ir kitas naudotojų sukurtas turinys turi ekonominės vertės ir yra dažnai suteikiamas trečiosioms šalims. Todėl atvejai, kai prekiautojas neinformuoja vartotojo, kad suteikti duomenys bus naudojami komerciniais tikslais, pagal NKVD 7 straipsnio 2 dalį ir I priedo 22 punktą gali būti laikomi **klaidinančiu esminės informacijos neatskleidimu**, taip pat skaidrumo ir kitų BDAR 12–14 straipsniuose nustatytų reikalavimų pažeidimu.

1.2.11. Sąveika su SESV 101 ir 102 straipsniais (ES konkurencijos taisyklės)

Tarybos reglamente (EB) Nr. 1/2003⁽⁸⁷⁾ numatyta SESV 101 ir 102 straipsniuose numatytų konkurencijos taisyklių įgyvendinimo teisinė sistema. Nė vienu iš šių straipsnių nedaromas poveikis NKVD.

Pagal SESV 101 straipsnio 1 dalį tam tikromis aplinkybėmis įmonių susitarimai, įmonių asociacijų sprendimai ir suderinta veikla yra draudžiami, pavyzdžiui, draudžiama nustatyti pirkimo ar pardavimo kainas arba kitas pardavimo sąlygas, kuriomis siekiama trukdyti, riboti arba iškreipti ES konkurenciją arba kurios daro tokį poveikį.

Pagal SESV 102 straipsnį tam tikromis aplinkybėmis vienai ar daugiau įmonių draudžiama piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi. Tokiu piktnaudžiovimu gali būti laikomas, pavyzdžiui, skirtingų sąlygų taikymas lygiaverčiams sandoriams su kitais prekybos partneriais, kai dėl to jie atsiduria konkurencijos požiūriu mažiau palankioje padėtyje, arba tiesioginis ar netiesioginis nesąžiningų pirkimo ar pardavimo kainų nustatymas.

⁽⁸⁶⁾ 2002 m. liepos 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/58/EB dėl asmens duomenų tvarkymo ir privatumo apsaugos elektroninių ryšių sektoriuje (Direktyva dėl privatumo ir elektroninių ryšių) (OL L 201, 2002 7 31, p. 37) su pakeitimais, padarytais 2006 m. kovo 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/24/EB dėl duomenų, generuojamų arba tvarkomų teikiant viešai prieinamas elektroninių ryšių paslaugas arba viešuosius ryšių tinklus, saugojimo ir iš dalies keičiančia Direktyvą 2002/58/EB (OL L 105, 2006 4 13, p. 54) ir 2009 m. lapkričio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2009/136/EB, iš dalies keičiančia Direktyvą 2002/22/EB dėl universaliųjų paslaugų ir paslaugų gavėjų teisių, susijusių su elektroninių ryšių tinklais ir paslaugomis, Direktyvą 2002/58/EB dėl asmens duomenų tvarkymo ir privatumo apsaugos elektroninių ryšių sektoriuje ir Reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, bendradarbiavimo (OL L 337, 2009 12 18, p. 11).

⁽⁸⁷⁾ 2002 m. gruodžio 16 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1/2003 dėl konkurencijos taisyklių, nustatytų Sutarties 81 ir 82 straipsniuose, įgyvendinimo, OL L 1, 2003 1 4, p. 1. 2009 m. gruodžio 1 d. vietoj EB sutarties 81 ir 82 straipsnių įsigaliojo SESV 101 ir 102 straipsniai. Naujųjų straipsnių nuostatos iš esmės sutampa su senųjų straipsnių nuostatomis.

Tai, kad tam tikru elgesiu pažeidžiami SESV 101 ar 102 straipsniai, savaime nereiškia, kad šis elgesys laikomas nesąžiningu ir pagal NKVD (arba atvirkščiai). Tačiau, vertinant komercinės veiklos nesąžiningumą pagal NKVD, į konkurencijos taisyklių pažeidimą reikėtų atsižvelgti ir įvertinti, kiek komercinė veikla gali būti pripažinta prieštaraujančia NKVD 5 straipsnio 2 dalies bendrajai nuostatai dėl „profesinio atidumo“.

1.2.12. Sąveika su ES pagrindinių teisių chartija

Pagal ES pagrindinių teisių chartijos 51 straipsnio 1 dalį ši chartija taikoma valstybėms narėms, kai jos įgyvendina Sąjungos teisę, taigi ir tada, kai jos įgyvendina NKVD nuostatas. Chartijoje taip pat yra nuostatų dėl asmens duomenų apsaugos (8 straipsnis), vaiko teisių (24 straipsnis), vartotojų apsaugos (38 straipsnis) ir teisės į veiksmingą teisinę gynybą ir teisingą bylos nagrinėjimą (47 straipsnis).

Teisingumo Teismas yra pabrėžęs Chartijos 47 straipsnio dėl galimybės kreiptis į teismą reikšmę vartotojams priemonėms teisų gynimo priemonėms, susijusioms su vartotojų teisėmis, suteikiamomis pagal ES direktyvas. Teisingumo Teismo nurodytas veiksmingumo principas reiskia, kad dėl nacionalinių procedūrinių taisyklių vartotojams neturi būti pernelyg sunku ar praktiškai neįmanoma įgyvendinti ES teisėje jiems suteiktas teises⁽⁸⁸⁾.

1.2.13. Sąveika su SESV 34–36 straipsniais

Nacionalinė priemonė srityje, kuri buvo visiškai suderinta ES lygmeniu, turi būti vertinama atsižvelgiant į šios derinimo priemonės, o ne Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) nuostatas⁽⁸⁹⁾. Taigi, kai nacionalinė priemonė patenka į NKVD taikymo sritį (žr. šio pranešimo 1.1 ir 1.2 skirsnius), ją reikėtų vertinti atsižvelgiant į NKVD, o ne į SESV.

Nacionalinės priemonės, kurioms netaikoma nei NKVD, nei jokia kita antrinės ES teisės derinimo priemonė, vertintinos pagal SESV 34–36 straipsnius. Lygiavertio poveikio kiekybiniais apribojimams priemonių draudimas SESV 34 straipsnyje apima visas valstybių narių priimtas prekybos taisykles, kurios gali tiesiogiai arba netiesiogiai, faktiškai arba potencialiai kliudyti Sąjungos vidaus prekybai⁽⁹⁰⁾. Išsamesni šių nuostatų taikymo paaiškinimai taip pat išdėstyti Komisijos pranešime dėl SESV 34–36 straipsnių⁽⁹¹⁾.

Teisingumo Teismas yra išsamiai išnaginėjęs, kokiais atvejais nacionalinė taisyklė gali kliudyti Sąjungos vidaus prekybai. Visų pirma Sprendime *Keck*⁽⁹²⁾ Teisingumo Teismas pripažino, kad nacionalinės nuostatos, kuriomis ribojami arba draudžiami tam tikri **pardavimo susitarimai**, negali tiesiogiai ar netiesiogiai, faktiškai ar potencialiai kliudyti prekybai tarp valstybių narių, jeigu, pirma, šios nuostatos taikomos visiems šalies teritorijoje veikiantiems atitinkamiems prekyautojams ir, antra, jos taip pat (teisiškai ir faktiškai) paveikia vidaus produktų ir produktų iš kitų valstybių narių pateikimą rinkai⁽⁹³⁾. Pardavimo susitarimams Teisingumo Teismas priskiria priemones, susijusias su pardavimo sąlygomis ir metodais⁽⁹⁴⁾, su prekių pardavimo laiku⁽⁹⁵⁾, su prekių pardavimo vieta arba prekių pardavimo tam tikriems asmenims apribojimu⁽⁹⁶⁾, taip pat su kainų kontrolės priemonėmis⁽⁹⁷⁾.

Kai kurie Teisingumo Teismo jurisprudencijoje paminėti prekybos būdų pavyzdžiai, būtent nacionalinės nuostatos, kuriomis reglamentuojamos rinkodaros sąlygos ir metodai, **patektų į NKVD taikymo sritį, jei būtų laikomi įmonių vartotojų atžvilgiu vykdoma komercine veikla, kuria siekiama apsaugoti vartotojų ekonominius interesus.**

⁽⁸⁸⁾ Sprendimas *Kušinová*, C-34/13, 63–65 punktas ir Sprendimas *Sanchez Morcillo*, C-169/14, 35 punktas.

⁽⁸⁹⁾ Sprendimas *Deutscher Apothekerverband*, C-322/01, 64 punktas. Sprendimas *Gysbrechts*, C-205/07, 33 punktas, Sprendimas *Vanacker ir Lesage*, C-37/92, 9 punktas, Sprendimas *DaimlerChrysler*, C-324/99, 32 punktas ir Sprendimas *Deutscher Apothekerverband*, C-322/01, 64 punktas.

⁽⁹⁰⁾ Žr. Sprendimo *Dassonville* C-8/74 5 punktą.

⁽⁹¹⁾ Komisijos pranešimas „Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) 34–36 straipsnių taikymo vadovas“, OL C 100, 2021 3 23, p. 38.

⁽⁹²⁾ Sprendimai *Keck*, C-267/91 ir C-268/91.

⁽⁹³⁾ Sprendime *Keck* Teisingumo Teismas patikslino savo ankstesnę praktiką, visų pirma Sprendimą *Dassonville*, C-8/74.

⁽⁹⁴⁾ Žr. Sprendimo *Leclerc-Siplec*, C-412/93, 22 punktą ir Sprendimo *ARD*, C-6/98, 46 punktą.

⁽⁹⁵⁾ Žr. Sprendimo *Tankstation 't Heukske ir Boermans*, sujungtos bylos C-401/92 ir C-402/92, 14 punktą; Sprendimą *Punto Casa ir PPV*, sujungtos bylos C-69/93 ir C-258/93, ir Sprendimo *Semeraro Casa Uno ir kt.*, sujungtos bylos C-418/93–C-421/93, C-460/93–C-462/93, C-464/93, C-9/94–C-11/94, C-14/94, C-15/94, C-23/94, C-24/94 ir C-332/94, 9–11, 14, 15, 23 ir 24 punktus.

⁽⁹⁶⁾ Žr. Sprendimo *Komisija prieš Graikiją*, C-391/92, 15 punktą; Sprendimą *Punto Casa ir PPV*, sujungtos bylos C-69/93 ir C-258/93.

⁽⁹⁷⁾ Žr. Sprendimą *Belgacom*, C-63/94.

Atrodo, kad daug **komercinės veiklos rūšių, nepatenkančių į NKVD** ar kitų ES antrinės teisės aktų **taikymo sritį**, pagal Sprendimą *Keck* būtų galima laikyti prekybos būdais. Tokie prekybos būdai **patenka į SESV 34 straipsnio taikymo sritį**, jeigu dėl jų atsiranda teisinė ar faktinė diskriminacija gaminių kilmės pagrindu. Teisinė diskriminacija atsiranda tada, kai priemonės yra akivaizdžiai diskriminacinės, o faktinę diskriminaciją nustatyti sunkiau. Tokias priemones reikėtų vertinti pagal kiekvieno atvejo aplinkybes.

Jeigu priemone arba nacionaline praktika pažeidžiamas SESV 34 straipsnis, ji iš esmės gali būti pateisinama pagal SESV 36 straipsnį arba remiantis vienu iš Teisingumo Teismo pripažįstamų privalomųjų bendrojo intereso reikalavimų. Būtent nacionalinės institucijos turi įrodyti, kad laisvo prekių judėjimo apribojimas yra pateisinamas vienu iš šių reikalavimų ⁽⁹⁸⁾. Valstybė narė taip pat turi įrodyti, kad jos teisės aktai yra būtini siekiant veiksmingai apsaugoti viešuosius interesus, kuriais remiamasi ⁽⁹⁹⁾.

Tokios nuostatos leistinos tada, kai yra proporcingos siekiamam tikslui ir šio tikslo neišmanoma pasiekti kitomis, ES vidaus prekybą mažiau ribojančiomis priemonėmis ⁽¹⁰⁰⁾. Neseniai Teisingumo Teismas nusprendė, kad „siekiant išsiaiškinti nagrinėjamo apribojimo proporcingumą taip pat reikia patikrinti, ar šiomis aplinkybėmis įgyvendintos priemonės neviršija to, kas būtina teisėtam tikslui pasiekti. Kitaip tariant, reikėtų įvertinti, ar yra kitų priemonių, kuriomis būtų galima pasiekti šį tikslą, bet kurios turėtų mažiau ribojantį poveikį prekybai Bendrijos viduje“ ⁽¹⁰¹⁾. Be to, Teisingumo Teismas pripažino, jog „šiuo klausimu primintina, kad ribojanti priemonė gali būti laikoma atitinkančia [Europos] Sąjungos teisės reikalavimus tik jeigu ja iš tikrųjų nuosekliai ir sistemškai siekiama įgyvendinti tikslą.“ ⁽¹⁰²⁾.

1.2.14. Sąveika su Verslo platformos reglamentu

Verslo platformos reglamente ⁽¹⁰³⁾ nustatomos taisyklės, kuriomis siekiama užtikrinti, kad internetinių tarpininkavimo paslaugų verslo klientams ir bendrovių interneto svetainių naudotojams interneto paieškos sistemose būtų užtikrinamas atitinkamas skaidrumas ir veiksmingos teisių gynimo galimybės. Į Verslo platformos reglamento skaidrumo reikalavimų taikymo sritį patenka paieškos rezultatų reitingo nustatymas (5 straipsnis).

Komisija paskelbė reitingo nustatymo skaidrumo gaires, kuriomis siekiama palengvinti internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų ir interneto paieškos sistemų paslaugų teikėjų atitiktį reikalavimams ⁽¹⁰⁴⁾.

Panašus reikalavimas dėl reitingo nustatymo skaidrumo verslo platformų srityje nustatytas Direktyvoje (ES) 2019/2161, kuria į NKVD įtrauktas naujas 7 straipsnio 4a punktas. Pagal jį reikalaujama, kad prekiautojai teiktų vartotojams informaciją apie pagrindinius parametrus, pagal kuriuos nustatomas vartotojui pagal paieškos užklausą pateikiamų produktų reitingas, ir apie tų parametrų santykinę svarbą. NKVD ir Verslo platformos reglamento sąveika reitingo nustatymo skaidrumo atžvilgiu aptariama 4.2.3 skirsnyje.

1.3. NKVD ir savireguliacijos santykis

2 straipsnio f punktas

„elgesio kodeksas“ – susitarimas arba taisyklių rinkinys, kurio nenustato valstybės narės įstatymai ir kiti teisės aktai ir kuris apibrėžia [prekiautojų], saistomų šio kodekso vienoje arba keliuose konkrečiose komercinės veiklos srityse arba verslo sektoriuose, elgesį;

10 straipsnis

Elgesio kodeksai

Ši direktyva nepašalina už elgesio kodeksą atsakingų subjektų vykdomos nesąžiningos komercinės veiklos kontrolės, kurią valstybės narės gali skatinti, galimybės ir galimybės 11 straipsnyje nurodytiems asmenims bei organizacijoms kreiptis pagalbos į tokius subjektus, jei kreipimasis į tokius subjektus yra papildoma priemonė tame straipsnyje nurodytoms teisinėms ir administracinėms procedūroms. Kreipimasis į tokius kontrolės organus niekada nelaikomas lygiaverčiu 11 straipsnyje numatytam kreipimuisi į teismines arba administracines institucijas.

⁽⁹⁸⁾ Žr. Sprendimą *Komisija prieš Daniją*, C-192/01.

⁽⁹⁹⁾ Šiuo klausimu žr. Sprendimo *Komisija prieš Prancūziją*, C-333/08, 87 punktą.

⁽¹⁰⁰⁾ Žr., be kita ko, Sprendimo *Graffione*, C-313/94, 17 punktą ir Sprendimo *Ruwet*, C-3/99, 50 punktą.

⁽¹⁰¹⁾ Sprendimas *Kakavetsos-Fragkopoulos*, C-161/09, 39 punktas.

⁽¹⁰²⁾ Ten pat, 42 punktas.

⁽¹⁰³⁾ 2019 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2019/1150 dėl verslo klientams teikiamų internetinių tarpininkavimo paslaugų sąžiningumo ir skaidrumo didinimo, OL L 186, 2019 7 11, p. 57.

⁽¹⁰⁴⁾ Komisijos pranešimas „Reitingo nustatymo skaidrumo gairės pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) 2019/1150“, OL C 424, 2020 12 8, p. 1.

NKVD pripažįstama savireguliacijos mechanizmų svarba ir patikslinamas vaidmuo, kurį įgyvendinant direktyvą gali atlikti už kodeksą atsakingi subjektai ir savireguliacijos tarnybos. Valstybės narės gali skatinti už kodeksą atsakingus subjektus ne tik įgyvendinti NKVD, bet ir tikrinti, ar nėra vykdoma nesąžininga komercinė veikla.

Jei savireguliacijos kodeksų taisyklės griežtos, o už kodeksus atsakingi subjektai nuosekliai jas taiko ir (arba) imasi griežtų jų laikymosi užtikrinimo priemonių, teisminių ar administracinių vykdomųjų priemonių tikrai gali prireikti daug rečiau. Be to, kai nustatyti aukšti standartai ir kai dauguma pramonės subjektų jų laikosi, tokios taisyklės gali praversti nacionalinėms institucijoms ir teismams kaip atskaitos taškas vertinant, ar nagrinėjama komercinė veikla yra nesąžininga.

NKVD yra keletas nuostatų, kurių tikslas – **neleisti prekytojas nesąžiningai pasinaudoti galimu vartotojų pasitikėjimu savireguliacijos kodeksais**. Tai aptariama 2.8.4 skirsnyje dėl elgesio kodeksų nuostatų nesilaikymo.

1.4. Vykdomo užtikrinimas ir teisių gynimas

1.4.1. Viešasis ir privatusis vykdomo užtikrinimas

Pagal NKVD 11 straipsnį tam, kad šios direktyvos nuostatų būtų laikomasi vartotojų interesais, valstybės narės turi užtikrinti **pakankamus ir veiksmingus būdus kovoti su nesąžininga komercine veikla**.

Prieš šių būdų priskiriamos teisinės nuostatos, pagal kurias asmenys ar organizacijos, pagal nacionalinę teisę laikomi turinčiais teisėtą interesą kovoti su nesąžininga komercine veikla, įskaitant konkurentus, gali kreiptis **į nacionalinius teismus ir (arba) į administravimo institucijas**, kurios yra kompetentingos priimti sprendimus dėl skundų arba inicijuoti atitinkamus teismo procesus.

Valstybės narės turėtų gera valia užtikrinti įvairių kompetentingų viešųjų vykdomo užtikrinimo institucijų veiklos koordinavimą. Jeigu valstybėse narėse už **NKVD ir konkreitiems sektoriams skirtų teisės aktų vykdomo užtikrinimą yra atsakingos skirtingos institucijos**, jos turėtų glaudžiai bendradarbiauti, siekdamos užtikrinti, kad jų tyrimų dėl to paties prekytojo ir (arba) komercinės veiklos išvados nuosekliai derėtų.

Kalbant apie NKVD vykdomo užtikrinimą nacionaliniuose teismuose, Teisingumo Teismas byloje *Movic* patvirtino, kad „sąvoka „civilinės ir komercinės bylos“ apima vienos valstybės narės valdžios institucijų kitoje valstybėje narėje įsisteigusiams verslininkams pareiktą ieškinį, kuriuo šios institucijos visų pirma prašo konstatuoti, kad padaryti tariamai nesąžiningai komercinei veiklai prilygstantys pažeidimai, ir nurodyti juos nutraukti, o papildomai – nurodyti taikyti viešo paskelbimo priemones, skirti baudą už konstatuotus pažeidimus“ pagal nauja redakcija išdėstyto reglamento „Briuselis I“ 1 straipsnio 1 dalį ⁽¹⁰⁵⁾.

Privačiojo vykdomo užtikrinimo srityje Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje (ES) 2020/1828 ⁽¹⁰⁶⁾ dėl atstovaujamųjų ieškinių siekiant apsaugoti kolektyvinius vartotojų interesus numatyta galimybė visose valstybėse narėse užtikrinti NKVD vykdymą **pareiškiant atstovaujamuosius ieškinius**. Tokius ieškinius pareikšti gali kompetentingi subjektai, nukentėjusių vartotojų vardu prašantys nustatyti draudimą ir taikyti teisių gynimo priemones.

Galiausiai pažymėtina, kad asmenims, kurie praneša apie NKVD (ir VTD) pažeidimus, taikoma Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos (ES) 2019/1937 ⁽¹⁰⁷⁾ (Pranešėjų direktyva) 2 straipsnio 1 dalies a punkto ix papunktyje nustatytas apsaugos režimas. Jeigu apie pažeidimus pranešantis asmenys jausis, kad yra saugūs, tikėtina, kad tokių pranešimų padaugės, tad NKVD vykdymas bus užtikrinamas geriau.

1.4.2. Sankcijos

NKVD 13 straipsnyje išdėstytos nuostatos dėl sankcijų už nacionalinių nuostatų, kuriomis ši direktyva perkelta į nacionalinę teisę, pažeidimą. 1 dalyje reikalaujama, kad valstybės narės nustatytų taisykles dėl sankcijų už nacionalinių nuostatų, priimtų pagal direktyvą, pažeidimus. Pagal ją valstybėms narėms paliekama teisė nuspręsti dėl galimų sankcijų pobūdžio ir nustatyti sankcijų skyrimo tvarką, užtikrinant, kad sankcijos būtų **veiksmingos, proporcingos ir atgrasančios**.

⁽¹⁰⁵⁾ 2020 m. liepos 16 d. Sprendimas *Movic* ir kt., C-73/19.

⁽¹⁰⁶⁾ 2020 m. lapkričio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2020/1828 dėl atstovaujamųjų ieškinių siekiant apsaugoti vartotojų kolektyvinius interesus, kuria panaikinama Direktyva 2009/22/EB, OL L 409, 2020 12 4, p. 1.

⁽¹⁰⁷⁾ 2019 m. spalio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/1937 dėl asmenų, pranešančių apie Sąjungos teisės pažeidimus, apsaugos, OL L 305, 2019 11 26, p. 17.

Direktyva (ES) 2019/2161 iš dalies pakeistas 13 straipsnis ir įtraukti papildomi reikalavimai. Pirma, minėtame straipsnyje pateikiamas neišsamus orientacinis sankcijų taikymo kriterijų sąrašas (2 dalis). Antra, jame nustatytos konkretnės taisyklės (3 ir 4 dalys) dėl baudų už plačiai paplitusius pažeidimus ir Sąjungos mastu plačiai paplitusius pažeidimus, kuriems taikomi suderinti vykdymo užtikrinimo veiksmai pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) 2017/2394 ⁽¹⁰⁸⁾ dėl bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje (toliau – BVAS reglamentas).

Direktyvos (ES) 2019/2161 15 konstatuojamojoje dalyje valstybės narės raginamos persikirstydamos pajamas iš baudų „apsvarstyti galimybę didinti vartotojų bendrojo intereso ir kitų saugomų viešųjų interesų apsaugą“.

13 straipsnio 5 dalyje reikalaujama, kad valstybės narės praneštų Komisijai apie nacionalines taisykles dėl sankcijų ir visus vėlesnius jų pakeitimus, t. y. pateiktų specialų pranešimą, kuriame tiksliai paaiškintų atitinkamas nacionalines nuostatas, ne tik bendrą pranešimą apie perkėlimo į nacionalinę teisę priemones.

Sankcijų taikymo kriterijai

13 straipsnio 2 dalyje pateikiamas šešių **neišsamių ir orientacinių kriterijų**, į kuriuos valstybių narių kompetentingos institucijos ir teismai turėtų atsižvelgti skirdami sankcijas, sąrašas. Sankcijos taikomos „kai tinkama“, už pažeidimus, padarytus tiek šalies viduje, tiek tarpvalstybiniais atvejais:

13 straipsnis

2. Valstybės narės užtikrina, kad, skiriant sankcijas, kai tinkama, atsižvelgiama į šiuos neišsamius ir orientacinius kriterijus:

- a) pažeidimo pobūdį, sunkumą, mastą ir trukmę;
- b) bet kokius veiksmus, kurių prekiautojas ėmėsi, kad sumažintų ar atlygintų vartotojų patirtą žalą;
- c) bet kokius ankstesnius prekiautojo padarytus pažeidimus;
- d) dėl padaryto pažeidimo prekiautojo gautą finansinę naudą arba išvengtus nuostolius, jei turima atitinkamų duomenų;
- e) sankcijas, taikomas prekiautojui už tą patį pažeidimą kitose valstybėse narėse tarpvalstybiniais atvejais, kai informacija apie tokias sankcijas yra prieinama naudojantis pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) 2017/2394 sukurtu mechanizmu;
- f) kitas sunkinančias ar lengvinančias aplinkybes, taikytinas konkrečiam atvejui.

Direktyvos (ES) 2019/2161 7 konstatuojamojoje dalyje paaiškinami kai kurie iš šių kriterijų. 8 konstatuojamojoje dalyje paaiškinama, kad jie „galėtų būti nesvarbūs sprendžiant dėl sankcijų už kiekvieną pažeidimą, ypač už nesunkius pažeidimus“. Taip pat nurodoma, kad „valstybės narės taip pat turėtų atsižvelgti į kitus bendruosius teisės principus, taikomus skiriant sankcijas, kaip antai *non bis in idem* principą.“

Tyčinis pažeidimo pobūdis yra svarbus taikant a ir f punktuose nustatytus kriterijus. Tačiau ketinimas **nėra** būtina sankcijų už pažeidimą skyrimo sąlyga.

C punkte nustatytas kriterijus apima tuos pačius ar skirtingus ankstesnius atitinkamo prekiautojo NKVD pažeidimus.

E punkte nurodytas kriterijus susijęs su atvejais, kai **tas pats pažeidimas padaromas keliose valstybėse narėse**. Jis taikomas tik tais atvejais, kai informacija apie kitų valstybių narių už tą patį pažeidimą skirtas sankcijas yra prieinama per BVAS reglamente nustatytą bendradarbiavimo mechanizmą.

Priklausomai nuo aplinkybių, už tą patį pažeidimą kitoje (-ose) valstybėje (-ėse) narėje (-ėse) tam pačiam prekiautojui skirtos sankcijos gali būti požymis, kad pažeidimas yra didesnio masto ir sunkesnis, kaip nurodyta a punkte, ir (arba) gali būti laikomas „ankstesniu pažeidimu“, kaip nurodyta c punkte. Todėl už tą patį pažeidimą kitose valstybėse narėse skirtos sankcijos gali būti laikomos sunkinančia aplinkybe. Aplinkybė, kad sankcijos už tą patį pažeidimą buvo skirtos kitose valstybėse narėse, taip pat gali būti vertinama kartu su kitomis sunkinančiomis aplinkybėmis, nustatomomis pagal kitus f punkte nurodytus kriterijus ir yra bendrai pavadintomis „bet kuriomis kitomis“ sunkinančiomis ar lengvinančiomis aplinkybėmis. Tačiau kitos valstybės narės tam pačiam prekiautojui už tą patį pažeidimą skirta sankcija taip pat gali būti svarbi taikant *non bis in idem* principą pagal nacionalinę teisę ir BVAS reglamento 10 straipsnio 2 dalį ⁽¹⁰⁹⁾.

⁽¹⁰⁸⁾ 2017 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/2394 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymo užtikrinimą, bendradarbiavimo, kuriuo panaikinamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004, OL L 345, 2017 12 27, p. 1.

⁽¹⁰⁹⁾ BVAS reglamento 10 straipsnio 2 dalis: „9 straipsnyje nustatytų įgaliojimų įgyvendinimas ir naudojimas jais taikant šį reglamentą turi būti proporcingi ir vykdomi laikantis Sąjungos ir nacionalinės teisės, įskaitant taikytinas procedūrines apsaugos priemones ir Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos principus. Tyrimo ir vykdymo užtikrinimo priemonės, patvirtintos taikant šį reglamentą, turi atitikti vartotojų interesų apsaugos Sąjungos teisės aktų pažeidimo pobūdį ir bendrą faktinę ar potencialią juo sukeltą žalą.“

Sankcijos, kai pagal BVAS reglamentą vykdomi koordinuoti vykdymo užtikrinimo veiksmai

13 straipsnio 3 ir 4 dalyse nustatytos papildomos, griežtesnės taisyklės (palyginti su 1 dalyje išdėstyta bendrąja taisykle) dėl sankcijų, kurios pagal nacionalinę teisę turi būti taikomos **už pažeidimus, dėl kurių pagal BVAS reglamentą imamasi koordinuotų veiksmų**.

BVAS reglamento 21 straipsnyje reikalaujama, kad valstybių narių kompetentingos institucijos, susijusios su koordinuotais veiksmais, **veiksmingai, efektyviai ir koordinuotai imtųsi vykdymo užtikrinimo priemonių, įskaitant sankcijų skyrimą, prekiautojo, kuris yra atsakingas už plačiai paplitusį pažeidimą arba Sąjungos mastu plačiai paplitusį pažeidimą, atžvilgiu**. Plačiai paplitę pažeidimai ir Sąjungos mastu plačiai paplitę pažeidimai yra tarpvalstybiniai pažeidimai, apibrėžti BVAS reglamento 3 straipsnio 3 ir 4 dalyse⁽¹¹⁰⁾.

Dėl šios kategorijos pažeidimų pažymėtina, kad NKVD 13 straipsnio 3 dalyje reikalaujama, kad valstybės narės **numatytų galimybę skirti baudas, o baudos maksimalus dydis turi sudaryti bent 4 proc. prekiautojo metinės apyvartos**. Valstybės narės atitinkamai gali nustatyti didesnę maksimalios baudos ribą negu 4 proc. prekiautojo metinės apyvartos. Jos taip pat gali nuspręsti baudą skaičiuoti pagal didesnę referencinę apyvartą, pavyzdžiui, prekiautojo pasaulinę apyvartą. Be to, valstybės narės gali su BVAS susijusių koordinuotų veiksmų atveju galimas sankcijas taikyti ir kitų rūšių pažeidimams, pavyzdžiui, vidaus pažeidimams.

Kai informacijos apie prekiautojo metinę apyvartą neturima, pavyzdžiui, jeigu įmonė yra įsteigta neseniai, 13 straipsnio 4 dalyje reikalaujama, kad valstybės narės numatytų galimybę skirti **maksimalią ne mažesnę kaip 2 mln. EUR baudą**. Valstybės narės taip pat gali nustatyti, kad maksimalios baudos riba yra didesnė negu 2 mln. EUR.

Šiuo atžvilgiu derinant nacionalines taisykles dėl baudų yra siekiama užtikrinti, kad vykdymo užtikrinimo priemonių būtų galima imtis visose valstybėse narėse, dalyvaujančiose su BVAS susijusiuose koordinuotuose vykdymo užtikrinimo veiksmuose, ir kad tos priemonės būtų darnios.

Baudos pagal NKVD 13 straipsnio 3 ir 4 dalis skiriamos pagal bendrus 13 straipsnio 2 dalyje nustatytus kriterijais, įskaitant visų pirma pagal „pažeidimo pobūdį, sunkumą ir trukmę arba poveikį laiko atžvilgiu“. Faktinė bauda, kurią konkrečiu atveju skiria kompetentinga institucija arba teismas, priklausomai nuo pažeidimo pobūdžio, sunkumo ir kitų svarbių aplinkybių, **gali būti mažesnė** už pirmiau nurodytas maksimalias sumas.

Laikydamosi BVAS reglamente nustatytos koordinavimo pareigos, kompetentinga institucija arba teismas gali nuspręsti skirti periodines baudas (pvz., baudas už dieną), kol prekiautojas nustos daryti pažeidimą. Ji taip pat gali nuspręsti skirti sąlyginę baudą – jei prekiautojas iki nustatyto termino pažeidimo nesustabdys, nors buvo įpareigotas tai padaryti.

Atitinkama apyvarta, į kurią reikia atsižvelgti apskaičiuojant baudą, yra apyvarta, gauta baudą skiriančioje valstybėje narėje. Tačiau 13 straipsnio 3 dalyje taip pat numatyta galimybė nustatyti baudą remiantis prekiautojo apyvarta, pasiekta **visose su koordinuotais veiksmais susijusiose valstybėse narėse**, jei vykstant su BVAS susijusiam koordinavimui viena valstybė narė skiria baudą dalyvaujančių valstybių narių vardu.

Direktyvos (ES) 2019/2161 10 konstatuojamojoje dalyje paaiškinama, kad „tam tikrais atvejais prekiautojas taip pat gali būti bendrovių grupė“. Taigi, jei **už pažeidimą atsakingas prekiautojas yra bendrovių grupė**, apskaičiuojant baudą bus atsižvelgiama į jo bendrą grupės apyvartą atitinkamose valstybėse narėse.

Referenciniai metai, pagal kuriuos nustatoma metinė apyvarta, direktyvoje nėra apibrėžiami. Todėl, norėdamos nustatyti baudą, nacionalinės institucijos, gali remtis, pavyzdžiui, **naujausiais metinės apyvartos duomenimis**, kurie buvo turimi priimant sprendimą dėl baudos (t. y. praėjusių finansinių metų duomenimis).

Pagal 13 straipsnio 3 dalį dėl nacionalinių konstitucinių priežasčių valstybės narės gali **apriboti baudų skyrimą**, taikydamos jas už: a) šios direktyvos 6, 7, 8, 9 straipsnių ir I priedo pažeidimus; ir b) tai, kad prekiautojas nuolat verčiasi komercine praktika, kurią kompetentinga nacionalinė institucija ar teismas pripažino nesąžininga, kai ši komercinė praktika nėra pažeidimas nurodytas a punkte. Šiuo apribojimu atitinkamai siekiama atsižvelgti į išimtinio pobūdžio

⁽¹¹⁰⁾ BVAS reglamento 3 straipsnio 3 dalis: „plačiai paplitęs pažeidimas – tai: a) vartotojų interesų apsaugos Sąjungos teisės aktams prieštaraujantis veiksmas ar neveikimas, kuriuo buvo padaryta žala, yra daroma žala arba gali būti padaryta žala vartotojų, gyvenančių bent dviejose kitose valstybėse narėse nei ta, kurioje: i) pradėtas ar įvykdytas veiksmas ar neveikimas; ii) įsisteigęs už tą veiksmą ar neveikimą atsakingas verslininkas; iii) yra įrodymų arba verslininko turto, susijusių su veiksmu ar neveikimu, kolektyviniais interesams; iv) vartotojų interesų apsaugos Sąjungos teisės aktams prieštaraujantys veiksmai ar neveikimas, kuriais buvo padaryta žala, yra daroma žala arba gali būti padaryta žala vartotojų kolektyviniais interesams, kurie turi bendrų bruožų, įskaitant tą pačią neteisėtą veiklą, to paties intereso pažeidimą ir vykimą vienu metu, juos vykdant tam pačiam verslininkui, bent trijose valstybėse narėse.“

BVAS reglamento 3 straipsnio 4 dalis: „Sąjungos mastu plačiai paplitęs pažeidimas – plačiai paplitęs pažeidimas, kuriuo buvo padaryta žala, yra daroma žala arba gali būti padaryta žala vartotojų kolektyviniais interesams bent dvi trečiąsias visų valstybių narių sudarančiose valstybėse narėse, kuriose gyvena bent du trečdaliai visų Sąjungos gyventojų“.

aplinkybes ir leisti valstybėms narėms netaikyti nuostatų dėl baudų tiems vienkartiniais pažeidimams, kuriems taikomas su BVAS susijęs koordinuotas vykdymo užtikrinimas ir kurių vienintelis teisinis pagrindas yra NKVD 5 straipsnis dėl profesinio atidumo.

1.4.3. Vartotojų teisių gynimas

Direktyva (ES) 2019/2161 į NKVD buvo įtrauktas naujas 11a straipsnis, kuriame iš valstybių narių reikalaujama užtikrinti, kad vartotojai, patyrę žalą dėl NKVD pažeidimų, turėtų galimybę pasinaudoti **proporcingomis ir veiksmingomis teisių gynimo priemonėmis**, visų pirma, **žalos atlyginimu ir, atitinkamais atvejais, kainų sumažinimu ir sutarties nutraukimu**, laikantis nacionaliniu lygmeniu nustatytų sąlygų. Taigi, NKVD yra numatytos tiek sutarties, tiek nesutartinės vartotojo teisių gynimo priemonės.

Teisių gynimo priemonių taikymo sąlygas nustato valstybės narės, jei reikia, atsižvelgdamos į tokius veiksnius kaip nesąžiningos komercinės veiklos sunkumas ir pobūdis, patirta žala ir kitas svarbias aplinkybes. Išsamias **teisių gynimo priemonių** pasekmes taip pat turi nustatyti valstybės narės, pavyzdžiui, nustatyti, ar, pritaikius teisių gynimo priemonę, kurią sudaro sutarties nutraukimas, sutartis laikoma negaliojančia nuo jos sudarymo (tada abi šalys turi pareigą atkurti iki sutarties sudarymo buvusią padėtį), ar nutraukiamas tik jos galiojimas ateityje, tačiau jos turi laikytis tinkamumo ir veiksmingumo principų ir užtikrinti direktyvos *effet utile*.

Šios teisių gynimo priemonės nedaro poveikio teisių gynimo priemonėms, numatytoms kituose ES teisiniuose dokumentuose, pavyzdžiui, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje (ES) 2019/770⁽¹¹¹⁾ (Skaitmeninio turinio direktyvoje) ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje (ES) 2019/771⁽¹¹²⁾ (Prekių pardavimo direktyvoje). Šios teisių gynimo priemonės taip pat galėtų būti taikomos kolektyviai reiškiant atstovaujamuosius ieškinius pagal Direktyvą (ES) 2020/1828.

1.4.4. NKVD taikymas trečiojoje šalyje įsteigtiems prekyautojams

NKVD taikymas už ES ribų įsteigtiems prekyautojams reglamentuojamas Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (EB) Nr. 864/2007⁽¹¹³⁾ dėl nesutartinės prievolės taikytinos teisės (Roma II). „Įstatymų kolizijos atvejais šis reglamentas taikomas nesutartinėms prievolėms civiliniuose ir komerciniuose santykiuose“. Reglamentas „Roma II“ taikomas civiliams ir komerciniams ginčams.

Reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 1 dalis:

Dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų atsirandančioms nesutartinėms prievolėms taikoma šalies, kurioje konkurenciniams ryšiams ar bendriems vartotojų interesams yra arba gali būti padarytas poveikis, teisė.

Reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 4 dalis:

Nuo pagal šį straipsnį nustatytos taikytinos teisės negalima nukrypti susitarimu pagal 14 straipsnį.

Jeigu tenkinamos Reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 1 dalies sąlygos, pvz., jeigu klaidinanti reklama yra skirta ES vartotojams ir tai kenkia kolektyviniams ES vartotojų interesams, NKVD bus taikoma. Pagal reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 4 dalį susitarimu dėl teisės pasirinkimo nuo taikytinos teisės nukrypti negalima.

2. PAGRINDINĖS NKVD SĄVOKOS

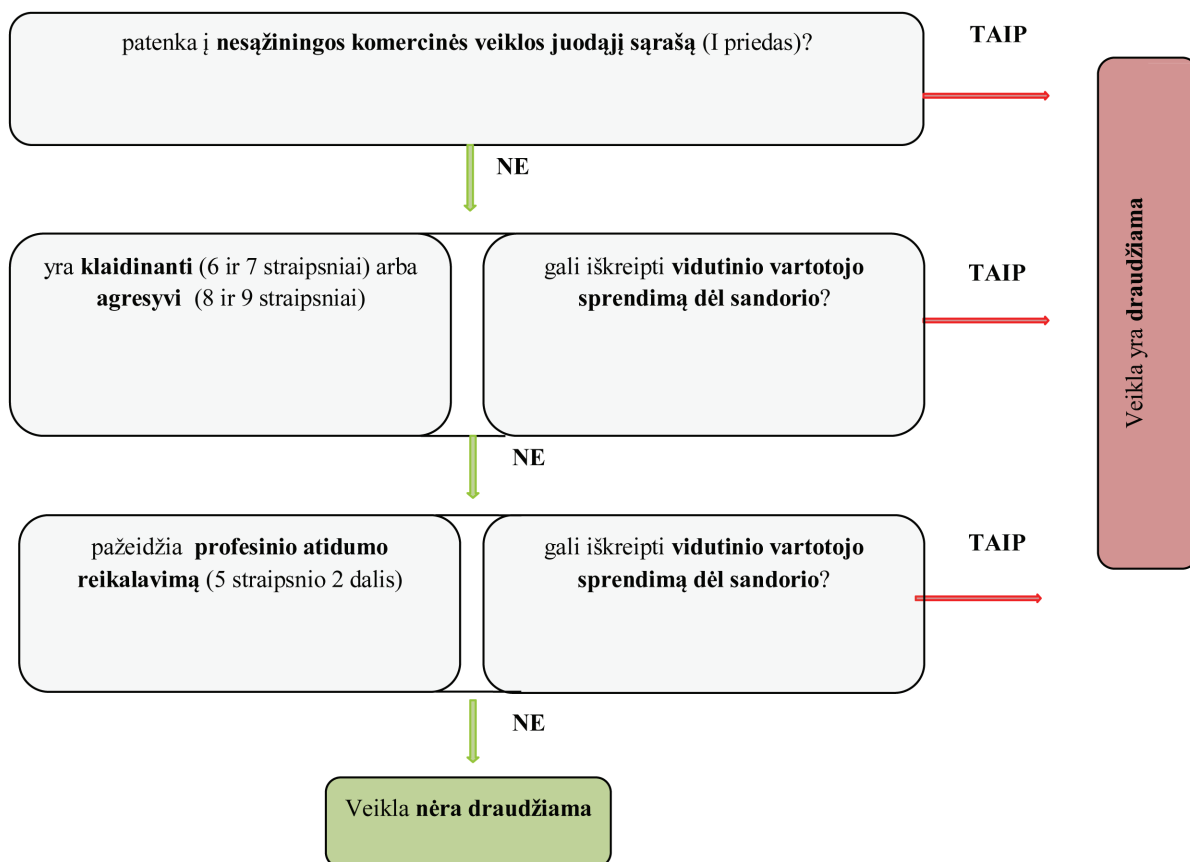
2.1. Kaip veikia NKVD? Direktyvos struktūrinė schema

Toliau pateiktoje direktyvos struktūrinėje schemoje pavaizduotas į NKVD priede pateiktą „juodąjį sąrašą“ įtrauktos komercinės veiklos ir bendrųjų nuostatų, t. y. atitinkamai 6–9 straipsnių ir 5 straipsnio santykis. Tam, kad pagal NKVD komercinė veikla būtų pripažinta nesąžininga ir dėl to draudžiama, pakanka, kad ji atitiktų bent vieną iš šių kriterijų.

⁽¹¹¹⁾ 2019 m. gegužės 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/770 dėl tam tikrų skaitmeninio turinio ir skaitmeninių paslaugų teikimo sutarčių aspektų, OL L 136, 2019 5 22, p. 1.

⁽¹¹²⁾ 2019 m. gegužės 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/771 dėl tam tikrų prekių pirkimo–pardavimo sutarčių aspektų, kuria iš dalies keičiami Reglamentas (ES) 2017/2394 ir Direktyva 2009/22/EB bei panaikinama Direktyva 1999/44/EB, OL L 136, 2019 5 22, p. 28.

⁽¹¹³⁾ 2007 m. liepos 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 864/2007 dėl nesutartinės prievolės taikytinos teisės (Reglamentas „Roma II“), OL L 199, 2007 7 31, p. 40.

Ar komercinė veikla:**2.2. Prekiautojo sąvoka****2 straipsnio b punktas**

„[prekiautojas]“ – bet kuris fizinis arba juridinis asmuo, kuris komercinėje veikloje, kuriai taikoma ši direktyva, veikia siekdamas tikslų, susijusių su jo prekyba, verslu, amatu arba profesija, ar bet kuris asmuo, veikiantis [prekiautojo] vardu arba jo naudai.

Į šios apibrėžties taikymo sritį patenka ne tik savo vardu veikiantys prekyautojai, bet ir asmenys, įskaitant vartotojus, **veikiančius kito prekyautojo „vardu“ arba „naudai“**.

Pavyzdžiui:

- Nacionalinis teismas konstatavo, kad reklamą žiniasklaidoje kitos bendrovės, paslaugų teikėjos, vardu ir naudai skelbusi bendrovė laikoma prekyautoja, kaip tai suprantama pagal nacionalines nuostatas, kuriomis NKVD perkeliama į nacionalinę teisę ⁽¹¹⁴⁾.
- Nacionalinės vartotojų apsaugos institucijos, veikiančios per Europos bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje (BVAS) tinklą, ėmėsi bendrų vykdymo užtikrinimo veiksmų dėl internetinių žaidimų, kuriuose siūloma pirkti žaidimų papildinius. Jos patikslino, kad, nors atsakomybė už programėlės turinį pirmiausia tenka jos kūrėjui, programėlę parduodančios parduotuvės savininkas taip pat galėtų būti laikomas atsakingu už užtikrinimą, kad jų platformose veikiančiuose žaidimuose vaikai nebūtų tiesiogiai raginami ką nors pirkti ⁽¹¹⁵⁾.

Taigi pagal 2 straipsnio b punktą ir kartu pagal atitinkamus nacionalinius įstatymus dėl atsakomybės ir sankcijų, prekyautojas gali būti laikomas **atsakingu už NKVD pažeidimus solidariai su kitu prekyautoju, kuris padarė šiuos pažeidimus** pirmojo prekyautojo vardu.

⁽¹¹⁴⁾ 2012 m. kovo 8 d. Latvijos administracinio teismo sprendimas byloje Nr. A420632710.

⁽¹¹⁵⁾ 2014 m. liepos 18 d. pranešimas spaudai http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-847_lt.htm.

Teisingumo Teismas taip pat išaiškino, kad tuo atveju, kai ūkio subjekto komercinę veiklą vykdo kita įmonė, veikianti šio ūkio subjekto vardu ir (arba) jo naudai, NKVD nuostatos tam tikrais atvejais gali būti taikomos tiek minėtam ūkio subjektui, tiek šiai įmonei, kai pastarieji patenka į sąvokos „prekiautojas“ apibrėžtį⁽¹¹⁶⁾. Tai reiškia, kad direktyva taip pat gali būti remiamasi vertinant prekiautojo komercinę veiklą, kai šie prekiautojai yra **tiesiogiai susiję su vartotojo sandoriu su kitu prekiautoju**, kurio vardu arba kurio naudai tas prekiautojas veikia.

Kartais asmenys, kurie **atrodo esantys** produktus kitiems vartotojams parduodantys **vartotojai**, iš tikrųjų patys gali būti **prekiautojai arba veikti prekiautojų vardu** („paslėpti įmonių pardavimai vartotojams“).

Tai, ar pardavėjas laikytinas „prekiautoju“, ar vartotoju, turi būti vertinama pagal konkretaus atvejo aplinkybes. Sprendime *Kamenova* nagrinėtu atveju asmuo interneto svetainėje paskelbė iš viso aštuonis skelbimus apie įvairias parduodamas naujas ir naudotas prekes⁽¹¹⁷⁾. Teisingumo Teismas pažymėjo, kad vien to, jog pardavimu siekiama pelno arba kad fizinis asmuo tuo pačiu metu interneto platformoje skelbia keletą skelbimų apie parduodamas naujas ir naudotas prekes, nepakanka, kad šį asmenį būtų galima laikyti „prekiautoju“. Nustatydamas statusą nacionalinis teismas turi atsižvelgti į įvairius neišsamius ir neišimtinus kriterijus.

Taikomi kriterijai:

- ar pardavėjas siekia pelno, įskaitant tai, kad jis gali būti gavęs užmokestį ar kitokią atlygį už tai, kad veiks tam tikro prekiautojo vardu;
- sandorių skaičius, vertė ir dažnumas;
- pardavėjo apyvarta; ar pardavėjas įsigyja produktus tam, kad juos perparduotų;
- ar pardavėjas yra PVM mokėtojas;
- ar pardavimas vykdomas organizuotai;
- ar pardavėjas turėjo teisinį statusą, reikalingą komerciniams sandoriams sudaryti;
- ar visos parduodamos prekės buvo tos pačios rūšies ar tos pačios vertės ir ypač ar buvo siūlomas nedidelis prekių kiekis;
- ar pardavėjas turėjo su produktų pardavimu susijusios techninės informacijos ir ekspertinės patirties, kurios vartotojas turi ne visada, ir dėl to pardavėjo padėtis buvo palankesnė nei vartotojo;
- ar pardavėjas įsigijo tas prekes tam, kad jas perparduotų, ir dėl to ši jo veikla yra reguliari, dažna ir (arba) vykdoma vienu metu su jo įprasta komercine arba verslo veikla⁽¹¹⁸⁾.

Pavyzdžiui, į prekiautojo apibrėžtį gali patekti asmenys, kurių pagrindinę veiklą sudaro labai dažnas prekių pardavimas internete, produktų pirkimas tam, kad juos būtų galima perparduoti už didesnę kainą.

Asmenys, kurie internete skelbia komercines rekomendacijas, pvz., verčiasi **nuomonės formavimo rinkodara** (dėl išsamesnės informacijos žr. 4.2.6 skirsnį), gali būti laikomi prekiautojais, jeigu jie tokią veiklą vykdo dažnai, nepriklausomai nuo jų auditorijos dydžio. Kitu atveju asmuo, kuris neatitinka prekiautojo kriterijų, vis tiek gali būti laikomas veikiančiu prekiautoju, kurio produktus reklamuoja vykdydamas šią veiklą, vardu, todėl gali patekti į direktyvos taikymo sritį. Pareiža aiškiai nurodyti, kad pranešimas yra komercinis, ypač pagal NKVD 7 straipsnio 2 dalį, prekiautojams galioja, neatsižvelgiant į tai, ar jie yra produktų tiekėjai, ar ne.

Labdaringų ar etinių tikslų siekiančios organizacijos gali būti laikomos prekiautojomis pagal NKVD, jeigu vykdo komercinę veiklą (pvz., parduoda tam tikrus etikos standartus atitinkančius produktus) vartotojų atžvilgiu. Jeigu jos veikia kaip prekiautojos, jos savo komercinėje veikloje turėtų laikytis NKVD. Pavyzdžiui, informacija apie produkto kilmę arba jo etinius aspektus neturėtų būti klaidinanti.

Tai, kad organizacija yra „**ne pelno**“, neturi reikšmės vertinant, ar ji laikytina prekiautoja.

⁽¹¹⁶⁾ 2013 m. spalio 17 d. Sprendimas *RLvS*, C-391/12, 38 punktas.

⁽¹¹⁷⁾ 2018 m. spalio 4. Sprendimas *Kamenova*, C-105/17.

⁽¹¹⁸⁾ 2018 m. spalio 4 d. Sprendimas *Kamenova*, C-105/17, 38 punktas.

Tas pats taikoma **valdžios institucijoms**, kurios, priklausomai nuo aplinkybių, vykdydamos komercinę veiklą taip pat gali būti laikomos prekyautojomis.

Pavyzdžiui:

Savivaldybė, platinanti bilietus su nuolaida į savo organizuojamą meno parodą, galėtų patekti į NKVD pateiktą prekyautojo apibrėžtį.

Sprendime BKK Mobil Oil Teisingumo Teismas patvirtino, kad viešosios teisės reglamentuojama įstaiga, siekianti viešojo intereso, pavyzdžiui, valdanti įstatymu įsteigtą sveikatos draudimo fondą, gali būti laikoma „prekiautoja“, nes:

„Sąjungos teisės aktų leidėjas „[prekiautojo]“ sąvoką apibrėžė ypač plačiai; ji reiškia „bet kurį fizinį arba juridinį asmenį“, jeigu jis vykdo atlygintą veiklą, o iš jos taikymo srities nepašalinami nei bendrojo intereso užduotį vykdančys subjektai, nei viešosios teisės suteikiamą statusą turintys subjektai“ ⁽¹¹⁹⁾.

Teisingumo Teismas taip pat padarė išvadą, kad:

„<...> kyla grėsmė, kad BKK nariai, kurie, akivaizdu, laikytini vartotojais, kaip tai suprantama pagal Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvą, bus sukraidinti dėl šios įstaigos skleidžiamos klaidinančios informacijos – jiems bus trukdoma priimti informacija paremtą sprendimą jie bus skatinami priimti tokį sprendimą, kurio, neturėdami tokios informacijos, nebūtų priėmę, kaip numatyta tos pačios direktyvos 6 straipsnio 1 dalyje. Esant tokioms aplinkybėms, viešas ar privatus aptariamos įstaigos pobūdis, kaip ir jos vykdoma specifinė užduotis, neturi reikšmės“ ⁽¹²⁰⁾.

Ypač pažymėtina, kad pagal **NKVD I priedo („juodasis sąrašas“) 22 punktą** yra draudžiama apgaulingai tvirtinti arba sudaryti įspūdį, kad prekyautojas veikia ne savo prekybos ar verslo įmonės arba su jo amatu ar profesija susijusiais tikslais arba apgaulingai prisistatyti vartotojų.

Tai galioja ir tuo atveju, kai prekyautojas iš pradžių veikia kaip prekyautojas, bet vėliau apsimeta vartotoju, pavyzdžiui, kai pardavėjas prisistato kaip profesionalus automobilių prekyautojas, kad sudarytų sandorį, bet vėliau sutartį pasirašo kaip fizinis asmuo.

2.3. Komercinės veiklos sąvoka

2 straipsnio d punktas

„įmonių komercinė veikla vartotojų atžvilgiu“ – bet kuris [prekiautojo] atliekamas veiksmas, neveikimas, elgesys arba pareiškimas, komercinis pranešimas, įskaitant reklamą ir prekybą, tiesiogiai susijęs su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams.

Teisingumo Teismas konstatavo, kad vienintelis kriterijus pagal NKVD 2 straipsnio d punktą yra tai, kad prekyautojo veikla turi būti tiesiogiai susijusi su prekės pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams ⁽¹²¹⁾.

Komercinė veikla gali būti „tiesiogiai susijusi“ su produkto reklama, pavyzdžiui, kai teikiama „informacija dėl galimybės įsigyti produktą už patrauklią kainą tam tikru laikotarpiu“ ⁽¹²²⁾. Remiantis iki šiol suformuota jurisprudencija, sunku nustatyti ribą, nuo kurios komercinė veikla nebebūtų „tiesiogiai susijusi“ su produkto reklama. Tačiau, pavyzdžiui, jeigu prekyautojas parduoda žemėlapi, kuriame nėra jokios reklaminės informacijos, o vartotojas vėliau naudoja tą žemėlapi, kad surastų kelią į konkrečią parduotuvę, šio žemėlapijo pardavimą atrodytų nepagrįsta laikyti komercine veikla, „tiesiogiai susijusia“ su skatinimu pirkti produktą toje konkrečioje parduotuvėje.

Teisingumo Teismas nustatė, kad NKVD taikoma prekyautojo veiklai po komercinio sandorio dėl bet kokios prekės ar paslaugos ir po sutarties sudarymo arba ją vykdančią ⁽¹²³⁾.

Tuo remdamasis, Teisingumo Teismas padarė išvadą, kad:

„<...> tai, jog atitinkamo [prekiautojo] elgesys buvo toks tik vieną kartą ir padarė poveikį tik vienam vartotojui, šiomis aplinkybėmis neturi reikšmės.

⁽¹¹⁹⁾ 2013 m. spalio 3 d. Sprendimas BKK Mobil Oil, C-59/12, 32 punktas.

⁽¹²⁰⁾ Ten pat, 37 punktas.

⁽¹²¹⁾ Žr., be kita ko, Sprendimo UPC, C-388/13, 35 punktą ir jame pateiktas nuorodas.

⁽¹²²⁾ 2013 m. gruodžio 19 d. Sprendimas Trento Sviluppo, C-281/12, 35 punktas.

⁽¹²³⁾ 2015 m. balandžio 16 d. Sprendimas UPC, C-388/13, 36 punktas.

Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos 2 straipsnio c ir d punktuose, 3 straipsnio 1 dalyje ir 6 straipsnio 1 dalyje pateiktose apibrėžtyse ir visoje direktyvoje nėra nuorodos, kad [prekiautojo] veiksmas ar neveikimas turi kartotis ar būti susiję su daugiau nei vienu vartotoju“.

„<...> [prekiautojo] vartotojui pateikta klaidinga informacija, kaip antai nagrinėjama pagrindinėje byloje, turi būti laikoma „klaidinančia komercine veikla“ pagal šią direktyvą, nors ši informacija buvo pateikta tik vienam vartotojui“⁽¹²⁴⁾.

Kirschstein byloje Teisingumo Teismas pateikė gaires dėl NKVD taikymo srities ribų, susijusių su komercinės veiklos sąvoka. Jis konstatavo, kad yra skirtumas tarp prekiautojo „komercinės veiklos“, kuri yra glaudžiai susijusi su produktų reklama, pardavimu ar tiekimu vartotojams, taigi veiklos, kuri patenka į direktyvos taikymo sritį, ir taisyklių, kuriomis remiamasi šioje veikloje ir kurios yra susijusios su pačiu „produktu“ (pvz., leidimas paslaugų teikėjams, galintiems suteikti universitetinio išsilavinimo laipsnį) ir kurios dėl to nepatenka į NKVD taikymo sritį.

„Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad nacionalinės teisės norma, kuria siekiama apibrėžti ūkio subjektą, turintį teisę teikti paslaugą, dėl kurios sudarytas komercinis sandoris, bet kurioje tiesiogiai neregamentuota veikla, kuria tas ūkio subjektas vėliau gali verstis siekdamas skatinti ar vykdyti šios paslaugos pardavimą, negali būti laikoma susijusia su komercine veikla, turinčia tiesioginį ryšį su tos paslaugos teikimu, kaip tai suprantama pagal Direktyvą 2005/29.“⁽¹²⁵⁾

Kalbant apie reklamą spaudoje pažymėtina, kad, nors Teisingumo Teismas pripažino ypač plačią „komercinės veiklos“ apibrėžtį ir tai, kad NKVD gali būti taikoma tuo atveju, kai ūkio subjekto komercine veikla naudojasi kita įmonė, Sprendime RLvS Teisingumo Teismas konstatavo, kad NKVD, visų pirma I priedo 11 punktu dėl reklamos, negalima remtis prieš laikraščių leidėjus⁽¹²⁶⁾. Teisingumo Teismas nurodė, kad rašytinė spauda ES antrinės teisės aktais reglamentuota nepakankamai, ir paaiškino, kad šia nuostata nebuvo siekta iš laikraščių leidėjų reikalauti užkirsti kelią galimai nesąžiningai reklamuotojų komercinei veiklai⁽¹²⁷⁾.

Prekiautojai taip pat privalo būti atsargūs skelbdami **etinius ir įmonių socialinės atsakomybės** teiginius, kurie gali apimti įvairius prekiautojų veiklos metodų aspektus, pavyzdžiui, dėl darbo sąlygų, gyvūnų gerovės, labdaros ir kt. Įmonių socialinė atsakomybė reiškia, kad įmonės prisiima atsakomybę visuomenei už savo veiklos poveikį ir tuo tikslu yra nustatčiusios tvarką, kaip į savo verslo veiklą ir pagrindinę strategiją integruoja socialinius, aplinkos apsaugos, etikos ir vartotojų aspektus.

Teiginiai apie tokius aspektus tapo rinkodaros priemone, kuria naudojamosi siekiant atsižvelgti į didėjančią vartotojų susirūpinimą, kad prekiautojai laikytųsi etikos ir socialinių standartų. Tokie teiginiai gali padaryti poveikį vartotojo sprendimui dėl sandorio, kai jis turi pasirinkti vieną iš dviejų konkuruojančių panašios kokybės ir kainos produktų. Dėl šios priežasties jie gali būti laikomi „tiesiogiai susijusiais su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams“ ir todėl gali būti laikomi komercine veikla, kaip ji suprantama pagal NKVD. Kadangi teiginiai apie etiką ir (arba) įmonių socialinę atsakomybę bei aplinkos apsaugą yra labai panašūs, **teiginiams apie ekologiškumą taikomi pagrindiniai principai turėtų būti taikomi ir teiginiams apie etiką ir įmonių socialinę atsakomybę** (žr. 4.1 skirsnį).

2.3.1. Veikla po pardavimo, įskaitant skolų išieškojimo veiklą

Pagal 3 straipsnio 1 dalį komercinė veikla vykdoma ne tik rinkodaros ir tiekimo etapais, bet ir po sandorio sudarymo (etapu po pardavimu) ir gali patekti į NKVD taikymo sritį.

NKVD 13 konstatuojamojoje dalyje taip pat kalbama apie „[nesąžiningą komercinę veiklą, pasitaikančią] bet kokių [prekiautojo] ir vartotojo nesutartinių santykių srityje arba sudarius sutartį bei jos vykdymo metu“.

Skolų išieškojimo veikla turėtų būti laikoma komercine veikla po pardavimo, nes skolų išieškojimas yra tiesiogiai susijęs su produktų pardavimu ar tiekimu. Objektivių priežasčių šį vertinimą diferencijuoti pagal tai, ar prekiautojas užsako šias paslaugas per specializuotas agentūras, ar ne, nėra.

Tokią pačią išvadą galima daryti ir pagal **I priedo 25 punktą**, kuriame nurodyta, kad „asmeninis lankymasis vartotojo namuose, nepaisant vartotojo reikalavimo išeiti ar negrįžti, išskyrus toms aplinkybėms ir tiek, kiek tai leidžiama pagal nacionalinę teisę siekiant užtikrinti sutartinės prievolės vykdymą“ laikomas nesąžiningu visais atvejais.

⁽¹²⁴⁾ 2015 m. balandžio 16 d. Sprendimas UPC, C-388/13, 41, 42 ir 60 punktai.

⁽¹²⁵⁾ 2019 m. liepos 4 d. Sprendimas Kirschstein, C-393/17, 44 ir 45 punktai.

⁽¹²⁶⁾ 2013 m. spalio 17 d. Sprendimas RLvS, C-391/12, 44–50 punktai.

⁽¹²⁷⁾ Ten pat, 44 ir 49 punktai.

Sprendime *Gelvora* Teisingumo Teismas patvirtino, kad teisiniai santykiai tarp skolų išieškojimo agentūros ir skolininko, kuris neįvykdė įsipareigojimų pagal vartojimo kredito sutartį ir kurio skola buvo perleista tai agentūrai, iš tiesų patenka į direktyvos materialinę taikymo sritį ⁽¹²⁸⁾.

Pavyzdys

- Slovakijos teismas pripažino, kad savo finansinių įsipareigojimų nesilaikančio vartotojo informavimas apie tai, kad jo vardas ir pavardė bus paskelbti vietos žiniasklaidos priemonėse kaip savo įsipareigojimų nevykdančio mokėtojo, yra agresyvi komercinė veikla ⁽¹²⁹⁾.
- Vartotojų apsaugos institucija ėmėsi veiksmų prieš skolų išieškotoją, kurio naudojamas logotipas, pavadinimas ir dokumentai buvo panašūs į naudojamus oficialių Italijos agentūrų. Prekiautojas sudarė vartotojams klaidingą įspūdį, kad jis vykdo oficialias teismo nutartis, kad priverstų vartotojus sumokėti savo skolas, nors iš tiesų šie įgaliojimai suteikiami tik viešosios valdžios institucijoms ⁽¹³⁰⁾.
- Vartotojų apsaugos institucija pripažino skolų išieškojimą komercine veikla po pardavimo, patenkančia į NKVD taikymo sritį, ir nubaudė skolų išieškojimo agentūrą už skolininkų klaidinimą apie neigiamų padarinių, kuriuos jie patirtų, jeigu iš karto nesumokės savo skolos, dydį ir sunkumą. Skolų išieškojimo agentūra taip pat tinkamai nenurodė vartotojams tikslos skolos sutartinio pagrindo ir darė jiems nederamą psichologinį spaudimą ⁽¹³¹⁾.

2.3.2. Prekiautojai, perkantys produktus iš vartotojų

Vykdydami komercinę veiklą, tam tikri prekiautojai kartais perka produktus iš vartotojų. Pavyzdžiui, taip daro prekiautojai automobiliais, antikvariniais daiktais ir mažmeniniai prekiautojai naudotais daiktais.

Pagal NKVD pateiktą apibrėžtį komercine laikoma tik ta veikla, kuri yra „**tiesiogiai susijusi su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams**“. Priešinga situacija, kai prekiautojai perka produktus iš vartotojų, į NKVD taikymo sritį nepatenka. Tačiau tam tikrais atvejais vartotojo produkto pardavimą prekiautojui galima susieti su (kito) produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojui.

Pavyzdžiui, variklinių transporto priemonių prekybos srityje yra įprasta sudaryti senos prekės pardavimo ir naujos pirkimo sutartis. Prekiautojas nuperka naudotą transporto priemonę iš vartotojo, o vartotojas nuperka transporto priemonę iš prekiautojo. Tokiais atvejais prekiautojo pirkinį galima laikyti vartotojo atlygio už įmonės ir vartotojo sandorį dalimi. Tokios sutartys aiškiai patenka į NKVD taikymo sritį.

Tam tikromis aplinkybėmis į NKVD taikymo sritį gali patekti aukso pirkimas ir perpardavimas. Pavyzdžiui, gali būti laikoma, kad prekiautojas, kuris siūlo vartotojams profesionalų jų aukso įvertinimą prieš jį pirkdamas, teikia paslaugą vartotojams. Tokiais atvejais NKVD bus taikoma, todėl prekiautojas neturėtų teikti klaidinančios informacijos apie tikrąją aukso vertę arba apie siūlomos paslaugos kainą (pvz., negali nenurodyti „administracinių mokesčių“).

Pavyzdžiui:

Prekiautojas, kinų keramikos specialistas, vartotojui teigia, kad jo siūloma parduoti Mingų dinastijos laikotarpio vaza yra padirbiny. Jei tai netiesa, tokį teiginį galima būtų laikyti klaidinančiu veiksmu.

2.4. Sprendimo dėl sandorio kriterijus

2 straipsnio k punktas

„sprendimas dėl sandorio“ – bet kuris sprendimas, kurį vartotojas priima dėl produkto pirkimo, pirkimo būdo ir sąlygų, visos sumos sumokėjimo ar mokėjimo dalimis, produkto įsigijimo ar atsisakymo, ar pasinaudojimo su produktu susijusia sutartine teise, nepriklausomai nuo to, ar vartotojas nusprendžia veikti, ar nesiimti veiksmų;

⁽¹²⁸⁾ 2017 m. liepos 20 d. Sprendimas *Gelvora*, C-357/16.

⁽¹²⁹⁾ 2011 m. spalio 27 d. Sprendimas *Krajsky* sud prieš *Presove*, 2Co/116/2011.

⁽¹³⁰⁾ PS9042 - *Esattoria-Agenzia Riscossioni*. Provvedimento n. 24763, 2014 m. sausio 22 d.

⁽¹³¹⁾ DKK – 61 – 10/07/DG/IS.

Bendrosios NKVD nuostatos (5–9 straipsniai) taikomos nesąžiningai, klaidinančiai ir agresyviai komercinei veiklai, kuri gali iškreipti vartotojų ekonominį elgesį ir **taip paskatinti arba galimai paskatinti juos priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jie kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmę.**

Iš direktyvos 2 straipsnio k punkto formuluotės matyti, kad apibrėžtį reikėtų aiškinti plačiai ir kad sprendimo dėl sandorio sąvoka turėtų apimti labai įvairius vartotojo sprendimus dėl produkto.

Teisingumo Teismas pripažino, kad „sprendimas dėl sandorio“ apima ne tik sprendimą įsigyti produktą ar jo neįsigyti, bet ir **sprendimus, tiesiogiai susijusius su šiuo sprendimu, visų pirma sprendimą užėti į parduotuvę:**

„kadangi pagrindinėje byloje komercinė veikla susijusi su informacija dėl galimybės įsigyti produktą už patrauklią kainą tam tikru laikotarpiu, reikia nustatyti, ar galimo produkto pirkimo parengiamieji veiksmai, kaip antai vartotojo vykimas į parduotuvę arba užėjimas į ją, gali būti laikomi sprendimais dėl sandorio, kaip jie suprantami pagal minėtą direktyvą.

<...> sprendimas dėl sandorio yra „bet kuris sprendimas, kurį vartotojas priima dėl produkto pirkimo, pirkimo būdo ir sąlygų“. Taigi ši sąvoka apima ne tik sprendimą įsigyti produktą ar jo neįsigyti, bet ir su šiuo sprendimu tiesiogiai susijusį sprendimą, visų pirma sprendimą užėti į parduotuvę.

<...> Šios direktyvos 2 straipsnio k punktas turi būti aiškinamas taip, kad sąvoka „sprendimas dėl sandorio“ apima bet kurį sprendimą, tiesiogiai susijusį su sprendimu įsigyti produktą ar jo neįsigyti“⁽¹³²⁾.

Šiuo požiūriu **sprendimo dėl sandorio sąvoka taip pat apima sprendimus prieš perkant ir po pirkimo.**

Vartotojas gali priimti labai įvairius sprendimus dėl produkto ar paslaugos, ne tik sprendimą pirkti arba ne.

Šie sprendimai dėl sandorio gali lemti veiksmus, kurie pagal nacionalinę sutarčių teisę teisinių pasekmių nesukelia, ir gali būti priimti bet kuriuo momentu nuo tada, kai rinkodaros informacija pasiekia vartotoją, iki tol, kol produktas visiškai susidėvi ar paslauga nustojama naudotis.

Daugelį **prieš perkant priimamų sprendimų** galima laikyti sprendimais dėl sandorio.

Pavyzdžiui:

- Sprendimas vykti į išparduotuvę arba parduotuvę pagal komercinį pasiūlymą;
- sprendimas dalyvauti prekiautojo rengiamame parduodamų prekių pristatyme;
- sprendimas, gavus komercinį pasiūlymą, apsilankyti interneto svetainėje.

Daugelis **sprendimų**, priimtų **įsigijus** produktą arba užsisakius paslaugą, gali būti laikomi sprendimais dėl sandorio.

Pavyzdžiui:

- Sprendimas atsisakyti paslaugų sutarties arba ją nutraukti;
- sprendimas pakeisti paslaugų teikėją.

Be to, į vieną vartotoją nukreipta nesąžininga komercinė veikla gali lemti kito vartotojo **sprendimą dėl sandorio**, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

Pavyzdžiui:

Prekiautojo komercinė veikla, kai prekiautojas skelbia naudotojų atsiliepimus internete, bet neigiamus atsiliepimus nuslepia, gali būti laikoma klaidinančiais veiksmais ar neveikimu, nors atitinkamą sprendimą dėl sandorio turi priimti kitas vartotojas, ne tas, kuris buvo spaudžiamas pašalinti neigiamą atsiliepimą arba jo neskelbti. Šiuo atveju prekiautojo sukurtas netikras ar klaidinantis bendras įspūdis apie atsiliepimų svetainės pobūdį ar apie tai, kaip ji veikia, gali paskatinti vidutinį vartotoją skaityti atsiliepimus internete ir pagal juos priimti sprendimą kreiptis į nurodytą prekiautoją (o vėliau sudaryti sutartį su juo), nors žinodamas, kad neigiami atsiliepimai nebuvo paskelbti, jis to nebūtų daręs.

⁽¹³²⁾ 2013 m. gruodžio 19 d. Sprendimas Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. Coop. Arl prieš Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, C-281/12, 35, 36 ir 38 punktai.

NKVD bendrosios nuostatos (5–9 straipsniai) taikomos nesąžiningai, klaidinančiai ir agresyviai komercinei veiklai, kuri gali **iškreipti vartotojų ekonominę elgesį**. Šiose nuostatose šie reikalavimai išreiškiami šiek tiek kitokiomis sąvokomis.

Pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį komercinė veikla yra nesąžininga, jeigu prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams ir „iš esmės iškreipia arba gali iš esmės iškreipti“ vidutinio vartotojo elgesį. Tačiau pagal 6, 7 ir 8 straipsnius yra draudžiama klaidinanti ar agresyvi komercinė veikla, kuri skatina arba gali paskatinti vidutinį vartotoją **„priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs“**.

Reikalavimas, kad komercinė veikla turi galėti iškreipti vartotojo ekonominę elgesį, kad būtų nesąžininga, 5 straipsnio 2 dalyje suformuluotas kitaip nei 6, 7 ir 8 straipsniuose. Iš pirmo žvilgsnio šis akivaizdus prieštaravimas gali kelti aiškinimo problemų. Tačiau 5 straipsnio 2 dalį reikėtų aiškinti kartu su 2 straipsnio e punktu, kuriame nurodyta:

2 straipsnio e punktas

„iš esmės iškreipti vartotojų ekonominę elgesį“ – naudojant komercinę veiklą pastebimai susilpninti vartotojo gebėjimą priimti informaciją paremtą sprendimą ir taip paskatinti vartotoją priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

Todėl, remiantis 5 straipsnio 2 dalimi, aplinkybę, ar komercinė veikla „iš esmės iškreipia arba gali iš esmės iškreipti“ vartotojo ekonominę elgesį, lemia tai, ar komercinė veikla skatina arba gali paskatinti vartotoją **„priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs“**.

Tokį patį vertinimą reikia atlikti pagal 6, 7 ir 8 straipsnius. Iš to darytina išvada, kad, nors 5 straipsnio 2 dalies ir minėtų straipsnių formuluotės skiriasi, reikalavimas dėl vartotojo elgesio esminio iškreipimo yra tas pats.

Kadangi Teisingumo Teismas yra išdėstęs plačią **sprendimo dėl sandorio** sampratą ⁽¹³³⁾, NKVD gali būti taikoma įvairiais atvejais, kai prekiautojo nesąžiningas elgesys neapsiriboja **vartotojo skatinimu sudaryti sandorį ar paslaugų sutartį**.

Komercinė veikla gali būti laikoma nesąžininga ne tik tada, kai gali paskatinti vidutinį vartotoją pirkti produktą arba jo nepirkti, bet ir tada, kai gali paskatinti vartotoją, pavyzdžiui:

- užėti į parduotuvę,
- **praleisti daugiau laiko** internete, įsitraukus į užsakymo procesą,
- nuspręsti **nekeisti** paslaugų teikėjo ar produkto,
- spustelėti **nuorodą arba reklamą** internete,
- toliau naudotis paslauga, naršant arba slenkant turiniu.

Pagal NKVD nereikalaujama įrodyti, ar vartotojo ekonominis elgesys (t. y. jo sprendimas dėl sandorio) buvo faktiškai iškreiptas. Pagal direktyvą galima įvertinti, **ar komercinė veikla „gali“** turėti tokį poveikį vidutiniam vartotojui (t. y., ar toks poveikis tikėtinas). Todėl nacionalinės vykdymo užtikrinimo institucijos turi išnagrinėti kiekvieno konkretaus atvejo faktines aplinkybes (t. y. *in concreto*), tačiau įvertinti tik „**tikimybę**“, kad ši veikla paveiks vidutinio vartotojo sprendimą dėl sandorio (t. y. *in abstracto*).

Pavyzdžiui:

Komerciniame skelbime buvo teigiama, kad naujasis automobilio modelis yra „saugiausias pasaulyje“. Vertindamas, ar šis teiginys paveikė kurį nors vartotoją, jam priimant pagrįstą sprendimą dėl sandorio, nacionalinis teismas konstatavo, jog tam, kad šis sprendimas būtų laikomas sprendimu dėl sandorio, pakanka to, kad **rinkodara galėjo sukelti** vidutinių vartotojų **susidomėjimą ir paskatinti vartotoją nuspręsti imtis tolesnių veiksmų** (pvz., apsilankyti parduotuvėje ar interneto svetainėje, kad gautų daugiau informacijos apie produktą) ⁽¹³⁴⁾.

⁽¹³³⁾ Žr., inter alia, pirmiau minėtą Sprendimą Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica, C-281/12.

⁽¹³⁴⁾ 2010 m. kovo 12 d. Marknadsdomstolen sprendimas Toyota Sweden AB prieš Volvo Personbilar Sverige Aktiebolag, MD 2010:8.

2.5. Vidutinis vartotojas

18 konstatuojamoji dalis

Nuo nesąžiningos komercinės veiklos reikėtų saugoti visus vartotojus; tačiau po Direktyvos 84/450/EEB priėmimo Teisingumo Teismas, nagrinėdamas bylas dėl reklamos, matė būtinybę išnagrinėti poveikį hipotetiniam eiliniam vartotojui. **Ši direktyva, remdamasi proporcingumo principu** ir siekdama efektyviai įgyvendinti joje numatytas nuostatas, **pagal Teisingumo Teismo aiškinimą naudoja vidutinį vartotoją, kuris yra gana gerai informuotas ir gana atidus bei apdairus, kaip standartą, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius bei kalbinius veiksnius**, bet numato nuostatas, kuriomis siekiama užkirsti kelią vartotojų, kurių savybės daro juos ypač pažeidžiamus dėl nesąžiningos komercinės veiklos, išnaudojimui. Kai komercinė veikla yra konkrečiai nukreipta į tam tikrą vartotojų grupę, pavyzdžiui, vaikus, pageidautina, kad komercinės veiklos poveikis būtų vertinamas vidutinio tos grupės nario atžvilgiu <...> **Vidutinio vartotojo nustatymas nėra statistinis tyrimas. Atsižvelgdami į Teisingumo Teismo teisminę praktiką, nacionaliniai teismai ir institucijos turės priimti savo sprendimą, kad nustatytų būdingą vidutinio vartotojo reakciją konkrečiu atveju.**

Kaip nurodyta NKVD 18 konstatuojamojoje dalyje ir papildomai patikslinta 5–9 straipsniuose, NKVD nustatytas lyginamasis komercinės veiklos poveikio vertinimo standartas yra „vidutinio vartotojo“ samprata, kaip ją anksčiau yra išplėtojęs Teisingumo Teismas.

„<...> siekiant nustatyti, ar konkretus apibūdinimas, prekių ženklas ar reklaminis apibūdinimas ar teiginys yra klaidinantis, būtina atsižvelgti į **gana gerai informuoto ir gana atidaus bei apdairaus vidutinio vartotojo preziumuojamus lūkesčius**“⁽¹³⁵⁾.

Šią sąvoką Teisingumo Teismas ištis išplėtojo prieš priimant NKVD. Tada ji buvo kodifikuota NKVD, siekiant nustatyti bendrus kriterijus, kuriais galėtų remtis nacionalinės institucijos ir teismai, taip padidinant teisinį apibrėžtumą ir sumažinant skirtingų vertinimų galimybę.

Pagal Teisingumo Teismo jurisprudenciją vidutinis vartotojas yra gana **kritiškas asmuo, kuris rinkoje elgiasi sąmoningai ir apdairiai**.

Pavyzdžiui:

„Gana apdairus vartotojas“ neturėtų manyti, kad pakuotės reklaminės žymos dydis atitinka reklamuojamą papildomą šio produkto kiekį⁽¹³⁶⁾. Paprastai vidutinis vartotojas nemano, kad prekės su ženklu „išbandytas dermatologiškai“ turi gydomąjį poveikį, kurio jos iš tikrųjų neturi⁽¹³⁷⁾.

Tačiau pagal NKVD vidutinis vartotojas bet kuriuo atveju nėra laikomas asmeniu, kuriam reikalinga tik nedidelė apsauga, nes jis visuomet gali susirinkti prieinamą informaciją ir ją remdamasis protingai veikti. Priešingai, kaip pabrėžiama 18 konstatuojamojoje dalyje, **šis kriterijus taikomas remiantis proporcingumo principu**. Ši sąvoka buvo pritaikyta NKVD, siekiant išlaikyti reikiamą poreikio užtikrinti vartotojų apsaugą ir skatinti laisvąją prekybą atviroje konkurencingoje rinkoje pusiausvyrą.

Todėl vidutinio vartotojo sąvoką pagal NKVD visada reikėtų aiškinti turint galvoje **Sutarties 114 straipsnį, kuriame numatytas aukštas vartotojų apsaugos lygis**.

Kartu NKVD yra grindžiama idėja, kad, pavyzdžiui, nacionalinė priemonė, kuria draudžiami teiginiai, **galintys suklaidinti tik labai patiklų, naivų ar paviršutinišką vartotoją** (pvz. išpūsta reklama⁽¹³⁸⁾) būtų neproporcinga ir nepagrįstai kliudytų prekybai.

Kaip aiškiai paminėta 18 konstatuojamojoje dalyje, vidutinio vartotojo nustatymas nėra statistinis tyrimas. Tai reiškia, kad **nacionalinės institucijos ir teismai turėtų gebėti patys, atsižvelgdami į tikėtinus vidutinio**

⁽¹³⁵⁾ 1998 m. liepos 16 d. Sprendimas *Gut Springenheide ir Tusky*, C-210/96, 31 punktas.

⁽¹³⁶⁾ 1995 m. liepos 6 d. sprendimas *Verein gegen Unwesen in Handel ir Gewerbe Köln e.V. prieš Mars GmbH*, C-470/93, 24 punktas.

⁽¹³⁷⁾ 2002 m. spalio 24 d. sprendimas *Baudžiamasis procesas prieš Gottfried Linhart ir Hans Biffel*, C-99/01, 35 punktas.

⁽¹³⁸⁾ Išpūsta reklama yra subjektyvus ar perdėtas teiginys apie konkretaus produkto savybes, kurio nereikia suprasti tiesiogiai. Šio pobūdžio veikla paminėta NKVD 5 straipsnio 3 dalies paskutiniame sakinyje.

naudotojo lūkesčius, bet nesinaudodami ekspertų ataskaitomis ar naudotojų apklausų rezultatais, **įvertinti ir nuspręsti, ar veikla gali klaidinti vidutinį naudotoją** ⁽¹³⁹⁾.

Pavyzdžiui:

- Nacionalinis teismas konstatavo, kad prastą regėjimą turintys žmonės taip pat gali būti laikomi vidutiniais naudotojais, o informacijos užrašymas labai mažu šriftu gali būti laikomas klaidinančia komercinė veikla ⁽¹⁴⁰⁾. Panašų sprendimą priėmė kita vykdymo užtikrinimo institucija ⁽¹⁴¹⁾.
- Nacionalinis teismas nusprendė, kad protingai besielgiantis naudotojas nėra įtarus ir yra linkęs pasitikėti jo gautos informacijos tinkamumu ir tikslumu. Protingai besielgiantis naudotojas neprivalo papildomai ieškoti viso tikslo jam pateikto pranešimo turinio, nebent pranešimo siuntėjas apdairiai atkreipia jo dėmesį į tokį įpareigojimą arba jis yra aiškiai nurodytas pranešimo tekste ⁽¹⁴²⁾.

NKVD 5 straipsnio 2 dalies b punkte papildomai patikslinama, koks yra vidutinio naudotojo kriterijus, kai iškyla **tam tikrų naudotojų grupių** interesai. Jeigu veikla nukreipta į **tam tikrą naudotojų grupę**, jos poveikį reikėtų vertinti **vidutinio atitinkamos grupės nario** požiūriu. Pavyzdžiui, toks atvejis galėtų iškilti, kai komercinė veikla yra susijusi su unikaliu produktu, kuris reklamuojamas rinkodaros kanalais ir kurio rinkodara yra nukreipiama į konkrečiai tam tikrą nedidelę gavėjų grupę, pavyzdžiui, tam tikros profesijos atstovus. Šiuo atveju vidutinis tos konkrečios grupės narys galėtų turėti konkretesnių žinių ar savybių, kurių vidutinis naudotojas nebūtinai turi, o tai turi tiesioginės įtakos komercinės veiklos poveikio vertinimui. Atsižvelgiant į skirtumą, palyginti su bendra vidutinio naudotojo kategorija, konkrečiai naudotojų grupė turėtų būti pakankamai gerai atpažįstama, nedidelė ir vienaalytė. Jei konkrečios grupės nustatyti neįmanoma, vertinti reikėtų pagal bendro vidutinio naudotojo lyginamąjį kriterijų.

Pavyzdžiui:

Byloje dėl klaidinančios vaikų sauskėlių reklamos, kai buvo susiejama alergija ir prekiautojo sauskėlės, nacionalinis teismas vidutiniu naudotoju laikė tėvus su mažais vaikais, neturinčius jokių specialiųjų žinių apie alergijas ⁽¹⁴³⁾.

Ta pati komercinė veikla taip pat gali būti susijusi su skirtingomis naudotojų grupėmis. Pavyzdžiui, veikla gali pasiekti tam tikrus vidutinius naudotojus arba būti jiems skirta (5 straipsnio 1 dalies b punktas), tačiau kartu ji gali būti nukreipta į pažeidžiamų naudotojų grupę. Apskritai vertinant reikėtų atsižvelgti į naudotojus, kuriuos ta veikla faktiškai pasiekė, neatsižvelgiant į tai, ar tai buvo naudotojai, kuriuos prekiautojas ketino pasiekti.

Kurdami savo komercinius pranešimus, prekiautojai, turėdami omenyje ypatingą savo produktų pobūdį, kartais turi atsižvelgti į tam tikras **socialines, kalbines ir kultūrines savybes**, būdingas vidutiniams naudotojams, kuriems yra skirti produktai. Tam tikrais atvejais dėl **socialinių, kalbinių ir kultūrinių ypatybių, kurios taip pat gali būti būdingos tam tikrai valstybei narei**, kompetentinga vykdymo užtikrinimo institucija arba teismas gali kitaip aiškinti komercinėje veikloje pateiktą pranešimą. Byloje dėl klaidinančios kosmetikos reklamos Teisingumo Teismas pripažino:

„Norint taikyti tą kriterijų šioje byloje, reikia atsižvelgti į keletą dalykų. Visų pirma, reikia nustatyti, ar **socialiniais, kultūriniais ar kalbiniais veiksniais** galima pagrįsti, kad (vidutinis) **Vokietijos naudotojas** sąvoką „pakeliantis“, vartojamą kalbant apie stangrinamąjį kremą, **supranta kitaip nei kitų valstybių narių naudotojai**, ar vis dėlto iš paties produkto naudojimo aprašymo yra gana aišku, kad jo poveikis laikinas, todėl bet kokios kitokios išvados, kylančios dėl žodžio „pakeliantis“, yra paneigiamos ⁽¹⁴⁴⁾.“

Teisingumo Teismas taip pat pareiškė:

„iš esmės uždrausti prekybą klaidinančio prekių ženklo produktais galima nežiūrint į tai, kad kitose valstybėse narėse šis prekių ženklas nėra laikomas klaidinančiu. <...> **egzistuoja galimybė, kad dėl valstybių narių kalbinių, kultūrinių ir socialinių skirtumų tas pats prekių ženklas vienoje valstybėje narėje gali nebūti, o kitoje būti klaidinantis.**“ ⁽¹⁴⁵⁾

⁽¹³⁹⁾ 1998 m. liepos 16 d. Sprendimas Gut Springenheide ir Tusky prieš Oberkreisdirektor Steinfurt, C-210/96, 31, 32, 36 ir 37 punktai. Taip pat žr. Generalinio advokato N. Fennelly išvados byloje Estée Lauder Cosmetics GmbH & Co. ORG prieš Lancaster Group GmbH, C-220/98, 28 punktą.

⁽¹⁴⁰⁾ 4 U 141/11.

⁽¹⁴¹⁾ P/0359/07/2010.

⁽¹⁴²⁾ Fővárosi Ítéltábla, Magyar Telekom Nyrt ir kt., byla Nr. 2.Kf.27.171/2012/4.

⁽¹⁴³⁾ 2012 m. liepos 4 d. Marknadsdomstolen sprendimas.

⁽¹⁴⁴⁾ 2000 m. sausio 13 d. Sprendimas Estée Lauder Cosmetics GmbH & Co. OHG prieš Lancaster Group GmbH, C-220/98, Rink. p. I-00117, 29 punktą.

⁽¹⁴⁵⁾ 1996 m. lapkričio 26 d. Sprendimas F.lli Graffione SNC prieš Ditta Fransa, C-313/94, Rink. p. I-06039, 22 punktą.

Todėl, remiantis vidutinio vartotojo kriterijumi ir nepaisant to, kad NKVD užtikrinamas visiškas suderinimas, teoriškai gali būti pagrįsta, remiantis socialiniais, kultūriniais ar kalbiniais aspektais, reikalauti, kad užsienio prekiautojas pateiktų papildomą informaciją. Kitaip tariant, nepateikus tokios informacijos paskirties šalies vartotojai, kitaip nei kilmės šalies vartotojai, gali būti klaidinami.

2.6. Pažeidžiami vartotojai

5 straipsnio 3 dalis. Nesąžiningos komercinės veiklos draudimas

3. Komercinė veikla, kuri gali iš esmės iškreipti ekonominę elgesį tik aiškiai identifikuojamos grupės vartotojų, kurie dėl savo **proto arba fizinės negalios, amžiaus arba patiklumo** yra tokios praktikos arba peršamo produkto **ypač lengvai pažeidžiami** tokiu būdu, kurį galima pagrįstai tikėtis [prekiautoją] iš anksto numčius, **vertinama vidutinio tos grupės nario atžvilgiu**. Tai nepažeidžia bendros ir teisėtos reklamos praktikos naudoti perdėtus pareiškimus arba pareiškimus, kurių nereikia suprasti tiesiogine prasme.

19 konstatuojamoji dalis

Jeigu **tam tikros savybės, tokios kaip amžius, fizinė ar proto negalia arba patiklumas, daro vartotojus ypač lengvai pasiduodančius komercinės veiklos** arba peršamo produkto įtakai, ir toks veiklos būdas gali iškreipti tik tokių vartotojų ekonominę elgesį tokiu būdu, kurį [prekiautojas] gali iš anksto pagrįstai numatyti, reikėtų užtikrinti tinkamą jų apsaugą **įvertinant šią veiklą vidutinio tos grupės nario atžvilgiu**.

NKVD yra grindžiama idėja, kad, nors nuo nesąžiningos komercinės veiklos reikėtų saugoti visų rūšių vartotojus, kuriai nors iš 5 straipsnio 3 dalyje išvardytų grupių priskiriamiems vartotojams turėtų būti užtikrinama **aukštesnio lygio apsauga** nei 5 straipsnio 2 dalyje nurodytam „vidutiniam vartotojui“.

Preambulės 19 konstatuojamojoje dalyje papildomai patikslinamas 5 straipsnio 3 dalies aiškinimas: pagal 5 straipsnio 3 dalį vartotojai laikomi pažeidžiamais vien dėl savo „amžiaus, fizinės ar proto negalios arba patiklumo“, o 19 konstatuojamojoje dalyje pateikiamas neišsamus sąrašas savybių, dėl kurių vartotojas yra laikomas „lengvai pasiduodančiu“.

Pažeidžiamumo sąvoka neapsiriboja 5 straipsnio 3 dalyje išvardytais savybėmis, nes apima ir nuo aplinkybių priklausantį pažeidžiamumą. Daugialypės pažeidžiamumo formos ⁽¹⁴⁶⁾ ypač aktualios skaitmeninėje aplinkoje, kurioje vis dažniau renkami duomenys ne tik apie socialines ir demografines, bet ir apie asmenines ar psichologines savybes, pavyzdžiui, interesus, prioritetus, psichologinį profilį ir nuotaiką. **Pažeidžiamumo skaitmeninėje aplinkoje** samprata išsamiau aptariama 4.2.7 skirsnyje.

Pavyzdžiui:

Byloje dėl kredito įstaigos nepateiktos esminės informacijos vykdymo užtikrinimo institucija laikėsi nuomonės, kad vartotojai, kuriems kredito įstaigos uždraudė skolintis dėl menkų jų mokėjimo galimybių, buvo ypač lengvai pasiduodantys konkrečiam pasiūlymui ⁽¹⁴⁷⁾.

Prie **negalios (protinės arba fizinės)** priskiriamas jutimų sutrikimas, ribotas judumas ir kitokia negalia.

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija laikėsi nuomonės, kad reklama, kurioje produktai buvo klaidinamai pristatomi kaip galintys išgydyti sunkias ligas, yra itin reikšminga, nes dėl jos pažeidžiami vartotojai, pavyzdžiui, sunkia liga sergantys žmonės, gali priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jie kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmę ⁽¹⁴⁸⁾.

⁽¹⁴⁶⁾ Europos Komisijos Tyrimas dėl vartotojų pažeidžiamumo svarbiausiose Europos Sąjungos rinkose (EAHC/2013/CP/08), http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/vulnerability/index_en.htm. Tyrimo apibrėžta, kad „pažeidžiamas vartotojas“ yra toks vartotojas, kuriam dėl socialinių, demografinių, elgesio savybių, asmeninės padėties ar rinkos aplinkos kyla didesnė rizika patirti neigiamus padarinius rinkoje, jis turi ribotas galimybes maksimaliai padidinti savo gerovę, jam sunku gauti ar įsisavinti informaciją, jis mažiau geba nusipirkti, pasirinkti ar gauti tinkamus produktus arba labiau pasiduoda tam tikrai rinkodaros veiklai.

⁽¹⁴⁷⁾ 2011 m. lapkričio 10 d. Vengrijos konkurencijos institucijos sprendimas Vj-5/2011/73.

⁽¹⁴⁸⁾ PS6980 - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Kalbant apie **amžių**, komercinę veiklą gali būti tikslinga analizuoti įvairaus amžiaus vartotojų požiūriu.

Vyresnio amžiaus žmonės dėl savo amžiaus gali būti lengviau pažeidžiami tam tikrų rūšių veiklos atžvilgiu. Agresyvūs išnešiojamosios prekybos metodai – vienas tų atvejų, kai veikla gali neturėti poveikio vidutiniam vartotojui, bet sutrikdyti tam tikros grupės vartotojus, ypač vyresnio amžiaus, kurie yra lengviau pažeidžiami spaudimo pirkti atžvilgiu.

Be NKVD 5 straipsnio 3 dalies, NKVD I priedo 28 punkte nustatyta papildoma **vaikų** apsauga, **uždraudžiant tiesioginius raginimus pirkti**. Šis draudimas, apimantis tiesiogiai vaikams daromą spaudimą pirkti tam tikrą produktą arba spaudimą įtikinti suaugusiųsius pirkti tam tikrus daiktus savo vaikams (vaikų įtaka vartotojiškam tėvų elgesiui) išsamiau aptartas 3.7 skirsnyje.

Vaikų gebėjimas suprasti interneto ir ne interneto reklamą labai skiriasi ir priklauso nuo konkretaus vaiko, jo amžiaus ir brandos⁽¹⁴⁹⁾. Pagal NKVD į tai galima tam tikra apimtimi atsižvelgti, nes 5 straipsnio 3 dalyje komercinę veiklą leidžiama įvertinti vidutinio konkrečios amžiaus grupės vartotojo požiūriu.

Paaugliai – dar viena vartotojų kategorija, į kurią dažnai nusitaiko nesąžiningi prekyautojai. Paaugliams ypač patrauklių produktų reklamoje dėl paauglių nebrandumo ir patiklumo gali būti naudojamos jų dėmesio ar kritiškumo stoka, taip pat noru rizikuoti.

Sąvoka „**patiklumas**“ taikoma vartotojų, labiau linkusių tikėti tam tikrais teiginiais, kategorijai. Ši sąvoka yra neutrali ir priklauso nuo aplinkybių, taigi ja siekiama apsaugoti tuos grupės narius, kurie dėl kokių nors priežasčių labiau pasiduoda tam tikros komercinės veiklos įtakai. Šiai grupei gali priklausyti bet kuris vartotojas.

2016 m. atlikusi vartotojų pažeidžiamumo tyrimą, Komisija nustatė, kad patiklumo kriterijaus neatitinkantys žmonės dažniau nei kiti patiria sunkumų pasirenkant pasiūlymus. Be to, patikliais save laikantys žmonės mažiau linkę skųstis iškilus sunkumų ir kaip vartotojai dažniau jaučiasi pažeidžiami.

Pažeidžiamo vartotojo kriterijus taikomas, jeigu komercinė veikla iškreipia itin stipriai pažeidžiamų vartotojų grupės ekonominių elgesį **„toku būdu, kurį galima pagrįstai tikėtis [prekiautoją] iš anksto numaćius“**.

Kai komercinė veikla vertinama pažeidžiamų vartotojų atžvilgiu, taikant šį kriterijų įtraukiamas **proporcingumo** elementas.

Tai reiškia, kad prekyautojas laikomas atsakingu už neigiamą komercinės veiklos poveikį pažeidžiamų vartotojų kategorijai tik tuo atveju, jei galėjo jį numatyti.

Taigi, vertinant, ar komercinė veikla galėtų padaryti nesąžiningą poveikį kuriai nors aiškiai identifikuojamai vartotojų grupei, ir imantis priemonių tokiam poveikiui sušvelninti, prekyautojams nekeliami nepagrįsti reikalavimai.

Todėl komercinė veikla veikiausiai nebūtų laikoma klaidinančia, jeigu kurie nors vartotojai, reaguodami net ir į pačią sąžiningiausią komercinę veiklą, dėl pernelyg didelio naivumo ar neišmanymo būtų suklaidinti arba dėl kitų priežasčių pasielgtų neracionaliai.

Pavyzdžiui:

Kai kurie vartotojai gali manyti, kad „Bolonijos spagečiai“ iš tiesų pagaminti Bolonijoje. Tačiau prekyautojai nėra atsakingi už visas įmanomas vartotojų interpretacijas, susijusias su jų komercine veikla, ar į ją reaguojant atliktus veiksmus.

2.7. 5 straipsnis. Profesinis atidumas

5 straipsnis. Nesąžiningos komercinės veiklos draudimas⁽¹⁵⁰⁾

1. Nesąžininga komercinė veikla draudžiama.
2. Komercinė veikla yra nesąžininga, jeigu:
 - a) prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams ir
 - b) iš esmės iškreipia arba gali iš esmės iškreipti vidutinio vartotojo, kurį produktas pasiekia arba kuriam yra skirtas, arba, kai komercinė veikla nukreipta į tam tikrą vartotojų grupę, vidutinio grupės nario ekonominių elgesį siūlomo produkto atžvilgiu.

⁽¹⁴⁹⁾ Europos Komisijos tyrimas dėl rinkodaros per socialinę žiniasklaidą, internetinius žaidimus ir mobiliąsias programas poveikio vaikų elgsenai (EACH/FWC/2013 85 08), https://ec.europa.eu/info/publications/study-impact-marketing-through-social-media-online-games-and-mobile-applications-childrens-behaviour_en.

⁽¹⁵⁰⁾ Direktyvos 2005/29/EB 6, 7 ir 8 straipsniuose taip pat vartojama vidutinio vartotojo sąvoka.

2 straipsnio h punktas

„profesinis atidumas“ – tam tikrų įgūdžių ir rūpestingumo standartas, kurio pagrindai galima tikėtis iš [prekiautojo] vartotojų atžvilgiu ir kuris atitinka sąžiningą praktiką rinkoje ir/arba bendrą sąžiningumo principą [prekiautojo] veiklos srityje;

5 straipsnio 2 dalyje nustatyta bendroji sąlyga, apimanti **du kumuliatyviuosius kriterijus**, taikomus vertinant, ar komercinė veiklą reikėtų laikyti nesąžininga. Ji veikia kaip „saugumo garantas“, skirtas užtikrinti, kad būtų galima bausti už bet kokią nesąžiningą veiklą, kuriai netaikomos kitos NKVD nuostatos (t. y. ji nėra nei klaidinanti, nei agresyvi, nei nurodyta I priede). Ši nuostata taip pat orientuota į ateitį, nes pagal ją sudaromos galimybės kovoti su naujai atsirandančia nesąžininga veikla.

Pagal 5 straipsnio 2 dalį komercinė veikla yra draudžiama, jeigu ji **prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams** ir gali **iš esmės iškreipti** vidutinio vartotojo ekonominę elgesį.

Šis kriterijus yra **savarankiškas** – tai **nėra** papildomas kumuliatyvus kriterijus, kuris turi būti įvykdytas, kad veiklą būtų galima laikyti patenkančia į kurią nors iš NKVD 6–9 straipsniuose ar I priede išvardytų nesąžiningos veiklos kategorijų. Tai parodo NKVD struktūrinė schema.

Tą patį patvirtino ir Teisingumo Teismas:

„45. <...> atsižvelgiant į šios direktyvos 5 straipsnio ir 6 straipsnio 1 dalies formuluotę ir struktūrą, taip pat į bendrą šios direktyvos struktūrą, komercinė veikla turi būti laikoma „klaidinančia“, kaip tai suprantama pagal pastarąją nuostatą, kai atitinka joje išvardytus kriterijus, ir nėra reikalo tikrinti, ar taip pat įvykdyta šios direktyvos 5 straipsnio 2 dalies a punkte nustatyta sąlyga, jog ši veikla prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams.“

46. Toks aiškinimas yra vienintelis, galintis užtikrinti konkrečių taisyklių, nustatytų Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos 6–9 straipsniuose, veiksmingumą. Iš tiesų, jei šių straipsnių taikymo sąlygos būtų identiškos toms, kurios nurodytos šios direktyvos 5 straipsnio 2 dalyje, šie straipsniai neturėtų jokios praktinės reikšmės, nors jie ir skirti vartotojams nuo dažniausiai pasitaikančių nesąžiningos komercinės veiklos atvejų apsaugoti“⁽¹⁵¹⁾.

Sąvoka „**profesinis atidumas**“ apima principus, kurie buvo įtvirtinti valstybių narių įstatymuose dar gerokai prieš priimant NKVD, pavyzdžiui, „sąžiningos komercinės veiklos“, „sąžiningumo“ ir „geros rinkos praktikos“ principus. Šiais principais pabrėžiamos reglamentuotos konkrečiai **verslo veiklos srčiai taikomos vertybės**. Ši sąvoka gali apimti nacionaliniuose, tarptautiniuose standartuose ir elgesio kodeksuose įtvirtintus principus (taip pat žr. 2.8.4 skirsnį dėl elgesio kodeksų nesilaikymo).

Pavyzdžiui:

- Vykdyto užtikrinimo institucija ėmėsi veiksmų prieš palydovinės televizijos paslaugas teikiantį prekiautoją, motyvuodama tuo, kad jis nesilaikė profesinio atidumo. Sutartys buvo terminuotos, tačiau vartotojui nesiėmus veiksmų, kad sutarčiai pasibaigus ji nebebūtų pratęsta, prekiautojas savaime laikė sutartį pratęsta⁽¹⁵²⁾.
- Nacionalinis teismas konstatavo, kad vykdyto užtikrinimo institucijos iškėltoje byloje nagrinėtu atveju skolų išieškojimo agentūra, darydama spaudimą vartotojams sumokėti sąskaitas už teisiškai negaliojančias sutartis ir atsisakydama atsakyti į jų klausimus, pažeidė profesinio atidumo principą. Vartotojai turi teisę žinoti, pagal kokias sąskaitas skolų išieškojimo agentūra renka mokesčius ir ar šis reikalavimas yra teisingas. Institucija, aiškindama profesinio atidumo reikalavimus, rėmėsi Skolų išieškojimo agentūrų asociacijos elgesio kodeksu, o nacionalinis teismas patvirtino šį aiškinimą. Jis taip pat nusprendė, kad šis elgesio kodeksas, kaip pavyzdys nustatant, kas yra profesinis elgesys, gali būti taikomas net ir toms bendrovėms, kurios nėra asociacijos narės⁽¹⁵³⁾.

Iš 5 straipsnio 2 dalies b punkto darytina išvada, jog tam, kad komercinė veikla būtų pripažinta prieštaraujančia profesinio atidumo reikalavimams, turi egzistuoti tikimybė, kad ji taip pat gali **„iš esmės iškreipti vartotojų ekonominį elgesį“**. Ši sąvoka aptariama šių gairių 2.4 skirsnyje.

⁽¹⁵¹⁾ 2013 m. rugsėjo 19 d. Sprendimas *CHS Tour Services GmbH v Team4 Travel GmbH*, C-435/11; patvirtintas 2015 m. balandžio 16 d. Sprendimo *UPC*, C-388/13, 61–63 punktais.

⁽¹⁵²⁾ Sprendimas Nr. DKK 6/2014.

⁽¹⁵³⁾ 2019 m. sausio 17 d., ECLI:NL:RBROT:2019:226.

Pavyzdžiui:

Vykdymo užtikrinimo institucija ėmėsi veiksmų prieš skolų išieškotoją. Institucija nustatė, kad prekiautojas darė nederamą spaudimą ir pakartotinai vykdė prieš vartotojus nukreiptą agresyvią veiklą, todėl toks elgesys neatitiko profesinio atidumo reikalavimų ir varžė vidutinio vartotojo pasirinkimo laisvę, taip verčiant jį priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs ⁽¹⁵⁴⁾.

2.8. 6 straipsnis. Klaidinantys veiksmai**6 straipsnis. Klaidinantys veiksmai**

1. Klaidinančia laikoma komercinė veikla, kurioje yra apgaulingos informacijos, ir dėl to ji yra neteisinga, arba kuri bet kuriuo būdu, įskaitant bendrą pristatymą, apgaulinėja arba gali apgauti vidutinį vartotoją, nors informacija ir yra faktiškai tiksli, vieno arba kelių toliau išvardintų elementų atžvilgiu, ir bet kuriuo atveju skatina arba gali paskatinti jį priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs:

- a) produkto egzistavimas arba pobūdis;
- b) pagrindinės produkto savybės, tokios kaip prieinamumas, naudingumas, pavojingumas, atlikimas, sudėtis, priedai, pagalba pirkėjui produktą įsigijus ir skundų nagrinėjimas, pagaminimo ar pateikimo metodas ir data, pristatymas, tinkamumas skirtam tikslui, panaudojimas, kiekis, techninės sąlygos, geografinė arba komercinė kilmė, rezultatai, kurių galima tikėtis jį naudojant, arba produkto bandymų arba patikrinimų rezultatai ir esminiai bruožai;
- c) [prekiautojo] įsipareigojimų apimtis, komercinės veiklos motyvai ir prekybos proceso pobūdis, bet koks pareiškimas arba simbolis, susijęs su [prekiautojo] arba produkto tiesioginiu arba netiesioginiu rėmimu arba patvirtinimu;
- d) kaina arba metodas, kuriuo ji apskaičiuojama, ar konkretaus kainos pranašumo buvimas;
- e) paslaugų, dalių, keitimo arba taisymo poreikis;
- f) [prekiautojo] arba jo atstovo pobūdis, požymiai ir teisės, t. y. jo tapatybė ir turtas, jo kvalifikacija, statusas, patvirtinimas, priklausomybė arba ryšys, pramoninių, komercinių ar intelektinių teisių nuosavybė arba jo apdovanojimai ir pasižymėjimai;
- g) vartotojo teisės, įskaitant teisę reikalauti pakeitimo ar kompensacijos pagal 1999 m. gegužės 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 1999/44/EB dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų tam tikrų aspektų, arba rizika, su kuria jis gali susidurti.

2. Komercinė veikla taip pat laikoma klaidinančia, jeigu ji realiomis sąlygomis, atsižvelgiant į visas jos savybes ir aplinkybes, skatina arba gali paskatinti vidutinį vartotoją priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, ir ji apima:

- a) bet kokią prekybą produktu, įskaitant lyginamąją reklamą, kuri painioja su bet kokiais kitais produktais, prekių ženklais, firmos vardais ar kitais konkurento skiriamaisiais ženklais;
- b) [prekiautojo] įsipareigojimų, esančių elgesio kodeksuose, kurių [prekiautojas] įsipareigojo laikytis, nesilaikymą, jeigu:
 - i) įsipareigojimas nėra tik siekiamybė, o yra tvirtas, ir jį galima patikrinti, ir
 - ii) [prekiautojas] komercinėje veikloje nurodo, jog yra saistomas kodekso.
- c) bet kokią prekybą preke vienoje valstybėje narėje kaip tapatį tokiai pačiai kitose valstybėse narėse parduodamai prekei, nors tos prekės sudėtis ar savybės gerokai skiriasi, nebent tai būtų pateisinama teisėtomis ir objektyviomis priežastimis.

6 straipsnis kartu su 7 straipsniu dėl klaidinančio informacijos neatskleidimo, yra dažniausiai vykdymo užtikrinimo tikslais taikoma nuostata (taikoma gerokai dažniau negu kitos nuostatos).

⁽¹⁵⁴⁾ PS9540 – Euroservice-Recupero Crediti. Provvedimento n. 25425, 2015 m. balandžio 15 d.

Pavyzdžiui, elgesio ekonomikos tyrimų rezultatai rodo, kad **vartotojų reakcija į informaciją priklauso** ne tik nuo jos turinio, bet ir **nuo jos pateikimo būdo**. Todėl 6 straipsnis aiškiai apima atvejus, kai komercinė veikla gali klaidinti vartotojus „bet kokiais būdais, įskaitant bendrą pateikimą“, „net jei pateikta informacija iš tikrųjų yra teisinga“.

Tokiais atvejais įvertinti, ar komercinė veikla yra klaidinanti, turi nacionalinės institucijos ir teismai, remdamiesi naujais elgesio ekonomikos tyrimų rezultatais. Pavyzdžiui, klaidinimu gali būti laikoma numatytųjų nustatymų naudojimas (kai vartotojų pasirinkimas yra preziumuojamas, nebent jie aiškiai nurodo ką kita) arba pernelyg sudėtingos informacijos pateikimas.

2.8.1. Bendra klaidinanti informacija

Pagal 6 straipsnio 1 dalies a–g punktus draudžiami klaidinantys veiksmai, kuriais vidutinis vartotojas gali būti klaidinamas įvairiais aspektais, įskaitant:

- produkto egzistavimą;
- pagrindines produkto savybes (pavyzdžiui, jo sudėtį, gamybos būdą, geografinę arba komercinę kilmę, su jo naudojimu susijusią numatomą riziką ir rezultatus);
- kainą arba jos apskaičiavimo metodą arba konkretaus kainos pranašumo buvimą;
- prekiautojo pobūdį, požymius ir teises.

6 straipsnis aiškiai apima visą komercinę veiklą, kurioje yra „**apgaulingos informacijos**, ir dėl to ji yra neteisinga“.

Pagal NKVD 7 straipsnio 4 dalį kvietime pirkti turi būti pateikta informacija apie produkto „pagrindines savybes“, o pagal Vartotojų teisių direktyvą tai turi būti padaryta prieš sudarant sutartį. Pagal NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktą draudžiama pateikti neteisingą informaciją apie pagrindines produkto savybes, jei dėl to vidutinis vartotojas galėtų priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

Pavyzdžiui:

- Vartotojų apsaugos institucija ėmėsi veiksmų prieš prekiautoją, kuris melagingai teigė, kad jo paskolų vartotojų mokamos palūkanų normos yra mažiausios rinkoje. Be to, prekiautojas reklamoje pateikė neteisingą informaciją, teigdamas, kad paskolos vartotojams suteikiamos, neatsižvelgiant į jų skolinimosi istoriją ⁽¹⁵⁵⁾.
- Kalbant apie IT produktus, pavyzdžiui, išorinius kietuosius diskus, USB raktus, mobiliuosius telefonus ir planšetinius kompiuterius, svarbiausias jų savybių aspektas yra informacijos saugojimo arba atminties talpa. Vartotojų apsaugos institucija ėmėsi veiksmų prieš prekiautoją, kurio reklamoje nurodyta IT produktų atminties talpa labai skyrėsi nuo tikrosios ⁽¹⁵⁶⁾. Panašiu atveju vartotojų apsaugos asociacija pareiškė kolektyvinį ieškinį – ji rėmėsi įvairiais prekių ženklais žymimų IT įrenginių tyrimais, kurie atskleidė, kad reklamuojama ir faktinė šių įrenginių atmintis skyrėsi beveik trečdaliu.
- Skrydžių agentūra, prieš sudarydama sandorį su vartotojais, bendravo su jais nacionaline kalba. Tačiau pagalba po pardavimo klientams buvo teikiama tik anglų kalba, o vartotojai prieš sudarydami sandorį apie tai informuoti nebuvo. Pripažinta, kad tokia komercinė veikla pažeidė NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktą, jį taikant kartu su I priedo 8 punktu ⁽¹⁵⁷⁾.
- Nacionalinis teismas konstatavo, jog tai, jog bilietas buvo perparduotas, laikytina pagrindine bilieta savybe, nes pirminis pardavėjas gali atsakyti įleisti perparduoto bilieta pirkėją ⁽¹⁵⁸⁾.

6 straipsnio 1 dalies c ir f punktai taikomi įvairiai informacijai apie prekiautoją ir pardavimo proceso pobūdį. Prie to taip pat galima priskirti komercinę veiklą, kai prekiautojas melagingai teigia arba leidžia suprasti, kad yra įgaliotas prekiauti produktu, o produktas priklauso pasirinktinio platinimo tinklui.

⁽¹⁵⁵⁾ Sprendimas Nr. RPZ 4/2015.

⁽¹⁵⁶⁾ PS9678 - Samsung - Caratteristiche Tecniche Smartphone. 2014 m. gruodžio 19 d. sprendimas Nr. 25138.

⁽¹⁵⁷⁾ ECLI:NL:CBB:2016:103, College van Beroep voor het bedrijfsleven, 15/338.

⁽¹⁵⁸⁾ ECLI:NL:CBB:2014:412, College van Beroep voor het bedrijfsleven, AWB 13/225.

Vykdydami komercinę veiklą, kurioje dažnai vartojami **teiginiai „iki...“**, prekiautojai kaip rinkodaros argumentą nurodo maksimalią naudą, kurios vartotojai gali tikėtis naudodami produktą. Teiginys „iki...“ gali būti pripažintas klaidinančiu, kaip tai suprantama pagal 6 straipsnį, jeigu jis **neatspindi** prekiautojo **pasiūlymo tikrovės** ir jeigu dėl jo vartotojas gali būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Teiginiai „iki...“ gali būti klaidinantys, jei prekiautojai negali **pagrįsti, kad vartotojai gali gauti maksimalius žadėtus rezultatus** įprastomis aplinkybėmis. Žr. 2.8.2 skirsnį dėl kainų pranašumų.

Tai, ar teiginys „iki...“ yra klaidinantis, reikia vertinti pagal konkretaus atvejo aplinkybes. Reikšmės gali turėti įvairūs kriterijai, pavyzdžiui:

- ar aiškiai atskleidžiami rezultatai ir nauda, kurios vidutinis vartotojas gali pagrįstai tikėtis, įskaitant visas taikytinas sąlygas ar apribojimus. Jeigu to nepadaroma, gali būti laikoma, kad teiginys apie „pagrindines produkto savybes“ yra klaidinantis:
 - o nes nepateikiama esminė informacija, kaip tai suprantama pagal 7 straipsnio 4 dalies a punktą (kvietimo pirkti atvejui);
 - o nes atliekami klaidinantys veiksmai, kaip tai suprantama pagal NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktą;
- ar prekiautojas gali iš karto pateikti tinkamus įrodymus, kuriais pagrįstų teiginį, kaip tai suprantama pagal NKVD 12 straipsnį.

Vartotojams teikiama informacija taip pat **neturi niekaip apgauti vartotojo (arba turi nebūti tokios tikimybės)**, įskaitant bendrą informacijos pateikimo būdą, nors informacija ir būtų faktiškai tiksli.

Pavyzdžiui:

- Finansų įstaiga reklamavo investicinį produktą kaip mažos rizikos penkerių metų indėlį su didesnėmis palūkanomis ir užtikrinta kapitalo grąža paskutinę indėlio termino dieną. Iš tikrųjų investuotojai prarado kapitalo palūkanas ir didelę iš pradžių investuoto kapitalo dalį. Vartotojų apsaugos institucija pripažino šią komercinę veiklą klaidinančia, nes investuotojai apie siūlomą finansinį produktą gavo nepakankamą ir klaidinančią informaciją ⁽¹⁵⁹⁾.
- Nacionalinis teismas pripažino klaidinančia mobiliųjų telefonų operatoriaus reklamą, nes prekiautojas, teigdamas, kad jo judriojo ryšio tarifai yra 30 proc. mažesni nei konkurentų, aiškiai nenurodė, kad pirmoji pokalbio minutė buvo skaičiuojama ne vienos sekundės tarifu. Teismas laikėsi nuomonės, kad dėl dviprasmiško pasiūlymo pristatymo vartotojas negalėjo priimti informacija paremtą sprendimą ⁽¹⁶⁰⁾.

NKVD nėra jokio formalaus reikalavimo nurodyti produkto **geografinę (ar komercinę) kilmę ar sudėtį** ⁽¹⁶¹⁾. Tačiau konkreitiems sektoriams skirtuose teisės aktuose tokie reikalavimai gali būti nustatyti ⁽¹⁶²⁾. Taip pat pažymėtina, kad vartotojo klaidinimas dėl šių aspektų gali patekti į NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punkte nustatyto draudimo taikymo sritį, jeigu ši melaginga ar apgaulinga informacija gali paskatinti vartotoją priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

Kai kurie nacionalinių teismų sprendimai priimti būtent dėl NKVD taikymo **klaidinantiems teiginiams apie kilmę**.

Pavyzdžiui:

Dominikos Respublikos įmonė prekiaavo savo produktu (romu) Sąjungoje, o ant butelių ir komercinėje medžiagoje buvo keletas užuominų apie Kubą. Nacionalinis teismas konstatavo, kad žinomos geografinės vietovės nurodymas ant produkto, nors produktas nėra kilęs iš tos vietovės, laikytinas klaidinančia komercine veikla ⁽¹⁶³⁾.

Būta atvejų, kai kilo klausimų ir dėl informacijos apie **produktų sudėtį**, pavyzdžiui, dėl prekių, kurias sudaro negyvūninės sudedamosios dalys, ženklavimo arba žymėjimo žodžiu „odinis“.

⁽¹⁵⁹⁾ Vartotojų ombudsmenas, 2013 m. vasario 25 d. (Protokolo Nr. 4995), Kipro bankas.

⁽¹⁶⁰⁾ Maltos vartotojų ieškinių teismo 2013 m. balandžio 17 d. Sprendimas *Melita mobile*.

⁽¹⁶¹⁾ Nors pagal NKVD 7 straipsnį šią informaciją būtų galima laikyti esmine.

⁽¹⁶²⁾ Pavyzdžiui, žr. 2019 m. lapkričio 12 d. Sprendimą *Organisation juive européenne* ir *Vignoble Psagot*, C-363/18, dėl privalomo maisto produktų kilmės šalies arba kilmės vietos nurodymo.

⁽¹⁶³⁾ 2012 m. gegužės 10 d. *Cour d'appel de Paris* sprendimas *Société Havana Club International* ir *SA Pernod* prieš *SAS Etablissements Dugas* ir *Société 1872 Holdings VOF* (Nr. 10/04016).

Pavyzdžiui:

Nacionaliniai teismai nusprendė, kad baldų, kurių sudėtyje nėra jokios odos, reklama teigiant, kad kai kurios baldų dalys pagamintos iš „tekstilinės odos“, yra klaidinanti. Teismai pabrėžė, jog vidutinis vartotojas darytų prielaidą, kad tokių baldų sudėtyje yra odos ⁽¹⁶⁴⁾.

Pagal 6 straipsnio 1 dalies g punktą prekyautojai neturėtų klaidinti vartotojų dėl **vartotojų teisių**.

Pavyzdžiui:

- Nacionalinis teismas atmetė prekyautojo, kurį vykdymo užtikrinimo institucija nubaudė už vartotojų klaidinimą dėl jų teisės atsisakyti sutarties, apeliacinių skundą. Užuoat aiškiai nurodžius, kad vartotojai gali per 14 dienų atsisakyti sutarties, sutartyse tiesiog buvo pateikta neaiškiai ir klaidinančiai išdėstyta nuoroda į atitinkamas nacionalinės teisės nuostatas ⁽¹⁶⁵⁾.
- Prekiautojas aktyviai reklamavo vienu metų nemokamą komercinę garantiją, norėdamas paskatinti už užmokestį prasitęsti šią komercinę garantiją iki trejų ar penkerių metų. Bendrovė tinkamai neinformavo vartotojų apie teisės aktuose nustatytą atitiktos garantiją, į kurią pagal Vartojimo prekių pardavimo ir garantijų direktyvą jie turi teisę dvejus metus nuo produkto pristatymo Vartotojų apsaugos institucija tokią komercinę veiklą pripažino klaidinančia, visų pirma remdamasi NKVD 6 straipsnio 1 dalies g punktu ⁽¹⁶⁶⁾. Vėliau šį sprendimą patvirtino ir nacionalinis teismas ⁽¹⁶⁷⁾.

2.8.2. Kainos pranašumai

Pagal 6 straipsnio 1 dalies d punktą draudžiama skelbti klaidinančią informaciją apie **kainą**. NKVD taikymas kainų sumažinimui, kuriam galioja specialiosios Kainų žymėjimo direktyvos 98/6/EB taisyklės, aptariamas 1.2.5 skirsnyje. **Kitų rūšių veiklai, kai reklamuojami kainų pranašumai, pavyzdžiui, lyginimui su kitomis kainomis, sudėtiniais arba susietais sąlyginiais pasiūlymams ir lojalumo programoms, tebėra visapusiškai taikoma NKVD ir tokia veikla yra reglamentuojama NKVD nuostatomis.** Tokiai pirkimo skatinimo veiklai aktualios kelios NKVD nuostatos (pvz., 6 straipsnio d punktas dėl konkretaus kainos pranašumo buvimo ir 20 punktas dėl nemokamų pasiūlymų). NKVD taip pat taikoma **individualizuotoms kainoms** (žr. 4.2.8 skirsnį).

Visų pirma pažymėtina, kad NKVD tebėra taikoma pirkimo skatinimo veiklai, kai kaina lyginama su kitų prekyautojų nustatytomis kainomis arba su kitomis lyginamosiomis kainomis, pvz., vadinamosiomis gamintojo „rekomenduojamomis mažmeninėmis kainomis“. **Atitinkami prekyautojai privalo ypač atkreipti dėmesį į tai, kad vartotojas turi būti aiškiai informuotas, jog lyginamoji kaina yra nurodyta palyginimo tikslu** ir kad tai nėra sumažinta prekyautojo anksčiau taikyta kaina. Toks paaiškinimas privalo būti suprantamai pateiktas greta lyginamosios kainos. Tai ypač svarbu, kai taikomi tam tikri metodai, pavyzdžiui, **lyginamoji kaina perbraukiama** ir vartotojai gali suprasti, kad ankstesnė to paties prekyautojo kaina buvo sumažinta. Valstybių narių institucijų pareiga yra kiekvienu konkrečiu atveju įvertinti, ar tokia veikla nėra klaidinanti ir ar ji atitinka NKVD.

Kiekvienu atveju, kai lyginant kainas yra naudojamos „rekomenduojamos mažmeninės kainos“, tai reikėtų paaiškinti. Jų naudojimas gali neatitikti NKVD 6 straipsnio 1 dalies d punkto, jeigu tos kainos bus nepagrįstai didelės ir nerealios, o vartotojams taip bus sudaromas išpūdis, kad jiems siūloma daug palankesnė kaina, negu yra iš tikrųjų.

Sprendime *Canal Digital Denmark* ⁽¹⁶⁸⁾ Teisingumo Teismas paaiškino, kad tokia komercinė veikla, kai **produkto kaina išskaidoma į kelis elementus pabrėžiant vieną iš tų elementų**, pagal 6 straipsnio 1 dalį yra laikytina klaidinančia, nes, pirma, vidutiniam vartotojui taip gali būti sudarytas klaidingas išpūdis, kad jam siūloma palanki kaina, ir, antra, tai gali šį vartotoją paskatinti priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Šias aplinkybes, atsižvelgdamas į visas reikšmingas pagrindinės bylos aplinkybes, turi patikrinti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas. ⁽¹⁶⁹⁾

⁽¹⁶⁴⁾ Urteil Az. I-4 U 174/11* OLG Hamm 8. März 2012 ir Urteil Az. 3 U 219/11* OLG Bamberg 21. März 2012.

⁽¹⁶⁵⁾ 2015 m. gegužės 11 d. Prahos miesto teismo sprendimas *Bredley ir Smith prieš Čekijos prekybos inspekciją*.

⁽¹⁶⁶⁾ 2011 m. gruodžio 21 d. PS7256, *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, COMET-APPLE-Prodotti in garanzia*.

⁽¹⁶⁷⁾ Consiglio di Stato, N. 05253/2015REG.PROV.COLL. N. 05096/2012 REG.RIC.

⁽¹⁶⁸⁾ 2016 m. spalio 26 d. Sprendimas *Canal Digital Denmark A/S*, C-611/14.

⁽¹⁶⁹⁾ Ten pat, 47–49 punktai.

Pavyzdžiui:

- 2020 m. Komisija ir Bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje tinklui (BVAS) priklausančios nacionalinės institucijos pasiekė, kad kelionių užsakymų interneto svetainės „Booking“ ir „Expedia“ prisiimtų tam tikrus įsipareigojimus. Jos, kaip platformos, sutiko užtikrinti, kad kainų sumažinimai ir nuolaidos būtų nurodomi aiškiai, laikantis ES vartotojų teisės normų, be kita ko, sutiko:
 - kainų, apskaičiuotų pagal skirtingas viešnagės datas, nenurodyti kaip nuolaidos (pvz., kainą perbraukiant arba pažymint, kad ji tam tikra procentine dalimi mažesnė);
 - aiškiai nurodyti, jeigu mažesnės kainos yra taikomos tik lojalumo programų nariams;
 - nenurodyti, kad pasiūlymas galioja ribotą laikotarpį, jeigu pasiūlymas už tokią pačią kainą galios ir vėliau ⁽¹⁷⁰⁾.
- Reklamuodamas sporto įrangą, prekiautojas lygino savo kainą su šiek tiek didesne rekomenduojama mažmenine importuotojo kaina, nors importuotojas šių produktų vartotojams tiesiogiai nepardavinėjo. Nacionalinis teismas konstatavo, kad tokia veikla yra klaidinanti ir uždraudė prekiautojui savo kainą lyginti su rekomenduojama mažmenine kaina, nebent ši kaina atitiktų kitų mažmenininkų tokiam pačiam produktui dažniausiai faktiškai taikomą kainą ⁽¹⁷¹⁾.
- Nacionalinis teismas konstatavo, kad prekiautojas pažeidė NKVD 6 straipsnio 1 dalies d punktą, nes rodė perbrauktas lyginamąsias baldų kainas, nors šie gaminiai niekada nebuvo siūlomi už tokią kainą. Taip prekiautojas sukūrė neegzistuojantį kainos pranašumą, kuris suklaidino arba galėjo klaidinti vartotojus ⁽¹⁷²⁾.

2.8.3. Klaidinanti rinkodara

NKVD 6 straipsnio 2 dalies a punkto nuostatomis reglamentuojama **klaidinanti rinkodara**.

6 straipsnio 2 dalies a punktas:

Komerčinė veikla taip pat laikoma klaidinančia, jeigu ji realiomis sąlygomis, atsižvelgiant į visas jos savybes ir aplinkybes, skatina arba gali paskatinti vidutinį vartotoją priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, ir ji apima:

- a) bet kokią prekybą produktu, įskaitant lyginamąją reklamą, kuri painioja su bet kokiais kitais produktais, prekių ženklais, firmos vardais ar kitais konkurento skiriamaisiais ženklais;

Pavyzdžiui:

- Nacionalinis teismas nusprendė, kad sąskaitų, kuriose atkartojama kito prekiautojo prekių ženklų simbolika (pavadinimas, prekių ženklai ir sąskaitos faktūros maketavimas) ir sudaromas įspūdis, kad paslaugas teikia tas kitas prekiautojas, yra nesąžininga komercinė veikla. Ši veikla taip pat prieštarauja NKVD I priedo 21 punktui (sąskaitos ar panašaus dokumento, kuriuo reikalaujama mokėjimo, įtraukimas į rinkodaros medžiagą, sudarant vartotojui įspūdį, kad jis jau užsisakė reklamuojamą produktą, nors iš tiesų taip nėra) ⁽¹⁷³⁾.
- Tas pats teismas taip pat nusprendė, kad geltonų nuorodų „Taxi“ ir „Taxi Gothenburg“ naudojimas ant taksi automobilių yra lyginamoji reklama, dėl kurios šios nuorodos pradedamos painioti su skiriamaisiais konkurento prekių ženklais. Painiavos atsiranda dėl to, kad kitas prekiautojas taksi paslaugas Geteborgo mieste teikia nuo 1922 m., o savo prekių ženkluose naudoja žodžius „Taxi Gothenburg“ ir geltoną spalvą ⁽¹⁷⁴⁾.

Veikla, kuri kelia abejonių dėl suderinamumo su šia nuostata, vadinama „**pakuočių kopijavimu**“ ir jos gali pasitaikyti tiek ne internetinės, tiek internetinės prekybos kanaluose. Tai reiškia, kad sukuriamą produkto pakuotę (arba firminis stilius (angl. *trade dress*), dėl kurios produktas įgyja bendro išorinio panašumo su gerai žinomo konkuruojančio prekių ženklo produktu.

⁽¹⁷⁰⁾ 2020 m. gruodžio 18 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/ip_20_2444.

⁽¹⁷¹⁾ MAO:829/15.

⁽¹⁷²⁾ ECLI:NL:RBROT:2019:4155, *Rechtbank Rotterdam*, ROT 18/4040.

⁽¹⁷³⁾ MD 2009:36, *Marknadsdomstolen*, 2009 m. lapkričio 19 d.

⁽¹⁷⁴⁾ MD 2015:9, *Marknadsdomstolen*, 2015 m. birželio 11 d.

Pakuočių kopijavimas nėra padirbinėjimas, nes paprastai tokiu atveju prekių ženklai nėra kopijuojami. Dėl pakuočių kopijavimo kyla pavojus, kad vartotojai bus suklaidinti ir tai iškreips jų ekonominę elgesį.

Pakuočių kopijavimas gali klaidinti vartotoją įvairiais būdais:

- tiesioginis klaidinimas – vartotojas įsigyja nukopijuotą produktą, palaikęs jį originaliu;
- klaidinimas dėl kilmės – vartotojas suvokia, kad nukopijuotas produktas skiriasi nuo originalaus, bet dėl pakuotės panašumo mano, kad jis to paties gamintojo;
- klaidinimas dėl lygiavertiškumo ar kokybės – vartotojas taip pat suvokia, kad nukopijuotas produktas yra kitoks, bet dėl pakuotės panašumo mano, kad produktas yra tokios pačios arba panašios kokybės kaip originalus produktas.

Matydamas panašią pakuotę, vartotojas mano, kad nukopijuoto ir originalaus produkto kokybė ar savybės yra panašios arba bent jau skiriasi ne tiek daug, kaip jam galėtų atrodyti kitu atveju. Panaši pakuotė sudaro vartotojams įspūdį, kad vienintelis dviejų produktų skirtumas yra kaina (o ne kaina ir kokybė kartu).

Pavyzdžiui:

Savo naujiems akiniams nuo saulės prekiautojas sugalvoja pavadinimą arba žymi juos ženklais, kurie yra labai panašūs į konkurento gaminamų akinių nuo saulės pavadinimą ar ženklą. Tokia veikla gali pažeisti NKVD 6 straipsnio 2 dalį, jeigu panašumas bus pakankamai didelis, kad supainiotų vidutinį vartotoją ir padidėtų tikimybė, kad jis pasirinktų naujuosius akinius nuo saulės, nors kitomis aplinkybėmis jų nebūtų rinkęsis.

NKVD I priede tam tikra komercinė veikla, kuri **apima klaidinančią rinkodarą, susijusią su prekių ženklais, firminiais ženklais ir atitinkamomis savybėmis**, yra draudžiama visais atvejais.

I PRIEDO 3 punktas

Patikimumo ženklo, kokybės ženklo ar lygiavertio ženklo nurodymas, negavus reikalingo leidimo.

I PRIEDO 4 punktas

Tvirtinimas, kad viešoji arba privati įstaiga [prekiautoją] (įskaitant jo vykdomą komercinę veiklą) arba gaminių patvirtino, pritarė ar suteikė leidimą jo gamybai (veiklai), jei tai iš tiesų nebuvo padaryta, arba toks tvirtinimas nesilaikant tvirtinimo, pritarimo gamybai ar leidimo suteikimo sąlygų.

I PRIEDO 13 punktas

Produkto, panašaus į kitą tam tikro gamintojo produktą, reklamavimas siekiant sąmoningai suklaidinti vartotojus, kad šie patikėtų, jog produktas yra to gamintojo pagamintas, nors taip nėra.

Kita vartotojus galinti klaidinti veikla – **su firminiais ženklais sutampančių raktinių žodžių naudojimas prekiautojų arba internetinėse prekyvietėse**, jei taip sudaromas klaidingas įspūdis dėl to, kuris prekiautojas faktiškai parduoda produktą. Jeigu, matydami rodomus rezultatus, vartotojai gali apsigauti dėl produkto pobūdžio ar supainioti produktus, prekių ženklus, prekybinius pavadinimus ar kitus konkurentų skiriamuosius ženklus, bus taikomi NKVD, visų pirma 6 straipsnio 1 dalies a punktas ir 6 straipsnio 2 dalies a punktas. Bendrovės, kaip naudojančios prekių ženklų užregistruotus raktinius žodžius, kad galėtų parduoti **suklastotus produktus**, gali būti pripažintos pažeidusios NKVD I priedo 9 punktą.

2.8.4. Elgesio kodeksų nesilaikymas

6 straipsnio 2 dalies b punktas:

2. Komercinė veikla taip pat laikoma klaidinančia, jeigu ji realiomis sąlygomis, atsižvelgiant į visas jos savybes ir aplinkybes, skatina arba gali paskatinti vidutinį vartotoją priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, ir ji apima:

<...>

- b) [prekiautojo] įsipareigojimų, esančių elgesio kodeksuose, kurių [prekiautojas] įsipareigojo laikytis, nesilaikymą, jeigu:
- i) įsipareigojimas nėra tik siekiamybė, o yra tvirtas, ir jį galima patikrinti, ir
 - ii) [prekiautojas] komercinėje veikloje nurodo, jog yra saistomas kodekso.

NKVD yra kelios nuostatos, kurių tikslas – **neleisti prekyautojams nesąžiningai pasinaudoti galimu vartotojų pasitikėjimu savireguliacijos kodeksais**. Direktyvoje nėra konkrečių taisyklių dėl elgesio kodekso galiojimo. Joje remiamasi prielaida, kad klaidinantys teiginiai apie prekiautojo narystę ar apie tariamai gautą savireguliacijos tarnybos pritarimą gali iškreipti vartotojų ekonominę elgesį ir sumažinti jų pasitikėjimą savireguliacijos kodeksais. Pirmiausia reikėtų pažymėti, kad pagal 6 straipsnio 2 dalies b punktą prekiautojai įpareigojami laikytis elgesio kodeksų, kurių jie patys įsipareigojo laikytis savo komerciniuose pranešimuose.

Sprendime *Bankia* Teisingumo Teismas išaiškino, kad pagal NKVD nacionalinės teisės aktai, kuriais elgesio kodeksams nesuteikiamas teisinio privalomumo pobūdis, nėra draudžiami ⁽¹⁷⁵⁾. Nors Teisingumo Teismas pripažino, kad 6 straipsnio 2 dalies b punkte yra numatyta, jog tai, kad prekiautojas nesilaiko elgesio kodekso, gali būti laikoma nesąžininga komercinė veikla, pačioje direktyvoje iš valstybių narių nėra reikalaujama prekiautojams numatyti tiesioginių padarinių vien dėl to, kad jie nesilaiko elgesio kodekso ⁽¹⁷⁶⁾.

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija, remdamasi šia nuostata, ėmėsi veiksmų prieš energijos tiekimo paslaugų teikėją. Paslaugų teikėjas, kuris priklausė energetikos įmonei atstovaujančiai asociacijai, tvirtino, kad šios asociacijos išleistas elgesio kodeksas jam yra privalomas. Elgesio kodekse buvo nurodyta, kad tais atvejais, kai vartotojai prašo tik informacijos, jiems nereikėtų siūlyti produktų ar paslaugų. Tačiau nagrinėtoje byloje vartotojai arba negavo prašytos informacijos, arba galiausiai būdavo susaistomi sutartimi, dėl kurios sutikimo jie neišreiškė. Elgesio kodekse taip pat buvo nurodyta, kad narys neturėtų naudotis vartotojo nepatyrimu ar pažeidžiamumu (amžiumi). Tačiau nagrinėjamas energijos paslaugų teikėjas pasinaudojo keliais vyresnio amžiaus žmonėmis, į kuriuos kreipėsi ⁽¹⁷⁷⁾.

Antra, siekiant **užtikrinti, kad prekiautojai savo rinkodaros veikloje elgesio kodeksais naudotųsi atsakingai**, pagal NKVD I priedą tam tikra **veikla** yra draudžiama visomis aplinkybėmis (I priedo 1 ir 3 punktai dėl elgesio kodeksų, 2 punktas dėl patikimumo ženklų ir 4 punktas dėl viešosios ar privačiosios įstaigos patvirtinimo).

2.8.5. Dvejopos kokybės prekių rinkodara

6 straipsnio 2 dalies c punktas

2. Komercinė veikla taip pat laikoma klaidinančia, jeigu ji realiomis sąlygomis, atsižvelgiant į visas jos savybes ir aplinkybes, skatina arba gali paskatinti vidutinį vartotoją priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, ir ji apima:

<...>

- c) bet kokią prekybą preke vienoje valstybėje narėje kaip tapačią tokiai pačiai kitose valstybėse narėse parduodamai prekei, nors tos prekės sudėtis ar savybės gerokai skiriasi, nebent tai būtų pateisinama teisėtomis ir objektyviomis priežastimis.

Laisvas prekių judėjimas nebūtinai reiškia, kad kiekvienas produktas bet kuriame bendrosios rinkos kampelyje turi būti vienodas. Vartotojai gali laisvai rinktis, kokius produktus pirkti, o verslo subjektai taip pat gali laisvai teikti rinkai ir parduoti skirtingos sudėties ar savybių prekes, jei tik užtikrina, kad jos visapusiškai atitiktų ES teisės aktus (tiek dėl produktų saugos, tiek dėl ženklinimo, tik kitus horizontaliuosius ar sektorių teisės aktus).

Tačiau, kaip nurodyta Direktyvos (ES) 2019/2161 52 konstatuojamojoje dalyje, prekyba prekėmis valstybėse narėse kaip tapačiomis, kai iš tikrųjų jų sudėtis ar savybės gerokai skiriasi, vartotojus gali klaidinti ir paskatinti priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kokio jie kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmę. Tokia veikla dažnai vadinama dvejopos kokybės prekių rinkodara.”

⁽¹⁷⁵⁾ 2018 m. rugsejo 19 d. Sprendimas *Bankia* (C-109/17).

⁽¹⁷⁶⁾ Ten pat, 58 punktas.

⁽¹⁷⁷⁾ CA/NB/527/29, 2010 m. lapkričio 6 d.

Todėl Direktyva (ES) 2019/2161 į NKVD įtraukta speciali nuostata (6 straipsnio 2 dalies c punktas), skirta atvejams, kai prekyautojai skirtingose valstybėse narėse parduoda prekes kaip tapačias, nors iš tikrųjų jų sudėtis ar savybės labai skiriasi, išskyrus atvejus, kai tai pateisinama teisėtomis ir objektyviomis priežastimis. 6 straipsnio 2 dalies c punkto taikymas grindžiamas **objektyviomis ir akivaizdžiomis** atitinkamų prekių pateikimo ir sudėties ar savybių **aplinkybėmis**.

NKVD 6 straipsnio 2 dalies c punkte paaiškinamas NKVD taikymas klaidinančiai dvejos kokybės prekių rinkodarai, tad nacionalinėms vartotojų teisių apsaugos institucijoms suteikiamas aiškesnis ir konkretesnis teisinis pagrindas kovoti su tokia klaidinančia veikla. Šios gairės įsigalioja vietoj 2017 m. Komisijos pranešimo dėl (pradinės redakcijos) NKVD taikymo dvejos kokybės maisto produktams ir jas pakeičia ⁽¹⁷⁸⁾.

Dalykas ir atitinkami prekyautojai

6 straipsnio 2 dalies c punktas taikomas tik „prekėms“, tačiau jos NKVD nėra apibrėžtos. NKVD taikoma „produktams“, kurie bendrai apibrėžiami kaip prekės, paslaugos ir skaitmeninis turinys. Todėl pagal analogiją turėtų būti taikoma Prekių pardavimo direktyvoje (ES) 2019/771 pateikta prekių apibrėžtis. Atitinkamai „prekės“ yra kilnojamieji materialūs daiktai, taip pat ribotas vandens, dujų ir elektros tūris arba nustatytas kiekis. Atitinkamai 6 straipsnio 2 dalies c punktas netaikomas paslaugoms ir skaitmeniniam turiniui – jiems ir toliau taikomos bendrosios NKVD taisyklės dėl klaidinančių veiksmų ar neveikimo.

Dvejos kokybės prekių rinkodara daugiausiai problemų kelia **maisto** (įskaitant gėrimus) srityje. Vis dėlto, NKVD 6 straipsnio 2 dalies c punktas taikomas ir kitų rūšių prekėms.

6 straipsnio 2 dalies c punktas taikomas „**rinkodarai**“, o tai yra plati sąvoka, apimanti tiek prekių pristatymą ant jų pakuočių, tiek su jomis susijusią reklamą, tiek jų pirkimo skatinimą ir pardavimą vartotojams.

6 straipsnio 2 dalies c punkto pagrindinė tikslinė grupė yra prekyautojai, kurie nustato, kaip atitinkamos prekės pristatomos ir kokia jų sudėtis. Dažniausiai tai yra gamintojai, įskaitant „privačių“ ženklų ir mažmenininkų prekių ženklų savininkai. **Todėl 6 straipsnio 2 dalies c punkto vykdymo užtikrinimo veikla, visų pirma, turėtų būti nukreipta į prekių gamintojus.**

Paprasti mažmenininkai paprastai neturi įtakos nei parduodamų prekių sudėčiai, nei pakavimui. Vis dėlto, jeigu konkretios prekės atžvilgiu nustatomas klaidinančios dvejos kokybės prekių rinkodaros faktas, **vykdymo užtikrinimo institucijos gali reikalauti imtis taisomųjų veiksmų ir iš mažmenininkų, kurie parduoda atitinkamą prekę.** Visų pirma jos gali reikalauti, kad mažmenininkai pardavimo vietoje pateiktų vartotojams papildomą informaciją, taip užtikrindami, kad vartotojai žinotų, jog atitinkama prekė iš tikrųjų nėra tapati kitose šalyse parduodamai prekei. Kadangi NKVD įmonių tarpusavio santykiams netaikoma, ja tokių vykdymo užtikrinimo veiksmų pasekmės įmonių tarpusavio sutartiniais santykiams (tarp mažmenininko ir gamintojo) neregamentuojamos.

Kadangi dvejos kokybės prekių rinkodara yra tarpvalstybinio pobūdžio, kompetentingos institucijos, prireikus, turi bendradarbiauti pagal **BVAS reglamentą** (ES) 2017/2394. Ypač reikėtų pažymėti, kad BVAS reglamente nustatytos aiškos kompetentingų institucijų savitarpio pagalbos pareigos siekiant užtikrinti, kad valstybės narės, kurioje yra įsisteigęs prekyautojas, institucijos imtųsi būtinų priemonių, kad kitų Sąjungos jurisdikcijų vartotojų atžvilgiu daromi pažeidimai būtų nutraukti.

Skirtumų ir to, ar prekės parduodamos kaip „tapačios“, nustatymas

Pagal NKVD 6 straipsnio 2 dalies c punktą galimai nesąžininga dvejos kokybės prekių rinkodaros veikla laikoma vykdoma, jei atitinka šias dvi sąlygas:

1. prekė parduodama kaip tapati prekei, kuria prekiaujama kitose valstybėse narėse, ir
2. prekės sudėtis ar savybės labai skiriasi, palyginti su prekėmis, kuriomis prekiaujama kitose valstybėse narėse.

⁽¹⁷⁸⁾ Komisijos pranešimas dėl ES maisto produktų ir vartotojų apsaugos teisės aktų taikymo sprendžiant dvejos produktų kokybės klausimus. Maisto produktai, OL C 327, 2017 9 29, p. 1. Šios gairės įsigalioja vietoj ankstesnio Komisijos pranešimo ir jį pakeičia.

Nuoroda į „kitas valstybes nares“ turėtų būti suprantama kaip nuoroda į **vieną arba kelias valstybes nares**, išskyrus valstybę narę, kuri imtasi vykdymo užtikrinimo veiksmų ⁽¹⁷⁹⁾.

Žodžių junginiu „prekyba preke kaip tapačia“ apibūdinama, kaip prekės pateikiamos ir kaip jas suvokia **vidutinis vartotojas**. Taigi, tam, kad vidutinis asmuo prekes suvoktų kaip tapačias, prekės neturi būti pateikiamos visais atžvilgiais vienodai. Pagal Direktyvos (ES) 2019/2161 53 konstatuojamąją dalį kompetentingos nacionalinės institucijos, atsižvelgdamos į informacijos prieinamumą ir tinkamumą, turėtų įvertinti, ar vartotojams lengva pastebėti prekių skirtumus.

Skirtingose valstybėse narėse vartotojams pristatydami skirtingas prekės versijas, kurių sudėtis ar savybės labai skiriasi, prekiautojai turėtų pastatyti save į vidutinio vartotojo padėtį ir patikrinti, ar **yra tikimybė, kad vidutinis vartotojas tas skirtingas versijas gali suvokti kaip tapačias**. Šiuo atžvilgiu prekiautojai gali pasisemti įkvėpimo iš esamos gerosios rinkodaros praktikos, kai įmonės pateikia skirtingas savo maisto produktų versijas (kurios yra prieinamos vienu metu kiekvienoje nacionalinėje rinkoje) taip, kad jų skirtumai vartotojui būtų labai aiškūs, bet kartu būtų išsaugoti bendri prekės ženklui būdingi elementai.

Kadangi 6 straipsnio 2 dalies c punktas taikomas tada, kai yra „skirtumų“, pagal jį nėra reikalaujama nustatyti „lyginamąją prekę“. Tiksliau, **pagal jį nėra reikalaujama nustatyti, kuri iš vienodai parduodamų prekių yra „originali“ ir kuri – „pakeista“ versija**. Svarbu tik tai, ar skirtingose valstybėse narėse parduodamos prekės labai skiriasi savo sudėtimi ar savybėmis, ar ne. Tai taip pat reiškia, kad prekiautojai turi patys nuspręsti, kaip užtikrinti, kad vartotojai aiškiai atskirtų skirtingas jų prekių versijas.

Kad nustatytų skirtumus su kitose valstybėse narėse parduodamomis prekėmis, nacionalinės vykdymo užtikrinimo institucijos turi **palyginti ant pakuotės pateiktą informaciją (t. y. informaciją ant pakuotės priekinės dalies ir etiketės)**. Jeigu bus nustatyta (atlikus laboratorinius tyrimus), kad pagal teisės aktus reikalaujama ženklinimo informacija yra neteisinga, pirmiau tai reikš, kad pažeisti ES maisto produktų reikalavimai (žr. toliau ir 1.2.2 bei 3.3 skirsnius).

Konkreto atvejo aplinkybių ir skirtumo reikšmingumo vertinimas

Pagal NKVD 6 straipsnio bendrąsias nuostatas prekyba skirtingose valstybėse narėse skirtingos sudėties ar savybių prekėmis kaip tapačiomis laikoma klaidinančia, todėl nesąžininga ir draudžiama, **jei tokia prekyba gali turėti įtakos vidutinio vartotojo sprendimui dėl sandorio**. Tuo tikslu atitinkamą komercinę veiklą reikia vertinti pagal konkreto atvejo aplinkybes. Sprendimo dėl sandorio kriterijus yra visų pagrindinių NKVD nuostatų dėl nesąžiningos komercinės veiklos (t. y. 5–9 straipsnių) taikymo pagrindas ir būtina sąlyga.

Šiuo atžvilgiu reikėtų pažymėti, kad vartotojai apskritai supranta, kad bendrojoje rinkoje yra užtikrinamas laisvas prekių judėjimas ir vienodos galimybės įsigyti prekių. Ypač reikėtų pažymėti, kad vartotojai prekių ženklus suvokia kaip patvirtinimą, kad kokybė yra kontroliuojama ir pastovi. Prie vartotojų suvokimo prisideda prekių ženklo reklama ir įvaizdžio kūrimas. Be to, tokie teiginiai kaip „originalus“, „unikalus“ ir „įkūrėjo receptas“, dažnai pateikiami ant, pavyzdžiui, maisto pakuočių, dar labiau sustiprina prekių ženklo savininko perteikiamą žinutę, kad visose rinkose parduodamos prekės pasižymi vienodomis savybėmis.

Todėl vartotojai *a priori* nemano, kad skirtingose šalyse parduodamų tam tikru prekės ženklu žymimų prekių sudėtis ar savybės bus skirtingos. **Jei vartotojai žinotų, kad jų šalyje parduodama prekė pasižymi kitokiomis savybėmis arba yra kitokios sudėties, palyginti su kitose šalyse parduodamomis prekėmis, jie galbūt tos prekės atsisakytų**. Tačiau, kalbant apie maisto produktus, 2020 m. JTC atliktas tyrimas atskleidė, kad, lyginant tirtus maisto produktus ir valstybes nares, **versijų skirtumai turėjo nevienodą poveikį vartotojų sprendimams pirkti**. Tiksliau, vartotojus informuojant apie maisto produktų skirtumus, vienais atvejais vartotojai pirmenybę teikė „vidaus rinkoje“ siūlomoms versijoms, kitais – maisto produktų versijoms, siūlomoms „užsienio rinkose“ ⁽¹⁸⁰⁾.

⁽¹⁷⁹⁾ Produktai palyginimui pasirenkami ir jų imtis sudaroma vadovaujantis bendra 2018 m. Komisijos Jungtinio tyrimų centro (JTC) nustatyta bandymų metodika. Ją galima rasti internete adresu https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/eu_harmonised_testing_methodology_-_framework_for_selecting_and_testing_of_food_products_to_assess_quality_related_characteristics.pdf.

⁽¹⁸⁰⁾ JTC ataskaita „Empirinis poveikio vartotojų pasirinkimui, kurį lemia iš pažiūros tapačių tam tikru prekių ženklu žymimų produktų sudėties skirtumai, tyrimas“ (2020 m.), paskelbta internete adresu <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/empirical-testing-impact-consumer-choice-resulting-differences-composition-seemingly-identical>. Vykdydamas eksperimentus laboratorijoje ir internete JTC analizavo, ar vartotojų informavimas apie produkto skirtumus (pavyzdžiui, apie tai, kad produktas „skirtas X šaliai“) turi įtakos tam, kuri produkto versija pasirenkama. Vykdydamas eksperimentus internete, aiškios pirmenybės versijoms, siūlomoms „vidaus rinkoje“, arba versijoms, siūlomoms užsienio rinkoje, nenustatyta, tačiau atliekant laboratorinius eksperimentus nustatyta, kad pirmenybė teikiama vidaus rinkoje siūlomoms versijoms. Atliekant eksperimentus internete nustatyta, kad, vartotojas pirmenybę vidaus rinkoje siūlomai produkto versijai iš 30 šalių produktų porų teikė 6 atvejais, užsienio rinkoje siūlomai versijai – 2 atvejais. Taip pat galima pažymėti, kad vartotojai neigiamai vertino vidaus ir užsienio rinkose siūlomas versijas atitinkamai 9 ir 8 atvejais. Atliekant laboratorinius eksperimentus pastebėta, kad vartotojų pasirinkimas priklauso nuo produkto ir šalies, tačiau jie dažnai pirmenybę teiktų savo šalyje siūlomai versijai (8 iš 12 atvejų).

JTC ataskaitoje taip pat nustatyta, kad tais atvejais, kai prekės skiriasi, vartotojų elgesys **taip pat priklauso nuo skirtumo masto**. Poveikis vidutinių vartotojų sprendimams dėl sandorio greičiausiai būtų didesnis, jei jie žinotų, kad, pavyzdžiui, viena ar kelios pagrindinės maisto produkto sudedamosios dalys arba jų kiekis iš esmės skiriasi ⁽¹⁸¹⁾. Didėsnis sudėties skirtumai kelia didesnę tikimybę, kad jų juslinės savybės irgi skirsis, o tai vartotojams yra vienas iš svarbių maisto kokybę lemiančių veiksnių. Tačiau taip pat svarbu pabrėžti, kad **juslinis maisto produktų suvokimas yra tik vienas iš elementų, kurie gali turėti įtakos vartotojų pasirinkimui**. Pavyzdžiui, vartotojai taip pat galbūt nori dėl įvairių ne vien su jų sveikata susijusių priežasčių išvengti tam tikro pobūdžio sudedamųjų dalių (pvz., alergenų). Ypač reikėtų pažymėti, kad vartotojai vis daugiau svarbos suteikia tam, kokį poveikį aplinkai daro tikros prekės ar jų sudedamosios dalys, jų geografinė kilmė, gamybos būdai, cheminei sudėčiai ir kt. ⁽¹⁸²⁾

Tai, ar skirtumas yra „reikšmingas“, ar „nereikšmingas“, kalbant, pavyzdžiui, apie tam tikras maisto sudedamąsias dalis, negalima nustatyti iš anksto. Skirtumo „reikšmingumas“ vidutiniam vartotojui veikia **nustatomas vertinant prekybos dvejopos kokybės prekėmis veiklą pagal konkrečius atvejo aplinkybes**. Būtent šia – poveikio vidutiniam vartotojui – prasme ši sąvoka vartojama NKVD 6 straipsnio 2 dalies c punkte.

Pagrįstos išimties

Pagal 6 straipsnio 2 dalies c punktą prekyautojams leidžiama (toliau) prekiauti prekėmis, kurių sudėtis ar savybės reikšmingai skiriasi, kaip tapačiomis, kai tai pateisinama „**teisėtomis ir objektyviomis priežastimis**“. Neišsamus orientacinis tokių priežasčių sąrašas pateiktas Direktyvos (ES) 2019/2161 53 konstatuojamojoje dalyje ir tai yra: nacionaliniai teisiniai reikalavimai, žaliavų prieinamumas ir (arba) sezoniskumas; savanoriškos strategijos, siekiant didinti galimybes maitintis sveikai ir maistingai, taip pat prekyautojo teisė skirtingose geografinėse rinkose to paties firminio ženklo prekes siūlyti skirtingo svorio ar tūrio pakuotėse.

Nacionalinėse taisyklėse iš tiesų gali būti nustatyti **konkretūs** tam tikrose šalyse parduodamų tam tikrų rūšių maisto produktų sudėties **reikalavimai**, kurių kitose valstybėse narėse nėra. Be to, objektyvių tiekimo skirtumų gali atsirasti dėl **geografinio ir (arba) sezoninio žaliavų prieinamumo**, kuris turi įtakos produktų sudėčiai ir (arba) skoniui. Prekiautojai taip pat gali pradėti taikyti naujus receptus, laikydamiesi savanoriškos mitybos keitimo politikos, ir dėl techninių ar ekonominių priežasčių to gali būti neįmanoma padaryti visose rinkose vienu metu.

Be to, kadangi Direktyvos (ES) 2019/2161 53 konstatuojamojoje dalyje pateiktų pavyzdžių sąrašas nėra baigtinis, skirtingose valstybėse narėse parduodamų prekių diferencijavimas taip pat gali būti pateisinamas kitomis objektyviomis priežastimis.

Bet kokio prekyautojų nurodytų priežasčių, kuriomis jis pateisina prekių diferencijavimą, pagrįstumą reikėtų vertinti pagal kiekvieno konkrečius atvejo aplinkybes. Prekiautojai privalo įrodyti išimties pagrįstumą. Visų pirma, kai prekyautojas nacionalines produktų versijas pritaiko pagal vietos vartotojų prioritetus, jis turi būti pajėgus įrodyti (pvz., atlikdamas ekonominius ar rinkos tyrimus) vartotojų prioritetus ir tai, kad diferencijuodamas produktus iš tikrųjų siekia atsižvelgti į tokius prioritetus.

Direktyvos (ES) 2019/2161 53 konstatuojamojoje dalyje pabrėžiama, kad **prekiautojai, kurie diferencijuoja savo prekių versijas dėl teisėtų ir objektyvių priežasčių, turėtų apie tai informuoti vartotojus**. Nors dėl to, kaip tai padaryti, paliekama spręsti prekyautojams, minėtoje konstatuojamojoje dalyje pabrėžiama, kad prekyautojai paprastai pirmenybę turėtų teikti informacijos pateikimo ant prekių etiketės alternatyvoms. Kitais būdais informacija gali būti skelbiama mažmenininkų patalpose ir (arba) pardavimo internetu sąsajose, produktų interneto svetainėse (informacija turėtų būti lengvai ir tiesiogiai prieinama, pvz., nuskaitant ant pakuotės esantį QR kodą) arba produktų reklamoje. Bet kuriuo atveju, informacija vidutiniam vartotojui, įskaitant pažeidžiamus vartotojus, turėtų būti prieinama lengvai ir tiesiogiai. Aktyviai ir skaidriai teikdami informaciją apie prekių diferenciaciją šiais kitais būdais, prekyautojai ne tik informuos vartotojus, bet ir aiškiai nurodys jiems ir nacionalinėms vykdymo užtikrinimo institucijoms, kad, jo nuomone, tolesnė prekyba tam tikromis prekėmis kaip tapačiomis yra pagrįsta pagal NKVD. Be to, tokių aktyvų ir skaidrų informavimą turėtų skatinti ir komerciniai interesai, ypač kai prekės yra diferencijuojamos iš tiesų siekiant įvykdyti nacionalinius teisinius reikalavimus arba pagerinti vartotojų patirtį.

⁽¹⁸¹⁾ JTC ataskaita „Iš pažiūros tapačių tam tikrų prekių ženklų žymimų produktų sudėties skirtumai. Poveikis vartotojų pirkimo sprendimams ir gerovei“ (2020 m.), paskelbta internete adresu <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/differences-composition-seemingly-identical-branded-products-impact-consumer-purchase-decisions-and>. Ataskaitoje patvirtinta, kad skirtingų šalių rinkoms skirtų produktų versijų skirtumai gali turėti įtakos vartotojams tik tada, kai sudėties skirtumai yra suvokiami kaip reikšmingi.

⁽¹⁸²⁾ Žr. JTC ataskaitą „Tam tikrų prekių ženklų žymimų maisto produktų savybių, susijusių su kokybe, palyginimo ES mastu rezultatai. 2 dalis. Juslinis tikrinimas“ (2021 m.), paskelbta internete adresu <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/results-eu-wide-comparison-quality-related-characteristics-branded-food-products-part-2-sensory>. Atliekant tyrimą padaryta išvada, kad juslinių savybių vertinimui dažniau pastebi didesnius sudėties skirtumus, o mažesni skirtumai dažniausiai lieka nepastebėti.

Prekiautojo teiginiai, kad prekės parduodamos kaip tapačios, nors tarp jų yra reikšmingų skirtumų, patenka į NKVD 12 straipsnio taikymo sritį. 12 straipsnyje nurodyta, kad valstybės narės privalo įgaluoti nacionalinius teismus ir institucijas reikalauti iš prekiautojų pateikti jų faktinius teiginius pagrindžiančius įrodymus. Šis įgaliojimas taip pat turėtų būti taikomas prekiautojų teiginiais dėl diferencijavimo pagrįstumo.

Maisto produktai

ES maisto srities teisės aktai taikomi lygiagrečiai su NKVD, jie gali būti svarbūs ir nagrinėjant dvejopos kokybės atvejus, nes atrodo, kad daugiausia tokių atvejų pasitaiko maisto sektoriuje.

Tiksliau tariant, Reglamentu (EB) Nr. 178/2002 dėl bendrų maisto srities teisės aktų siekiama užtikrinti aukštą žmonių sveikatos ir vartotojų interesų, susijusių su maistu, apsaugos lygį, kartu užtikrinant veiksmingą vidaus rinkos veikimą. Šis reglamentas yra Sąjungos maisto srities teisės aktų pagrindas. Jame, be kitų dalykų, nustatomi (Sąjungos ir nacionalinės) maisto srities teisės aktų bendrieji principai, taip pat maisto ir pašarų verslo subjektų atsakomybė visais maisto ir pašarų gamybos, perdirbimo ir paskirstymo etapais.

Šiuo atžvilgiu reglamente nustatyta, kad vartotojų interesų apsauga yra vienas iš bendrųjų maisto srities teisės aktų principų⁽¹⁸³⁾. Atitinkamai maisto srities teisės aktais siekiama apsaugoti vartotojų interesus, kad vartotojai, jais remdami, vartojamus maisto produktus rinktųsi sąmoningai. Visų pirma turi būti siekiama užkirsti kelią: a) nesąžiningai arba apgaulingai veiklai, b) maisto klastojimui (primaišymui) ir c) kitokiai veiklai, kuri gali klaidinti vartotoją.

Reglamente taip pat nustatyta, kad vartotojų neturi klaidinti maisto ar pašarų etiketės, reklama ir pateikimas, įskaitant jų formą, išvaizdą arba įpakavimą, pakavimo medžiagas, sudėjimo tvarką, apipavidalinimą juos demonstruojant ir įvairiomis priemonėmis apie juos teikiamą informaciją, o maisto ir pašarų verslo subjektai įpareigojami neklaidinti vartotojų⁽¹⁸⁴⁾. Sąjungos rinkai galima pateikti tik saugius maisto produktus ir pašarus⁽¹⁸⁵⁾. Maisto ir pašarų verslo subjektai visais su jų kontroliuojamu verslu susijusiais gamybos, perdirbimo ir paskirstymo etapais privalo užtikrinti, kad maistas arba pašarai atitiktų su jų veikla susijusius maisto srities teisės aktų reikalavimus ir privalo tikrinti, ar šių reikalavimų laikomasi⁽¹⁸⁶⁾.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad Reglamente (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams (toliau – IMTV reglamentas) nustatytos bendrosios ženklinimo taisyklės ir reikalavimai, įskaitant reikalavimą pateikti išsamų sudedamųjų dalių sąrašą, tam tikrų sudedamųjų dalių ar tam tikros kategorijos sudedamųjų dalių kiekį, informaciją apie alergenų, maistingumą ir kt. Tai suteikia vartotojams galimybę gauti išsamią informaciją apie maisto produktų sudėtį ir užkirsti kelią klaidinančiai informacijai apie maistą. Informacija apie maistą turi būti aiški, tiksli ir vartotojui lengvai suprantama. Šiuo tikslu IMTV reglamente nustatyti konkretūs privalomos informacijos pateikimo reikalavimai, įskaitant mažiausio šrifto dydį.

ES maisto srities teisės aktais sukurta išsami teisinė sistema, kuria siekiama užtikrinti ne tik aukštą vartotojų sveikatos ir jų socialinių bei ekonominių interesų apsaugos lygį, bet ir laisvą saugių maisto produktų judėjimą ES bendrojoje rinkoje.

Pagal IMTV reglamentą reikalaujama pateikti informacija yra „esminė“, kaip tai suprantama pagal NKVD 7 straipsnio 5 dalį. Tokios informacijos neatskleidimas, įvertinus konkretaus atvejo aplinkybes, gali būti laikomas klaidinančiu, jei dėl to gali būti padarytas poveikis vidutinio vartotojo sprendimams dėl sandorio.

Už NKVD vykdymo užtikrinimą atsakingos nacionalinės institucijos, atlikdamos galimai klaidinančios dvejopos kokybės atvejų tyrimus, paprastai vadovaujasi informacija apie produkto sudėtį, pateikta ant pakuotės pagal ES maisto srities teisės aktų reikalavimus⁽¹⁸⁷⁾.

Tačiau klaidinančios dvejopos kokybės taikymo praktikos gali pasitaikyti ir tais atvejais, kai produkto skirtumai iš produkto etiketės nėra akivaizdūs. Tokiais atvejais už maisto srities teisės aktus atsakingos institucijos tikrina, kaip laikomasi IMTV reglamento ir konkretiems produktams taikomų reglamentų, kuriais nustatomi sudėties standartai. Jeigu valstybėse narėse už NKVD ir konkrečių sektorių teisės aktų vykdymo užtikrinimą yra atsakingos skirtingos institucijos, jos turėtų glaudžiai bendradarbiauti, siekdamos užtikrinti, kad jų tyrimų dėl to paties prekiautojo ir (arba) komercinės veiklos išvados nuosekliai derėtų.

⁽¹⁸³⁾ Reglamentas (EB) Nr. 178/2002 8 straipsnis.

⁽¹⁸⁴⁾ Reglamentas (EB) Nr. 178/2002 16 straipsnis.

⁽¹⁸⁵⁾ Reglamentas (EB) Nr. 178/2002 14 straipsnis.

⁽¹⁸⁶⁾ Reglamentas (EB) Nr. 178/2002 17 straipsnio 1 dalis.

⁽¹⁸⁷⁾ Tokia informacija rėmėsi JTC, 2019 m. vykdydamas pirmąjį lyginamąjį ES maisto tyrimą (etikečių palyginimą), ir 2021 m. pradėtą antrąjį bandymų tyrimą.

Kitos prekės

Kadangi klaidinančios dvejopos kokybės taikymo praktikos draudimas taikomas ne tik maisto produktams, taip pat atsižvelgdama į susirūpinimą dėl panašios su kitomis vartojimo prekėmis susijusios praktikos ⁽¹⁸⁸⁾, 2021 m. Komisija vykdė bandomąjį tyrimą valymo produktų, ploviklių ir kosmetikos srityje. Šio tyrimo tikslas – išnagrinėti, ar pirmiau minėta Jungtinio tyrimų centro parengta bendra maisto produktų sričiai skirta metodika gali būti išplėsta, kad pagal ją būtų galima palyginti tokių prekių sudėtį, ir ar valstybių narių kompetentingos institucijos, NVO ar pramonės atstovai gali sukurti dvejopos kokybės atvejų stebėsenos priemonę.

2.9. 7 straipsnis. Klaidinantis informacijos neatskleidimas

7 straipsnis. Klaidinantis informacijos neatskleidimas

1. Komer cinė veikla laikoma klaidinančia, jeigu toje faktinėje situacijoje, atsižvelgiant į visus jos ypatumus ir aplinkybes bei komunikacijos priemonių ribotumą, ją vykdant neatskleidžiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis toje situacijoje 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.

2. Klaidinančiu informacijos neatskleidimu, atsižvelgiant į 1 dalyje numatytus klausimus, taip pat laikomas [prekiautojo] vykdomas 1 dalyje nurodytos esminės informacijos nuslėpimas arba jos pateikimas neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku, arba komercinės veiklos komercinio tikslo, jeigu jis neaiškus iš konteksto, nenurodymas, ir kai dėl to abiem atvejais vidutinis vartotojas paskatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio kitomis aplinkybėmis jis nebūtų priėmęs.

3. Jeigu komercinei veiklai perduoti naudojamos komunikacijos priemonės yra ribotos apimties arba laiko prasme, tai, sprendžiant, ar informacija buvo neatskleista, turi būti atsižvelgiama į šį ribotumą bei bet kokias kitas priemones, kurių [prekiautojas] ėmėsi tam, kad informacija būtų prieinama vartotojams kitais būdais.

4. Jeigu neaišku iš konteksto, kvietimo pirkti atveju esmine laikoma ši informacija:

- a) pagrindinės produkto charakteristikos, tiek, kiek tikslinga komunikacijos priemonių ir produkto atžvilgiu;
- b) [prekiautojo] adresas ir jo tapatybę nustatantys duomenys, t. y. vardas ar pavadinimas, kuris nurodomas prekiaujant, ir, jei tai reikalinga, [prekiautojo], kurio vardu jis veikia, adresas ir tapatybę nustatantys duomenys;
- c) kaina, į kurią įskaičiuoti mokesčiai, arba, jeigu dėl produkto pobūdžio ši kaina pagrįstai negali būti apskaičiuota iš anksto, metodas, kuriuo ši kaina apskaičiuojama, taip pat, jeigu tai reikalinga, visi papildomi mokesčiai už krovinių vežimą, pristatymo arba pašto išlaidos arba, jeigu šie mokesčiai dėl pagrįstų priežasčių negali būti apskaičiuoti iš anksto, informacija apie tai, kad gali tekti mokėti tokius papildomus mokesčius;
- d) apmokėjimo, pristatymo ir vykdymo tvarka, jeigu ji skiriasi nuo profesinio atidumo reikalavimų;
- e) jeigu suteikiama teisė atsisakyti produktų ir nutraukti sandorius – informacija apie tokią teisę;
- f) elektroninėse prekyvietėse siūlomų produktų atveju – ar trečioji šalis, teikianti produktus, yra prekiautojas ar ne, remiantis elektroninės prekyvietės teikėjui pateikta tos trečiosios šalies deklaracija;

4a. Tais atvejais, kai vartotojams suteikiama galimybė ieškoti produktų, kuriuos siūlo skirtingi prekiautojai arba vartotojai, remiantis užklausa pagal raktažodį, frazę arba kitas įvesties priemones, neatsižvelgiant į tai, kur sandoriai galiausiai yra sudaromi, konkrečioje elektroninės sąsajos dalyje, kuri yra tiesiogiai ir lengvai prieinama iš puslapio, kuriame pateikiami užklauskos rezultatai, pateikta bendroji informacija apie pagrindinius parametrus, kurie lemia vartotojui pagal paieškos užklauską pateikiamų produktų reitingą, ir tų parametrų santykinį reikšmingumą, palyginti su kitais parametrais, laikoma esmine. Ši dalis netaikoma interneto paieškos sistemų teikėjams, kaip apibrėžta Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2019/1150 2 straipsnio 6 punkte.

⁽¹⁸⁸⁾ Pavyzdžiui, 2018 m. rugsėjo 13 d. Europos Parlamento rezoliucijoje dėl dvejopos produktų kokybės bendrojoje rinkoje (OL C 433, 2019 12 23, p. 191) minima diferencijavimo praktika, kuri yra taip pat susijusi su ne maisto produktais, įskaitant ploviklius, kosmetiką, tualetų reikmenis ir kūdikiams skirtus produktus. Rezoliuciją taip pat galima rasti internete: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0357_EN.html.

5. Bendrijos teisės nustatyti informaciniai reikalavimai dėl komercinio pranešimo, įskaitant reklamą arba prekybą, kurių neišsamus sąrašas pateikiamas II priede, laikomi esminiais.
6. Jeigu prekiautojas leidžia vartotojui susipažinti su atsiliepimais apie produktus, informacija apie tai, ar ir kaip prekiautojas užtikrina, kad skelbiami atsiliepimai yra gauti iš vartotojų, kurie iš tikrųjų naudojo arba įsigijo produktą, laikoma esmine.

2.9.1. Esminė informacija

7 straipsnio 1 ir 2 dalyse nustatyta labai bendrai suformuluota pozityvi prekiautojo pareiga pateikti **visą informaciją, kurios vidutiniam vartotojui reikia, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio**. Ši informacija 7 straipsnyje vadinama „**esmine**“.

NKVD „esminė informacija“ neapibrėžiama, išskyrus konkretų „kvietimo pirkti“ atvejį, kuris reglamentuotas 7 straipsnio 4 dalyje (žr. 2.9.5 skirsnį). NKVD 7 straipsnio 5 dalyje taip pat patikslinta, kad ES teisės aktuose nustatyti reikalavimai dėl informacijos komerciniame pranešime, įskaitant reklamą, laikytini esminiais (žr. 1.2.2 skirsnį).

Tačiau, kaip paaiškinta 15 konstatuojamojoje dalyje, jeigu valstybės narės nustatyti informacijos reikalavimai yra griežtesni nei nustatyti Bendrijos teisėje, kaip būtiniausios nuostatos, tokios papildomos informacijos neatskleidimas pagal šią direktyvą nebus laikomas klaidinančiu informacijos neatskleidimu.

Kiekvieni konkrečiu atveju vertindami, ar **esminė informacija nebuvo neatskleista**, nacionalinės institucijos ir teismai turi atsižvelgti į visas atitinkamos komercinės veiklos ypatybes ir aplinkybes, įskaitant jai viešinti naudotos priemonės ribotumą.

Pavyzdžiui:

- Nacionalinė vartotojų apsaugos tarnyba ėmėsi veiksmų prieš prekiautoją, kuris siūlė gyvybės draudimo produktus, tačiau reklamoje neskelbė esminės informacijos. Prekiautojas tvirtino, kad apdrausto asmens artimieji asmeniui mirus gautų visas draudimo išmokas. Tačiau prekiautojas neinformavo vartotojų, kad jeigu asmuo mirtų per pirmus 24 sutarties mėnesius dėl kitų priežasčių, ne dėl nelaimingo atsitikimo, artimieji gautų tik ribotas draudimo išmokas⁽¹⁸⁹⁾.
- Kai kuriose palyginimo priemonėse teiginiais „geriausias pasiūlymas“ vadinami nebūtinai pigiausi, bet ekonomiškai naudingiausi pasiūlymai. Informacijos apie kriterijus, dėl kurių pasiūlymas vadinamas „geriausiu“, neatskleidimas pagal NKVD 7 straipsnį gali būti laikomas klaidinančiu.

2.9.2. Paslėpta rinkodara ir (arba) komercinio tikslo nenurodymas

Pagal 7 straipsnio 2 dalį **komercinės veiklos komercinio tikslo nenurodymas laikomas klaidinančiu informacijos neatskleidimu**, jeigu dėl šio neatskleidimo vidutinis vartotojas gali būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

E. komercijos direktyvoje⁽¹⁹⁰⁾, Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvoje⁽¹⁹¹⁾ ir E. privatumo direktyvoje⁽¹⁹²⁾ šiuo tikslu taip pat nustatyti tam tikri reikalavimai dėl komercinių pranešimų ir elektroninių laiškų siuntimo tiesioginės rinkodaros tikslais. Konkretus paslėptos rinkodaros aspektas taip pat reglamentuotas Vartotojų teisių direktyvos 8 straipsnio 5 dalyje.

Vartotojų teisių direktyvos 8 straipsnio 5 dalis:

„<...> jeigu prekiautojas skambina vartotojui telefonu siekdamas sudaryti nuotolinės prekybos sutartį, jis pokalbio su vartotoju pradžioje atskleidžia savo tapatybę ir, jei taikoma, asmens, kurio vardu jis skambina, tapatybę ir komercinį šio pokalbio tikslą“.

⁽¹⁸⁹⁾ Lenkijos konkurencijos ir vartotojų apsaugos tarnybos sprendimas Nr. DDK 7/2014.

⁽¹⁹⁰⁾ Direktyva 2000/31/EB.

⁽¹⁹¹⁾ Direktyva 2010/13/ES.

⁽¹⁹²⁾ Direktyva 2002/58/EB.

Šios nuostatos daugiausia skirtos konkrečiai komercinei veiklai ar sektoriams, o 7 straipsnio 2 dalies **taikymo sritis yra bendra, platesnė ir apima bet kokią komercinę veiklą.**

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija ėmėsi veiksmų prieš prekiautoją, kuris kvietė vartotojus į susitikimus, siūlydamas jiems nemokamus sveikatos patikrinimus pagal programą „Rūpinuosi savo sveikata“. Prekiautojas neatskleidė, kad pagrindinis susitikimų tikslas buvo pristatyti produktus su tikslu parduoti juos vartotojams ⁽¹⁹³⁾.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad tam tikra veikla, kurios komercinis tikslas nenurodomas, pagal NKVD 7 straipsnio 2 dalį yra draudžiama visomis aplinkybėmis.

Pagal I priedo 11 punktą draudžiamas „**redakcinės skilties naudojimas reklamuojant produktą žiniasklaidoje, kai [prekiautojas] sumokėjo už reklamą, aiškiai nepažymint to turinyje ar vaizdinėmis arba garsinėmis priemonėmis, kurias vartotojas galėtų aiškiai atpažinti (angl. advertorial)**“.

Pavyzdžiui:

Vienas iš didžiųjų laikraščių susitarė su telekomunikacijų operatoriumi, finansuojančiu vieną laikraščio skiltį „Skaitmeninis gyvenimas“. Ši skiltis ir visa jos medžiaga, įskaitant informaciją apie produktus, kuriuos telekomunikacijų operatorius ketina pristatyti rinkai, pateikiama laikraščio redakciniame turinyje. Visuomenei apie komercinį pateikiamos medžiagos pobūdį buvo atskleista tik kukliu tekstu „bendradarbiaujant su“, po kurio buvo pridėtas telekomunikacijų operatoriaus prekių ženklas. Buvo nustatyta, kad tokia praktika pažeidžia NKVD I priedo 11 punktą ⁽¹⁹⁴⁾.

Pagal I priedo 22 punktą draudžiamas „**apgaulingas tvirtinimas arba įspūdis, kad prekiautojas veikia ne savo prekybos ar verslo įmonės arba su jo amatu ar profesija susijusiais tikslais, sukūrimas arba apgaulingas prisistatymas vartotojui.**“

7 straipsnio 2 dalis, taikoma kartu su I priedo 11 ir 22 punktais, gali būti ypač aktuali prekiautojams internetu (žr. 4.2.5 skirsnį dėl socialinių tinklų ir 4.2.6 skirsnį dėl nuomonės formavimo rinkodaros).

2.9.3. Neaiškiai pateikta esminė informacija

Pagal 7 straipsnio 2 dalį esminės informacijos pateikimas „**neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku**“ laikomas klaidinančiu informacijos neatskleidimu, jeigu dėl to vidutinis vartotojas gali būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

Pavyzdžiui:

- Nacionalinis teismas padarė išvadą, kad prekiautojas pažeidė NKVD 7 straipsnį, nes vartotojus apie jų teises informavo neaiškiai, dviprasmiškai ir nepakankamai suprantamai. Informuodamas vartotojus apie jų teisę atsisakyti sutarties prekiautojas pateikė visą Vyriausybės dekreto tekstą. Teismas konstatavo, kad tame tekste buvo daugybė nuostatų, kurios nagrinėjamos sutartims nebuvo taikomos, ir kad viso pateikto Vyriausybės dekreto teksto negalima pripažinti informacija, iš kurios vartotojai galėtų aiškiai ir konkrečiai sužinoti apie jų teisės atsisakyti sutarties sąlygas ⁽¹⁹⁵⁾.
- Telefono ryšio operatorius per televiziją reklamavo galimybę tapti judriojo telefono ryšio abonementu, pabrėždamas ypatingus kainos pranašumus, o pasiūlymo apribojimai ir sąlygos buvo pateikti tik mažomis raidėmis, kurios buvo rodomos ekrane tik labai trumpą laiką. Buvo konstatuota, kad, nepaisant naudojamos priemonės (televizijos) vietos ir laiko apribojimų, prekiautojui niekas netrukdytų tokius esminius faktus nurodyti aiškiau. Taigi, ta apimtimi, kuria esminė informacija nebuvo atskleista, reklama buvo pripažinta klaidinančia ⁽¹⁹⁶⁾.

⁽¹⁹³⁾ Lenkijos konkurencijos ir vartotojų apsaugos tarnybos sprendimas Nr. RPZ 6/2015.

⁽¹⁹⁴⁾ Årenden 2016/53 ir 2015/1000.

⁽¹⁹⁵⁾ Dėro administracinių ir darbo bylų teismo sprendimas K. 27.272/2014.

⁽¹⁹⁶⁾ KKO 2011:65.

— Reikalavimas esminę informaciją pateikti aiškiai, suprantamai ir laiku gali būti pažeistas, jeigu prekiautojas internetu savo veiklą nukreipia į tam tikros valstybės narės vartotojus ir dalį esminės informacijos jiems pateikia tos šalies kalba, tačiau kitą esminę informaciją, skelbia tik kita kalba ⁽¹⁹⁷⁾, pavyzdžiui, kita kalba skelbia informaciją tipinėse sąlygose ir nuostatose ⁽¹⁹⁸⁾. Tokiais atvejais NKVD taikoma papildomai, nepažeidžiant konkretnių kalbinių reikalavimų, nustatytų kituose ES teisės aktuose, pavyzdžiui, Direktyvoje 2011/83/ES nustatytai reguliavimo tvarkai, kuri yra taikoma sutartinei informacijai, pateikiamai nuotolinės prekybos ir ne prekybai skirtose patalpose sudarytose sutartyse (žr. VTD gairių 4.1.8 skirsnį).

2.9.4. Naudojamos komunikacijos priemonės faktinės aplinkybės ir ribotumas

7 straipsnio 1 dalyje pabrėžiama, kad siekiant įvertinti, ar komercinė veikla yra klaidinanti, ją reikia analizuoti „atsižvelgiant į visus jos ypatumus ir aplinkybes bei **komunikacijos priemonių ribotumą**“.

7 straipsnio 3 dalį reikėtų aiškinti kartu su 7 straipsnio 1 dalimi. Pagal 7 straipsnio 3 dalį vertinant, ar esminė informacija nebuvo neatskleista, reikėtų atsižvelgti į:

- naudojamos komunikacijos priemonės **ribotumą apimties arba laiko** prasme;
- visas **priemones, kurių prekiautojas ėmėsi**, kad informacija būtų prieinama vartotojams kitais būdais.

Minėtos nuostatos taikomos visoms 7 straipsnio dalims. Be to, remiantis 7 straipsnio 4 dalies įžangine dalimi, prekiautojai neprivalo pateikti informacijos kvietimuose pirkti, jeigu ši informacija **ir taip yra aiški iš konteksto**.

Teisingumo Teismas išaiškino, kad vertinant klaidinančią informacijos neatskleidimą pagal NKVD 7 straipsnio 1 ir 3 dalis, į pirmiau paminėtus veiksnius turi būti atsižvelgta, net jei nacionalinės teisės aktų formuluotėse tai aiškiai nėra nurodyta, bet nuostatų dėl to galima rasti, pavyzdžiui, parengiamuosiuose dokumentuose ⁽¹⁹⁹⁾.

Toje pačioje byloje Teisingumo Teismas taip pat konstatavo, kad naudojamos komunikacijos priemonės ribotumas laiko ir apimties prasme turi būti įvertintas atsižvelgiant į atitinkamo produkto pobūdį ir savybes. Reikia įvertinti, ar prekiautojui informaciją įtraukti arba ją aiškiai perduoti buvo neįmanoma. Jeigu įmanoma įtraukti ne visą esminę informaciją apie produktą, prekiautojas gali pateikti nuorodą į jo interneto svetainėje skelbiamą informaciją apie tą produktą. Tačiau interneto svetainėje turi būti skelbiama informacija apie pagrindines produkto savybes, kainą ir kitas sąlygas, kaip reikalaujama 7 straipsnyje ⁽²⁰⁰⁾.

Pagal 7 straipsnio 2 dalį esminės informacijos pateikimas „neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku“ laikomas klaidinančiu informacijos neatskleidimu, jeigu dėl to vidutinis vartotojas gali būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

Pavyzdžiui:

Telefono ryšio operatorius per televiziją reklamavo galimybę tapti judriojo telefono ryšio abonementu, pabrėždamas ypatingus kainos pranašumus, o pasiūlymo apribojimais ir sąlygos buvo pateikti tik mažomis raidėmis, kurios buvo rodomos ekrane tik labai trumpą laiką. Nacionalinis teismas pripažino, kad, nepaisant naudojamos priemonės (televizijos) ribotumo apimties ir laiko prasme, prekiautojui niekas netrukdytų tokią svarbią informaciją nurodyti aiškiau. Taigi, ta apimtimi, kuria esminė informacija nebuvo atskleista, reklama buvo pripažinta klaidinančia ⁽²⁰¹⁾.

7 straipsnio 4 dalies a punkte taip pat nurodyta, kad aiškinantis, ar **pagrindinės** produkto **savybės** yra vienas iš aspektų, laikytinų esmine informacija, kvietimuose pirkti reikėtų atsižvelgti į „komunikacijos priemones ir produktą“.

⁽¹⁹⁷⁾ Poveikį vidutinio vartotojo sprendimui dėl sandorio turi įvertinti nacionaliniai teismai ir institucijos. Pavyzdžiui, valstybėje narėje, kurioje dauguma vartotojų supranta anglų kalbą, nors tai yra užsienio kalba, tam tikros informacijos pateikimas tik anglų kalba nebūtinai prilygs klaidinančiam informacijos neatskleidimui.

⁽¹⁹⁸⁾ Tipinės sutarčių sąlygos vertinamos pagal Direktyvą 93/13/EEB (taip pat žr. 1.2.4 skirsnį dėl sąveikos su NKVD).

⁽¹⁹⁹⁾ 2016 m. spalio 26 d. Sprendimas *Canal Digital Danmark A/S*, C-611/14, 29 punktas.

⁽²⁰⁰⁾ 2016 m. spalio 26 d. Sprendimo *Canal Digital Danmark A/S*, C-611/14, 62 ir 63 punktai.

⁽²⁰¹⁾ KKO 2011:65.

Sprendime Ving Sverige Teisingumo Teismas konstatavo, kad „pakanka nurodyti tik kai kurias pagrindines produkto savybes, jei [prekiautojas] papildomai nurodo savo interneto svetainę, su sąlyga, kad joje pateikta esminė informacija apie produkto pagrindines savybes, kainą ir kitas sąlygas, kaip reikalaujama šios direktyvos 7 straipsnyje“⁽²⁰²⁾.

Turint galvoje vartotojo sprendimo dėl pirkinio svarbą, informacija apie **visą produkto kainą ir pagrindines savybes** turėtų būti pateikta gerai matomoje vietoje.

Pavyzdžiui:

Nacionalinis teismas laikėsi nuomonės, kad lankstinukas, kuriame buvo tvirtinama, kad naudodami reklamuojamą kredito kortelę vartotojai gali sutaupyti 3 proc. pirkinių kainos, buvo klaidinantis. Teismas laikėsi nuomonės, kad bendras lankstinuko teiginys paskatino vartotojus manyti, kad jie sutaupys visais atvejais, jeigu už pirkinius mokės kredito kortele, nors iš tikrųjų buvo svarbių apribojimų. Šie apribojimai buvo nurodyti tik sutarties sąlygose. Įvertinta, kad to nepakanka, nes esminė informacija apie reklamuojamo produkto savybes nebuvo atskleista⁽²⁰³⁾.

Vertinant informacijos, kurią reikalaujama atskleisti apie **pagrindines produkto savybes**, visumą reikia atsižvelgti į kvietimo pirkti aplinkybes, produkto tipologiją ir naudojamą komunikacijos priemonę.

2.9.5. Esminė kvietimų pirkti informacija. 7 straipsnio 4 dalis

Kvietimai pirkti

2 straipsnio i punktas

„kvietimas pirkti“ – komercinis pranešimas, produkto savybes ir kainą nurodantis tokiu būdu, kuris yra būdingas naudojamam komercinio pranešimo priemonėms, ir tuo suteikiantis vartotojui galimybę pirkti.

Dėl „**kvietimų pirkti**“ pažymėtina, kad pagal NKVD 7 straipsnio 4 dalį tam tikra informacija laikoma „esmine“. Tai reiškia, kad prekiautojai turi pateikti šią informaciją vartotojams, jeigu ji nėra aiški iš konteksto.

Reikalavimas nurodyti „produkto savybes“ taikomas visada, kai produktas yra minimas tekstinėmis arba vaizdinėmis priemonėmis. Kitoks šio reikalavimo aiškinimas galėtų paskatinti prekiautojus savo komerciniuose pranešimuose produktus apibūdinti nekonkrečiai arba tam tikros informacijos neteikti ir taip išvengti NKVD 7 straipsnio 4 dalyje nustatytų informacijos reikalavimų laikymosi.

Direktyvos 2 straipsnio i punkto apibrėžties baigiamoji dalis („tuo suteikiantis vartotojui galimybę pirkti“) nereiškia, kad komerciniame pranešime turi būti informacija, kuria vartotojui būtų tiesiogiai suteikiama galimybė pirkti (pvz., telefono numeris ar kuponas). Ši formulė reiškia, kad komercinė informacija apie produktą turi būti **pakankama, kad vartotojas galėtų priimti sprendimą, ar pirkti tam tikrą produktą už tam tikrą kainą**.

Sprendime Ving Sverige Teisingumo Teismas konstatavo:

„iš to darytina išvada, jog tam, kad komercinis pranešimas galėtų būti kvalifikuojamas kvietimu pirkti, nebūtina, jog būtų sudaryta konkreti galimybė įsigyti produktą arba kad būtų sudarytos sąlygos pasinaudoti tokia galimybe“⁽²⁰⁴⁾.

Kvietimas pirkti yra siauresnė sąvoka nei reklama, ir ne visi komerciniai pranešimai bus laikomi kvietimu pirkti, kaip jis suprantamas pagal 2 straipsnio i punktą.

Tačiau **kvietimas pirkti yra platesnė sąvoka nei informacija, teikiama prieš sudarant sutartį**. Nors informacija, kurią reikalaujama pateikti prieš sudarant sutartį, turi būti suteikta vartotojui prieš jam sudarant sutartį, kvietimas pirkti nebūtinai reiškia, kad kitas žingsnis, kurį žengs vartotojas, bus sutarties su prekiautoju sudarymas.

Pavyzdžiui:

Radio reklama, kurioje pristatomos produkto savybės ir kaina, yra kvietimas pirkti, tačiau paprastai ji nebus nelaikoma informacija, teikiama prieš sudarant sutartį.

⁽²⁰²⁾ 2011 m. gegužės 12 d. Sprendimas Konsumentombudsmannen prieš Ving Sverige AB, C-122/10, 59 punktas.

⁽²⁰³⁾ Audiencia Provincial de Madrid Sentencia n° 270/2014. Panašios išvados buvo padarytos kitoje Ispanijos teismo nagrinėtoje byloje Juzgado de lo Mercantil de Madrid Sentencia n° 704/2012.

⁽²⁰⁴⁾ 2011 m. gegužės 12 d. Sprendimas Konsumentombudsmannen prieš Ving Sverige AB, C-122/10, 32 punktas.

Šis skirtumas yra labai svarbus, kai kalbama apie NKVD ir VTD sąveiką. Daugybė įvairių komercinių pranešimų paprastai yra laikomi kvietimais pirkti.

Pavyzdžiui:

- Oro vežėjo interneto svetainėje skelbiami skrydžių pasiūlymai su nurodytomis kainomis;
- užsakomosios prekybos paštu reklama ⁽²⁰⁵⁾;
- prekybos centro lankstinukas, kuriame reklamuojami tam tikri su nuolaida parduodami produktai.

Pagal NKVD prekyautojams leidžiama patiems nuspręsti, ar komerciniuose pranešimuose nurodyti kainą. Jei komerciniame pranešime ar reklamoje produkto ar paslaugos pobūdis, savybės ir pranašumai yra išsamiai aprašomi, tačiau **kaina nenurodoma, jo negalima laikyti „kvietimu pirkti“**, kaip jis suprantamas pagal NKVD 2 straipsnio i punktą. Pavyzdžiui, kvietimu pirkti nelaikomas komercinis pranešimas – reklama, kurioje reklamuojamas prekyautojo parduodamų produktų „firminis vardas“, o ne konkretūs produktai (t. y. prekių ženklų reklama).

Pavyzdžiui:

Nacionalinis teismas nusprendė, kad reklama, kurioje vartotojas kviečiamas apsilankyti interneto svetainėje ir gauti draudimo pasiūlymą, nėra kvietimas pirkti ⁽²⁰⁶⁾.

Esminė informacija

7 straipsnio 4 dalyje išvardyti tam tikri reikalavimai pateikti esmine laikomą informaciją. Taip šiuo svarbiu etapu vartotojams siekiama užtikrinti kuo didesnę teisinę apibrėžtumą ⁽²⁰⁷⁾. 7 straipsnio 4 dalies nuostata siekiama užtikrinti, kad komerciniuose pasiūlymuose prekyautojai iš karto pateiktų vartotojams pakankamą, aiškiai ir nedviprasmiškai suformuluotą informaciją, **reikalingą vartotojui priimant informaciją paremtą sprendimą pirkti**, nebent **ta informacija ir taip yra aiški iš konteksto**.

Jeigu pateikiant kvietimą pirkti 7 straipsnio 4 dalyje reikalaujama informacija vartotojams nepateikiama ir dėl to vidutinis vartotojas gali būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, tai laikoma **klaidinančiu informacijos neatskleidimu**.

Teismas patikslino, kad 7 straipsnio 4 dalyje pateiktas išsamus esminės informacijos, kuri turi būti pateikta kvietime pirkti, sąrašas. Vis dėlto tai, kad prekyautojas pateikia visą 7 straipsnio 4 dalyje nurodytą informaciją, nereiškia, kad kvietimas pirkti negali būti laikomas klaidinančia veikla, kaip tai suprantama pagal 6 straipsnio 1 dalį arba 7 straipsnio 2 dalį ⁽²⁰⁸⁾.

Tačiau tam, kad prekyautojams nebūtų užkrauta **nebūtina ar neproporcinga informavimo našta**, 7 straipsnio 4 dalies reikalavimai nėra statiniai – pagal juos įvairi informacija reikalaujama, priklausomai nuo aplinkybių. Apie tai visų pirma galima spręsti iš 7 straipsnio 1, 3 ir 4 dalyse pateiktų paaiškinimų, kad, kaip nurodyta ankstesniame skyriuje, reikėtų atsižvelgti į naudojamos komunikacijos priemonės faktines aplinkybes ir ribotumą.

Sprendime *Verband Sozialer Wettbewerb* buvo nagrinėta platformoje skelbiama reklama, kurioje vaizduojami įvairūs produktai, kuriuos siūlo ne pati platforma, o platformoje veikiantys tretieji asmenys pardavėjai ⁽²⁰⁹⁾. Prekyvietė padėjo sudaryti sutartis tarp prekyautojų ir pirkėjų, įskaitant vartotojus. Teisingumo Teismas paaiškino, kad reklama gali būti vertinama pagal 7 straipsnio 4 dalį, visų pirma siekiant patikrinti, ar, atsižvelgiant į **apimties ribotumą ir kitas konkrečias bylos aplinkybes**, buvo pateikta visa esminė informacija, pavyzdžiui, konkrečius produktus siūlančių prekyautojų pavadinimai. Teisingumo Teismas taip pat paaiškino, kad ribotumas apimties prasme, kaip tai suprantama pagal 7 straipsnio 3 dalį, gali pasireikšti ir kad tuo galima paaiškinti, kodėl nenurodytas kiekvieno prekyautojo geografinis adresas ir tapatybė. Vis dėlto tokia informacija turi būti pateikta paprastai ir greitai, vos tik prisijungus prie platformos ⁽²¹⁰⁾.

⁽²⁰⁵⁾ Pavyzdžiui, žurnale skelbiama marškinėlių reklama. Joje nurodoma marškinėlių kaina ir turimi dydžiai, o reklamos skelbimo apačioje pateikiama užsakymo forma, kurią galima užpildyti ir, pridėjus mokėjimo duomenis, nusiųsti tiesiai pardavėjui.

⁽²⁰⁶⁾ 2008 m. gegužės 29 d. Antverpeno komercinių bylų teismo sprendimas *Federatie voor verzekering- en financiële tussenpersonen* prieš *ING Insurance Services NV* ir *ING België NV*.

⁽²⁰⁷⁾ 14 konstatuojamojoje dalyje paaiškinama, kad „informacijos neatskleidimo atžvilgiu ši direktyva nustato tam tikrą kiekį svarbios informacijos, reikalingos priimti informaciją paremtą sprendimą dėl sandorio sudarymo <...>“.

⁽²⁰⁸⁾ 2016 m. spalio 26 d. Sprendimas *Canal Digital Danmark A/S*, C-611/14, 71 punktą.

⁽²⁰⁹⁾ 2017 m. kovo 30 d. Sprendimas *Verband Sozialer Wettbewerb*, C-146/16.

⁽²¹⁰⁾ Ten pat, 28-30 punktai.

7 straipsnio 4 dalies a punkte konkrečiai paaiškinta, kad, vertinant, ar neatskleista esminė informacija apie **pagrindines** produkto **savybes**, reikėtų atsižvelgti į „komunikacijos priemones ir produktą“.

Todėl tai, kaip nustatomos pagrindinės produkto savybės, **priklauso nuo** nagrinėjamo **produkto** ir nuo to, ką galima laikyti „tinkamu“, atsižvelgiant į tai, **kokią priemonę** prekiautojas **naudoja** komerciniam pranešimui paskelbti.

Informacijos apie pagrindines prekių savybes gali būti galima gauti jau iš jų išvaizdos, pakuotės ar ženklinimo – visa tai vartotojas gali peržiūrėti pardavimo momentu. Kad būtų galima nustatyti pagrindines sudėtingesnių prekių savybes, apie jas gali prireikti pateikti papildomos informacijos – ant produkto aprašymo etikečių parduotuvėje arba tinklalapiuose.

Vartotoją ypač svarbu informuoti apie tokio produkto **savybes ir ribojamąsias sąlygas, kurių vidutinis vartotojas paprastai nesitiki** iš tam tikros kategorijos ar rūšies produkto, nes būtent jos gali paveikti sprendimus dėl sandorio. Tokios savybės gali būti, pavyzdžiui, ribota paslaugos trukmė arba pobūdis ir teikimas (pvz., ar „**optinio**“ interneto paslauga yra teikiama „į namus atvestu optiniu kabeliu“, ar kitu būdu) arba konkreti prekių sudėtis ar specifikacija (pvz., **sintetinė** brangakmenių, pvz., deimantų, kilmė).

Priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, vienintelė pagrindinė produkto savybė, kaip tai suprantama pagal 7 straipsnio 4 dalį, gali būti **įspėjimas apie saugą**. Dabar pagal konkrečioms sektoriams skirtus ES teisės aktus dėl produktų saugos paprastai reikalaujama, kad prekiautojai informuotų apie saugos aspektus ant paties produkto ir (arba) ant jo pakuotės. Todėl, kai prekės parduodamos internetu, vartotojams gali būti sunku priimti informacija paremtus sprendimus dėl sandorio, jeigu atitinkamoje interneto svetainėje produkto (pakuotės) ženklinimas nebus aiškiai matomas. Svarbi išimtis šiuo klausimu įtvirtinta Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2009/48/EB⁽²¹¹⁾ (Žaislų saugos direktyvos) 11 straipsnio 2 dalyje, kurioje aiškiai reikalaujama, kad įspėjimai apie žaislų saugą, pavyzdžiui, dėl minimalaus arba maksimalaus naudotojo amžiaus, turi būti aiškiai matomi prieš perkant, taip pat ir tais atvejais, kai perkama internetu. Daugumos kitų produktų atveju NKVD gali būti remiamasi kaip teisiniu pagrindu reikalauti, kad prekiautojai, ypač skatindami pirkti produktus internetu, informuotų vartotojus apie saugos aspektus, kurie, atsižvelgiant į produkto pobūdį, galėtų būti laikomi pagrindinėmis savybėmis, kaip tai suprantama pagal 7 straipsnio 4 dalį.

Pagal 7 straipsnio 4 dalies b punktą vartotojų neinformavimas apie prekiautojo **geografinį adresą ir jo tapatybę gali būti laikomas klaidinančiu informacijos neatskleidimu**.

Pavyzdžiui:

Byloje, kurioje nagrinėta pažinčių internetu paslauga, nacionalinis teismas įpareigojo, kad prekiautojas, reklamuodamas savo internetu teikiamas paslaugas, visada tiesiogiai pateiktų informaciją apie save – savo pavadinimą, adresą, registracijos numerį ir e. pašto adresą. Teismas pripažino, jog tai, kad prekiautojas savo interneto svetainėje neskelbė savo teisingo adreso ar kokio nors e. pašto adreso, buvo klaidinantis informacijos neatskleidimas, dėl kurio vartotojas galėjo būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs⁽²¹²⁾.

Kita vertus, kartais, kai informacija apie prekiautojo tapatybę neatskleidžiama, gali būti pripažinta, kad ji „**aiški iš konteksto**“, kaip tai suprantama pagal 7 straipsnio 4 dalį.

Pavyzdžiui:

- Parduotuvės ar restorano, kuriame vartotojas jau yra, adresas;
- kalbant apie internetines parduotuves, E. komercijos direktyvos 5 straipsnyje reikalaujama, kad prekiautojai užtikrintų, kad jų pavadinimas, adresas ir kita informacija, įskaitant e. pašto adresą, **būtų lengvai, tiesiogiai ir nuolat pasiekiami**. Be to, pagal E. komercijos direktyvos 10 straipsnį tam tikrą informaciją (pvz., apie įvairius techninius veiksmus, kuriuos reikia atlikti prieš sudarant sutartį) būtina pateikti iki užsakymo pateikimo.

Priklausomai nuo nagrinėjamo atvejo aplinkybių, tam, kad būtų įvykdytas 7 straipsnio 4 dalies b punkto reikalavimas dėl **prekiautojo tapatybės**, gali pakakti nurodyti prekiautojo **komercinį pavadinimą**. **Juridinis pavadinimas** turi būti nurodytas pardavimo sąlygų ir nuostatų dokumente, tačiau jis nebūtinai laikytinas esmine informacija, kaip ji suprantama pagal 7 straipsnio 4 dalį.

⁽²¹¹⁾ 2009 m. birželio 18 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2009/48/EB dėl žaislų saugos, OL L 170, 2009 6 30, p. 1.

⁽²¹²⁾ MD 2015:2, 2015 m. kovo 9 d.

Pavyzdžiui:

Greitojo maisto įmonė savo reklaminėje medžiagoje neprivalo nurodyti savo teisinio statuso, pavyzdžiui, Ltd, SA, SARL, Inc.

Be 7 straipsnio 4 dalies b punkte nustatyto reikalavimo, VTD nustatyti papildomi reikalavimai dėl prekiautojo **kontaktinių duomenų** (visų pirma 5 straipsnio 1 dalyje (prekyba ne prekybai skirtose patalpose) ir 6 straipsnio 1 dalyje (ne prekybai skirtos patalpos ir nuotolinė prekyba)).

E. komercijos direktyvos 5 straipsnio 1 dalies c punkte reikalaujama, kad internetinių paslaugų teikėjai savo paslaugų gavėjams ir kompetentingoms institucijoms skelbtų informaciją apie „paslaugos teikėjo rekvizitus, įskaitant jo **elektroninio pašto adresą**, kurie padėtų su juo greitai susisiekti ir tiesiogiai bei efektyviai bendrauti.“

Todėl e. prekyba besiverčiančių prekiautojų e. pašto adresas pagal NKVD 7 straipsnio 5 dalį gali būti laikomas esmine informacija. Šią informaciją turėtų būti nesunku surasti (t. y. ji turi būti pateikta ne tik bendrųjų sąlygų ir nuostatų dokumente), ji turi būti prieinama tiesiogiai ir nuolat.

Taip pat pažymėtina, kad pagal BDAR duomenų valdytojas privalo pateikti duomenų subjektui tam tikrą privalomą informaciją, prie kurios, be kitų dalykų, priskiriama informacija apie duomenų valdytojo ir jo atstovo (jei jis yra) tapatybę (ir kontaktiniai duomenys, nebent duomenų subjektas jau turi šią informaciją).

Pagal 7 straipsnio 4 dalies c punktą reikalaujama, kad prekiautojai kvietime pirkti nurodytų **visą (arba galutinę) kainą**. Į nurodytą kainą turi būti įskaičiuoti visi mokesčiai (pvz., PVM) ir mokesčiai. Į **galutinę kainą turi** būti įskaičiuoti taikytini **mokėjimai ir mokesčiai**, kurie yra neišvengiami ir kuriuos galima numatyti skelbiant pasiūlymą. Jeigu dėl produkto pobūdžio jo kainos pagrindai neįmanoma apskaičiuoti iš anksto, vartotojus reikėtų tinkamai informuoti, kaip kaina apskaičiuojama, taip pat, jei taikytina, informuoti apie visas papildomas gabenimo, pristatymo ar pašto išlaidas, o jeigu šių išlaidų pagrindai neįmanoma apskaičiuoti iš anksto, informuoti, kad šias papildomas išlaidas gali tekti sumokėti (taip pat žr. VTD 5 straipsnio 1 dalį ir 6 straipsnio 1 dalį).

Sprendime *Canal Digital Danmark* Teisingumo Teismas nustatė, kad tokia prekiautojo praktika, kai **prenumeratos kaina nurodoma taip, kad vartotojas privalo mokėti mokestį tiek kas mėnesį, tiek kas šešis mėnesius**, pagal 7 straipsnį laikytina klaidinančiu informacijos neatskleidimu, jei reklamoje mėnesio mokesčio dydis yra ypač pabrėžiamas, o šešių mėnesių mokestis visiškai neminimas arba nurodomas tik mažiau pastebimai ir jei dėl tokio informacijos neatskleidimo vartotojas priima sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs ⁽²¹³⁾.

Pavyzdžiui:

- Vartotojų apsaugos institucija ėmėsi veiksmų prieš telekomunikacijų operatorių, kuris neinformavo vartotojų, kad, norėdami naudotis teikiamomis paslaugomis, jie turės sumokėti aktyvavimo mokestį. Vartotojams buvo pranešama apie šį mokestį tik pasirašius sutartį ⁽²¹⁴⁾.
- Vartotojų apsaugos institucija skyrė administracines baudas telekomunikacijų operatoriui, taikiusiam mokesčius, apie kuriuos vartotojai nebuvo informuoti, už paslaugas, kurių įmonė negalėjo teikti ⁽²¹⁵⁾.
- Nacionalinis teismas priėmė savivaldybei palankų sprendimą dėl baudos skyrimo interneto paslaugų teikėjui, savo komerciniuose pasiūlyimuose nenurodžiusiam visos savo paslaugų kainos, pirmiausia nenurodžiusiam tinklo mokėjimų ir mokesčių ⁽²¹⁶⁾.

Pagal NKVD 7 straipsnio 4 dalies c punktą leidžiama naudoti „**pradines kainas**“, t. y. nurodyti kainą „nuo“ tam tikros minimalios sumos, jeigu galutinė kaina dėl produkto pobūdžio „pagrįstai negali būti apskaičiuota iš anksto“.

⁽²¹³⁾ 2016 m. spalio 26 d. Sprendimas *Canal Digital Danmark*, C-611/14, 46–49 punktai.

⁽²¹⁴⁾ Sprendimas Nr. RBG 38/2014.

⁽²¹⁵⁾ 2015 m. liepos 16 d. administracinis sprendimas dėl *Stoppa Telefonförsäljning Limited*.

⁽²¹⁶⁾ Tribunal Superior de Justicia de Madrid Sala de lo Contencioso Administrativo Sección 10, No 112/2014.

Pavyzdžiui:

Kelionių agentūra nurodė tam tikrų skrydžių ir kelionės paketų kainas „nuo“ tam tikros sumos. Nacionalinis teismas nusprendė, kad pagal NKVD pradinės kainas nurodyti nėra draudžiama, jeigu pateikta informacija atitinka direktyvos reikalavimus, atsižvelgiant į konkretaus atvejo aplinkybes. Teismas konstatavo: „todėl vien nuoroda apie pradinę kainą gali būti pateisinama situacijose, kai kainos negalima pagrįstai apskaičiuoti iš anksto būtent dėl produkto pobūdžio ir savybių⁽²¹⁷⁾.“

Tačiau minimali kaina turėtų būti **reali kaina**, kuri būtų taikoma tam tikriems reklamoje nurodytiems produktams.

Pavyzdžiui:

Reklamuodama parduodamus butus įmonė vartotojo tokiu teiginiu kaip „Tai pigiau nei jūs manote. Kainos – nuo 2 150 eurų už kvadratinį metrą“. Tačiau paaiškėjo, kad butų už nurodytą kainą nėra. Be to, į nurodytą kainą nebuvo įskaičiuotas PVM. Vartotojų apsaugos institucija nustatė, kad tokia komercinė veikla yra klaidinanti.⁽²¹⁸⁾

Komercinė veikla, kai prekyautojai reklamoje nurodo neegzistuojančias kainas, taip pat gali pažeisti NKVD I priedo 5 ir 6 punktus, nes gali būti laikoma reklama jauku (5 punktas) arba jauko pateikimu ir produkto pakeitimu (6 punktas).

Pagal 7 straipsnio 4 dalies d punktą prekyautojai privalo pateikti informaciją apie **mokėjimo, pristatymo ir vykdymo tvarką**, jei ši tvarka skiriasi nuo to, kas reikalaujama pagal profesinio atidumo principą. Taigi, tokią informaciją reikia pateikti tik tada, kai galiojanti tvarka vartotojui yra mažiau palanki, palyginti su specialių įgūdžių ir rūpestingumo standartu, kurio laikymosi klientų atžvilgiu iš prekyautojo galima pagrįstai tikėtis.

Reikalavimas pateikti informaciją apie **skundų nagrinėjimo politiką** pakeitimais, padarytais Direktyva (ES) 2019/2161, buvo išbrauktas. Ši informacija yra aktualiausia etapu iki sutarties sudarymo, kuris jau reglamentuojamas VTD, todėl šio reikalavimo nebereikia įtraukti į NKVD ir taikyti kvietimų pirkti reklamos etapu.

Pagal 7 straipsnio 4 dalies e punktą, kvietimuose pirkti turi būti pateikta informacija apie teisę **atsisakyti produktų arba nutraukti sutartį**, jei tokia teisė suteikiama. Pagal šį reikalavimą prekyautojai turi informuoti vartotojus, kad jie tokias teises turi, išsamiau neaiškindami naudojimosi jomis sąlygų ir procedūrų.

VTD nustatyta daugiau taisyklių dėl informacijos, kuri turi būti suteikta vartotojui prieš sudarant sutartį, pavyzdžiui, e. prekybos interneto svetainėse, kai pardavėjas atvyksta į namus arba dėl pardavimo skambina telefonu (5 straipsnio 1 dalies d punktas ir 6 straipsnio 1 dalies g punktas).

Pavyzdžiui, pagal minėtą direktyvą reikalaujama, kad prekyautojas pateiktų informaciją apie „visą kainą“ prieš vartotojui prisiimant įsipareigojimus pagal sutartį (5 straipsnio 1 dalies c punktas ir 6 straipsnio 1 dalies e punktas). Be to, vartotojas turi teisę susigrąžinti visus papildomus mokėjimus, jeigu dėl jų nedavė aiškaus sutikimo, tačiau prekyautojas, pasinaudodamas numatytosiomis nuostatomis, pvz., naudodamas iš anksto pažymėtus langelius, padaro išvadą, kad sutikimą gavo (22 straipsnis).

Kalbant apie nuotolinės prekybos sutartis ar sutartis ne prekybai skirtose patalpose, prekyautojas turi pateikti informaciją apie pasinaudojimo teise atsisakyti sutarties sąlygas, terminą ir tvarką. Jis taip pat turi pateikti VTD I priedo B dalyje pateiktą pavyzdinę sutarties atsisakymo formą (6 straipsnio 1 dalies h punktas).

7 straipsnio 4 dalies f punkte, 4a ir 6 dalyse nustatyti įpareigojimai dėl **elektroninių prekyviečių, paieškos rezultatų skaidrumo ir naudotojų atsiliepimų** aptariamais 4.2 skirsnyje.

⁽²¹⁷⁾ 2011 m. gegužės 12 d. Sprendimas *Konsumentombudsmannen prieš Ving Sverige AB*, C-122/10, 64 punktas.

⁽²¹⁸⁾ 2010 m. gruodžio 28 d. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, *Delegatura w Warszawie* Sprendimas Nr. RWA-25/2010 *Eko-Park S.A.*

2.9.6. Nemokami bandymai ir apgaulinga prenumerata

Nemokami bandymai – tai rinkodaros priemonės, kai vartotojams leidžiama užsisakyti produktą ar paslaugą nepatiriant jokių išlaidų arba patiriant tik nedideles išlaidas (t. y. pavyzdžio siuntimo pašto išlaidas). Tam tikrais atvejais siūlant nemokamus bandymus yra vykdoma nesąžininga komercinė veikla, kai vartotojai suklaidinami ir priverčiami tapti prenumeratoriais. 2017 m. Komisijos tyrime dėl internetu siūlomų nemokamų bandymų ir apgaulingos prenumeratoriaus išdėstyta informacija apie įvairios toliau aprašytos veiklos paplitimą ⁽²¹⁹⁾.

Tai, kad prekiautojas **kvietime pirkti nenurodo savo geografinio adreso ir tapatybės**, gali pažeisti NKVD 7 straipsnio 4 dalies b punktą. Be to, pagal VTD 6 straipsnio 1 dalį ir E. komercijos direktyvos 5 straipsnio 1 dalies c punktą reikalaujama, kad prekiautojai internetu skelbtų informaciją, pagal kurią vartotojai galėtų su jais susisiekti. Šių direktyvų reikalavimai pagal NKVD 7 straipsnio 5 dalį laikomi esmine informacija.

Jeigu prekiautojas **aiškiai neinformuoja vartotojų, kad, registruodamiesi nemokamam bandymui, jie galbūt užsisako prenumeratą**, jis gali pažeisti NKVD 7 straipsnio 1 ir 2 dalis ir 4 dalies a punktą, nes nepateikia esminės informacijos. Priklausomai nuo aplinkybių, gali būti pažeistas ir NKVD 6 straipsnio 1 dalies a punktas.

Nepateikus informacijos apie pasikartojančias prenumeratoriaus išlaidas arba tokią informaciją pateikus neaiškiai, gali būti pažeistas NKVD 6 straipsnio 1 dalies d punktas ir (arba) 7 straipsnio 1 ir 2 dalys ir 4 dalies c punktas.

Pavyzdžiui:

- Telekomunikacijų operatorius reklamos stenduose skelbė, kad vartotojai gali gauti du planšetinius kompiuterius arba vieną mobilųjį telefoną ir planšetinį kompiuterį už 1 PLN. Tačiau prekiautojas aiškiai neinformavo vartotojų, kad, norėdami pasinaudoti šiuo pasiūlymu, jie turėtų užsisakyti 24 mėn. trukmės abonementą ir sudaryti prekių pirkimo sutartį, o kainą sumokėti dalimis per 36 mėn. Vartotojų apsaugos institucija šią reklamą pripažino klaidinančia, kaip tai suprantama pagal NKVD 6 straipsnio 1 dalies d punktą ⁽²²⁰⁾.
- 2021 m. Komisija ir nacionalinės vartotojų apsaugos institucijos ėmėsi veiksmų dėl aiškos informacijos trūkumo, kai mokėjimai atliekami kreditinėmis kortelėmis ir dėl to gali kilti problemų, pavyzdžiui, informacija apie faktines išlaidas gali būti nuslėpta arba informacija apie pakartotinius mokėjimus gali būti pateikiama mažu šriftu ⁽²²¹⁾. Nors šias schemas įgyvendina ne kredito kortelių bendrovės, jų pareiga yra tinkamai informuoti vartotojus. Mokėjimo langelyje, į kurį pirkdami internetu vartotojai įveda savo kredito kortelės informaciją, dažnai pateikiama tik informacija apie vienkartinio mokėjimo sumą, o apie pasikartojančius prenumeratoriaus mokesčius informacija nepateikiama. Pagal NKVD ir Mokėjimo paslaugų direktyvą vartotojai turi būti informuojami apie tikslas visų mokėjimo operacijų, įskaitant pasikartojančias, sumas.
- 2020 m. nacionalinė institucija skyrė baudą dviejų pažinčių svetainių operatoriumi už NKVD pažeidimus, susijusius su interneto svetainių prenumeratoriaus modeliais. Tiksliau, institucija nustatė, kad, nors interneto svetainės buvo reklamuojamos kaip nemokamos, už pagrindines paslaugas (pvz., kontaktus su kitais naudotojais) buvo imamas mokestis, taigi vartotojams buvo teikiama klaidinanti informacija apie prenumeratą, jos pratęsimą ir mokesčius. Taip pat reikėtų pažymėti, kad didelis vartotojų skundų skaičius ir nekokybiškas jų tvarkymas parodė, kad prekiautojas nusprendė nekeisti savo komunikacijos praktikos ⁽²²²⁾.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad VTD 8 straipsnio 2 dalyje išdėstyta speciali taisyklė, kuria siekiama didinti mokėjimų internete skaidrumą. Pagal 8 straipsnio 2 dalį elektroniniu būdu sudarant nuotolinės prekybos sutartis, informacija apie pagrindines prekes arba paslaugos savybes, kainą su mokesčiais, sutarties trukmę ir vartotojų pareigas turi būti pateikta aiškiai ir matomoje vietoje, prieš vartotojui pateikiant užsakymą. To, kad ši informacija buvo pateikta ankstesniais užsakymo etapais, nepakanka. Be to, vartotojams turi būti suteikta galimybė aiškiai patvirtinti, jog jis suprato, kad pateikus užsakymą, jam atsiranda prievolė mokėti, pvz., vartotojas turi paspausti aiškiai pažymėtą užsakymo mygtuką. Vartotojui turėtų būti aiškiai nurodyta tiek vienkartinio mokėjimo suma, tiek periodinių mokėjimų sumos.

⁽²¹⁹⁾ Europos Komisijos tyrimas dėl vartotojams ES siūlomų klaidinančių „nemokamų“ bandymų ir apgaulingos prenumeratoriaus (2017 m.), <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bf621260-9441-11e7-b92d-01aa75ed71a1>.

⁽²²⁰⁾ Sprendimas Nr. RBG 32/2014.

⁽²²¹⁾ 2021 m. birželio 21 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_21_3127.

⁽²²²⁾ Vengrijos konkurencijos institucija, 2020 m. rugpjūčio 17 d., VJ/19/2018, be2.hu ir academicsingles.hu

Pavyzdžiui:

Vykdydamas tiesioginę rinkodarą telefonu prekiautojas skambino vartotojams ir siūlė įsigyti nemokamą dėlionių knygelę kartu su šešių mėnesių prenumerata, pagal kurią už tam tikrą mokestį būtų gautos dar penkios knygelės. Nacionalinis teismas nusprendė, kad, iš pateiktos informacijos ir dėl to, kad buvo pabrėžiama pirmoji nemokama knygelė, vartotojai galėjo pamanyti, kad įsipareigoja sumokėti vienkartinį mokestį, nors iš tikrųjų užsisakė prenumeratą. Nustatyta, kad prekiautojas pažeidė NKVD 6 straipsnio 1 dalies a punktą, nes nepateikė aiškios informacijos apie produkto pobūdį ⁽²²³⁾.

Jeigu apibūdinant produktą vartojami žodžiai „**dykai**“, „**veltui**“, „**nemokamai**“ ar **pan.**, bet vartotojas turi sumokėti dar kokias nors sumas, ne vien padengti neišvengiamas išlaidas, kurių atsiranda dėl atsako į komercinę veiklą, kai norima atsiimti prekę arba reikia sumokėti už jos pristatymą“, tokia komercinė veikla pagal NKVD visomis aplinkybėmis laikoma nesąžininga ir todėl draudžiama. Tokia išvada darytina pagal direktyvos I priedo 20 punktą.

Neužsakytų prekių ar paslaugų pardavinėjimas (reikalavimas sumokėti už produktą, grąžinti arba saugoti produktą, kurio vartotojas neužsakė) taip pat yra komercinė veikla, kuri pagal NKVD visomis aplinkybėmis draudžiama. Tokia išvada darytina pagal direktyvos I priedo 29 punktą.

2.10. 8 ir 9 straipsniai. Agresyvi komercinė veikla**8 straipsnis. Agresyvi komercinė veikla**

Komercinė veikla laikoma agresyvia, jeigu toje faktinėje situacijoje, atsižvelgiant į visus jos ypatumus ir aplinkybes, ji priekabiavimu, prievarta, įskaitant fizinės jėgos panaudojimą arba pernelyg didelę įtaką, žymiai apriboja arba gali žymiai apriboti vidutinio vartotojo pasirinkimo laisvę arba elgesį produkto atžvilgiu, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

9 straipsnis. Priekabiavimo, prievartos arba pernelyg didelės įtakos naudojimas

Nustatant, ar komercinėje veikloje naudojamas priekabiavimas, prievarta arba pernelyg didelė įtaka, atsižvelgiama į:

- a) jo laiką, vietą, pobūdį arba atkaklumą;
- b) grasinančios arba užgaulios kalbos arba elgesio naudojimą;
- c) [prekiautojo] naudojimąsi bet kokia konkrečia nelaime arba aplinkybėmis, kurios gali įtakoti vartotojo sprendimą, apie kurias [prekiautojas] žino, siekiant įtakoti vartotojo sprendimą produkto atžvilgiu;
- d) bet kokias sunkinančias arba neproporcingas sutartyje nenumatytas kliūtis, kurias [prekiautojas] nustato, jeigu vartotojas nori pasinaudoti sutartyje numatytomis savo teisėmis, įskaitant teises nutraukti sutartį arba pasirinkti kitą produktą ar [prekiautoją];
- e) bet kokią grasinimą imtis veiksmų, kurių teisėtai negali būti imamasi.

NKVD pateikiama bendra agresyvios komercinės veiklos apibrėžtis, kuri gali būti taikoma visoje ES. Pagal direktyvą prekiautojams neleidžiama taikyti pardavimo metodų, kuriais būtų ribojama vartotojų laisvė pasirinkti produktą arba elgesys produkto atžvilgiu ir taip iškreipiamas jų ekonominis elgesys.

Komercinė veikla yra agresyvi, jeigu yra persekiojama, naudojama prievarta, fizinė jėga ar pernelyg didelė įtaka. Tokia veikla gali būti laikomi veiksmai rinkodaros etapu, taip pat sudarant sandorį ir po jo sudarymo. Kaip išaiškino Teisingumo Teismas, jei veikla nebuvo įvertinta kaip draudžiama pagal I priedą, komercinė veikla gali būti laikoma agresyvia „tik atlikus jos konkrečių ir specialių elementų vertinimą pagal minėtos direktyvos 8 ir 9 straipsniuose nustatytus kriterijus“ ⁽²²⁴⁾.

⁽²²³⁾ ECLI:NL:CBB:2018:465, *College van Beroep voor het bedrijfsleven*, 17/1282.

⁽²²⁴⁾ 2019 m. birželio 12 d. Sprendimas *Orange Polska*, C-628/17, 31 punktas.

Pavyzdžiui:

Nacionalinis teismas nusprendė, jog tam, kad komercinė veikla būtų laikoma agresyvia ir nesąžininga, ji turi ne tik paveikti vartotojo sprendimą dėl sandorio, bet ir būti vykdoma naudojant tam tikrus metodus. Tai reiškia, kad agresyvi veikla turėtų pasireikšti aktyviu prekiautojo elgesiu („priekabiavimas, prievarta, įskaitant fizinės jėgos panaudojimą arba pernelyg didelę įtaką“), kuriuo būtų ribojama vartotojo pasirinkimo laisvė ⁽²²⁵⁾.

Elgesys, kuris jau yra reglamentuotas nacionalinės teisės aktais, įskaitant sutarčių ir baudžiamąją teisę, taip pat gali būti laikomas agresyvia veikla. NKVD sukurtas papildomas apsaugos lygmuo, kuriuo galima pasinaudoti taikant viešąsias vykdymo užtikrinimo priemonės, nebūtinai keliant baudžiamąją ar civilinę bylą.

Pagal 9 straipsnio c punktą neteisėta laikoma veikla, kai **vartotojams daroma pernelyg didelė įtaka**, pavyzdžiui, kai prekiautojas pasinaudoja tam tikra nelaime ar aplinkybe, apie kurią žino, kad paveiktų vartotojo sprendimą dėl produkto. Daugiau paaiškinimų dėl šio teisinio pagrindo svarbos skaitmeninėje aplinkoje pateikta 4.2.7 skirsnyje.

Pagal 9 straipsnio d punktą prekiautojams draudžiama sudaryti **neproporcingas sutartyje nenumatytas kliūtis** vartotojams, norintiems pasinaudoti sutartinėmis teisėmis, įskaitant teisę nutraukti sutartį arba pasirinkti kitą produktą ar prekiautoją. Ši nuostata, visų pirma, svarbi siekiant užkirsti kelią nesutartinėms kliūtims pasirinkti kitą telekomunikacijų ⁽²²⁶⁾ ir energijos paslaugų sutartį. Daugiau paaiškinimų apie vartotojų susaistymą pateikta 4.2.11 skirsnyje.

Pavyzdys

Nacionalinis teismas nustatė, kad veikla, kai prekiautojas taip apsunkina vartotojo galimybę nutraukti prekiautojo paslaugų sutartis, kad neretai vartotojai neturi kito pasirinkimo kaip tik *de facto* savaime pratęsti sutartį, yra agresyvi komercinė veikla ⁽²²⁷⁾.

9 straipsnio e punktas taikomas bet kokiam **grasinimui imtis veiksmų, kurių teisėtai negali būti imamasi**. Agresyvi veikla dažnai pasitelkiama išnešiojamosios prekybos ar kitos prekybos vartojimo prekėmis ne pardavimui skirtose patalpose atvejais, taip pat pakaitinio naudojimosi atvejais. Agresyvi veikla gali pasireikšti ir skolų išieškojimo sektoriuje, kai skolas išieškoti yra pavedama trečiosioms šalims. Nepagristų ar neproporcingų kliūčių pakeisti tiekėją sudarymas taip pat laikomas agresyvia veikla.

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija nusprendė, jog tai, kad vartotojui buvo išsiųstas šaukimas atvykti į teismą, kuris neturėjo jurisdikcijos ir nebuvo gavęs jokio prekiautojo ieškinio, laikytina agresyvia veikla. Šia veikla buvo siekiama įbauginti vartotojus darant pernelyg didelę įtaką ⁽²²⁸⁾.

Teisingumo Teismas pateikė papildomų gairių, kaip agresyvi veikla turėtų būti tam tikrais atvejais vertinama.

Sprendime *Wind Tre* Teisingumo Teismas konstatavo, kad SIM kortelių pardavimas su jau įdiegtomis ir aktyvuotomis paslaugomis, apie tas paslaugas ir jų kainas tinkamai neinformavus vartotojų, gali būti draudžiama agresyvi veikla, kurią sudaro **I priedo 29 punkte nurodytas neužsakytų prekių ar paslaugų pardavinėjimas** ⁽²²⁹⁾. Vertinant **neturi reikšmės, ar tam, kad būtų pasinaudota paslaugomis, buvo reikalingas sąmoningas vartotojo veiksmas**, arba **ar vartotojas galėjo deaktyvuoti paslaugas**, nes negalima laikyti, kad paslaugos buvo laisvai pasirinktos, kadangi nebuvo turima pakankamai informacijos ⁽²³⁰⁾.

Sprendime *Waternet* Teisingumo Teismas paaiškino, kad I priedo 29 punktas neapima veiklos, kai, vartotojui įsikeliant į prieš tai kito asmens gyventą gyvenamąjį būstą, būstas **paliekamas prijungtas prie viešojo vandens tiekimo tinklo**, nes tas vartotojas neturi galimybės pasirinkti šios paslaugos tiekėjo, šios paslaugos tiekėjas nustato išlaidas padengiančius, skaidrius ir nediskriminacinius tarifus pagal suvartotą vandenį, o vartotojas žino, kad toks būstas yra prijungtas prie viešojo vandens tiekimo tinklo ir kad vandens tiekimas yra mokamas ⁽²³¹⁾. Teisingumas Teismas šį atvejį atskyrė nuo

⁽²²⁵⁾ Consiglio di Stato, Adunanza Plenaria - Sentenza 11 maggio 2012, n.14 - Pres. Coraggio – est. Greco.

⁽²²⁶⁾ Direktyvos 2018/1972 (Europos elektroninių ryšių kodeksas) 106 straipsnyje nustatytos elektroninių ryšių paslaugų teikėjų keitimo taisyklės.

⁽²²⁷⁾ 2011 m. lapkričio 3 d. Bulgarijos Aukščiausiojo Teismo sprendimas, 15182/2011, VII d.

⁽²²⁸⁾ Žr., pavyzdžiui, PS8215, 2012 m. gruodžio 12 d. sprendimą Nr. 24117.

⁽²²⁹⁾ 2018 m. rugsėjo 13 d. Sprendimas *Wind Tre* ir *Vodafone*, sujungtos bylos C-54/17 ir C-55/17.

⁽²³⁰⁾ 48–50 punktai.

⁽²³¹⁾ 2021 m. vasario 3 d. Sprendimas *Waternet*, C-922/19.

nagrinėtojo byloje *Wind Tre* ir pažymėjo, kad, norėdamas naudotis vandeniu, vartotojas turi atlikti sąmoningą veiksmą ir kad vidutinis vartotojas greičiausiai žinotų, kad būstas yra prijungtas prie viešojo geriamojo vandens tiekimo tinklo už atlygį ⁽²³²⁾.

Sprendime *Orange Polska* Teisingumo Teismas konstatavo, kad sutarties pasirašymas dalyvaujant kurjeriui **jokiomis aplinkybėmis negali būti laikomas agresyvia veikla** darant pernelyg didelę įtaką, kaip nurodyta 8–9 straipsniuose ⁽²³³⁾. Reikia atsižvelgti į **prekiautojo elgesį konkrečiu atveju**, kuriuo daromas **spaudimas vartotojui ir dėl to vartotojo pasirinkimo laisvė yra žymiai apribojama, o vartotojas jaučiasi nepatogiai arba susipainioja** priimdamas sprendimą dėl sandorio. Todėl reikia įvertinti, kiek „žymiai“ apribota vidutinio vartotojo pasirinkimo laisvė ar elgesys produkto atžvilgiu.

Vien to, kad vartotojui nebuvo suteikta galimybė iš anksto perskaityti tipines sutarties sąlygas, nepakanka, kad toks sutarčių sudarymo modelis būtų laikomas agresyvia veikla (43 punktas). Tačiau 48 punkte Teisingumo Teismas pateikė pavyzdžių, kas gali būti laikoma agresyvia veikla:

„Tokio elgesio pavyzdys galėtų būti <...> teiginys, kad delsimas pasirašyti sutartį ar pakeitimą gali nulemti sutarties sudarymą ar pakeitimą ateityje tik mažiau palankiomis sąlygomis, arba, kad vartotojui gali tekti mokėti sutartyje numatytas baudas, o sutarties keitimo atveju gali būti sustabdytas komercinių paslaugų teikimas. Kitas tokios elgesio pavyzdys galėtų būti kurjerio teiginys, kad, vartotojui nepasirašius ar vėluojant pasirašyti jo pateiktą sutartį arba jos pakeitimą, kurjeris gali būti neigiamai įvertintas savo darbdavio.“

3. JUODASIS KOMERCINĖS VEIKLOS SĄRAŠAS (I PRIEDAS)

5 straipsnio 5 dalis

Tokios komercinės veiklos, kuri bet kuriomis aplinkybėmis laikoma nesąžininga, sąrašas pateikiamas I priede. Tas pats sąrašas galioja visose valstybėse narėse, ir jį galima keisti tik peržiūrint šią direktyvą.

17 konstatuojamoji dalis

Siekiant didesnio teisinio tikrumo, pageidautina, kad būtų apibrėžta tokia komercinė veikla, kuri yra nesąžininga bet kuriomis aplinkybėmis. Todėl I priede pateikiamas išsamus visos tokios veiklos sąrašas. Tai yra vienintelė komercinė veikla, kurią galima laikyti nesąžininga nevertinant kiekvieno konkretaus atvejo, kaip numato šios direktyvos 5–9 straipsnio nuostatos. Sąrašą galima keisti tik peržiūrint šią direktyvą.

I priede pateiktas sąrašas buvo sudarytas tam, kad vykdymo užtikrinimo institucijos, prekyautojai, rinkodaros specialistai ir klientai galėtų atpažinti tam tikrą veiklą ir greičiau į ją reaguoti vykdymo užtikrinimo priemonėmis. Taip padidinamas teisinis apibrėžtumas. Jeigu galima įrodyti, kad prekyautojas vykde į juodąjį sąrašą įtrauktą komercinę veiklą, nacionalinės vykdymo užtikrinimo institucijos gali imtis veiksmų ir skirti prekyautojui sankcijas, neprivaldamos vertinti konkretaus atvejo aplinkybių (t. y. vertinti tikėtiną veiklos poveikį vidutinio vartotojo ekonominiam elgesiui).

3.1. Produktai, kurie negali būti legaliai parduodami. 9 punktas

I priedo 9 punktas

„Pareiškimas ar kitoks įspūdžio sudarymas, kad produktas gali būti legaliai parduotas, kai to nėra“.

Šia nuostata siekiama, kad prekyautojai nepardavinėtų produktų arba paslaugų, tinkamai neinformavę vartotojų apie tam tikras teisės normas, kuriomis prekyba atitinkamu produktu, jo laikymas arba naudojimas gali būti apriboti. Tai yra produktai ar paslaugos, kuriuos **pardavinėti draudžiama ar neteisėta visais atvejais**, pavyzdžiui, nelegalūs narkotikai. Kadangi ši veikla dažnai yra nusikalstama ir (arba) ja verčiasi nesąžiningi subjektai, ją nesunku atpažinti. Tokia veikla paprastai pažeidžiama ir kiti, konkretnesni negu NKVD ir už ją viršesni teisės aktai.

Antrajai tokios veiklos kategorijai priskiriami produktai ar paslaugos, kurie patys nėra neteisėti ir gali būti teisėtai reklamuojami ir parduodami, tačiau **tik laikantis tam tikrų sąlygų ir (arba) apribojimų**.

⁽²³²⁾ 58–62 punktai.

⁽²³³⁾ 2019 m. birželio 12 d. Sprendimas *Orange Polska*, C-628/17.

Pavyzdžiui:

- Kelionės paslaugų paketus gali siūlyti tik tie prekiautojai, kurie atitinka Direktyvoje dėl kelionių paketų ⁽²³⁴⁾ nustatytus apsaugos nemokumo atveju reikalavimus. Nacionalinis teismas nustatė, kad kelionių agentūra, kuri pardavinėjo tokius paketus, nors nacionaliniam nemokumo fondui nepateikė garantinio užstato, pažeidė I priedo 9 punktą, nes vartotojams buvo sudarytas klaidingas įspūdis, kad pasiūlymas visapusiškai atitinka teisės normas ⁽²³⁵⁾.
- Remiantis ELPA teismo sprendimu byloje dėl prekiautojo vykdyto bilietai į 2012 m. Londono olimpinės ir parolimpinės žaidynės pardavimo ir perpardavimo, įspūdžio sudarymas, kad bilietai gali būti teisėtai parduodami, nepaisant nacionalinės teisės aktuose nustatyto draudimo, bet kurioje EEE priklausančioje pardavimo, komercinės veiklos vykdymo arba abiejų pobūdžių valstybėse, laikomas nesąžininga komercine veikla ⁽²³⁶⁾.

3.2. Piramidės pobūdžio sistemos. 14 punktas**I priedo 14 punktas**

„Piramidės pobūdžio skatinimo sistemos sukūrimas, jos naudojimas ar reklamavimas, kai vartotojui suteikiama galimybė gauti atlygį visų pirma už kitų vartotojų įtraukimą į tą sistemą, o ne už produktų pardavimą ar naudojimą“.

Ši veikla uždrausta, kad prekiautojai negalėtų vartotojų įvilioti į sistemą pažadėdami atlygį, nors iš tikrųjų vartotojui būtų **atlyginama visų pirma už naujų narių įtraukimą į sistemą, o ne už produktų pardavimą ar vartojimą**. Paprastai piramidinė struktūra sukuriamą taip, kad naudą gautų tik jos viršūnėje esantys organizatoriai, o užverbuoti vartotojai paprastai neturi jokios realios galimybės susigrąžinti tai, ką investavo. Teisingumo Teismas patikslino, kokiomis sąlygomis prekybos skatinimo sistemą galima laikyti „piramidės pobūdžio skatinimo sistema“, kaip ji suprantama pagal I priedo 14 punktą. Teisingumo Teismas nurodė:

„piramidės pobūdžio skatinimo sistemų draudimas grindžiamas trimis bendromis sąlygomis. Pirma, toks skatinimas grindžiamas pažadu, kad vartotojas turės galimybę gauti ekonominės naudos. Antra, šio pažado tesėjimas priklauso nuo kitų vartotojų įtraukimo į sistemą. Galiausiai <...> didžioji dalis pajamų, iš kurių išmokamas vartotojams pažadėtas atlygis, gaunama ne iš realios ekonominės veiklos“ ⁽²³⁷⁾.

Toje pat byloje Teisingumo Teismas patikslino, kad:

„piramidės pobūdžio skatinimo sistema yra nesąžininga komercinė veikla bet kuriomis aplinkybėmis tik tuomet, kai pagal tokią sistemą iš vartotojo reikalaujama piniginės įmokos, kad ir koks būtų jos dydis, mainais už galimybę gauti atlygį visų pirma už kitų vartotojų įtraukimą į tą sistemą, o ne už produktų pardavimą ar naudojimą“ ⁽²³⁸⁾.

Toje byloje nagrinėtu atveju bendrovė reklamavo skirianti premiją naujiems klientams už kiekvieną jam padedant įregistruotą klientą. Naujai įregistruotas klientas turėjo sumokėti registracijos mokestį. Teisingumo Teismas suabejojo, ar vartotojo galimybę gauti atlygį pirmiausia lėmė kitų vartotojų įtraukimas į sistemą, pažymėdamas, kad tik nedidelė esamiems nariams mokėtos premijos dalis buvo finansuojama iš piniginių įnašų, kuriuos turėjo mokėti nauji nariai. Teisingumo Teismas taip pat priminė, kad nors konkreti veikla nėra draudžiama pagal I priedo nuostatas, ji vis tiek gali būti pripažinta nesąžininga, kaip tai suprantama pagal bendrąsias direktyvos nuostatas (5–9 straipsnius).

Kitame Sprendime *Loterie Nationale* nagrinėtas atvejis, kai žaidėjai buvo verbuojami žaisti „Lotto“ kartu. Nauji žaidėjai buvo nuolat verbuojami ir *de facto* pagal šią sistemą mokėjo anksčiau prisijungusiems dalyviams ir sistemos organizatoriams. Nauji nariai mokėjo 10 EUR pradinį mokestį ir maždaug 43 EUR mėnesinį dalyvio mokestį. Laimėjusieji žaidėjai

⁽²³⁴⁾ 1990 m. birželio 13 d. Tarybos direktyva 90/314/EEB dėl kelionių, atostogų ir organizuotų išvykų paketų, OL L 158, 1990 6 26, p. 59. Nuo 2018 m. liepos 1 d. direktyva buvo panaikinta ir pakeista Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2015/2302 dėl kelionės paslaugų paketų ir susijusių kelionės paslaugų rinkinių, kuria iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 2006/2004 ir Direktyva 2011/83/ES bei panaikinama Tarybos direktyva 90/314/EEB, OL L 326, 2015 12 11, p. 1.

⁽²³⁵⁾ 2009:17, *Marknadsdomstolen* (Stokholmas), Vartotojų ombudsmenas prieš Casa Nordica Altavista C AB, 2009 m. birželio 26 d.

⁽²³⁶⁾ Byla E-1/19, ELPA teismas, 2019 m. gruodžio 14 d., *Andreas Gyre* prieš Norvegijos vyriausybę, atstovaujamą Vaikų ir lygybės ministerijos.

⁽²³⁷⁾ 2014 m. balandžio 3 d. Sprendimas UAB „4finance“ prieš Valstybinę vartotojų teisių apsaugos tarnybą ir Valstybinę mokesčių inspekciją prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, C-515/12, 20 punktas.

⁽²³⁸⁾ Ten pat, 34 punktas.

faktiškai gavo 50 proc. savo laimėtos sumos, taip pat buvo nustatyta viršutinė laimėjimų, viršijančių 1 mln. EUR, riba, kurią viršijanti suma žaidėjams nebuvo išmokama. Teisingumo Teismas paaiškino, jog tam, kad tokia sistema būtų laikoma piramidės pobūdžio skatinimo schema, **pakanka, kad tarp naujų dalyvių mokamų įmokų ir esamiems dalyviams mokamo atlygio ir (arba) pelno egzistuočių netiesioginis ryšys**. Aiškinant priešingai, draudimas prarastų veiksmingumą ⁽²³⁹⁾.

„Tačiau iš šios nuostatos teksto nematyti, kad reikalaujamas finansinis ryšys privalo būti tiesioginis. Svarbu, kad naujų tokios sistemos dalyvių įmokos būtų pripažintos „esminėmis“ arba „pagrindinėmis“ ⁽²⁴⁰⁾.

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija ėmėsi veiksmų trimis atvejais, susijusiais su piramidės pobūdžio sistemomis: vienas atvejis buvo susijęs su pardavimo schema, kurios atlygio sistema buvo grindžiama ne parduodamu kiekiu, bet naujų pardavimo atstovų, kuriuos kiekvienam perpardavėjui pavyko pritraukti į sistemą, skaičiumi ⁽²⁴¹⁾. Kitas atvejis buvo susijęs su pardavimo schema, pagal kurios atlygio struktūrą iš esmės buvo siekiama pritraukti naujus klientus, registracijos mokesčių susigrąžinant, kai į sistemą įtraukiami kiti nariai ⁽²⁴²⁾. trečiuoju atveju vartotojams buvo siūloma pirkti produktus taikant mechanizmus, kuriais buvo siekiama įtraukti kitus pardavėjus, kurių buvo prašoma įmokėti pradinę įmoką arba užsisakyti asmeninių pirkinių programą ⁽²⁴³⁾. Institucija taip pat atsižvelgė į tai, kaip šios sistemos veikė praktiškai. Ji daugiausia dėmesio kreipė į tai, kiek pardavimo atstovų iš visų užverbuotų į sistemą vartotojų faktiškai ką nors parduodavo, taip pat į skirtingą pajamų iš pardavimo išoriniams subjektams dydį ar iš pardavimo atstovų įsigytų prekių kiekį. Atlikus tyrimą, paaiškėjo, kad taikant šiuos mechanizmus vartotojas negalėjo įmokėti mokesčio mainais už galimybę gauti atlygį, kurį pirmiausia lėmė kitų vartotojų įtraukimas į sistemą, o ne produktų pardavimas ir (arba) vartojimas.

Tokios hierarchinės struktūros kaip piramidės pobūdžio sistemos yra sudėtingi dariniai ir apskaičiuoti, kiek naudos bendrovė gauna iš naujų narių, gali būti sunku. Be to, esamų narių gautas atlygis gali būti apskaičiuojamas skirtingais metodais.

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija ėmėsi veiksmų prieš piramidės pobūdžio sistemą, kurios organizatorius siūlė dalyviams galimybę gauti išmoką grynaisiais už naujų narių įtraukimą į sistemą ⁽²⁴⁴⁾. Tam, kad gautų šią finansinę naudą, dalyviai turėjo: sumokėti registracijos mokesčių, sumokėti įmoką grynaisiais kitam dalyviui, sumokėti dar vieną įmoką kitam dalyviui ir mokėti komisinį mokesčių sistemos organizatoriui. Galimybė gauti išmoką grynaisiais iš naujo dalyvio atsiradavo tik susidarius „mėlynajam ratui“, kurį sudarė dalyviai, kuriuos įtraukė naujo dalyvio anksčiau įtraukti žmonės.

Turbūt reikia nubrėžti skirtį tarp komercinės veiklos, kuri pagal 14 punktą yra draudžiama, t. y. veiklos, kai **dalyviai uždirba daugiausia arba vien tik iš naujų dalyvių įtraukimo** į programą, ir **daugiapakopės rinkodaros**, kai pardavėjams atlygis dažniausiai mokamas už jų pačių ir už kitų jų pritrauktų žmonių pasiektus pardavimo rezultatus.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad tolesnėse struktūros grandyse nubrėžti skirtį tarp **vartotojų ir prekyautojų** yra sunku: kai vartotojas įtraukiamas į sistemą ir pradeda ją reklamuoti, jis gali būti laikomas prekyautoju ir jam pradedamas taikyti NKVD nustatytas su profesiniu elgesiu šioje sistemoje susijęs draudimas.

3.3. Ligas, funkcinius sutrikimus ar išsigimimą gydantys produktai. 17 punktas

I priedo 17 punktas

„Apgaulingas tvirtinimas, kad produktas gali gydyti ligas, funkcinius sutrikimus ar išsigimimą“.

Šis draudimas taikomas tais atvejais, kai prekyautojas tvirtina, kad jo produktas ar paslauga gali išgydyti tam tikrą fizinę ar psichinę ligą arba pagerinti ligo būklę.

⁽²³⁹⁾ 2016 m. gruodžio 15 d. Sprendimas *Loterie Nationale*, C-667/15.

⁽²⁴⁰⁾ Ten pat, 30 punktas.

⁽²⁴¹⁾ PS6425 *Xango-Prodotti Con Succo Di Mangostano*. Provvedimento n. 21917, 2010 m. gruodžio 15 d.

⁽²⁴²⁾ PS4893 *Agel Enterprises-Integratori*. 2012 m. rugpjūčio 2 d. Provvedimento n. 23789.

⁽²⁴³⁾ PS7621 – *Vemma Italia – Prodotti con succo di mangostano*, Provvedimento n. 24784, 2014 m. vasario 5 d.

⁽²⁴⁴⁾ Sprendimas Nr. RKR 34/2014.

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija nusprendė, jog teiginiais, kad masažinis krėslas daro gydomąjį poveikį žmogaus sveikatai (be kita ko, gydo stuburo ir kraujotakos ligas), taikomas I priedo 17 punkte nustatytas draudimas ⁽²⁴⁵⁾.

Su sveikumo teiginiais susijusi klaidinga informacija ypač plačiai plito per **COVID-19 pandemiją**. Nesąžiningi prekyautojai pardavinėjo įvairius produktus: apsaugines kaukes, kepurės ir rankų dezinfekavimo priemonės, reklamuodami, kad šie produktai esą apsaugo nuo infekcijos arba ją gydo. Tačiau tokie teiginiai dažnai buvo skelbiami nepateikus nuorodos į patikimus mokslinius įrodymus arba jų iki galo nesuderinus su oficialiomis ekspertų rekomendacijomis. Tokie teiginiai gali pažeisti NKVD 5 ir 6 straipsnius, pagal kuriuos klaidinantys veiksmai, susiję su pagrindinėmis produkto savybėmis, yra draudžiami. Tam tikrais atvejais tokie teiginiai gali būti draudžiami pagal I priedo 17 punktą. Siekdama padėti kovoti su tokia praktika, Komisija subūrė bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje tinklo nacionalines institucijas ir patvirtino bendrą poziciją ⁽²⁴⁶⁾ dėl kovos su sukčiavimu, susijusiu su COVID-19.

Pavyzdžiui:

- Nacionalinė institucija užblokavo prekyautojo interneto svetainę, kurioje jis reklamavo, kad vaistas, kurio sudėtyje yra ŽIV gydyti skirtų antivirusinių medžiagų, yra „vienintelis vaistas nuo koronaviruso (COVID-19)“ ir „vienintelė kovos su koronavirusu (COVID-19) priemonė“, nepaisydamas oficialių sveikatos priežiūros institucijų pareiškimų, kad veiksmingo gydymo nuo viruso nėra ⁽²⁴⁷⁾.
- Trimis atvejais, kai prekyautojai reklamavo produktus, sudarydami įspūdį, kad tie produktai gali apsaugoti nuo koronaviruso, nacionalinės institucijos ir teismas nustatė, kad vykdyta veikla buvo agresyvi. Pirmiausia buvo konstatuota, kad prekyautojai pasinaudojo vartotojų baime užsikrėsti koronavirusu ir taip susilpnino jų kritiškumą bei taikydami tam tikrus rinkodaros metodus pasinaudojo didelį visuomenės susirūpinimą keliančia padėtimi ⁽²⁴⁸⁾.

Tokiems teiginiais taip pat iš dalies taikomi specialieji ES teisės aktai. NKVD taip pat neturi poveikio ES taisyklėms dėl produktų savybių, turinčių įtaką sveikatai. Todėl 17 punktas tik **papildomo galiojančias ES taisykles dėl sveikumo teiginių**. Tačiau bet kurią klaidinančią veiklą, susijusią su sveikatos ir sveikatingumo produktais, galima vertinti ir pagal NKVD 6 straipsnį (pvz., kai pristatymo visuma yra klaidinanti).

Pirmiausia draudimas taikomas visiems teiginiais, susijusiems su fizinėmis būklėmis, kurios medicinoje laikomos patologija, funkciniu sutrikimu ar išsigimimu. Tačiau, kadangi šie teiginiai taip pat reglamentuojami konkrečioms sektoriams skirtais ES teisės aktais, 17 punkto praktinė reikšmė šiai veiklai yra nedidelė.

Pagal Reglamento dėl informacijos apie maistą ⁽²⁴⁹⁾ 7 straipsnio 3 dalį **informacijoje apie maistą**, kurią prekyautojas teikia vartotojui, „maisto produktams neturi būti priskiriamos žmogaus ligų profilaktinės ar gydomosios savybės arba daroma į jas nuoroda“. Ši bendra nuostata taikoma maisto verslo subjektams visais maisto tiekimo grandinės etapais, kai jų veikla yra susijusi su informacijos apie maistą teikimu vartotojams. Sąvoka „informacija apie maistą“ reiškia informaciją apie maisto produktą, pateikiamą etiketėje, kitoje kartu pateikiamoje medžiagoje ar kitomis priemonėmis, įskaitant šiuolaikinių technologijų priemones arba žodinę komunikaciją.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad ES Teiginių apie maistingumą ir sveikatingumą reglamente ⁽²⁵⁰⁾ nustatytos išsamios taisyklės dėl teiginių apie **maisto produktų maistingumą ir sveikumą** vartojimo komerciniuose pranešimuose: ant etikečių, pristatymuose ar reklamoje.

Pagal reglamentą teiginiai apie maistingumą (bet kuris „teiginys, kuriuo tiesiogiai ar netiesiogiai teigiama ar užsimenama, kad produktas turi tam tikrų naudingų maistinių savybių“) leidžiami tik tuo atveju, jei jie išvardyti priede ir atitinka Teiginių reglamente nustatytas sąlygas. Sveikumo teiginiai (bet kuris „teiginys, kuriuo tiesiogiai ar netiesiogiai teigiama ar užsimenama, kad esama ryšio tarp maisto produkto kategorijos, maisto produkto ar vienos jo sudedamųjų dalių

⁽²⁴⁵⁾ 2012 m. kovo 13 d. Konkurencijos ir vartotojų apsaugos tarnybos pirmininko sprendimas, Ref. RPZ 2/2012 *ZdroWita*.

⁽²⁴⁶⁾ 2020 m. kovo 20 d. BVAS institucijų bendroji pozicija dėl kovos su sukčiavimu ir nesąžininga verslo veikla interneto platformose koronaviruso pandemijos protrūkio ES laikotarpiu: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/live_work_travel_in_the_eu/consumers/documents/cpc_common_position_covid19.pdf

⁽²⁴⁷⁾ PS11723, *Coronavirus*, 2020 m. kovo 17 d.

⁽²⁴⁸⁾ Bylos MR-2020-563: Rinkos taryba, 2020 m. rugsėjo 23 d., *Visjon TV & Webshop AS*, MR-2020-687: Rinkos tarnyba, 2020 m. spalio 22 d., *Vitability AS*, FOV-2020-663: Norvegijos vartotojų apsaugos institucija, 2020 m. balandžio 6 d., *Eptidirect AS*.

⁽²⁴⁹⁾ Reglamentas (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams.

⁽²⁵⁰⁾ Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006.

ir sveikatos“) yra draudžiami, nebent jie yra leidžiami pagal Teiginių reglamentą ir yra įtraukti į 13 ir 14 straipsniuose nurodytus leidžiamų vartoti teiginių sąrašus. Reglamente taip pat konkrečiai draudžiami tokie teiginiai apie sveikumą ⁽²⁵¹⁾:

- teiginiai, kuriais daroma užuomina, kad sveikatai gali būti padarytas poveikis dėl to maisto produkto nevartojimo,
- teiginiai, nurodantys kiek ir kaip greitai galima numesti svorio,
- teiginiai, darantys nuorodą į atskirų gydytojų ar sveikatos srities specialistų bei kitų asociacijų, kurios nenurodytos Teiginių reglamento 11 straipsnyje, rekomendacijas.

Su sveikata susijusiems teiginiais taip pat taikomi **sveikatą ir farmaciją** reglamentuojantys ES teisės aktai. Direktyvos 2001/83/EB dėl vaistų 6 straipsnio 1 dalyje aiškiai nurodyta, kad vaistas gali būti pateiktas valstybės narės rinkai, tik jeigu yra išduotas leidimas juo prekiauti. Šios direktyvos 86–100 straipsniuose taip pat išdėstytos specialiosios nuostatos dėl vaistų reklamos plačiai visuomenei. Tik pagal receptus parduodamų vaistų ir produktų, kurių sudėtyje yra psichotropinių ar narkotinių medžiagų, reklama yra draudžiama. Valstybės narės taip pat gali uždrausti reklamuoti kompensuojamuosius produktus. Produktų, kuriuos galima laisvai įsigyti, reklama yra leidžiama, tačiau tam nustatytos tikslios sąlygos. Pavyzdžiui:

- reklama turi būti pateikta tokiu būdu, kad būtų aišku, jog skelbiama informacija yra reklama ir pristatomas produktas yra vaistai,
- ja turi būti skatinama vaistus vartoti protingai, jie turi būti pristatomi objektyviai ir nepervertinant jų savybių,
- ji neturi būti klaidinanti,
- ji neturi būti skirta tik (arba) daugiausia vaikams,
- joje neturi būti netinkamu, nerimą keliančiu ar klaidinančiu būdu pateikta grafinė medžiaga, vaizduojanti žmogaus organizmo pakitimus, kuriuos sukelia liga ar sužalojimas, arba vaistų poveikis žmogaus organizmui ar jo dalims,
- joje negali būti remiamasi mokslininkų ar sveikatos specialistų rekomendacijomis, kai šių specialistų žinomumas gali paskatinti naudoti produktą.

Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2017/745 dėl medicinos priemonių ⁽²⁵²⁾ 7 straipsniu ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2017/746 dėl *in vitro* diagnostikos medicinos priemonių ⁽²⁵³⁾ 7 straipsniu ES lygmeniu nustatytas draudimas ženklinti, naudojimo instrukcijoje ar reklamoje skelbti teiginius, kurie klaidina naudotoją ar pacientą dėl prietaiso paskirties, saugos ar veiksmingumo, ypač jeigu:

- priemonei priskiriamos funkcijos ir savybės, kurių ta priemonė neturi,
- sudaromas apgaulingas išpūdis dėl gydymo ar diagnostikos, funkcijų ar savybių, kurių priemonė neturi,
- naudotojas arba pacientas neinformuojamas apie tikėtiną riziką, susijusią su priemonės naudojimu pagal jos numatytą paskirtį,
- rekomenduojami kitokie priemonės naudojimo atvejai negu naudojimo atvejai, kurie buvo deklaruoti nurodant numatytą paskirtį, dėl kurios buvo atliktas atitikties vertinimas.

Taip pat yra nustatyti tam tikri **vaistų ir medicininio gydymo reklamos** tarp specialistų, t. y. prekyautojų ir gydytojų, apribojimai (t. y. draudimai). Produkto ir (arba) gydymo parinkimas priklauso nuo jį skiriančio gydytojo ar specialisto. Bet kokiai klaidinančiai šios srities reklamai (nepriklausomai nuo to, ar ją platina leidimą turintis prekyautojas) taikomos atitinkamos ES ir nacionalinės taisyklės ir atitinkamos vykdymo užtikrinimo ir sankcijų sistemos. Šios taisyklės yra viršesnės už NKVD.

17 punktą taip pat taikomas tokioms prekėms ar paslaugoms, kaip **estetinis gydymas, sveikatingumo produktai ir panašūs produktai**, jei jais prekiaujant skelbiami klaidingi teiginiai, kad šie produktai gali išgydyti ligas, tam tikrų funkcijų sutrikimus ar apsigimimus.

⁽²⁵¹⁾ Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 12 straipsnis.

⁽²⁵²⁾ 2017 m. balandžio 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/745 dėl medicinos priemonių, kuriuo iš dalies keičiama Direktyva 2001/83/EB, Reglamentas (EB) Nr. 178/2002 ir Reglamentas (EB) Nr. 1223/2009, ir kuriuo panaikinamos Tarybos direktyvos 90/385/EEB ir 93/42/EEB, OL L 117, 2017 5 5, p. 1.

⁽²⁵³⁾ 2017 m. balandžio 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/746 dėl *in vitro* diagnostikos medicinos priemonių, kuriuo panaikinama Direktyva 98/79/EB ir Komisijos sprendimas 2010/227/ES, OL L 117, 2017 5 5, p. 176.

Dėl **kosmetikos gaminių** pažymėtina, kad Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1223/2009 dėl kosmetikos gaminių ⁽²⁵⁴⁾ 20 straipsnio 1 dalyje iš valstybių narių reikalaujama uždrausti ženklinant, pateikiant rinkai ir reklamuojant kosmetikos gaminius vartoti formuluotes, pavadinimus, prekių ženklus, atvaizdus ar kitus (vaizdinius ar kitokius) žymenis, kuriais užsimenama apie atitinkamo produkto savybę, kurios jis neturi.

Tai, kad prekiautojas nepateikė reikiamų svarbių įrodymų dėl fizinio poveikio, kurio vartotojas gali tikėtis vartodamas produktą, bus laikoma pagal 17 punktą draudžiama komercinė veikla, remiantis tuo, kad buvo pateiktas melagingas teiginys (jeigu jam netaikomi konkrečioms sektoriams skirti ES teisės aktai).

Jeigu prekiautojas nori išvengti draudimo, **jis privalo būti pajėgus visus tokio pobūdžio faktinius teiginius pagrįsti moksliškai**. Tai, kad įrodinėjimo pareiga tenka prekiautojui, atitinka direktyvos 12 straipsnyje plačiau suformuluotą principą, kad „valstybės narės privalo teismams ir administracinėms institucijoms suteikti įgaliojimus, kurie <...> civilinėse ir administracinėse bylose įgalintų juos: a) reikalauti, kad [prekiautojas] pateiktų įrodymus dėl su komercine veikla susijusių faktinių pareiškimų tikslumo, jei, atsižvelgiant į [prekiautojo] ar kitos bylos šalies teisėtus interesus, toks reikalavimas pagal tam tikros bylos aplinkybes atrodo tikslingas“.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas internetu savo interneto svetainėje reklamavo įvairius produktus, tarp jų – drabužius ir kosmetiką, tvirtindamas, kad jie daro teigiamą poveikį sveikatai (pvz., mažina skausmą, gerina miegą ir mažina raukšles). Tačiau jis negalėjo savo teiginių pagrįsti atitinkamais įrodymais. Nacionalinė institucija laikėsi nuomonės, kad tai yra pagal NKVD I priedą draudžiamas klaidinančios komercinės veiklos pavyzdys ⁽²⁵⁵⁾.

3.4. Teiginio „nemokamas“ vartojimas. 20 punktas

I priedo 20 punktas

„Produkto apibūdinimas kaip „dykai“, „veltui“, „nemokamas“ ar panašiai, jei vartotojas turi mokėti už kažką kitą, išskyrus neišvengiamas išlaidas, kylančias dėl atsakymo į komercinę veiklą ir dėl prekės paėmimo ar mokėjimo už jos pristatymą.“

Šis draudimas grindžiamas prielaida, kad **vartotojai tikisi, jog teiginį „nemokamas“ reikia suprasti tiesiogiai, t. y. kad jie kažką gaus nieko** nesumokėję. Taigi, pasiūlymą galima laikyti nemokamu tik tada, jeigu vartotojai nemoka jokių kitų sumų, išskyrus:

- minimalias neišvengiamas išlaidas dėl atsako į komercinę veiklą (pvz., pagal galiojantį siuntimo viešuoju paštu įkainį, ne didesnę nei standartinį nacionalinį telefono skambučio tarifą, neišvengiamas minimalias SMS žinutės siuntimo išlaidas);
- faktines pervežimo ar pristatymo išlaidas;
- kelionės išlaidas, patiriamas vykstant atsiimti siūlomo produkto, ir kitas su tuo susijusias išlaidas.

Todėl **prekiautojai neturi teisės imti mokesčio už produkto, kuris reklamuojamas kaip „nemokamas“, supakavimą, užsakymo vykdymą ar administravimą**. Skelbdami „nemokamus“ pasiūlymus, prekiautojai taip pat turėtų aiškiai visoje medžiagoje nurodyti, kiek vartotojas yra atsakingas už visas neišvengiamas išlaidas, kaip nurodyta pirmiau.

Nustatyti, ar komercinė veikla yra nesąžininga, sunkiau jei žodis „nemokamas“ vartojamas **sudėtinuose pasiūlymuose**, t. y. komerciniuose pasiūlymuose, į kuriuos įtrauktas **daugiau negu vienas produktas ar paslauga**. Paprastai sudėtiniai pasiūlymai yra pasiūlymai pirkti su tam tikra sąlyga arba pasiūlymai pirkti rinkinį. Toliau išdėstyta keletas principų, į kuriuos nacionalinės institucijos galėtų atsižvelgti, vertindamos sudėtinius pasiūlymus. Jie iš esmės jau yra įtvirtinti kai kuriuose reklamos reguliavimo kodeksuose.

- Prekiautojai neturi teisės mėginti padengti savo išlaidas prastindami produkto, kurį būtina pirkti norint gauti kitą produktą nemokamai, kokybę ar sudėtį ar dirbtinai padidindami šio produkto kainą.
- Prekiautojai negali vadinti vienos rinkinio dalių nemokama, jei jos kaina įtraukta į rinkinio kainą.

⁽²⁵⁴⁾ 2009 m. lapkričio 30 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1223/2009 dėl kosmetikos gaminių, OL L 342, 2009 12 22, p. 59.

⁽²⁵⁵⁾ 2S-17, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (Vilnius), 2011 07 04.

Pavyzdys

- Pateikdamas sudėtinį pasiūlymą pirkti mobiliųjų telefoną ir abonementą, telekomunikacijų operatorius nurodė, kad pardavimo kaina yra „0 kr“. Tačiau vartotojams sutikus su pasiūlymu, mėnesinės abonemento įmokos padidėjo. Nacionalinis teismas pritarė, kad ši veikla patenka į NKVD I priedo 20 punkto taikymo sritį ⁽²⁵⁶⁾.
- Nagrinėdama „nemokamo kredito“ pasiūlymą, vartotojų apsaugos institucija nustatė, kad pasiūlymas patenka į NKVD I priedo 20 punkto taikymo sritį, jeigu vartotojui gali tekti pasirašyti kredito draudimo sutartį ir patirti papildomas išlaidas, kad gautų paskolą.

Pagal šį draudimą **pasiūlymuose pirkti su tam tikra sąlyga, kai vartotojai turi pirkti kitus dalykus** (t. y. pasiūlymuose „vieną perkate – kitą gaunate nemokamai“) prekyautojams nėra draudžiama vartoti teiginio „nemokamas“, tačiau su sąlyga, kad:

- vartotojams aiškiai nurodoma, kad jie turi apmokėti visas išlaidas,
- mokamos prekės kokybė ir sudėtis nėra prastesnė už įprastą ir
- mokamos prekės kaina nėra dirbtinai padidinama, siekiant padengti sąnaudas, patirtas dėl nemokamai pridedamos prekės.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas pradėjo reklaminę kampaniją internete ir laikraščiuose, per kurią skelbė, kad perkant dvi naujas automobilio padangas, kitos dvi bus pridėtos nemokamai. Iš tikrųjų kampanijos metu nurodyta dviejų padangų kaina buvo dukart didesnė nei anksčiau taikyta mažmeninė kaina. Nacionalinė vartotojų apsaugos institucija nusprendė, kad šis pasiūlymas pirkti su tam tikra sąlyga yra draudžiamas pagal I priedo 20 punktą ⁽²⁵⁷⁾.

Pagrindinis skiriamasis pasiūlymo pirkti su tam tikra sąlyga požymis – tai, kad „nemokamu“ vadinamas produktas turi būti **tikrai atskiras nuo produkto, už kurį vartotojas turi sumokėti, ir turi būti pridedamas papildomai**. Taigi skelbdami tokius pasiūlymus pirkti su tam tikra sąlyga **prekiautojai turi gebėti įrodyti, kad:**

- nemokamas produktas tikrai pridedamas papildomai prie kito (-ų) produkto (-ų), paprastai parduodamo (-ų) už tokią kainą, arba kad nemokamas produktas iš esmės gali būti parduodamas atskirai, be mokamo produkto (-ų);
- nemokamą produktą jie pateikia kartu su mokamu produktu (-ais) tik tada, jeigu vartotojas laikosi reklaminės kampanijos sąlygų, ir
- produkto (-ų), už kurį (-uos) vartotojas moka, kaina vartotojui yra žinoma ir ta kaina nekinta, nepriklausomai nuo to, ar nemokamas produktas pridedamas, ar ne.

Pavyzdžiui:

- Teiginys „nemokamas plakatas su ketvirtadienio laikraščiu“ atitinka teisės aktų reikalavimus, jei kitomis savaitės dienomis laikraštis be plakato parduodamas už tą pačią kainą.
- Teiginys „nemokamas kelionės draudimas kelionė internetu užsisakantiems klientams“ atitinka teisės aktų reikalavimus, jeigu klientams, užsisakantiems tą pačią kelionę telefonu, siūloma kaina yra tokia pati, tik nesiūlomas nemokamas draudimas.
- Teiginys, kad vartotojai gali gauti „nemokamą transliaciją internetu paslaugos prenumeratą tam tikrą mėnesių skaičių“, jeigu perka tam tikrą prekę, pavyzdžiui, televizorių, atitinka teisės aktų reikalavimus, jeigu iš vartotojo nereikalaujama sumokėti už prenumeratą ir jeigu dėl pridėtos prenumeratos prekės kaina nepadidėja.

I straipsnio 20 punkte nurodytą teiginį „nemokamas“ draudžiama vartoti siekiant apibūdinti atskirą siūlomo rinkinio elementą, **jeigu šio elemento kaina įtraukta į rinkinio kainą**. „Siūlomas rinkinys“ – tai iš anksto sudarytas tam tikrų elementų komplektas, siūlomas pirkti už vieną kainą. Tokiu atveju vartotojai negali pasirinkti, kiek elementų bus rinkinyje už nurodytą kainą.

⁽²⁵⁶⁾ 2012 m. gegužės 11 d. *Marknadsdomstolen* sprendimai sujungtose bylose Nr. B 2/11 ir B 3/11.

⁽²⁵⁷⁾ 2010 m. lapkričio 11 d. Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos (Vilnius) sprendimas Nr. 2S-27.

Pavyzdžiui:

Jei reklamuojama, kad automobilis su odinėmis sėdynėmis, oro kondicionavimo sistema ir multimedijos sistema parduodamas už bendrą 10 000 EUR kainą, šis elementų komplektas yra rinkinys. Už automobilį ir visus reklamoje nurodytus jo elementus vartotojas moka vieną kainą. Jeigu vienas iš reklamuojamų elementų nebūtų įtrauktas, tai reikštų, kad automobilio, už kurį vartotojas moka 10 000 EUR, kokybė ir sudėtis yra prastesnė. Jeigu prekiautojas tvirtina, kad multimedijos sistema yra nemokama, o 10 000 EUR kaina mokama už kitus elementus, jis turi pagrįsti, kad a) yra tenkinami pasiūlymo pirkti su tam tikra sąlyga reikalavimai arba kad b) multimedijos sistema yra papildomas naujas elementas, tačiau automobilio kaina dėl to nepadidėjo.

Tačiau kartais prekiautojai papildo įprastus rinkinius naujais elementais, tačiau bendros rinkinio kainos nedidina ir rinkinyje jau esančių elementų kokybės ar sudėties nepablogina. Tokiu atveju vartotojai yra linkę manyti, kad elementas nuo to momento yra įtraukiamas į rinkinį papildomai. Tačiau, jei pridėjus naują elementą, rinkinio kaina pakyla arba jo kokybė ar sudėtis pabloginama, naujojo elemento vadinti nemokamu negalima.

Vienkartinės išankstinės išlaidos, pavyzdžiui, **susijusios su įrangos pirkimu ar montavimu**, nereiškia, kad teiginys, jog be prenumeratos suteikiami produktai ar paslaugos yra „nemokami“, kaip tai suprantama pagal I priedo 20 punktą, yra klaidingas. Pavyzdžiui, skaitmeniniai nekoduoti televizijos kanalai yra prieinami tik vartotojams, turintiems būtiną skaitmeninę priėmimo įrangą, o skambučių paketai yra prieinami tik tiems vartotojams, kurie turi telefono liniją.

Trečiajam asmeniui mokami pajungimo mokesčiai, kad būtų galima naudotis interneto paslaugomis, taip pat nereiškia, kad teiginys apie nemokamą interneto ryšio paslaugą yra klaidingas, tačiau tik tada, jei šis mokestis nėra dirbtinai padidintas, siekiant padengti nemokamos paslaugos sąnaudas. **Prekiautojai privalo visada tinkamai informuoti vartotojus** apie visus tokius iš anksto mokėtinus mokesčius.

Produktus siūlyti „nemokamai“ labai populiariu interneto sektoriuje. Tačiau teikiant daugelį tokių paslaugų yra renkami naudotojų **asmens duomenys**, pavyzdžiui, tapatybė ir e. pašto adresas. Svarbu pažymėti, kad NKVD taikoma visai komercinei veiklai, kurioje siūlomi „nemokami“ produktai, o piniginis mokėjimas nėra būtina direktyvos taikymo sąlyga. Duomenų veikla yra reglamentuojama tiek ES **duomenų apsaugos teisės aktais**, tiek NKVD. Su vartotojų prioritetais susijusios informacijos, asmens duomenų ir kito naudotojų sukurtu turinio ekonominė vertė suvokiama vis geriau. Prekyba šiais produktais kaip „nemokamai“, vartotojams tinkamai nepaaiškinus, kaip informacija apie jų prioritetus, jų asmens duomenys ir naudotojo sukurtas turinys bus naudojami, tam tikromis aplinkybėmis gali būti laikoma ne tik duomenų apsaugos teisės aktų pažeidimu, bet ir klaidinančia veikla.

Taip pat pažymėtina, kad sutartims, pagal kurias vartotojams teikiamas skaitmeninis turinys arba skaitmeninės paslaugos, o vartotojai teikia arba išsipareigoja pateikti asmens duomenis, taikoma Direktyva (ES) 2019/770 ⁽²⁵⁸⁾. Skaitmeninio turinio direktyva taikoma neatsižvelgiant į tai, ar asmens duomenys prekiautojui pateikiami sudarant sutartį, ar vėliau, pavyzdžiui, kai vartotojas duoda sutikimą tvarkyti asmens duomenis. Atsižvelgiant į pakeitimus, padarytus Direktyva (ES) 2019/2161, skaitmeninių paslaugų ir turinio teikimo sutartims, kai vartotojai teikia arba išsipareigoja pateikti asmens duomenis, taip pat taikoma Vartotojų teisių direktyva (nuo 2022 m. gegužės 28 d.).

Pavyzdys

- Vartotojų apsaugos institucija, remdamasi NKVD 6 straipsniu, skyrė baudą interneto platformai už klaidinančią informaciją, kad jos paslauga teikiama „nemokamai“ arba „neatlygintinai“, nes bendrovė gauna pajamas iš naudotojų privačių duomenų analizės ir informacijos teikimo trečiosioms šalims prekiautojoms ⁽²⁵⁹⁾.
- Vartotojų apsaugos institucija skyrė baudą interneto platformai už naudotojų klaidinimą (pagal NKVD 6 ir 7 straipsnius) skatinant registruotis ir už tai, kad vartotojai kurdami savo paskyras nebuvo iš karto ir tinkamai informuoti, kad pateikti duomenys bus naudojami komerciniais tikslais ir apskritai nebuvo informuoti apie paslaugos pelno tikslus, pabrėžiant, kad paslauga yra nemokama ⁽²⁶⁰⁾.

⁽²⁵⁸⁾ „Skaitmeninio turinio direktyva“.

⁽²⁵⁹⁾ 2019 m. gruodžio 16 d. Sprendimas *Facebook Ireland Ltd* (Vj-85/2016/189).

⁽²⁶⁰⁾ 2018 m. lapkričio 29 d. AGCM sprendimas Nr. PS11112 - *Facebook*.

3.5. Automatizuotomis priemonėmis įsigytų bilietų perpardavimas. 23a punktas

I priedo 23a punktas

„Renginių bilietų perpardavimas vartotojams, jei prekiautojas juos įsigijo naudodamasis automatizuotomis priemonėmis, kad apeitų bet kokią nustatytą bilietų, kuriuos asmuo gali nusipirkti, kiekio apribojimą arba bet kokias kitas taisykles, taikomas bilietų pirkimui.“

Direktyva (ES) 2019/2161 į NKVD įtrauktas 23a punktas dėl naujos uždraustos komercinės veiklos, pagal kurią prekiautojams draudžiama perparduoti vartotojams bilietus į kultūros ir sporto renginius, kuriuos jie **įsigijo naudodamiesi specializuota programine įranga (interneto robotais)**.

Tokios automatizuotos priemonės leidžia prekiautojams pirkti bilietus viršijant pirminio bilietų pardavėjo nustatytas technines ribas arba apeiti bet kokias kitas pirminio pardavėjo nustatytas technines priemones, kuriomis siekiama užtikrinti, kad bilietus galėtų įsigyti visi asmenys, pavyzdžiui, sudarant pirkimo internetu eilę. Šis draudimas taip pat būtų taikomas tuo atveju, kai bilietai yra „rezervuojami“ naudojant automatizuotą programinę įrangą, o vėliau už juos sumokama atskirai kitomis priemonėmis. Jis taip pat taikomas, kai bilietų perpardavėjas bilietus įsigyja iš trečiosios šalies, kuri bilietus pirkė naudodamasi interneto robotais. Tai, kad pirminis bilietų pardavėjas žinojo, jog perpardavėjas naudoja interneto robotą, draudimui neturi reikšmės, jeigu naudodamasis interneto robotu perpardavėjas galėjo įsigyti daugiau bilietų, nei tai buvo galima kitiems pirkėjams.

Draudimas paprastai taikomas renginiams, tarp jų – kultūros ir sporto renginiams, konkrečiai nurodytiems Direktyvos (ES) 2019/2161 50 konstatuojamojoje dalyje, ir kitų rūšių laisvalaikio veiklai. Jis taikomas tik techninėms priemonėms, kurias perpardavėjas naudoja, kad apeitų pirminio bilietų pardavėjo įdiegtas technines priemones, kuriomis siekiama apriboti vienam pirkėjui parduodamų bilietų skaičių arba valdyti pardavimo procesą. Tokios priemonės gali būti įdiegtos pirminio pardavėjo iniciatyva arba pagal nacionalinės teisės aktų reikalavimus.

I priedo 23a punkte nustatytas draudimas papildo bendrąsias NKVD nuostatas dėl nesąžiningos veiklos šiais konkrečiais bilietų perpardavimo aspektais. Direktyvos (ES) 2019/2161 50 konstatuojamojoje dalyje paaiškinta, kad draudimas nedaro poveikio jokioms kitoms nacionalinėms priemonėms, kurių valstybės narės gali imtis siekdamas apsaugoti teisėtus vartotojų interesus ir užtikrinti kultūros politiką bei plataus masto galimybes visiems asmenims dalyvauti kultūros ir sporto renginiuose, pavyzdžiui, siekdamas reguliuoti bilietų perpardavimo kainą.

3.6. Atkakli prekyba nuotoline priemone. 26 punktas

I priedo 26 punktas

„Atkaklus ir nepageidaujamas raginimas telefonu, faksu, elektroniniu paštu ar kitomis nuotolinio ryšio priemonėmis, išskyrus tomis aplinkybėmis ir tiek, kiek tai leidžiama pagal nacionalinę teisę siekiant užtikrinti sutartinės prievolės vykdymą. Tai nepažeidžia Direktyvos 97/7/EB 10 straipsnio bei Direktyvų 95/46/EB ir 2002/58/EB“.

Šiuo draudimu siekiama **apsaugoti vartotojus nuo įkyrių raginimų naudojant nuotolines prekybos priemones**. Pagal I priedo 26 punktą nuotolinė prekyba savaime nėra draudžiama, tačiau yra draudžiami **atkaklūs ir nepageidaujami raginimai ką nors pirkti** ⁽²⁶¹⁾.

Pavyzdžiui:

Draudimo konsultantas internete ir ne internete ieškojo pranešimų apie nelaimingus atsitikimus ir tada siuntinėjo standartinius laiškus nukentėjusiesiems, siūlydamas konsultacijas ir pagalbą žalos atlyginimo klausimais. Nacionalinis teismas nusprendė, kad vieno laiško išsiuntimas asmeniui nelaikomas „atkakliu ir nepageidaujamu raginimu“, kaip tai suprantama pagal I priedo 26 punktą ⁽²⁶²⁾.

Specialiosios taisyklės dėl nepageidaujamų pranešimų naudojant elektroninių ryšių tinklus (t. y. telefoną arba e. paštą) išdėstytos **E. privatumo direktyvos** 2002/58/EB 13 straipsnyje. Skambinimo automatai, faksimiliniai aparatai (faksai) ar e. paštas gali būti naudojami tiesioginės rinkodaros tikslams tik išankstinį sutikimą davusių naudotojų atžvilgiu. Tačiau, jeigu fizinis ar juridinis asmuo, parduodamas produktas ar teikdamas paslaugas gauna iš savo klientų jų elektroninio pašto kontaktinius duomenis, toks fizinis ar juridinis asmuo gali pasinaudoti elektroniniais kontaktiniais duomenimis panašiu

⁽²⁶¹⁾ Taip pat žr. nagrinėjamą bylą StWL Städtische Werke Lauf a.d. Pegnitz (C-102/20). Joje priimtame sprendime greičiausiai bus paaiškinta, kaip šis draudimas taikomas e. pašto dėžutėje rodomai reklamai.

⁽²⁶²⁾ 4 Ob 174/09f, OGH (Oberster Gerichtshof), 2010 m. sausio 19 d.

savo prekių ar paslaugų tiesioginei rinkodarai su sąlyga, jei tuo metu, kai šie elektroniniai kontaktiniai duomenys yra renkami, vartotojams aiškiu ir apibrėžti būdu suteikiama galimybė nemokamai ir paprastomis priemonėmis paprieštarauti tam, kad tokie elektroniniai kontaktiniai duomenys būtų naudojimui, o jei vartotojas iš pradžių tokiam duomenų naudojimui neprieštaravo, apie tokią galimybę turi būti informuojama kiekviename atsiųstame pranešime. Šios konkrečiam sektoriui skirtos nuostatos yra viršesnės už NKVD, t. y. tokie raginimai ką nors pirkti neturi būti atkablūs, o valstybės narės turi bausti už raginimus ką nors pirkti nuo pat pirmo skambučio ar e. laiško.

Jeigu duomenų valdytojas naudoja **asmens duomenis** (pvz., gavėjo vardą, pavardę ir (arba) adresą ar kitus asmens, kurio tapatybę galima nustatyti, duomenis) rinkodaros tikslais, pagal **ES duomenų apsaugos teisę** tai laikoma tokių duomenų tvarkymu. Turi būti laikomasi BDAR numatytų garantijų ir įpareigojimų, įskaitant įpareigojimą informuoti asmenis apie duomenų tvarkymą prieš imantis bet kokios rinkodaros ir suteikiant asmenims galimybę prieštarauti jų asmens duomenų tvarkymui šiuo tikslu (BDAR 21 straipsnio 2 dalis).

Paštu ir kitomis spausdintomis reklamos priemonėmis vykdomai rinkodarai panašių konkrečiam sektoriui skirtų ES taisyklių nėra. Ši sritis išsamiai reglamentuota NKVD, konkrečiai I priedo 26 punktu. Todėl **nacionalinės nuostatos, pagal kurias visų rūšių neadresuota spausdinta reklama yra draudžiama**, nebent vartotojai yra davę išankstinį sutikimą, kad jiems tokia reklama būtų siunčiama, būtų griežtesnės už visiškai suderintas NKVD nuostatas. Toks draudimas būtų leidžiamas tik tada, jei jis nepatektų į direktyvos taikymo sritį, t. y. **juo nebūtų siekiama apsaugoti vartotojų ekonominius interesus**. Kai kurios valstybės narės tokius draudimus grindė įvairiais motyvais, pvz., siekiu apsaugoti aplinką (sumažinti rinkodaros medžiagai sunaudojamo popieriaus kiekį).

3.7. Tiesioginis vaikų raginimas pirkti. 28 punktas

I priedo 28 punktas

„Vaikams skirto tiesioginio raginimo pirkti arba įtikinti tėvus ar kitus suaugusiuosius nupirkti jiems reklamuojamus produktus įtraukimas į reklamą. Šia nuostata nepažeidžiamas Direktyvos 89/552/EEB dėl televizijos programų transliavimo 16 straipsnis“.

Šis draudimas apima draudimą daryti tiesioginį spaudimą vaikams pirkti produktą arba įtikinėti suaugusiuosius pirkti daiktus savo vaikams (vaikų įtaka vartotojiškam tėvų elgesiui, angl. „pester power“). Aptardami šį draudimą daugelis prekyautojų ne kartą pažymėjo, kad **vaikams skirtą rinkodarą** gali būti sunku atskirti nuo kitiems vartotojams skirtos rinkodaros. Be to, kartais gali būti neaišku, **ar komercinė veikla apima tiesioginį vaikų raginimą pirkti**.

Vis dėlto, tikrinant ir vertinant, ar komercinė veikla patenka į I priedo 28 punkto taikymo sritį, būtina atsižvelgti į visus konkretaus atvejo faktus ir aplinkybes. Vertinant gali būti atsižvelgiama į įvairius veiksnus, pavyzdžiui, **rinkodaros struktūrą**, rinkodaros **priemonę**, vartojamos **kalbos pobūdį**, ar naudojamos **temos arba veikėjai, kurie yra ypač patrauklūs vaikams**, ar yra **amžiaus apribojimų**, ar pateikiamos **tiesioginės nuorodos**, per kurias būtų galima pirkti ir pan. ⁽²⁶³⁾ Taip pat reikėtų pažymėti, kad nacionalinė vykdymo užtikrinimo institucija arba teismas **neprivalo laikytis paties prekyautojo suformuluotos tikslinės grupės apibrėžties**, naudojamos atitinkamoje komercinėje veikloje, tačiau į tokią apibrėžtį gali būti atsižvelgiama. Atliekant vertinimą taip pat reikėtų atsižvelgti į tai, kokių veiksmų ėmėsi prekyautojas, kad nepilnamečius apsaugotų nuo tiesioginio raginimo pirkti. Prekyautojai turėtų pritaikyti rinkodarą pagal tai, kokius vartotojus ji gali praktiškai pasiekti, ne pagal tai, į kokią tikslinę grupę orientuojamasi.

Pavyzdžiui:

- Internetu vykdoma komercinė veikla – žaidimų bendruomenė, kuriai priklausantys vaikai rengia virtualias lėles, ragino vaikus „pirkti daugiau“, „pirkti čia“, „pakelti lygį dabar“ ir „pakelti lygį iki Superžvaigždės“. Nacionalinis teismas uždraudė šią veiklą motyvuodamas tuo, kad teiginiai prilygo tiesioginiams vaikų raginimams pirkti, kaip tai suprantama pagal I priedo 28 punktą ⁽²⁶⁴⁾.
- Koncertų organizatorius reklamavo Justin'o Bieber'io koncerto bilietus vartodamas tokius teiginius kaip „Belibers – daugelyje parduotuvių dar liko daug RIMI kortelių. Bėkite, šokite ant dviračio arba paprašykite, kad kas nors jus nuvežtų“, ir „Šiandien pirkdami bilietus RIMI, nepamirškite nusipirkti bilietų į Bieberexpress.“ Nacionalinis teismas nusprendė, kad tai pažeidžia I priedo 28 punktą ⁽²⁶⁵⁾.

⁽²⁶³⁾ Taip pat žr. ICPEN „Best Practice Principles for Marketing Practices directed towards Children Online“, 2020 m. birželio mėn.

⁽²⁶⁴⁾ MD 2012:14, Norvegijos rinkos teismas, 2012 m. gruodžio 6 d., Stardoll.

⁽²⁶⁵⁾ MR-2012-1245-2, Norvegijos rinkos taryba, 2013 m. gruodžio 3 d., Atomic Soul.

- Nacionalinė vartotojų reikalų institucija padarė išvadą, kad bankas, siųsdamas tiesioginės rinkodaros laišką vaikams, kuriems sukako 10 metų, vykdė agresyvią veiklą. Tame laiške vaikai buvo kviečiami savo 10-ojo gimtadienio proga atvykti į banko skyrių ir gauti asmeninę Visa Electron kortelę ⁽²⁶⁶⁾.
- Nacionalinė institucija nustatė, kad konkurso skelbime pasinaudojant papildytosios tikrovės metodu buvo skelbiamas tiesioginis raginimas pirkti. Skaitytojas turėjo atsisiųsti papildytosios tikrovės programėlę į savo telefoną ir naudodamasis ja galėjo peržiūrėti vaizdo siužetais pasakojamą istoriją. Vaizdo siužetuose buvo rodoma daug komiksų stiliaus vaizdinių elementų, naudojami garso efektai. Pasakojimo pabaigoje programėlėje buvo parodomas laimės ratas, kurį pasukęs skaitytojas turėjo galimybę laimėti bilietus į koncertą. Jei skaitytoju laimėti nepavykdavo, šalia laimės rato atsirasdavo nuoroda, kurioje skaitytojas buvo raginamas „peržiūrėti bilietus“. Tuo pačiu metu virtualus avataras ragino skaitytoją: „spustelėkite čia ir įsigykite bilietus“. Pasak nacionalinės institucijos, tai buvo tiesioginis kvietimas pirkti, juo labiau kad bilietus buvo galima įsigyti paspaudus pateiktą nuorodą. Nacionalinė institucija taip pat atsižvelgė į tai, kad į vaikus nukreiptas papildytosios realybės turinys ir reklama buvo paskelbti komiksų žurnale, kuris irgi skirtas vaikų auditorijai ⁽²⁶⁷⁾.
- Valstybės narės teismas nagrinėjo, ar tai, kad pateikta nuoroda į elektroninę parduotuvę, laikytina tiesioginiu kvietimu pirkti. Teismas konstatavo, kad reklama, kurioje į žiūrovą kreipiamasi vienaskaitos antruoju asmeniu ir yra vartojami vaikams būdingi žodžiai, visų pirma yra nukreipta į vaikus ir kad tokie tiesioginiai kvietimai pirkti patenka į I priedo 28 punkto taikymo sritį, net jei reklamuojamų produktų kainos ir savybės nėra rodomos, kol nepaspaudžiama nuoroda ⁽²⁶⁸⁾.
- Panašioje byloje valstybės narės teismas laikėsi nuomonės, kad netiesioginiams kvietimams pirkti I priedo 28 punkte nustatytas draudimas netaikomas ir kad juose nurodoma reklamuojamų produktų paskirtis. Toje byloje nagrinėtu atveju kartu su reklamos tekstu ir nuorodomis į elektroninę parduotuvę buvo skelbiama: „Jeigu tokio žaidimo norite ir jūs, jį galite užsisakyti savo konsolėje spustelėję toliau pateiktas nuorodas“. Konstatuota, kad informacijos apie pirkimo galimybę pateikimas arba vartotojo kvietimas į virtualią verslo erdvę nėra nepriimtinas ⁽²⁶⁹⁾.
- 2021 m. vykdymo užtikrinimo institucija skyrė baudą internetinio žaidimo operatoriui ir kelioms nuomonės formavimo agentūroms už I priedo 28 punkte nustatytą draudimo pažeidimą. Žaidimo reklama buvo skleidžiama įvairiais interneto kanalais, o joje vaikai ir paaugliai buvo skatinami bendrauti su gyvūno personažu mokamomis trumposiomis žinutėmis. Taigi vaikai buvo tiesiogiai kviečiami pirkti. Skiriant baudą taip pat buvo atsižvelgta į klaidinančią prekiautojo ir nuomonės formuotojų veiklą, nes kai kuri reklama ir akcijos nebuvo atitinkamai pažymėtos, todėl vartotojai buvo klaidinamai viliojami žiūrėti reklamą ⁽²⁷⁰⁾.

2013–2014 m. Komisija ir nacionalinės institucijos ėmėsi **bendrų vykdymo užtikrinimo veiksmų dėl internetinių žaidimų**, kuriuos žaidžiant buvo galima pirkti žaidimo papildinius. Egzistavo tikimybė, kad žaidimai gali būti patrauklūs vaikams arba juos žaidžia vaikai. Tai išsamiau aptariama 4.2.9 skirsnyje ⁽²⁷¹⁾. NKVD I priedo 28 punktas taikomas žaidimams, kurie gali būti patrauklūs vaikams, ne tik žaidimams, kurie yra skirti vien arba būtent vaikams. Žaidimas arba programėlė ir juose skelbiami raginimai pirkti gali būti laikomi skirtais vaikams, kaip tai suprantama pagal I priedo 28 punktą, jeigu galima pagrįstai spėti, kad prekiautojas numatė, jog jis gali būti patrauklus vaikams.

3.8. Dovanos. 31 punktas

I priedo 31 punktas

„Apgaulingo įspūdžio sukūrimas, kad vartotojas jau gavo, gaus arba atlikęs tam tikrą veiksmą gaus dovanų arba kitokios lygiavertės naudos, kai iš tiesų:

- nėra jokios dovanos arba kitokios lygiavertės naudos,

arba

- vartotojas gali reikalauti dovanų ar kitokios lygiavertės naudos tik sumokėjęs pinigų arba patyręs išlaidų“.

⁽²⁶⁶⁾ KUV/5564/41/2012, Suomijos konkurencijos ir vartotojų reikalų tarnyba, 2013 m. kovo 1 d., Nordea Oyj.

⁽²⁶⁷⁾ Suomijos vartotojų ombudsmanas, sprendimas KKV/54/14.08.01.05/2019.

⁽²⁶⁸⁾ Vokietijos federalinis teismas, 2013 m. liepos 17 d., Nr. I ZR, 34/12, Runes of Magic.

⁽²⁶⁹⁾ Austrijos Aukščiausiasis Teisingumo Teismas, 2013 m. liepos 9 d., Nr. 4 Ob 95/13v, Disney Universe.

⁽²⁷⁰⁾ Vengrijos konkurencijos institucija, 2021 m. gegužės 26 d., Nr. VJ/3/2020, Global AWA Pty Ltd ir kt.

⁽²⁷¹⁾ 2014 m. liepos 18 d. pranešimas spaudai http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-847_lt.htm.

Pirmosios kategorijos atvejus (t. y. kai nėra jokios dovanos) vertinti gana paprasta. Kad nepažeistų šio draudimo, **prekiautojai visada privalo gebėti pagrįsti, kad dovana (-os) ar kita lygiavertė nauda buvo suteikta vartotojui būtent taip, kaip nurodyta vartotojui skirtame skelbime.** Priešingu atveju prekiautojo komercinė veikla pateks į draudimo taikymo sritį.

Pavyzdžiui:

- Prekiautojas sudarė apgaulingą įspūdį, kad vartotojai gali laimėti dovaną, tvirtindamas, kad visi tam tikros loterijos dalyviai turės galimybę laimėti nešiojamąjį kompiuterį. Iš tikrųjų tokio kompiuterio nebuvo galima laimėti ⁽²⁷²⁾.
- Prekiautojas sudarė apgaulingą įspūdį, kad vartotojas laimėjo dovaną, vartotojui skirtame laiške aiškiai nurodydamas, kad jis laimėjo 18 000 EUR prizą, nors iš tikrųjų tokio prizo nebuvo. Nacionalinis teismas išaiškino, kad tokia komercinė veikla neatitinka nacionalinės teisės, kuria į nacionalinę teisę perkeltas NKVD I priedo 31 punktas ⁽²⁷³⁾.

31 punkto antra dalis (t. y. vartotojas gali gauti dovaną ar kitokią naudą tik sumokėjęs pinigų arba patyręs išlaidų) taikoma nesąžiningai veiklai, kai, pavyzdžiui, vartotojai informuojami, kad laimėjo dovaną, tačiau, norėdami ją atsiimti, turi paskambinti **padidinto tarifo telefono numeriu**, arba vartotojams iš pradžių pranešama, kad jie laimėjo dovaną, tačiau vėliau jie sužino, kad, **norėdami gauti reklamuotą dovaną** arba lygiavertę naudą, **privalo užsisakyti kitą prekę ar paslaugą**.

Teisingumo Teismas išaiškino, kad net jeigu išlaidos, kurias vartotojas patiria norėdamas atsiimti dovaną (t. y. kai prašo informacijos apie dovanos pobūdį arba dovaną atsiimti) yra minimalios, palyginti su dovanos verte (pavyzdžiui, jas sudaro pašto ženklo kaina), ir nepriklausomai nuo to, ar prekiautojas gauna kokią nors naudą dėl šių išlaidų apmokėjimo, tokia veikla pagal I priedo 31 punktą yra draudžiama ⁽²⁷⁴⁾.

Pavyzdžiui:

Užsakomosios prekybos paštu bendrovė paštu išsiuntė reklamą apie akciją, kurioje buvo nurodoma, kad vartotojui „100 proc. garantuojama“, kad jis yra vienas iš atrinktų asmenų, „galinčių gauti elektroninį produktą“ ir kad šis produktas yra nemokamas! Vartotojai turėjo atsakyti per dvi dienas ir sumokėti 19,99 EUR „administravimo ir transporto išlaidoms“ padengti. Vartotojų apsaugos institucija nustatė, kad apgaulingo įspūdžio sudarymas vartotojams, kad jie jau laimėjo dovaną, kartu reikalaujant, kad jie per dvi dienas nuo pranešimo apie reklamą gavimo dienos sumokėtų mokesčių, patenka į I priedo 31 punkto ir kitų į juodąjį sąrašą įtrauktų veiksmų draudimo, pavyzdžiui, į 20 punkto taikymo sritį (nes vartotas žodis „nemokamai“) ⁽²⁷⁵⁾.

4. NKVD TAIKYMAS KONKREČIOSE SRITYSE

4.1. Tvarumas

4.1.1. Ekologiškumo teiginiai

Ekologiškumo teiginiais (angl. *environmental claims* arba *green claims*) vadinami komerciniuose pranešimuose, rinkodaros ar reklamos priemonėse naudojami teiginiai, kuriais tiesiogiai arba netiesiogiai sudaromas įspūdis, kad produktas ar paslauga **daro teigiamą poveikį aplinkai, nedaro poveikio aplinkai arba kenkia jai mažiau** nei konkurentų prekės ar paslaugos. Tokie teiginiai gali būti susiję su produkto sudėtimi, gamybos metodais, galimais jo šalinimo būdais ir galimybe juo naudojantis sumažinti energijos suvartojimą bei taršą. Jei šie teiginiai neteisingi arba jeigu jų neįmanoma patikrinti, jų naudojimas dažnai vadinamas „ekomanipuliacija“ (angl. *greenwashing*). Komisija ir nacionalinės vartotojų apsaugos institucijos 2020 m. atlikta koordinuota interneto svetainių patikra patvirtino, kad neaiškūs perdėti, melagingi ar apgaulingi ekologiškumo teiginiai yra skleidžiami ⁽²⁷⁶⁾.

Ekomanipuliacija įmonių santykiuose su vartotojais gali būti susijęs su įvairių rūšių įmonių komercine veikla vartotojų atžvilgiu, kurioje yra minimos produktų ekologiškumo savybės. Priklausomai nuo aplinkybių, tai gali būti bet kokie organizacijos teiginiai, informacija, simboliai, logotipai, grafika ir prekių ženklai, jų sąveika su spalvomis, naudojami ant pakuotės, ženklina, reklamoje, visose žiniasklaidos priemonėse (įskaitant interneto svetaines), jeigu organizacija laikoma „prekiautoju“ ir vykdo komercinę veiklą vartotojų atžvilgiu.

⁽²⁷²⁾ 2014 m. spalio 29 d. Prahos miesto teismo sprendimas *Golden Gate Marketing* prieš Čekijos prekybos inspekciją.

⁽²⁷³⁾ Audiencia Provisonal de Barcelona, 2014 m. birželio 26 d., Nr. 323/2014.

⁽²⁷⁴⁾ 2012 m. spalio 18 d. Sprendimas *Purely Creative* ir kt. prieš *Office of Fair Trading*, C-428/11.

⁽²⁷⁵⁾ 2010 m. rugsėjo 21 d. *Consumentenautoriteit* sprendimas Nr. CA/NB/544/10 *Garant-o-Matic B.V.*

⁽²⁷⁶⁾ 2021 m. sausio 28 d. pranešimas spaudai, „Įvertintas ekomanipuliacijos interneto svetainėse: pusė ekologiškumo teiginių yra nepakankamai pagrįsti“ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/ip_21_269.

Specialiųjų nuostatų dėl ekologiškumo teiginių NKVD nėra. Tačiau NKVD suteikia teisinę pagrindą užtikrinti, kad prekytojai neskelbtų ekologiškumo teiginių vartotojų atžvilgiu nesąžiningais būdais. Ekologiškumo teiginius, kurie nėra nesąžiningi, naudoti pagal direktyvą nėra draudžiama. Priešingai, NKVD gali padėti prekytojams investuoti į savo produktų aplinkosauginį veiksmingumą, nes prekytojams suteikiama galimybė skaidriai informuoti vartotojus apie šias pastangas, o jų konkurentams neleidžiama naudoti vartotojus klaidinančių ekologiškumo teiginių.

Naujojoje vartotojų darbotvarkėje ⁽²⁷⁷⁾ ir **2020 m. Žiedinės ekonomikos veiksmų plane** ⁽²⁷⁸⁾ išdėstyta daugiau pasiūlymų, kaip spręsti ekomanipuliavimo problemą. Komisija taip pat planuoja iniciatyvas, pagal kurias būtų nustatyti **anglies dioksido šalinimo sertifikavimo standartai** ⁽²⁷⁹⁾.

Dėl **žalos atlyginimo vartotojams**, kai žala patiriama dėl NKVD nuostatų pažeidimo, susijusio su ekologiškumo teiginiais, pavyzdžiui, dėl kompensacijos, kainos sumažinimo ir sutarties nutraukimo, žr. 1.4.3 skirsnį.

4.1.1.1. Sąveika su kitais ES teisės aktais dėl ekologiškumo teiginių

3 straipsnio 4 dalyje ir 10 konstatuojamojoje dalyje įtvirtintas principas, kad NKVD papildo kitus ES teisės aktus ir veikia kaip „apsauginė sistema“, užtikrinanti, kad visuose sektoriuose būtų išlaikytas aukštas bendras vartotojų apsaugos nuo nesąžiningos komercinės veiklos lygis. Ekologiškumo teiginių srityje NKVD papildo šiuos teisės aktus:

- Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 66/2010 ⁽²⁸⁰⁾ dėl ES ekologinio ženklo;
- Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) 2017/1369 ⁽²⁸¹⁾, kuriuo nustatoma energijos vartojimo efektyvumo ženklavimo sistema;
- Direktyvą 1999/94/EB dėl vartotojų teisės gauti informaciją apie degalų taupymą ir išmetamųjų CO₂ dujų kiekį parduodant naujus keleivinius automobilius;
- Direktyvą 2012/27/ES dėl energijos vartojimo efektyvumo ⁽²⁸²⁾ su pakeitimais, padarytais Direktyva (ES) 2018/2002 ⁽²⁸³⁾;
- Direktyvą 2010/31/ES dėl pastatų energinio naudingumo ⁽²⁸⁴⁾;

⁽²⁷⁷⁾ Komisijos komunikatas Europos Parlamentui ir Tarybai „Naujoji vartotojų darbotvarkė. Siekiant tvaraus atsivertimo didinamas vartotojų atsparumas“ (COM/2020/696 final), 2020 11 13.

⁽²⁷⁸⁾ Komisijos komunikatas Europos Parlamentui, Tarybai, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui, Regionų komitetui ir Europos investicijų bankui „Naujas žiedinės ekonomikos veiksmų planas, kuriuo siekiama švaresnės ir konkurencingesnės Europos (COM/2020/98 final), 2020 3 11. 2013 m. balandžio 9 d. Komisijos rekomendacija 2013/179/ES dėl produktų ir organizacijų gyvavimo ciklo aplinkosauginio veiksmingumo matavimo ir pranešimo apie jį bendrų metodų taikymo (OL L 124, 2013 5 4, p. 1) ir visi jos atnaujinimai.

⁽²⁷⁹⁾ Žiedinės ekonomikos veiksmų plane Komisija paskelbė iniciatyvą dėl anglies dioksido šalinimo sertifikavimo reguliavimo sistemos. Šis anglies dioksido šalinimo sertifikavimo mechanizmas padėtų diegti anglies dioksido šalinimo sprendimus poveikio klimatui neutralumo tikslą atitinkančiu mastu.

⁽²⁸⁰⁾ 2009 m. lapkričio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 66/2010 dėl ES ekologinio ženklo, OL L 27, 2010 1 30, p. 1.

⁽²⁸¹⁾ 2017 m. liepos 4 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/1369, kuriuo nustatoma energijos vartojimo efektyvumo ženklavimo sistema ir panaikinama Direktyva 2010/30/ES, OL L 198, 2017 7 28, p. 1.

⁽²⁸²⁾ Pažymėtina, kad šios direktyvos 9 straipsnio 2 dalyje nurodyta, kad jeigu vartotojai turi dujų ir (arba) elektros „pažangiųjų skaitiklių“, matavimo sistemos turi pateikti „informaciją apie tikslų laiką, kada [energija] buvo suvartota“, o 10 straipsnio 1 dalyje nurodyta, kad „jei galutiniai vartotojai neturi pažangiųjų skaitiklių“, sąskaitose pateikiama informacija turi būti „tiksliai ir grindžiama faktiškai suvartotu kiekiu“.

⁽²⁸³⁾ Pirmiausia reikėtų pažymėti, kad iš dalies pakeistame 10 straipsnyje dėl informacijos apie sąskaitas už gamtines dujas nustatyta, kad sąskaitų už dujas ir elektrą informacija turi būti patikima, tiksli ir pagrįsta faktiniu suvartojimu, kaip numatyta VII priedo 1.1 punkte, jei tai yra techniškai įmanoma ir ekonomiškai pagrįsta. 9a straipsnyje nustatyta, kad galutiniai vartotojai konkurencingomis kainomis aprūpinami skaitikliais, kuriais tiksliai matuojama jų faktiškai suvartota energija.

⁽²⁸⁴⁾ 2019 m. birželio 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/944 dėl elektros energijos vidaus rinkos bendrųjų taisyklių, kuria iš dalies keičiama Direktyva 2012/27/ES, OL L 158, 2019 6 14, p. 125. Pagal šios direktyvos 10 straipsnį energinio naudingumo sertifikatai turi leisti savininkams ir nuomininkams palyginti ir įvertinti pastatų energinį naudingumą. Energinio naudingumo sertifikate nurodoma, pavyzdžiui, „kur savininkas arba nuomininkas gali gauti išsamesnės informacijos apie sertifikate pateiktas rekomendacijas“. Pagal 12 straipsnio 2 ir 3 dalis energinio naudingumo sertifikatą reikalaujama parodyti „potencialiam naujam nuomininkui arba pirkėjui“ ir įteikti naujam pirkėjui arba nuomininkui, jeigu pastatas yra statomas, parduodamas arba išnuomojamas, o jeigu tai daroma prieš pastatant pastatą, pardavėjas privalo pateikti „to pastato būsimą energinio naudingumo įvertinimą“. Be kita ko, pagal 12 straipsnio 4 dalį, jeigu energinio naudingumo sertifikatą turintys pastatai parduodami arba nuomojami, pastato energinio naudingumo sertifikato energijos vartojimo efektyvumo rodiklis turi būti nurodytas „komercinėse žiniasklaidos priemonėse skelbimuose“.

- Reglamentą (ES) 2020/740 dėl padangų ženklavimo pagal degalų naudojimo efektyvumą ir kitus parametrus ⁽²⁸⁵⁾;
- Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą (ES) 2019/944 ⁽²⁸⁶⁾ dėl elektros energijos vidaus rinkos bendrųjų taisyklių;
- Direktyvą 2009/125/EB, nustatančią ekologinio projektavimo reikalavimų su energija susijusiems gaminiams nustatymo sistemą ⁽²⁸⁷⁾;
- Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) 2018/848 ⁽²⁸⁸⁾ dėl ekologinės gamybos ir ekologiškų produktų ženklavimo;
- Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą (ES) 2018/2001 ⁽²⁸⁹⁾ dėl skatinimo naudoti atsinaujinančiųjų išteklių energiją;
- Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2009/73/EB ⁽²⁹⁰⁾ dėl gamtinių dujų vidaus rinkos bendrųjų taisyklių.

Toliau pateikiami keli NKVD ir specialiųjų ES teisės aktų dėl ekologiškumo teiginių sąveikos pavyzdžiai.

Pavyzdžiui:

- Reglamentu (ES) 2017/1369, kuriuo nustatoma **energijos vartojimo efektyvumo ženklavimo sistema**, draudžiamos papildomos etiketės ir simboliai, kurie patys gali klaidinti vartotojus dėl energijos ar kitų išteklių suvartojimo ⁽²⁹¹⁾. Tačiau joje nėra specialiųjų taisyklių dėl to, kas laikoma klaidinimu. Šiuo atžvilgiu galima taikyti NKVD. Pavyzdžiui, teismas pripažino šūkio „labai taupantis energiją“ vartojimą energijos vartojimo efektyvumo A klasės šaldytuvui ir (arba) šaldikliui apibūdinti klaidinančia komercine veikla pagal NKVD. Tuo metu 308 iš 543 rinkoje parduodamų aparatų buvo priskiriami „A+“ klasei, o 17 proc. visų esamų aparatų net „A++“ klasei ⁽²⁹²⁾.

⁽²⁸⁵⁾ Šiuo reglamentu nustatoma suvienodintos informacijos apie padangų parametrus teikimo etiketėse sistema, kad pirkdami padangas galutiniai naudotojai galėtų priimti informaciją pagrįstus sprendimus.

⁽²⁸⁶⁾ Pagal šios direktyvos I priedo 5 punktą sąskaitose vartotojams pateikiama informacija, kokią pagal elektros energijos tiekimo sutartį pirktą elektros energijos dalį sudarė kiekvienas energijos išteklius. Ypač reikėtų pažymėti, kad pagal a ir b punktus elektros energijos tiekėjai nurodo „kokią tiekėjo visų energijos išteklių dalį praėjusiais metais sudarė kiekvienas energijos išteklius <...>“ ir „informaciją apie poveikį aplinkai, kurį per praėjusius metus padarė bent išmetamas CO₂ kiekis ir radioaktyviosios atliekos, susidarę dėl elektros energijos gamybos iš visų rūšių tiekėjo energijos išteklių“.

⁽²⁸⁷⁾ Šioje pagrindų direktyvoje nustatyti būtiniausi reikalavimai, numatant konkrečioms produktams, pvz., elektros lemputėms ir namų ūkio reikmenims, skirtas įgyvendinimo priemonės. Pagal šios direktyvos 14 straipsnį, remdamiesi taikytina įgyvendinimo priemone, gamintojai turi užtikrinti, kad vartotojams būtų teikiama „informacija apie tai, kokią vaidmenį jie gali atlikti tvariai naudojant gaminį“ ir „kai to reikalauja įgyvendinimo priemonės, gaminio ekologinis profilis ir ekologinio projektavimo privalumai“.

⁽²⁸⁸⁾ 2018 m. gegužės 30 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2018/848 dėl ekologinės gamybos ir ekologiškų produktų ženklavimo, kuriuo panaikinamas Tarybos reglamentas (EB) Nr. 834/2007, OL L 150, 2018 6 14, p. 1. Šio reglamento 30 straipsnyje nustatytos su ekologine gamyba susijusių terminų vartojimo taisyklės. 33 straipsnyje nustatytos ekologinės gamybos logotipų naudojimo taisyklės.

⁽²⁸⁹⁾ 2018 m. gruodžio 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2018/2001 dėl skatinimo naudoti atsinaujinančiųjų išteklių energiją, OL L 328, 2018 12 21, p. 82. Ypač žr. 24 straipsnį, kuriame nustatyta, kad galutiniams vartotojams lengvai prieinamu būdu, pavyzdžiui, tiekėjų interneto svetainėse, metinėse sąskaitose arba paprašius, būtų teikiama informacija apie energinį naudingumą ir atsinaujinančiųjų išteklių energijos procentinę dalį jų centralizuoto šilumos ir vėsumos tiekimo sistemose, ir 19 straipsnį, kuriame nustatyta, kad „siekiant parodyti galutiniams klientams, kokia atsinaujinančiųjų išteklių energijos procentinė dalis arba koks jos kiekis yra energijos tiekėjo energijos rūšių derinyje ir energijoje, kuri vartotojams teikiama pagal sutartis, rinkoje platinamas darant nuorodą į atsinaujinančiųjų išteklių energijos vartojimą, valstybės narės užtikrina, kad atsinaujinančiųjų išteklių energijos kilmė gali būti kaip tokia garantuota pagal šią direktyvą, remiantis objektyviais, skaidriais ir nediskriminuojančiais kriterijais“. Taip pat reikėtų atkreipti dėmesį į pasiūlymą dėl direktyvos keitimo (COM(2021) 557 final), kuriame nustatytas reikalavimas, kad ženklinant žaliuosius pramonės gaminius, vadovaujantis bendra ES lygmens metodika, turi būti nurodyta naudojamos atsinaujinančiųjų išteklių energijos procentinė dalis.

⁽²⁹⁰⁾ 2009 m. liepos 13 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2009/73/EB dėl gamtinių dujų vidaus rinkos bendrųjų taisyklių, panaikinanti Direktyvą 2003/55/EB, OL L 211, 2009 8 14, p. 94.

⁽²⁹¹⁾ Pažymėtina, kad pagal šio reglamento 6 straipsnio c punktą gaminius draudžiama ženklinti reglamento reikalavimų neatitinkančiomis etiketėmis, ženklais, simboliais ar užrašais, jei dėl to vartotojai gali būti klaidinami dėl gaminių naudojimo metu suvartojamos energijos arba kitų išteklių. Pagal 3 straipsnio 1 dalį galutinių naudotojų dėmesys į informaciją apie elektros energijos, kitų energijos rūšių bei pririnkus kitų svarbių išteklių suvartojimą gaminių naudojimo metu atkreipiamas vardinį parametru lentelėse ir etiketėse, susijusiose su parduoti, nuomoti, pirkti išsimokėtinais ar galutiniams naudotojams demonstruoti tiesiogiai arba netiesiogiai bet kokiais nuotolinės prekybos būdais, įskaitant internetą, siūlomais gaminiiais.

⁽²⁹²⁾ MDEC 2013 m. ataskaita, p. 18,

- Padangų gamintojas turėjo savo padangų ženklą, kuriuo buvo žymimos parduodamos padangos. Tam ženkle buvo norima pavaizduoti padangos savybes važiuojant žiemos sąlygomis. Įmonės ženklas yra labai panašus į **oficialų ES padangų ženklą** ⁽²⁹³⁾, kuris nuo 2012 m. lapkričio mėn. yra privalomas. Pardavinėdamas padangas padangų gamintojas naudojo savą ženklą, dėl to vartotojams galėjo susidaryti klaidingas įspūdis, kad padangos atitinka ES padangų ženklui taikomus bandymų ir klasifikacijos reikalavimus. Be to, padangų ženkle nebuvo patikimos informacijos apie padangų savybes, palyginti su ES ženklu pažymėtų kitų gamintojų padangų savybėmis. Teismas uždraudė padangų gamintojui naudoti įmonės padangų ženklus vartotojams skirtoje reklamoje, jeigu įmonė aiškiai neatskiria šio ženklo nuo ES padangų ženklo. ⁽²⁹⁴⁾
- Pagal Direktyvos (ES) 2019/944 I priedo 5 punkto b papunktį elektros energijos tiekėjai savo sąskaitose turi pateikti informaciją „apie poveikį aplinkai, kurį per praėjusius metus padarė bent išmetamas CO₂ kiekis ir radioaktyviosios atliekos, susidarę dėl elektros energijos gamybos iš visų rūšių tiekėjo energijos išteklių“, o tiekėjo įmonės turi nurodyti faktinį visų jų tiekiamos energijos rūšių CO₂ pėdsaką.
- Prekiautojas reklamavo savo dyzelinius automobilius vartotojams kaip „nekenkiančius aplinkai“, nors iš tikrųjų išmetamųjų dujų bandymai buvo suklastoti naudojant išderinimo įtaiso programinę įrangą („Dieselgate“ skandalas). Prekiautojo interneto svetainėje, reklaminėje medžiagoje ir produktų sąrašuose buvo pateikti teiginiai apie aptariamų automobilių aplinkosaugines savybes. 2020 m. gruodžio 17 d. Sprendime byloje C-693/18 Teisingumo Teismas patvirtino, kad išderinimo įtaiso programinė įranga pagal **ES tipo patvirtinimo teisės aktus** buvo neteisėta ⁽²⁹⁵⁾. Aptariama veikla kelia susirūpinimą pagal NKVD 5 straipsnį (profesinio atidumo reikalavimams prieštaraujanti praktika), 6 straipsnį (vartotojams pateikiama klaidinanti informacija apie pagrindines produkto savybes, pavyzdžiui, reklamuojamą produkto poveikį aplinkai) ir I priedo 4 punktą (tvirtinimas, kad produktą patvirtino viešoji įstaiga, nesilaikant tvirtinimo sąlygų). Nacionalinės vartotojų apsaugos institucijos, remdamosi šiomis nuostatomis, skyrė baudas ⁽²⁹⁶⁾.

4.1.1.2. Pagrindiniai principai

NKVD nuostatų taikymą ekologiškumo teiginiams galima apibendrinti toliau nurodytais principais ⁽²⁹⁷⁾.

Remiantis NKVD 6 ir 7 straipsnių nuostatomis dėl klaidinančių veiksmų ir neveikimo, **ekologiškumo teiginiai turi būti teisingi, juose neturi būti melagingos informacijos** ir jie turi būti pateikiami **aiškiai, konkrečiai, tiksliai ir nedviprasmiškai**, kad vartotojai nebūtų klaidinami.

Pagal NKVD 12 straipsnį prekiautojai turi turėti **įrodymų savo teiginiams pagrįsti** ir būti pasirengę suprantamai pateikti juos kompetentingoms vykdymo užtikrinimo institucijoms, jeigu teiginys ginčijamas.

Taip pat pažymėtina, kad NKVD I priede pateikiamas nesąžiningos veiklos, kuri visais atvejais draudžiama, sąrašas. Keletas I priedo punktų yra susiję su konkrečiais teiginiais arba rinkodara, kurioje naudojamos atitinkamais sertifikatais, ženklais ir elgesio kodeksais.

NKVD 5 straipsnio 2 dalies bendroji nuostata suteikia papildomą galimybę įvertinti nesąžiningą komercinę veiklą. Ji veikia kaip „apsaugos sistema“, skirta užtikrinti, kad bet kokia nesąžininga veikla, kuri nepatenka į kitų NKVD nuostatų taikymo sritį (t. y. nėra nei klaidinanti, nei agresyvi, nei įtraukta į I priede pateiktą sąrašą), būtų reglamentuota. Pagal minėtą nuostatą draudžiama komercinė veikla, kuri prieštarauja **profesinio atidumo** reikalavimams ir gali iš esmės iškreipti vidutinio vartotojo ekonominį elgesį.

⁽²⁹³⁾ Reglamentas (ES) 2020/740 dėl padangų ženklinimo pagal degalų naudojimo efektyvumą ir kitus parametrus.

⁽²⁹⁴⁾ MAO:185/13.

⁽²⁹⁵⁾ 2020 m. gruodžio 17 d. Sprendimas CLCV ir kt., C-693/18.

⁽²⁹⁶⁾ PS10211, Volkswagen, 2016 m. rugpjūčio 4 d. ACM/UIT/23048, 2017 m. spalio 18 d. UOKiK, „Volkswagen Group Poland“, 2020 m. sausio 15 d.

⁽²⁹⁷⁾ Šie principai taip pat įtvirtinti keliuose nacionaliniuose rekomendaciniuose dokumentuose dėl ekologiškumo teiginių (be kita ko, CZ, DE, DK, FI, HU, LV, NL, NO, FR, IT). Komisija taip pat koordinavo įvairių suinteresuotųjų subjektų grupės aplinkosauginių teiginių klausimais (MDEC), kurią sudarė nacionalinių institucijų, Europos verslo ir vartotojų organizacijų bei aplinkosaugos NVO atstovai, darbą. MDEC 2013 m. ataskaitoje pateikė rekomendacijas (https://ec.europa.eu/consumers/archive/events/ecs_2013/docs/environmental-claims-report-ecs-2013_en.pdf), o 2016 m. ataskaitoje – Ekologiškumo teiginių atitikties kriterijus (https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/compliance_criteria_2016_en.pdf). Ši rekomendacija nėra teisiškai privaloma, tačiau į ją šiose gairėse atsižvelgta. Į šiuos principus taip pat atsižvelgta tarptautiniuose standartuose ir savireguliacijos dokumentuose, pvz., ISO 14021–2016 standarte ir Tarptautinių prekybos rūmų Reklamos ir rinkodaros ryšių kodekse. Kiti naudingi kriterijai ir pavyzdžiai pateikiami 2000 m. Komisijos paskelbtose ekologiškumo teiginių formulavimo ir vertinimo gairėse (http://ec.europa.eu/consumers/archive/cons_safe/news/green/guidelines_en.pdf).

Ekologiškumo teiginių atžvilgiu profesinio atidumo standartą gali sudaryti **nacionaliniuose ir tarptautiniuose standartuose bei elgesio kodeksuose** įtvirtinti principai. Pavyzdžiui, pagal profesinio atidumo principą gali būti reikalaujama, kad sertifikavimo sistemos, kurias prekiautojai naudoja savo produktų ekologiškoms savybėms reklamuoti, atitiktų tokius standartus, teiktų didelę naudą vartotojams ir būtų nepriklausomai kontroliuojamos ir tikrinamos. Profesiniam atidumo reikalavimų neatitinkanti veikla yra nesąžininga, jei ja vidutinis vartotojas yra arba gali būti skatinamas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio kitomis aplinkybėmis nepriimtų, pvz., nuspręsti pirkti tam tikrą produktą tikėdamasis, kad jis yra naudingas, nes yra skelbiama apie atitiktą sertifikavimo sistemai. Tokius atvejus nacionalinės vykdymo užtikrinimo institucijos vertins pagal konkrečius faktus ir aplinkybes.

4.1.1.3. NKVD 6 straipsnio taikymas ekologiškumo teiginiams

Iš NKVD 6 straipsnio galima spręsti, kad **vartotojai turi galėti pasitikėti** prekiautojų pateikiamais **ekologiškumo teiginiais**. Taigi, kad ekologiškumo teiginiai nebūtų klaidinantys, jie turi būti teisingi, juose neturi būti melagingos informacijos ir jie turi būti **pateikti aiškiai, konkrečiai, nedviprasmiškai ir tiksliai**.

Ekologiškumo teiginys gali klaidinti, jeigu jame „yra apgaulingos informacijos, ir dėl to jis yra neteisingas“ kurio nors iš 6 straipsnio 1 dalies a–g punktuose išvardytų elementų atžvilgiu.

Pavyzdžiui:

- Sąvoka „biologiškai skaidus“ vartojama apibūdinti produktui, kuris iš tikrųjų nėra biologiškai skaidus ar dėl kurio tyrimai neatlikti ⁽²⁹⁸⁾;
- elektros prietaisai, pavyzdžiui, lygintuvai, dulkių siurbiai, kavos aparatai pristatomi kaip „nekenkiantys aplinkai“ („eko“), nors tyrimai rodo, kad jie dažnai veikia ne geriau už panašius produktus arba tokių tyrimų nėra atlikta ⁽²⁹⁹⁾;
- automobilių padangos vadinamos „ekopadangomis“, reklamuojamos jų ekologinės savybės ir poveikis degalų suvartojimui, nors tyrimų rezultatai nevienareikšmiai ⁽³⁰⁰⁾;
- stalo reikmenys, kurių sudėtyje yra bambuko, pristatomi kaip tvari, perdirbama ir ekologiška alternatyva plastikinėms medžiagoms, nors iš tikrųjų šie reikmenys pagaminti iš plastiko, bambuko (kartais – bambuko dulkių) ir dervos, kuri gaminama iš melamino ir formaldehido ir yra reikalinga tam, kad būtų galima išgauti įvairias gaminio formas (gaminant indus, dubenis ir pan.) ir kad gaminys būtų standus, mišinio ⁽³⁰¹⁾.

Ekologiškumo teiginys taip pat gali klaidinti, jeigu dėl 6 straipsnio 1 dalies a–g punktuose išvardytų aspektų juo „**apgaulinėjamas arba gali būti apgautas vidutinis vartotojas, nors informacija ir yra faktiškai tiksli**“.

Atitinkamai, **vaizdas ir bendras produkto pateikimas** (t. y. išdėstymas, spalvų parinkimas, vaizdai, paveikslėliai, garsai, simboliai ar ženklai) taip pat turėtų teisingai ir tiksliai rodyti naudos aplinkai mastą, o gaunama nauda neturėtų būti perdedama. Netiesioginius teiginius, priklausomai nuo aplinkybių, gali sudaryti naudojami vaizdai (pvz., medžių, atogrąžų miškų, vandens, gyvūnų) ir spalvos (pvz., mėlynas arba žalias fonas ar tekstas), kurie siejami su aplinkosauginiu tvarumu.

Tikėtina, kad ekologiškumo teiginiai bus klaidinantys, jei juos sudaro **nekonkretūs ir bendro pobūdžio pareiškimai apie naudą aplinkai**, tačiau nauda tinkamai nepagrindžiama, o atitinkamas produkto aspektas, apie kurį kalbama teiginyje, nenurodomas. Pavyzdžiui, prie tokių priskiriami teiginiai „nekenkiantis aplinkai“, „tausojantis aplinką“, „eko“, „žalias“, „draugiškas gamtai“, „ekologiškas“, „ekologiškai teisingas“, „nekenkiantis klimatui“, „švelnus aplinkai“, „be teršalų“, „biologiškai skaidus“, „neišmeta teršalų“, „neišskiria anglies dioksido“, „išskiria mažesnę CO₂ kiekį“, „neutralaus anglies dioksido poveikio“, „neutralaus poveikio klimatui“ ir net platesni teiginiai apie „sąmoningumą“ ir „atsakomybę“.

⁽²⁹⁸⁾ Žr., pavyzdžiui, 2020 m. gruodžio mėn. mokslinę nuomonę dėl plastikų biologinio skaidumo atviroje aplinkoje: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/support-policy-making/scientific-support-eu-policies/group-chief-scientific-advisors/biodegradability-plastics-open-environment_en.

⁽²⁹⁹⁾ Which?, *Greenwashing claims investigated*, 2012 m. rugpjūčio mėn.

⁽³⁰⁰⁾ Institut national de la Consommation, *Les pneus verts tiennent ils leurs promesses ?*, '60 millions de consommateurs edition n°476, 2012 m. lapkričio mėn.

⁽³⁰¹⁾ Taip pat žr. 2004 m. spalio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1935/2004 dėl žaliavų ir gaminių, skirtų liestis su maistu, ir panaikinančio Direktyvas 80/590/EEB ir 89/109/EEB (OL L 338, 2004 11 13, p. 4), 3 straipsnio 2 dalį, kurioje reikalaujama, kad medžiagos ar gaminio ženklinimas, reklama ir pateikimas neklaidintų vartotojų.

Tokie nepagrįsti teiginiai kai kuriais atvejais gali sudaryti vartotojams išpūdį, kad prekiautojo produktas ar veikla nedaro neigiamo poveikio arba daro tik teigiamą poveikį aplinkai. Tokie teiginiai patenka į NKVD 6 straipsnio 1 dalies a ir b punktų taikymo sritį, jeigu gali apgauti vidutinį vartotoją ir paskatinti jį priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nepriimtų.

Kadangi tokios sąvokos kaip „sąmoningas“ ir „atsakingas“ gali reikšti daug aspektų, įskaitant socialines ar ekonomines sąlygas, tokie teiginiai gali būti laikomi klaidinančiais, net jei juose yra paaiškinimų, nes tokie teiginiai yra nekonkretūs ir dviprasmiški.

Jei vartojami nekonkretūs ir dviprasmiški teiginiai, jų paaiškinimai turi būti pakankamai išsamūs, kad teiginio nebūtų galima suprasti kitaip, negu siekė prekiautojas.

Pavyzdžiui:

- Teiginys, kad elektra varomų automobilių nuoma yra „ekologiška“, gali būti pripažintas klaidinančiu, jei nebus pateikta teiginį padedanti informacija. Visų pirma reikėtų pažymėti, kad tuo atveju, jei elektra, kurios reikia automobiliams įkrauti, gaunama ne iš atsinaujinančiųjų energijos išteklių, automobilių nuomos paslauga vis tiek darys neigiamą poveikį aplinkai ⁽³⁰²⁾.
- Prekiautojai vis dažniau naudoja teiginius apie neutralumą anglies dioksido požiūriu ir investuoja į projektus, kuriais išmetamas CO₂ kiekis yra kompensuojamas. Pavyzdžiui, automobilių nuomos bendrovė pasirenka galimybę, pagal kurią išmetami teršalai kompensuojami, ir taip suteikia vartotojams galimybę vairuoti transporto priemonę darant „neutralų CO₂ poveikį“. Tokia praktika gali būti probleminė, jei atitinkami anglies dioksido kreditai yra mažo aplinkosauginio naudingumo arba nėra tinkamai apskaitomi, tad nepadeda realiai ir papildomai sumažinti išmetamų teršalų kiekį. Teiginiai apie anglies dioksido šalinimą turėtų būti autentiški, konkretūs, skaidrūs, už juos turėtų būti atsiskaitoma, juos turėtų būti galima stebėti, patikrinti, jie turėtų būti patikimi, sertifikuoti, jais neturėtų būti pakenkta artimiausio laikotarpio išmetamųjų teršalų mažinimo veiksams teršalus išmetančiuose sektoriuose, taip pat turėtų būti užtikrinta tinkama anglies dioksido šalinimo apskaita nacionaliniuose ŠESD registruose. Nacionalinė vartotojų apsaugos institucija savo gairėse laikėsi nuomonės, kad vartotojai turėtų būti tinkamai informuojami apie tai, kaip veikia priemonės, kuriomis kompensuojamas išmetamas CO₂ kiekis, pavyzdžiui, apie kilometrų, už kuriuos visiškai kompensuojama, skaičių ir apie tai, kaip tai pasiekama, kaip ir kur kompensacija apskaitoma ⁽³⁰³⁾.
- Teismas nusprendė, kad prekiaudamas plaukų ir odos priežiūros produktais ir juos apibūdindamas tokiais teiginiais kaip „eko“ ir „ekologiški“, prekiautojas naudojo neaiškius ir nekonkrečius teiginius. Teismas taip pat įvertino, kad vien iš grafinio simbolio / logotipo / trečiosios šalies sertifikavimo ženklo nėra aišku, ką reiškia ekologiškas ir (arba) eko ⁽³⁰⁴⁾.
- Reklamuodamas saldinių maišelius prekiautojas tvirtino, kad už kiekvieną parduotą maišelį pasodins po vieną medį. Tačiau prekiautojas jau buvo sutikęs pasodinti tam tikrą skaičių medžių, neatsižvelgiant į parduotų saldinių maišelių skaičiaus. Nacionalinis teismas patenkino atitinkamo ombudsmeno ieškinį, kad šis teiginys yra laikytinas klaidinančia reklama, kurią skelbiant naudojamosi aplinkos apsauga besirūpinančių vartotojų patiklumu ⁽³⁰⁵⁾.

Teiginiai turėtų būti **iš naujo vertinami ir atnaujinami pagal poreikį**, atsižvelgiant į technologijų raidą, taip pat į panašių produktų atsiradimą ir kitas aplinkybes, kurios gali paveikti teiginio tikslumą ar tikrumą. Ekologiškumo teiginiai neturėtų būti susiję su pagerinimu, palyginti su to paties prekiautojo ar konkurento produktu, kurio jau nebėra rinkoje arba kurio prekiautojas nebeparduoda vartotojams, nebent pagerinimas yra reikšmingas ir naujas.

Jei prekiautojas naudoja aplinkosaugos teiginius savo įmonės pavadinime, firminiame ženkle, produkto pavadinime ir t. t., o pavadinimas naudojamas rinkodaros tikslais, tokie **rinkodarai taikomi tokie patys pagrindimo reikalavimai**, kokie taikomi kitiems rinkodaros pranešimuose pateikiamiems ekologiškumo teiginiams, nebent įmonė gali įrodyti, kad šis pavadinimas neturi aplinkosauginės konotacijos arba jau egzistavo anksčiau. Tačiau tam, kad pavadinimas prieštarautų NKVD, rinkodaros tikslais naudojamas pavadinimas turi klaidinti vidutinius vartotojus ir skatinti juos priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jie kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmę.

⁽³⁰²⁾ Jury de déontologie publicitaire (JDP), 2014 m. birželio 26 d.

⁽³⁰³⁾ Vartotojų ir rinkų reikalų institucijos (ACM) gairės *Guidelines: Sustainability claims*, 2021 m. sausio 28 d., p. 15.

⁽³⁰⁴⁾ 2021 m. sausio 18 d. Švedijos patentų ir rinkos teismo sprendimas PMT 697-20 Midsona.

⁽³⁰⁵⁾ MAO: 157/11, Helsinkio komercinių bylų teismas, 2011 m. balandžio 8 d.

Pavyzdžiui:

Nagrinėdamas naftos produkto rinkodarą Teismas nurodė, kad produkto pavadinime vartojamas žodis „aplinka“ ir kartu vartojamas žodis „plius“ sudaro įspūdį, kad produktas aplinkos apsaugos požiūriu turi tam tikrų pranašumų, nors iškastinis kuras visada kenkia aplinkai. Šiuo klausimu teismas nusprendė, kad žodžio „aplinka“ produkto pavadinime vartoti negalima ⁽³⁰⁶⁾.

Vertinant ekologiskumo teiginį svarbūs yra **pagrindiniai produkto poveikio aplinkai, padaromo per jo gyvavimo ciklą, aspektai, įskaitant produkto tiekimo grandinę**. Ekologiskumo teiginys turėtų būti susijęs su aspektais, kurie yra reikšmingi pagal produkto poveikį aplinkai.

Labai taršios pramonės įmonės turėtų užtikrinti, kad jų ekologiskumo teiginiai būtų tikslūs, t. y. kad būtų formuluojami palyginimo būdu, pvz., „mažiau kenkia aplinkai“, o ne „nekenkia aplinkai“ (taip pat žr. 4.1.1.7 skirsnį dėl lyginamųjų teiginių apie ekologiskumą). Tai leis vidutiniam vartotojui geriau suprasti santykinį produkto poveikį. Ekologiskumo teiginys bet kuriuo atveju turėtų būti susijęs su aspektais, kurie yra reikšmingi pagal produkto poveikį aplinkai, padaromą per jo gyvavimo ciklą. Teismai arba institucijos gali reikalauti, kad labai taršios pramonės įmonės savo ekologiskumo teiginiuose vartotojui aiškiai nurodytų, kad bendras jų produkto poveikis aplinkai yra neigiamas.

Pavyzdžiui:

Savireguliacijos institucija nustatė, kad interneto svetainėje skelbiamas teiginys, kuriame iškastinės dujos vadinamos „aplinkai nekenkiančiu energijos šaltiniu“ pažeidžia taikytinus reklamos reglamentus, nes formuluotė yra pernelyg kategoriška, be paaiškinimų ir konteksto ⁽³⁰⁷⁾.

Be to, iš teiginių turėtų būti vienareikšmiškai aišku, apie kokį produkto ar jo gyvavimo ciklo aspektą kalbama ⁽³⁰⁸⁾. Jeigu prekiautojas pateikia ekologiskumo teiginį, **pabrėždamas tik vieną iš kelių produkto poveikio aplinkai aspektų**, teiginys gali būti klaidinantis, kaip tai suprantama pagal NKVD 6 arba 7 straipsnį.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad prekiautojai neturėtų iškreipti teiginių apie **produkto sudėtį (įskaitant žaliavas) arba jo naudojimą, gamybos procesą, transportavimą ar gyvavimo ciklo pabaigos poveikį**, pavyzdžiui, neturėtų nepagrįstai pabrėžti teigiamų aspektų svarbos, nors tie aspektai iš tikrųjų yra tik nežymūs arba bendras per produkto gyvavimo ciklą padaromas poveikis yra neigiamas.

Pavyzdžiui:

- Teiginys „100 % naudojamos energijos sudaro atsinaujinančiųjų išteklių energija“ gali būti klaidinantis, jei jame nenurodyta, kad atsinaujinančiųjų išteklių energija naudojama tik tam tikru produkto gyvavimo ciklo etapu. Teiginyje „100 % atsinaujinančiosios medžiagos (išskyrus jungiamąsias detales)“, priešingai, aiškiai nurodoma, kurios produkto sudedamosios dalys nebuvo pagamintos iš atsinaujinančiųjų medžiagų ⁽³⁰⁹⁾.
- Reklama, kad produkto sudėtyje yra „tvarios medvilnės“, gali būti klaidinanti, jei medvilnės kilmės gamybos grandinėje negalima nei atsekti, nei atskirti nuo įprastos medvilnės kilmės.
- Teiginys apie tai, kad produktas nekenkia aplinkai, pavyzdžiui, dirbtinės vejų reklamoje, nes naudojant produktą nereikia vandens, trąšų ar priežiūros, gali būti nepagrįstas, jei gamybos ir gyvavimo ciklo pabaigos etapai daro didelį neigiamą poveikį aplinkai.
- Sąskaitoje pateikiama klaidinanti informacija apie energijos šaltinius, pvz., pateikiama abstrakti informacija apie visas valstybės naudojamos energijos rūšis arba klaidinanti informacija apie poveikį aplinkai ir (arba) tai, kokią faktinę vartojo perkamos elektros energijos dalį sudaro atsinaujinančiųjų išteklių energija (pvz., atsinaujinančiųjų išteklių energijos dalis nepagrįstai pabrėžiama).

Teiginyje nurodoma nauda neturėtų atsirasti dėl nederamo poveikio perkėlimo, t. y. turėtų būti vengiama sukurti arba padidinti kitą neigiamą poveikį aplinkai kitais produkto gyvavimo ciklo etapais, nebent bendra gryoji nauda aplinkai būtų gerokai didesnė, o tai parodo, pavyzdžiui, gyvavimo ciklo įvertinimas ir pripažinti arba visuotinai priimti metodai, kurie yra taikomi atitinkamos rūšies produktui ir yra patvirtinti trečiosios šalies.

⁽³⁰⁶⁾ Švedijos komercinių bylų teismas, 1990:20 Norsk Hydro Olje AB.

⁽³⁰⁷⁾ Belgijos reklamos etikos valdyba (JEP), Gas.be – décision de modification/arrêt, 2021 m. gegužės 21 d.

⁽³⁰⁸⁾ Taip pat žr. MDEC „Compliance Criteria on Environmental Claims“ 2.1 punktą.

⁽³⁰⁹⁾ Vengrijos konkurencijos institucija, Green marketing – Guidance for undertakings from the Hungarian Competition Authority (2020), p. 5.

Pavyzdžiui:

Gamintojas teigia, kad jo produktui reikia mažai vandens. Tačiau kartu produktas suvartoja daugiau energijos nei panašus tos pačios kategorijos produktas, todėl bendras produkto poveikis aplinkai yra daug didesnis. Tokiomis aplinkybėmis teiginys gali būti klaidinantis produkto pobūdžio (6 straipsnio 1 dalies a punktas) arba pagrindinių produkto savybių (NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktas) atžvilgiais.

Į elgesio kodeksus galima įtraukti savanoriškus įsipareigojimus dėl aplinkos apsaugos arba „ekologiško elgesio“. Vidutinis vartotojas tikėtis, kad kodeksą pasirašiusios įmonės parduodami produktai atitinka kodekso reikalavimus. Prekiautojo teiginiai, kad jis kodekso laikosi, tačiau iš tikrųjų jo nesilaiko, gali būti pripažinti klaidinančiais, jeigu teiginiai apie kodekso laikymąsi daro arba gali daryti įtakos vartotojų sprendimui dėl sandorio. Šiam atvejui taikomas 6 straipsnio 2 dalies b punktas.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas įsipareigojo laikytis elgesio kodekso, pagal kurį skatinama medieną naudoti tvariai, ir savo interneto svetainėje įdėjo šio kodekso logotipą. Pagal kodeksą įsipareigojama nenaudoti kietmedžio iš miškų, kurie tvarkomi nesilaikant tvarumo principų. Tačiau buvo nustatyta, kad prekiautojo interneto svetainėje reklamuojami produktai pagaminti iš būtent tokių miškų medienos. Tokiomis aplinkybėmis teiginys gali pažeisti I priedo 4 punktą arba būti klaidinantis pagal NKVD 6 straipsnio 2 dalies b punktą.

Tam tikra klaidinanti komercinė veikla, susijusi su elgesio kodeksais, pagal NKVD I priedą savaimė laikoma nesąžininga (žr. 4.1.1.6 skirsnį).

Vidutinis vartotojas neprivalo žinoti įvairių viešųjų ir privačių **elgesio kodeksų, ženklavimo sistemų, sertifikatų ar logotipų** reikšmės ar svarbos. Prekiautojai turėtų informuoti vartotojus apie šiuos elementus ir atitinkamas su aktualiu teiginiu susijusias savybes, nurodydami, kur galima rasti visą informaciją apie sertifikavimą, įskaitant tai, ar sertifikavimą atlieka trečioji šalis, ar ne. Prekiautojai taip pat turėtų užtikrinti, kad vartotojai turėtų galimybę prieinamu ir aiškiu būdu (pvz., paspaudę nuorodą arba perskaitę greta teiginio pateiktą informacijos skiltį) gauti papildomos informacijos. Pavyzdžiui, prekiautojai turėtų informuoti vartotojus apie privačias sertifikavimo sistemas, kurių logotipus jie naudoja. Apskritai pateikti vien trumpą nuorodą į trečiosios šalies sertifikatą nepakanka.

Jeigu prekiautojas arba pramonės įmonė nusprendžia rinkodaros tikslais naudoti **privačias ženklavimo sistemas, simbolius ar sertifikatus**, jie turi būti taikomi tik tiems produktams ir (arba) paslaugoms ar prekiautojams, kurie atitinka nustatytus jų naudojimo kriterijus. Iš tų kriterijų turėtų būti matyti akivaizdi nauda aplinkai, palyginti su konkurentų produktais arba konkuruojančiais prekiautojais, o informacija apie pačius kriterijus visuomenei turėtų būti lengvai prieinama. Priešingu atveju toks ženklavimas gali būti klaidinantis. Ženklimą gali tekti paaiškinti išsamiau, pabrėžiant ženklavimo reikšmę ir svarbiausius kriterijus (pvz., pabrėžiant, ar vandens vartojamas yra svarbiausias tam tikro produkto kriterijus). Be to, prekiautojai turėtų apsvarstyti galimybę užsakyti trečiosios šalies patikrinimą, kad būtų užtikrintas naudojamo ženklo patikimumas ir aktualumas. Vartotojui taip pat turi būti aiškiai nurodyta, ar ženklas yra privatus (jei jis privatus), taip pat turi būti nurodyta jo reikšmė arba svarba. Be to, tokių ženklų neturi būti galima supainioti su kitais ženklais, įskaitant, pavyzdžiui, viešai veikiančių ženklavimo sistemų ženklus arba konkurentų sistemas.

4.1.1.4. NKVD 7 straipsnio taikymas ekologiškumo teiginiams

NKVD 7 straipsnyje nurodyti konkretūs aspektai, kurie yra reikšmingi vertinant, ar vykdant komercinę veiklą **informacija nebuvo klaidinančiai neatskleista**.

Ekologiškumo teiginiai gali būti klaidinantys, jei tai neaiškūs ir bendri teiginiai apie naudą aplinkai (taip pat žr. ankstesnį 4.1.1.3 skirsnį dėl klaidinančių veiksmų). Pagal 7 straipsnį tokie teiginiai gali būti laikomi mažiau klaidinančiais, jeigu yra **papildomi aiškiomis specifikacijomis ar paaiškinimais apie produkto poveikį aplinkai**, pavyzdžiui, jeigu teiginyje kalbama tik apie konkrečią naudą aplinkai.

Tokia papildoma informacija padėtų užtikrinti, kad nebūtų pažeistas 7 straipsnio 4 dalies a punktas (kvietimo pirkti atveju), pagal kurį yra draudžiama vartotojams pateikti esminę informaciją apie „pagrindines produkto charakteristikas“ „neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku“.

Jei prekiautojas vartotojams pateikia papildomą informaciją, pvz., savo interneto svetainėje, informacija turėtų būti aiški ir suprantama vidutiniam vartotojui. Informacijos sudėtingumas ir techninis pobūdis neturėtų būti naudojami vartotojams klaidinti dėl ekologiškumo teiginių teisingumo.

Jei ekologiškumo teiginiai pateikiami ant **produktų pakuočių ir (arba) kitais komunikacijos kanalais** (pvz., plakatuose, reklaminiuose stenduose, žurnaluose), kuriuose vieta konkretesnei informacijai pateikti yra ribota, iš to, kaip pagrindinis ekologiškumo teiginys ir jį papildanti informacija išdėstomi, vidutinis vartotojas turėtų galėti suprasti jų tarpusavio ryšį. Jei papildoma informacija nepateikiama arba pateikiama neaiškiai ar dviprasmiškai, ji, priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, gali būti laikoma klaidinančia. Jei vietos ekologiškumo teiginiui sukonkretinti nėra, toks teiginys paprastai neturėtų būti pateikiamas.

Dėl **maisto produktų maistingumo ir sveikumo** teiginių pagal analogiją pažymėtina, kad Komisijos įgyvendinimo sprendimo 2013/63/ES⁽³¹⁰⁾ priedo 3 punkte nurodyta, kad kartu su bendrais ir nekonkrečiais teiginiais apie naudą sveikatai turi būti pridedamas konkretus sveikumo teiginys, įtrauktas į Sąjungos leidžiamų vartoti teiginių sąrašų registrą. Pagal Reglamentą konkretus leidžiamas vartoti sveikumo teiginys pateikiamas kartu su teiginiu apie bendro pobūdžio nekonkrečią naudą sveikatai – „šalia“ arba „po“ tokio teiginio. Pasak Teisingumo Teismo, tais atvejais, kai nekonkretus teiginys apie maistinės medžiagos arba maisto produkto naudą sveikatai pateikiamas ant pakuotės priekinės dalies, o konkretus sveikumo teiginys, kuris turi būti pateikiamas kartu, išdėstomas tik kitoje pakuotės pusėje, turėtų būti įrašytas aiškus abu teiginius siejantis ženklas, pavyzdžiui, žvaigždutė, kad vidutinis vartotojas tai suprastų⁽³¹¹⁾.

Pavyzdžiui:

- Kartais prekiautojai ekologiškumo teiginių informaciją pateikia taip, kad vartotojas, norėdamas juos perskaityti, turi atlikti papildomus veiksmus (pvz., vartotojui gali reikėti dar kartą spustelėti socialiniame tinkle paskelbtą įrašą arba produktų sąrašą, kad galėtų perskaityti reikiamą papildomą informaciją), o tai tam tikrais atvejais gali klaidinti. Nacionalinių vartotojų apsaugos institucijų BVAS tinklo atstovai laikėsi nuomonės, kad, priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, ypač turint galvoje komunikacijos priemonės ribotumą, tai, kad vartotojui reikia atlikti tokį veiksmą, jei jis nori gauti atitinkamą informaciją, gali būti klaidinanti aplinkybė, ypač jeigu tą informaciją galima pateikti aiškiau, pvz., greta teiginio⁽³¹²⁾.
- Prekiautojai gali nuspręsti vienus ekologiškumo teiginius išdėstyti gerai matomoje vietoje (pvz., ant produkto pakuotės priekinės dalies), o papildomą su teiginiu susijusią informaciją – mažiau matomoje vietoje (pvz., kitoje produkto pakuotės pusėje). Nacionalinių vartotojų apsaugos institucijų BVAS tinklo atstovų nuomone, priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, ypač turint galvoje komunikacijos priemonės ribotumą, tai gali klaidinti⁽³¹³⁾.
- Teismas laikėsi nuomonės, kad tam tam tikrų nekonkrečių teiginių, pavyzdžiui, „eko“ ir „ekologiškas“, apie tam tikrus produktus paaiškinimai turėtų būti įrašyti greta pačių teiginių. Paaiškinimus pateikti kitame interneto svetainės puslapyje (per vieną paspaudimą nuo paties teiginio) nepakanka⁽³¹⁴⁾.
- Ant pakuotės užrašytas teiginys, kad produktas yra „tinkamas kompostuoti“ gali būti klaidinantis, jeigu produktas gali būti kompostuojamas tik pramoninėmis priemonėmis ir jei ant pakuotės nenurodoma, kokius veiksmus vartotojas turi atlikti, kad produktas būtų kompostuotas.

Kai kuriais atvejais **bendro teiginio apie naudą (be papildomų paaiškinimų) naudojimas gali būti pagrįstas**.

Taip yra tais atvejais, kai nurodoma, kad produktas yra „ekologiškas“ ir produktas patenka į Reglamento (ES) 2018/848 dėl ekologinės gamybos ir ekologiškų produktų ženklavimo taikymo sritį.

Taip gali būti ir tuo atveju, kai produktui galioja licencija naudoti **viešai veikiančios ekologinio ženklo sistemos** (pvz., ES ekologinio ženklo, Šiaurės šalių ekologinio ženklo „Swan“ arba Vokietijos „Blue Angel“) **ekologinį ženklą** arba kitų patikimų ir geros reputacijos ženklavimo sistemų, kurias tikrina trečiosios šalys (pvz., Ekologinio ženklo reglamento 11 straipsnyje minimas nacionaliniu arba regioniniu lygmeniu oficialiai pripažintas EN ISO 14024 I tipo ekologinio ženklinimo sistemos), ženklą.

⁽³¹⁰⁾ 2013 m. sausio 24 d. Komisijos įgyvendinimo sprendimas Nr. 2013/63/ES, kuriuo priimamos teiginių apie sveikumą konkrečių sąlygų, nustatytų Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1924/2006 10 straipsnyje, įgyvendinimo gairės, OL L 22, 2013 1 25, p. 25.

⁽³¹¹⁾ 2020 m. sausio 30 d. Sprendimas *Willmar Schwabe*, C-524/18, 40, 47–48 punktai, kuriuose aiškinamas Reglamentas (EB) Nr. 1924/2006 dėl teiginių apie maisto produktų maistingumą ir sveikatingumą.

⁽³¹²⁾ Švedijos vartotojų agentūra – Vartotojų ombudsmenas, 2020 m. spalio 29 d. rekomendacijos dėl gairių dėl Direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos komercinės veiklos įgyvendinimo ir taikymo parengimo, p. 3.1.

⁽³¹³⁾ Ten pat.

⁽³¹⁴⁾ 2021 m. sausio 18 d. Švedijos patentų ir rinkos teismo sprendimas *Midsona*.

Taip gali būti ir tuo atveju, kai **produkto gyvavimo ciklo vertinimo tyrimais patvirtintas didelis jo aplinkosauginis veiksmingumas** ⁽³¹⁵⁾. Tokie tyrimai turėtų būti atlikti pagal pripažintus arba bendrai pripažintus atitinkamos rūšies produktui taikytinus ir trečiųjų šalių patvirtintus metodus. Aplinkosauginio veiksmingumo įvertinimuose gali būti naudojami palyginimai (taip pat žr. 4.1.1.7 skirsnį dėl lyginamųjų ekologiskumo teiginių). Jeigu atitinkamoje srityje tokių metodų dar nesukurta, prekyautojai turėtų susilaikyti nuo bendrų teiginių apie naudą. Tokių produktų atveju prekyautojai vis tiek turėtų **užtikrinti skaidrumą dėl atitinkamų aplinkosauginių aspektų** ir taip pat užtikrinti, kad ši **informacija vartotojams būtų nesunkiai prieinama**, be kita ko, naudodami atitinkamą logotipą.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad ekologiskumo teiginys pagal 7 straipsnio 2 dalį gali būti klaidinantis, jeigu yra pateiktas neaiškiai ar neįskaitomai. Priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, taip galėtų būti, jeigu teiginio aprėptis ir ribos nebūtų aiškios.

Pavyzdžiui:

Neaišku, ar teiginys taikomas visam produktui, ar tik vienai iš jo sudedamųjų dalių, ar bendram įmonės aplinkosauginiam veiksmingumui, ar tik tam tikrai jos veiklai, taip pat su koku poveikiu aplinkai ar procesu teiginys susijęs.

Skelbiant ekologiskumo teiginį yra svarbūs **pagrindiniai produkto poveikio aplinkai aspektai**. Taip pat reikėtų pažymėti, kad ekologiskumo teiginyje apie produktą turi būti nurodomas faktinis to **konkreto produkto poveikis** aplinkai, o pats teiginys turėtų būti atskirtas nuo bendresnio pobūdžio teiginių apie prekyautoją, jo veiklą ir tvarumo politiką.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas savo interneto svetainėje skelbia įvairius bendrus ekologiskumo teiginius, pavyzdžiui, apie savo įmonės socialinės atsakomybės programą ir tvarumo ženklą, kuris yra naudojamas ant tam tikro asortimento produktų. Kad vartotojai nebūtų klaidinami, prekyautojas turėtų užtikrinti, kad pagrindiniame produkto tinklalapyje pateikiamuose ekologiskumo teiginiuose būtų kalbama tik apie faktinį konkretaus produkto poveikį aplinkai ir kad šie teiginiai būtų atskirti nuo kitų platesnių teiginių apie tą prekyautoją ir jo veiklą ⁽³¹⁶⁾.

4.1.1.5. NKVD 12 straipsnio taikymas ekologiskumo teiginiams

12 straipsnis:

„Valstybės narės privalo teismams ir administracinėms institucijoms suteikti įgaliojimus, kurie 11 straipsnyje minėtose civilinėse ir administracinėse bylose įgalintų juos:

- a) reikalauti, kad [prekiautojas] pateiktų įrodymus dėl su komercine veikla susijusių faktinių pareiškimų tikslumo, jei, atsižvelgiant į [prekiautojo] ar kitos bylos šalies teisėtus interesus, toks reikalavimas pagal tam tikros bylos aplinkybes atrodo tikslingas;
- b) laikyti, kad faktiniai pareiškimai yra netikslūs, jei pagal a punktą reikalaujami įrodymai nėra pateikti arba jei teismas ar administracinė institucija juos laiko nepakankamais.“

NKVD 12 straipsnyje paaiškinta, kad bet koks teiginys (įskaitant ekologiskumo teiginius) turėtų būti **grindžiamas įrodymais, kuriuos atitinkamos kompetentingos institucijos galėtų patikrinti**. Prekiautojai turi gebėti pagrįsti ekologiskumo teiginius atitinkamais įrodymais. Todėl teiginiai turėtų būti grindžiami patikimais, nepriklausomais, patikrinamais ir bendrai pripažintais įrodymais, kuriuose būtų atsižvelgiama į naujausias mokslines išvadas ir metodus. Pagal NKVD prekyautojas nėra įpareigojamas pateikti vartotojams dokumentus ar kitus patvirtinamuosius įrodymus.

Pareiga įrodyti teiginio tikslumą tenka prekyautojui. NKVD 12 straipsnio a punkte nurodyta, kad vykdymo užtikrinimo institucijos turėtų būti įgalios „reikalauti, kad [prekiautojas] pateiktų įrodymus dėl su komercine veikla susijusių faktinių pareiškimų tikslumo“.

⁽³¹⁵⁾ Atlikdami gyvavimo ciklo analizę prekyautojai turėtų atsižvelgti į Rekomendaciją 2013/179/ES dėl produktų ir organizacijų gyvavimo ciklo aplinkosauginio veiksmingumo matavimo ir pranešimo apie jį bendrų metodų taikymo ir visus jos atnaujinimus. Žr. <http://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/>.

⁽³¹⁶⁾ Švedijos vartotojų agentūra – Vartotojų ombudsmenas, 2020 m. spalio 29 d. rekomendacijos dėl gairių dėl Direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos komercinės veiklos įgyvendinimo ir taikymo parengimo, p. 3.2.

Taikant šį reikalavimą turi būti atsižvelgiama į teisėtus prekiautojo interesus, pavyzdžiui, susijusius su **komercinių paslapčių ar intelektinės nuosavybės apsauga**, o institucijoms gali tekti saugoti jų konfidencialumą.

Pavyzdžiui:

Pristatydama savo produktus, mineralinio vandens įmonė naudojo teiginį „Jokio poveikio“, taip pažymėdama, kad gaminant ir parduodant vandens butelius aplinkai nebuvo padaryta jokio poveikio. Tačiau įmonė negalėjo įrodyti, kad ji ėmėsi kokios nors konkrečios veiklos, kad sumažintų savo produktų poveikį aplinkai, išskyrus tai, kad ji dalyvavo žalos aplinkai atlyginimo projekte. Todėl Italijos vartotojų teisių gynimo institucija padarė išvadą, kad kampanija „Jokio poveikio“ buvo nesąžininga komercinė veikla, galėjusi paveikti vartotojų sprendimus dėl sandorių ⁽³¹⁷⁾.

Siekdami užtikrinti ekologiškumo teiginių pagrįstumą, **nuo tada, kai teiginiai pradedami vartoti, prekiautojai turėtų turėti savo teiginiams pagrįsti būtinus įrodymus arba būti tikri, kad paprašius šiuos įrodymus galės gauti ir pateikti.**

Nors pirmą kartą pateikiant teiginį apie produktą jis gali būti teisingas ir reikšmingas, ilgainiui jis gali prarasti savo reikšmę. Siekdami užtikrinti, kad pagal direktyvos 12 straipsnį galėtų nacionalinėms institucijoms pateikti būtinus dokumentus, prekiautojai turėtų įsitikinti, kad **tol, kol teiginiai yra naudojami rinkodarai, teiginius pagrindžiantys dokumentai būtų atnaujinami.**

Pateikti įrodymai turėtų būti aiškūs ir patikimi. Jeigu teiginys būtų ginčijamas, kompetentingos įstaigos turi turėti galimybę pasitelkti nepriklausomų trečiųjų asmenų tyrimus. Jeigu ekspertų tyrimuose kyla reikšmingų nesutarimų arba abejonių dėl poveikio aplinkai, prekiautojas tokio teiginio turėtų apskritai atsisakyti. Pateiktinų dokumentų turinys ir apimtis priklauso nuo konkretaus teiginio turinio. Šiuo atžvilgiu reikšmės turės produkto ar veiklos sudėtingumas.

4.1.1.6. I priedo taikymas ekologiškumo teiginiams

Toliau nurodyta į I priede pateiktą sąrašą įtraukta veikla yra ypač svarbi ekologiškumo teiginiams.

I priedo 1 punktas

„Tvirtinimas, kad [prekiautojas] yra pasirašęs elgesio kodeksą, kai to nėra“.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas savo interneto svetainėje apgaulingai teigia, kad pasirašė elgesio kodeksą dėl produkto aplinkosauginio veiksmingumo.

I PRIEDO 2 punktas

„Patikimumo ženklo, kokybės ženklo ar lygiavėčio ženklo nurodymas, negavus reikalingo leidimo“.

Pavyzdžiui:

Bet kokio ES ar nacionalinio ženklo (pvz., ES ekologinio ženklo, „Nordic Swan“, „Blue angel“ ar kito logotipo) naudojimas be leidimo.

I priedo 3 punktas

„Tvirtinimas, kad elgesio kodeksui pritarė valstybės ar kitokia įstaiga, kai to nėra“.

⁽³¹⁷⁾ 2012 m. vasario 8 d. Italijos konkurencijos institucijos sprendimas Nr. PS7235.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas apgaulingai tvirtina, kad jo automobilių gamybos bendrovės elgesio kodeksui pritarė nacionalinė aplinkos agentūra, ministerija ar vartotojų organizacija.

I PRIEDO 4 punktas

„Tvirtinimas, kad viešoji arba privati įstaiga [prekiautoją] (įskaitant jo vykdomą komercinę veiklą) arba gaminį patvirtino, pritarė ar suteikė leidimą jo gamybai (veiklai), jei tai iš tiesų nebuvo padaryta, arba toks tvirtinimas nesilaikant tvirtinimo, pritarimo gamybai ar leidimo suteikimo sąlygų“.

Pavyzdžiui:

Apgaulingas tvirtinimas, kad automobilis atitinka tipo patvirtinimo teisės aktų sąlygas, nors jame naudojami neteisėti išderinimo įtaisai.

I priedo 10 punktas

„Pagal įstatymą vartotojams suteikiamų teisių pateikimas kaip skiriamojo [prekiautojo] pasiūlymo bruožas“.

Šioje nuostatoje paaiškinta, kad prekiautojai neturėtų klaidinti vartotojų, nepagrįstai pabrėždami teisės aktuose numatytas savybes.

Pavyzdžiui:

Prekiautojai neturėtų teigti, kad produkte nėra tam tikrų medžiagų, jeigu šios medžiagos jau ir taip draudžiamos teisės aktais.

4.1.1.7. Lyginamieji ekologiskumo teiginiai

Ekologiskumo teiginiai gali sudaryti įspūdį, kad produktas daro didesnę teigiamą poveikį aplinkai ar kad jis mažiau kenkia aplinkai nei konkurentų prekės ar paslaugos. Produktai, apie kuriuos skelbiami tokie lyginamieji teiginiai, turėtų būtų vertinami juos lyginant su panašiais produktais (arba, jei tai tikslinga, su ankstesne to paties produkto versija), o tam, kad tokį palyginimą būtų galima atlikti, turi būti nuosekliai taikomas toks pat vertinimo metodas.

Paprastai nacionalinės vykdymo užtikrinimo ir savireguliacinio institucijos šį principą aiškina taip, kad pagal jį **lyginti reikėtų tos pačios kategorijos produktus**. Tačiau ne mažiau svarbu, kad **ekologiskumo teiginiui suformuluoti būtų naudotas tas pats metodas**, kad tas metodas būtų taikomas nuosekliai (t. y. kad būtų taikomi tie patys metodologiniai sprendimai ir taisyklės, o rezultatus būtų galima pakartoti) ir taikomas metodas leistų atlikti palyginimus, antraip bet koks palyginimo rezultatas bus klaidinantis⁽³¹⁸⁾. Pavyzdžiui, priklausomai nuo nagrinėjamų produktų, lyginamieji ekologiskumo teiginiai greičiausiai bus klaidinantys, jei juose nebus atsižvelgta į tokius veiksnius kaip transportavimas, ypač kai tokie veiksniai labiausiai prisideda prie produkto aplinkosauginio pėdsako.

Pavyzdžiui:

— Bendrovė pateikia lyginamąjį teiginį, kad skustuvo A sudėtyje yra mažiau plastiko nei kituose rinkoje parduodamuose skustuvuose. Jei kiti palyginimui pasirinkti skustuvių reprezentatyviai neatspindi visos rinkos, o plastiko kiekis skustuvuose dažniausiai yra mažesnis nei skustuve A, tikėtina, kad šis teiginys yra klaidinantis.

⁽³¹⁸⁾ Lyginamųjų teiginių apie tam tikrą poveikį aplinkai skelbimo sąlygos yra nagrinėjamos pagal Komisijos ekologiskumo teiginių iniciatyvą: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12511-Environmental-performance-of-products-&-businesses-substantiating-claims_lt.

- Oro transporto bendrovė tvirtina, kad yra „ekologiškiausia“ ir kad „iš visų pagrindinių oro transporto bendrovių išmeta mažiausiai CO₂“⁽³¹⁹⁾. Savo reklamoje oro transporto bendrovė lygina jos išmetamą CO₂ kiekį, tenkanti vienam keleiviui ir vienam kilometrui, su kitomis keturiomis „pagrindinėmis“ Europos oro transporto bendrovėmis ir parodo, kad jos išmetamas CO₂ kiekis, tenkantis vienam keleiviui ir vienam kilometrui, yra mažiausias. Toks teiginys gali būti klaidinantis, jeigu lyginamas išmetamas CO₂ kiekis buvo apskaičiuotas ne tokiu pačiu metodu ir bendras tos oro transporto bendrovės išmetamas CO₂ kiekis yra didesnis negu kitų oro transporto bendrovių ir per paskutiniuosius metus labai padidėjo. Teiginys būtų aiškesnis, jeigu būtų nurodoma, kad bendrovės išmetamas CO₂ kiekis, tenkantis vienam keleiviui ir vienam kilometrui, yra mažiausias, palyginti su keturiomis kitomis pagrindinėmis Europos oro transporto bendrovėmis, jeigu pagal taikytą metodiką toks palyginimas yra galimas ir jeigu oro transporto bendrovė nenuslepia, kad, vertinant absoliučiais skaičiais, jos išmetamų teršalų kiekis padidėjo. Jei su klimatu susiję teiginiai grindžiami išmetamo anglies dioksido ir (arba) šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekio kompensavimu, jie turi būti skaidrūs ir išsamūs, turint galvoje į su tuo susijusią ekomanipuliacijos riziką. Taip pat pažymėtina, kad dar objektyvesnis ir informatyvesnis būtų kelionių visų atitinkamų rūšių transportu, ne tik kelionių oro transportu, palyginimas. Vartotojų judumo poreikiai gali būti tenkinami ne tik oro, bet ir kitomis transporto priemonėmis, priklausomai nuo maršruto. Todėl, jeigu būtų lyginamas geležinkelio, kelių ir oro transporto išmetamų vienam keleiviui ir vienam kilometrui tenkančių teršalų kiekis, vartotojai nebūtų klaidinami, kad jų pasirinkimas yra „ekologiškas“, kai esama perspektyvių mažesnės taršos alternatyvų.
- Bendrovė pateikia lyginamąjį teiginį, kad jos „perdirbta prekė“ aplinkai kenkia mažiau negu „nauja prekė“. Šis teiginys gali būti klaidinantis, jeigu taikomi perdirbimo arba grąžinimo sprendimai yra palyginti prastesni, o bendras aplinkosauginis pėdsakas dėl to yra reikšmingesnis.

Direktyvoje 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos nustatytos įmonių tarpusavio santykių sąlygos, kuriomis leidžiama naudoti lyginamąją reklamą. Šios sąlygos taip pat yra aktualios vertinant, ar lyginamoji reklama atitinka teisės aktų reikalavimus, kai naudojama įmonių ir vartotojų santykiuose ir patenka į NKVD taikymo sritį. Jeigu teiginiuose yra lyginama produktų aplinkosauginė nauda, be kitų dalykų:

1. teiginiai neturi būti klaidinantys, kaip tai suprantama pagal NKVD 6 ir 7 straipsnius,
2. turi būti lyginamos prekės arba paslaugos, kurios skirtos tam pačiam poreikiui tenkinti arba yra tokios pačios paskirties,
3. turi būti objektyviai palyginama viena ar kelios esminės, svarbios, patikrinamos ir tipinės tų prekių ir paslaugų savybės.

Pavyzdžiui:

Teismas pripažino reklamą klaidinančia, nes joje buvo teigiama, kad filtruotas vanduo yra aplinkai palankesnis nei į butelius išpilstytas mineralinis vanduo, taip sudarant vartotojams įspūdį, kad vartodami filtruotą vandenį vietoj mineralinio vandens jie prisidėtų prie aplinkos apsaugos. Visų pirma, teiginys apie didesnę aplinkos apsaugą pripažintas klaidinančiu, nes palyginimas nebuvo paremtas jokia objektyvia pagrindu, pavyzdžiui, poveikio tyrimu.⁽³²⁰⁾

4.1.2. Suplanuotas nusidėvėjimas

Vartotojams gali iškilti ankstyvo nusidėvėjimo atvejų, kai prekė tarnauja trumpiau už įprastą „tinkamumo laikotarpį“, kurio vartotojai pagrįstai tikėtusi. Pirmiausia pažymėtina, kad **prekių priešlaikinį sugedimą gali nulemti** pagal pramoninį dizainą **suplanuotas nusidėvėjimas** arba numatytasis nusidėvėjimas – tai komercinė politika, kai produktas sąmoningai suplanuojamas arba sukuriamas ribotam naudojimo laikotarpiui ir po kurio laiko susidėvi arba nustoja veikti. Kaip paaiškinta 2.3.1 punkte, NKVD taip pat reglamentuojama komercinė veikla, vykdoma po sandorio sudarymo. Kalbant apie išmaniąsias ir susietąsias prekes, tokią komercinę veiklą po pirkimo gali sudaryti **programinės įrangos naujinių diegimas** be pagrįstos priežasties, dėl kurio sumažėja prekių funkcionalumas arba sulėtėja veikimas.

NKVD nėra nuostatų, kuriomis būtų konkrečiai reglamentuojamas nusidėvėjimo klausimas. Tačiau, jeigu prekiautojas, įskaitant gamintoją, vykdo komercinę veiklą vartotojo atžvilgiu, **jo nesugebėjimas informuoti vartotoją, kad produktas buvo sukurtas taip, kad jo naudojimo trukmė būtų ribota**, priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, pagal NKVD 7 straipsnį gali būti laikomas esminės informacijos neatskleidimu. Pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį komercinė veikla, kuri prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams, yra draudžiama, jeigu ji gali iš esmės iškreipti vidutinio vartotojo ekonominę elgesį.

⁽³¹⁹⁾ Vartotojų ir rinkų reikalų institucijos (ACM) gairės *Guidelines: Sustainability claims*, 2021 m. sausio 28 d., p. 10.

⁽³²⁰⁾ *Juzgado de lo Mercantil de Barcelona, Sentencia 63/2014.*

Pavyzdžiui:

- Tai, kad neatskleidžiama informacija, kad **išmaniojo telefono baterijos** (kuri ypač greitai dėvisi) negalima pakeisti arba kad **spausdintuvo rašalo kasetės** yra suprogramuotos taip, kad jas reikėtų pakeisti prieš jas faktiškai išnaudojant, gali būti laikoma NKVD 7 straipsnio pažeidimu, net jei toks prekės modelis gali būti techniškai pagrįstas.
- Nacionalinė vartotojų apsaugos institucija skyrė baudą spausdintuvų gamintojui už klaidinančią ir agresyvią veiklą, įskaitant tai, kad jis parduodamuose komplektuose nepakankamai atkreipė dėmesį į apribojimus, susijusius su neoriginalių spausdintuvų rašalo kasečių naudojimu ⁽³²¹⁾.
- Nacionalinės vartotojų apsaugos institucijos ėmėsi veiksmų dėl priešlaikinio išmaniųjų telefonų nusidėvėjimo ⁽³²²⁾. Naujos operacinės sistemos ir vėlesnių naujinių įdiegimas neigiamai paveikė kai kurių modelių išmaniuosius telefonus, dėl to sutrumpėjo baterijos tarnavimo laikas ir sulėtėjo veikimas. Pagal NKVD 7 straipsnį laikytina, kad vartotojai nebuvo tinkamai informuoti apie naujinių tikslą ir jų padarinius gaminio veikimui.

Kituose ES teisės aktuose numatytos papildomos kovos su tam tikrų kategorijų gaminių suplanuotu nusidėvėjimu priemonės.

Pagal **Ekologinio projektavimo direktyvą** ⁽³²³⁾ Komisija gali nustatyti privalomus būtiniausius reikalavimus, kad būtų pagerintas gaminių aplinkosauginis veiksmingumas, įskaitant reikalavimus, susijusius su taisymo galimybėmis ir patvarumu. Ekologinio projektavimo **patvarumo** reikalavimai jau nustatyti dulkių siurbliams (kai kurioms jų sudedamosioms dalims) ⁽³²⁴⁾, šviesos lempoms ⁽³²⁵⁾, ekologinio projektavimo **taisymo galimybės** reikalavimai nustatyti skalbimo mašinoms ⁽³²⁶⁾, indaplovėms ⁽³²⁷⁾, šaldytuvams ⁽³²⁸⁾, televizoriams ⁽³²⁹⁾ ir pan. Nauji ekologinio projektavimo reikalavimai kitoms vartojimo prekėms, pavyzdžiui, išmaniesiems telefonams ir planšetiniams kompiuteriams ⁽³³⁰⁾ dar rengiami, laikantis Žiedinės ekonomikos veiksmų plano ir atitinkamų Ekologinio projektavimo darbo planų ⁽³³¹⁾. Ekologinio projektavimo reikalavimai dažnai taikomi kartu su naujomis arba atnaujintomis tų pačių gaminių energijos vartojimo efektyvumo etiketėmis, kuriose pateikiama informacija apie gaminio energijos vartojimo efektyvumą ir kitus parametrus ⁽³³²⁾.

Pagal Tvaryų produktų iniciatyvą nagrinėjamas Ekologinio projektavimo direktyvos pakeitimas siekiant išplėsti jos taikymo sritį, kad ji būtų taikoma ne tik su energija susijusiems produktams, bet kuo didesniai produktų asortimentui ⁽³³³⁾.

⁽³²¹⁾ PS11444 – HP, 2020 m. gruodžio 9 d., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2020/12/PS11144>.

⁽³²²⁾ PS11009-PS11039 – Apple, Samsung, 2018 m. rugsėjo 25 d., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2018/10/PS11009-PS11039>. DGCCRF, 2020 m. vasario 7 d. pranešimas spaudai, https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/presse/communiqu%C3%A9/2020/CP-Ralentissement-fonctionnement-iPhone20207.pdf.

⁽³²³⁾ Direktyva 2009/125/EB. Pagal Komisijos tvaryų produktų iniciatyvą prireikus bus pasiūlyti papildomi teisėkūros procedūra priimami aktai, kad į ES rinką tiekiami gaminiai būtų tvaresni, įskaitant teisės aktus, kuriais būtų iš dalies keičiama Ekologinio projektavimo direktyva, kad ji būtų taikoma ir kitų kategorijų gaminiams.

⁽³²⁴⁾ 2013 m. liepos 8 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 666/2013, kuriuo įgyvendinant Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2009/125/EB nustatomi dulkių siurblių ekologinio projektavimo reikalavimai, OL L 192, 2013 7 13, p. 24.

⁽³²⁵⁾ 2012 m. gruodžio 12 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 1194/2012, kuriuo įgyvendinant Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2009/125/EB nustatomi kryptinių lempų, šviesos diodų lempų ir susijusių įrenginių ekologinio projektavimo reikalavimai, OL L 342, 2012 12 14, p. 1.

⁽³²⁶⁾ 2019 m. spalio 1 d. Komisijos reglamentas (ES) 2019/2023, kuriuo pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2009/125/EB nustatomi buitinių skalbyklių ir skalbyklių-džiovyklių ekologinio projektavimo reikalavimai, iš dalies keičiamas Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1275/2008 ir panaikinamas Komisijos reglamentas (ES) Nr. 1015/2010, OL L 315, 2019 12 5, p. 285.

⁽³²⁷⁾ 2019 m. spalio 1 d. Komisijos reglamentas (ES) 2019/2022, kuriuo pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2009/125/EB nustatomi buitinių indaplovių ekologinio projektavimo reikalavimai, iš dalies keičiamas Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1275/2008 ir panaikinamas Komisijos reglamentas (ES) Nr. 1016/2010, OL L 315, 2019 12 5, p. 267.

⁽³²⁸⁾ 2019 m. spalio 1 d. Komisijos reglamentas (ES) 2019/2019, kuriuo pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2009/125/EB nustatomi šaldymo aparatų ekologinio projektavimo reikalavimai ir panaikinamas Komisijos reglamentas (EB) Nr. 643/2009, OL L 315, 2019 12 5, p. 187.

⁽³²⁹⁾ 2019 m. spalio 1 d. Komisijos reglamentas (ES) 2019/2021, kuriuo pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2009/125/EB nustatomi elektroninių vaizduoklių ekologinio projektavimo reikalavimai, iš dalies keičiamas Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1275/2008 ir panaikinamas Komisijos reglamentas (EB) Nr. 642/2009, OL L 315, 2019 12 5, p. 241.

⁽³³⁰⁾ <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12797-Designing-mobile-phones-and-tablets-to-be-sustainable-ecodesign>.

⁽³³¹⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12852-Energy-efficiency-and-circular-economy-ecodesign-and-energy-labelling-working-plan-2020-2024_lt.

⁽³³²⁾ https://ec.europa.eu/info/news/focus-improved-eu-energy-label-paving-way-more-innovative-and-energy-efficient-products-2021-lut-16_lt.

⁽³³³⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-products-initiative_lt.

Ekologinio ženklo reglamentu ⁽³³⁴⁾ nustatoma savanoriška ekologinio ženklo suteikimo sistema, kuria siekiama propaguoti produktus, per visą gyvavimo ciklą padarančius mažesnę poveikį aplinkai, ir teikti vartotojams tikslią informaciją apie produktų poveikį aplinkai. Nustatant ekologinio ženklo kriterijus buvo atsižvelgta į galimybes sumažinti poveikį aplinkai dėl produktų patvarumo ir pakartotinio naudojimo galimybių, pavyzdžiui, tekstilės produktų, elektroninių ekranų ir baldų atveju.

Pagal **Prekių pardavimo direktyvą (ES) 2019/771** vartotojai yra saugomi nuo neatitikties sutarčiai (trūkumo, kuris prekes pristatant jau yra, tačiau išryškėja per dvejus metus nuo prekių pristatymo (**teisinė garantija** – 10 straipsnio 1 ir 2 dalys). Siekdamas užtikrinti didesnę vartotojų apsaugą, valstybės narės gali palikti galioti esamus arba nustatyti dar ilgesnius pardavėjo atsakomybės terminus. Teisinė garantija gali būti taikoma tais atvejais, kai neatitiktis atsiranda dėl praktikos, susijusios su nusidėvėjimu.

Kilus ginčui, vartotojas turi įrodyti atitikties spragą. 11 straipsnyje paaiškinama, kad vartotojas vienus metus nuo pristatymo neprivalo įrodyti, kad produktas neatitiko sutarties dar jo pristatymo metu. Valstybės narės gali palikti galioti esamą arba nustatyti dvejų metų trukmės įrodinėjimo pareigos netaikymo laikotarpį.

Pagal 7 straipsnio 3 dalį pardavėjas taip pat įpareigojamas užtikrinti, kad **išmaniųjų prekių vartotojams** tam tikrą vartotojo pagrįstus lūkesčius atitinkantį laikotarpį (vienkartinio skaitmeninio turinio ar skaitmeninės paslaugos teikimo veiksmo atveju) arba visą teisinės garantijos laikotarpį (nuolatinio skaitmeninio turinio ar skaitmeninės paslaugos teikimo per tam tikrą laikotarpį atveju) būtų teikiami naujiniai. Be to, jei sutartyje numatyta, kad išmaniosios prekės skaitmeninis turinys ar paslauga bus teikiami nuolat ilgesnį laikotarpį nei teisinės garantijos laikotarpis, pardavėjas privalo teikti naujinius šį ilgesnį laikotarpį.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad pagal 7 straipsnio 1 dalies d punktą nustatoma, kad **vienas iš objektyvių atitikties reikalavimų yra patvarumas** (2 straipsnio 13 punkte jis apibrėžtas kaip „prekių gebėjimas išlaikyti savo reikalingas funkcijas ir veikimo savybes šias prekes naudojant įprastai“). Nors tam tikrų rūšių ar grupių produktams keliami reikalavimai ir toliau nustatomi konkretiems produktams skirtuose Sąjungos teisės aktuose, direktyvoje bendrai nustatyta, kad prekės turi pasižymėti tos rūšies prekėms įprastu patvarumu, kurio vartotojas gali pagrįstai tikėtis, atsižvelgdamas į prekių pobūdį ir bet kurį bet kurio sandorių grandinėje dalyvaujančio asmens ar jo vardu pateiktą viešą pareiškimą.

17 straipsnio 1 dalyje taip pat kalbama apie „**komercinę patvarumo garantiją**“, kurią gamintojas suteikia kaip tam tikros formos savanorišką „komercinę garantiją“. Tokią garantiją suteikiantis gamintojas tiesiogiai įsipareigoja vartotojui visą komercinės patvarumo garantijos galiojimo laikotarpį prekes suremontuoti arba pakeisti naujomis per pagrįstą laikotarpį ir nesukeldamas jokių didelių nepatogumų vartotojui pagal direktyvos 14 straipsnį, t. y. nemokamai.

Naujojoje vartotojų darbotvarkėje ⁽³³⁵⁾ ir **2020 m. Žiedinės ekonomikos veiksmų plane** ⁽³³⁶⁾ išdėstyta daugiau pasiūlymų, kaip spręsti priešlaikinio nusidėvėjimo problemą.

4.2. Skaitmeninis sektorius

Direktyvos taikymo sritis yra labai plati, nes ji apima visus įmonių ir vartotojų sandorius, nesvarbu, ar jie sudaryti internetu, ar ne internetu. Direktyva yra technologiškai neutrali ir taikoma neatsižvelgiant į tai, koks kanalas, priemonė ar įrenginys naudojamas įmonių veiklai vartotojų atžvilgiu vykdyti. Ji taikoma **internetu tarpininkams, įskaitant socialinius tinklus, elektronines prekyvietes ir programėlių parduotuves, paieškos sistemas, palyginimo priemones** ⁽³³⁷⁾ ir įvairius kitus skaitmeniniame sektoriuje veikiančius prekiautojus.

Direktyva taip pat taikoma veiklai ir produktams, kuriems naudojamos tokios technologijos kaip **algoritmai, automatizuotas sprendimų priėmimas ir dirbtinis intelektas (DI)**. Prie to priskiriama visa įmonių veikla vartotojų atžvilgiu, kurią prekiautojai vykdo vartotojų atžvilgiu reklamos, pardavimo etapais ir etapu po pardavimo, pvz., naudodami **stebėjimo ir veiklos nukreipimo į tikslines grupes technologijas, algoritminį individualizavimą, dinaminį optimizavimą ir paskirstytojo registro technologijas**.

⁽³³⁴⁾ Reglamentas (EB) Nr. 66/2010.

⁽³³⁵⁾ Komisijos komunikatas Europos Parlamentui ir Tarybai „Naujoji vartotojų darbotvarkė. Siekiant tvaraus atsigaivimo didinamas vartotojų atsparumas“ (COM/2020/696 final), 2020 11 13.

⁽³³⁶⁾ Komisijos komunikatas Europos Parlamentui, Tarybai, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui, Regionų komitetui ir Europos investicijų bankui „Naujas žiedinės ekonomikos veiksmų planas, kuriuo siekiama švaresnės ir konkurencingesnės Europos“ (COM/2020/98 final), 2020 3 11.

⁽³³⁷⁾ 2015–2016 m. Komisija sudarė įvairių suinteresuotųjų subjektų grupę palyginimo priemonių klausimams nagrinėti, sudarytą iš pramonės sektoriaus atstovų, palyginimo priemonių operatorių, NVO ir nacionalinių institucijų atstovų. Ši grupė suformulavo teisiškai neprivalomus principus, kuriais siekiama padėti palyginimo priemonių operatoriams laikytis NKVD. Palyginimo priemonės turi būti suprantamos plačiau, kaip priemonės, kurios apima elektroninių prekyviečių funkcijas, peržiūros priemones ir t. t. Paskelbta internete adresu https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/unfair-treatment/unfair-treatment-policy-information_en#comparison-tools.

4.2.1. Interneto platformos ir jų komercinė veikla

Paprastai interneto platformos suteikia infrastruktūrą ir sudaro galimybę tiekėjams ir naudotojams sąveikauti internetu tiekiant prekes, skaitmeninį turinį ir informaciją bei teikiant paslaugas. Interneto platformos naudoja įvairius verslo modelius – nuo to, kad naudotojams tik suteikiamos galimybės ieškoti trečiųjų šalių teikiamos informacijos, iki tiesioginės pagalbos trečiųjų šalių prekiautojams ir vartotojams sudarant sandorius. Platformos taip pat gali reklamuoti įvairių rūšių produktus ir jais prekiauti savo vardu.

NKVD taikoma platformų ir prekiautojų, kurie naudojami platformomis siekdami reklamuoti savo produktus vartotojams, komercinei veiklai. Kadangi NKVD taikoma tik įmonių ir vartotojų tarpusavio santykiams, pirmas žingsnis vertinant, ar ši direktyva taikytina kuriam nors interneto platformos teikėjui, yra įvertinti, **ar pagal NKVD 2 straipsnio b punktą jis laikytinas „prekiautoju“ arba veikiančiu savo arba prekiautojo vardu**. Priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių įvertinimo, gali būti laikoma, kad platformos teikėjas veikia siekdamas su savo verslu susijusių tikslų, jeigu, pavyzdžiui, jis ima komisinį atlygį už tiekėjų ir naudotojų sandorius, teikia papildomas mokamas paslaugas arba gauna pajamų iš tikslinės reklamos.

Pavyzdžiui:

- Nacionalinis teismas pripažino maisto prekių kainų palyginimo paslaugos svetainę prekiautojo interneto svetainę ir lyginamosios reklamos priemone ⁽³³⁸⁾.
- Vartotojų organizacija, valdanti palyginimo priemonę, kuria vartotojams informacija teikiama už prenumeratos mokesčių, iš esmės turėtų laikytis NKVD reikalavimų. Ši paslauga gali būti organizacijos strategijos, pagal kurią ji siekia gauti komercinės naudos iš vartotojams teikiamų paslaugų, dalis, todėl organizacija gali būti laikoma „prekiautoja“, kaip tai suprantama pagal direktyvos 2 straipsnio b punktą.

Antras žingsnis vertinant, ar NKVD yra taikytina, būtų įvertinti, ar platformos teikėjas verčiasi **„įmonių komercine veikla vartotojų atžvilgiu“**, kaip tai suprantama pagal 2 straipsnio d punktą, skirta naudotojams (tiekėjams ir gavėjams), **laikomiems „vartotojais“**, kaip tai suprantama pagal NKVD 2 straipsnio a punktą.

Platforma, kuri yra laikoma prekiautoja, visada privalo laikytis jos **komercinei veiklai taikomų ES vartotojų teisės aktų, nepriklausomai nuo to, kad jos veikla gali būti susijusi su trečiųjų šalių, o ne pačios platformos tiekiamais produktais**. Taip yra dėl labai plačios „komercinės veiklos“ apibrėžties, pateiktos NKVD 3 straipsnio 1 dalyje (tai veikla, „tiesiogiai [susijusi] su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams“), ir to, kad papildomi reikalavimai dėl produkto kilmės joje nenustatyti.

Sprendime *Verband Sozialer Wettbewerb*, kuris buvo priimtas byloje dėl interneto platformos spausdintinės reklamos, Teisingumo Teismas patvirtino šią plačią „komercinės veiklos“ apimtį:

- „31. Galiausiai konstatuotina, kad **pareiga pateikti** kvietime pirkti [produktus] Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies b punkte nurodytą informaciją **nepriklauso nuo to, ar šį kvietimą pateikia produktų pardavėjas [t. y. interneto platforma], ar trečioji šalis**.. Todėl tuo atveju, kai spausdintiniame leidinyje [internetu platformos] pateiktoje reklamoje reklamuojami įvairių pardavėjų produktai, šioje nuostatoje reikalaujama informacija yra būtina, išskyrus ribotumo apimtį aspektu atvejus, kaip nurodyta šio sprendimo 29 punkte.“ ⁽³³⁹⁾

Skaidrumo įpareigojimai

Platformoms visų pirma taikomi NKVD 6 ir 7 straipsniuose įtvirtinti **skaidrumo reikalavimai**, pagal kuriuos jos, reklamuodamos, parduodamos arba tiekdamos produktą vartotojams, privalo susilaikyti nuo klaidinančių veiksmų ir klaidinančio informacijos neatskleidimo.

Pavyzdžiui, pagal NKVD 7 straipsnį interneto platformos turėtų skaidriai skelbti informaciją **apie pagrindines savo paslaugų savybes**. Priklausomai nuo konkretaus platformos verslo modelio, vartotojui gali būti aktualūs įvairūs elementai, pavyzdžiui, **platformos pasiūlymo aprėptis** (pvz., teikėjų sektoriai, rūšys ir skaičius), informacijos (visų pirma apie produktų kainą ir prieinamumą) atnaujinimo dažnumas, kaip ji atrenka per ją veikiančius tiekėjus ir ar ji tikrina tiekėjų patikimumą, o jei tai tikrina – kaip.

⁽³³⁸⁾ Tribunal de commerce de Paris – 29 mars 2007 – *Carrefour c/Galaec (la coopérative groupement d'achat des centres Leclerc)*.

⁽³³⁹⁾ 2017 m. kovo 30 d. Sprendimas *Verband Sozialer Wettbewerb*, C-146/16.

Tokia informacija gali padėti vartotojams suprasti, kad platformoje skelbiama informacija apie produktų prieinamumą ir tiekėjus nėra išsami ir kad naudodami kitą informacijos kanalą jie gali rasti kitų pasiūlymų. Be to, taip lengviau išvengti vartotojų klaidinimo, kai skelbiamuose pasiūlyimuose nurodoma, kad tai „geriausias pasiūlymas“ arba „rekomenduojamas variantas“.

Kainų arba produktų reklama, kai platforma pakankamai gerai žino, kad tokios kainos netaikomos arba kad tokių produktų faktiškai nėra, gali pažeisti NKVD 6 ir 7 straipsnius ir, priklausomai nuo aplinkybių, tam tikras NKVD I priede pateikto juodojo sąrašo nuostatas, pagal kurias **reklama jaukas** (5 punktas), **jauko pateikimas ir produkto pakeitimas** (6 punktas) ir iš esmės **netikslios informacijos apie rinkos sąlygas perdavimas**, siekiant paskatinti vartotoją įsigyti produktą mažiau palankiomis sąlygomis nei įprastinės rinkos sąlygos (18 punktas) visais atvejais draudžiama. Klaidinantys teiginiai apie **ribotą** produkto **kiekį** gali pažeisti NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktą.

Jeigu platforma leidžia vartotojams pirkti kelis produktus kartu už palankesnę kainą (kolektyvinio pirkimo platformos), ji turėtų aiškiai informuoti vartotojus apie pasiūlymo savybes, kainą ir tiekėją. Visų pirma reikėtų pažymėti, kad produkto ir (arba) paslaugos, kurie buvo įsigyti kartu, savybės neturėtų būti prastesnės už produktų ir (arba) paslaugų, perkamų už įprastą kainą, savybes, nebent vartotojai yra aiškiai apie tai informuojami. Reikėtų aiškiai nurodyti, kokiomis sąlygomis vartotojas gali pasinaudoti produkto pasiūlymu (pvz., minimalų pirkėjų skaičių, pasiūlymo trukmę).

Pavyzdžiui:

- Konkreti sveikatingumo centro procedūra yra siūloma su 50 proc. nuolaida, įsigijus ją per grupinio pirkimo platformą. Toks pasiūlymas greičiausiai pateks į 6 straipsnio 1 dalies b ir d punktų taikymo sritį (klaidinantis kainos pranašumo nurodymas), jeigu siūloma procedūra trunka tik 30 min., nors mokant visą, įprastą kainą procedūra truktų 60 min., nebent vartotojai būtų aiškiai informuojami, kad yra būtent taip.
- Jeigu siūloma pirkti rinkinius, t. y. kelių produktų ar paslaugų komplektus, o kaina gali skirtis, priklausomai nuo įsigijamų prekių ar paslaugų skaičiaus ar kiekio, būtina nurodyti visą rinkinio kainą, siekiant nesudaryti įspūdžio, kad daug prekių ar paslaugų galima įsigyti už mažesnę kainą, nors taip nėra ⁽³⁴⁰⁾.

Profesinis atidumas

Taip pat reikėtų pažymėti, kad pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį nė vienas „prekiautoju“ laikomas platformos teikėjas, vykdydamas komercinę veiklą vartotojų atžvilgiu, neturėtų pažeisti **profesinio atidumo** reikalavimų. Pagal NKVD 2 straipsnio h punktą „profesinis atidumas“ yra tam tikrų įgūdžių ir rūpestingumo standartas, kurio pagrįstai galima tikėtis iš prekiautojo vartotojų atžvilgiu ir kuris atitinka sąžiningą praktiką rinkoje ir/arba bendrą sąžiningumo principą **prekiautojo veiklos srityje**.

Šių prekiautojų profesinio atidumo pareigos vartotojams pagal NKVD skiriasi nuo atleidimo nuo atsakomybės tvarkos, nustatytos pagal E. komercijos direktyvos 14 straipsnį, **kai paslaugų teikėjai trečiųjų asmenų prašymu priima neteisėtą informaciją**, ir papildo šią tvarką. Taip pat reikėtų pažymėti, kad E. komercijos direktyvos 15 straipsnio 1 dalyje valstybėms narėms draudžiama tokiems „informacijos pateikimo internete paslaugų teikėjams“ nustatyti bendrą pareigą stebėti informaciją, kurią jie saugo, arba aktyviai domėtis faktais.

Šiuo atžvilgiu pažymėtina, kad E. komercijos direktyvos 1 straipsnio 3 dalyje aiškiai nurodyta, kad E. komercijos direktyva „papildo Bendrijos teisę, taikytiną informacinės visuomenės paslaugoms, nepažeisdama apsaugos, ypač visuomenės sveikatos ir vartotojų interesų, lygio, numatyto Bendrijos teisės aktuose ir juos įgyvendinančiuose nacionaliniuose įstatymuose, ir neriboja laisvės teikti informacinės visuomenės paslaugas“. Tai reiškia, kad E. komercijos direktyva ir atitinkami ES vartotojų *acquis* iš esmės **taikomi papildomai** ⁽³⁴¹⁾.

Platformos, vykdydamos NKVD nustatytas profesinio atidumo pareigas, turėtų **imtis reikiamų priemonių** (tačiau tai nėra bendra pareiga vykdyti stebėseną ar rinkti faktus), kurios leistų trečiosioms šalims prekiautojams laikytis ES vartotojų ir rinkodaros teisės aktų reikalavimų.

⁽³⁴⁰⁾ 2013 m. liepos 1 d. Latvijos vartotojų teisių apsaugos centro grupiniams pirkimams taikomos nesąžiningos komercinės veiklos gairės.

⁽³⁴¹⁾ Tas pats papildomasis santykis numatytas pasiūlyme dėl Skaitmeninių paslaugų akto, kaip aptarta 1.2.8 skirsnyje.

Pavyzdžiui, tokios priemonės gali leisti suprasti, kad platformų **vartotojo sąsajos sukurtos taip, kad trečiosios šalys prekiautojos galėtų teikti informaciją platformos naudotojams** pagal ES rinkodaros ir vartotojų teisės aktus, ypač informaciją, kurią skelbiant kvietimus pirkti, reikalaujama pateikti pagal NKVD 7 straipsnio 4 dalį ir pagal VTD 6 straipsnį. Pavyzdžiui, elektroninės prekyvietės privalo sudaryti sąlygas trečiosioms šalims tiekėjoms informuoti vartotojus apie savo tapatybę, kontaktinius duomenis, produkto kainą ir visas papildomas išlaidas, kurias vartotojai gali patirti, pavyzdžiui, pirkdamas programėlių pirkimas.

Jei interneto platformos, patenkančios į NKVD taikymo sritį, nesilaiko tokių profesinio atidumo reikalavimų arba kitaip nesąžiningai reklamuoja, parduoda ar tiekia produktą naudotojams, jos gali būti pripažintos pažeidusiomis ES vartotojų teisę. Jos negali remtis E. komercijos direktyvoje numatyta tarpininko atsakomybės išimtimi, kiek tai susiję su jų pačių komercine veikla, nes ši išimtis taikoma tik neteisėtai informacijai, saugomai trečiųjų šalių prašymu.

4.2.2. Tarpininkavimas sudarant vartojimo sutartis su trečiosiomis šalimis

Pakeitimais, padarytais Direktyva (ES) 2019/2161, į NKVD įtraukta speciali **elektroninės prekyvietės** apibrėžtis. Tai – interneto platforma, kuria naudodamiesi vartotojai gali pirkti trečiųjų šalių tiekėjų (prekiautojų arba vartotojų) siūlomus produktus tiesiogiai per prekyvietės naudotojo sąsają. Sąvoka „elektroninė prekyvietė“ yra technologiškai neutrali, apimanti ir programėlių parduotuves, teikiančias skaitmeninį turinį ir paslaugas.

Daugelis elektroninių prekyviečių greta trečiųjų šalių prekiautojų produktų taip pat siūlo savo produktus. Vienos prekyvietės teikia prieglobos paslaugas tik trečiosioms šalims profesionalioms tiekėjoms, kitos skelbia tiek privačių asmenų, tiek profesionalių subjektų pasiūlymus arba tiesiog sudaro sąlygas vartotojų tarpusavio santykiams (tam tikros bendro vartojimo ar dalijimosi ekonomikos platformos, kuriose tiekėjai ir naudotojai iš tikrųjų ne pelno tikslais dalijasi turtu, ištekliais, laiku ir įgūdžiais, pavyzdžiui, suteikia pavežėjimo paslaugą pasidalijant išlaidas).

Elektroninės prekyvietės privalo imtis priemonių užtikrinti, kad **vartotojas būtų tinkamai informuotas apie prekiautojo tapatybę** pagal paties prekiautojo pateiktą informaciją. Jeigu prekyvietės nepateikia informacijos apie faktinio prekiautojo tapatybę ir sukuria išpūdį, kad faktinis prekiautojas yra prekyvietė, **atsakomybė už prekiautojo įsipareigojimus** gali pereiti prekyvietai.

Teisingumo Teismas nagrinėjo prekiautojo tapatybės klausimą byloje *Wathelet* ⁽³⁴²⁾; toje byloje nagrinėta neinternetinio tarpininko (automobilių garažo) atsakomybė už vartotojams parduotų prekių atitiktį pagal ankstesnę Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 1999/44/EB dėl vartojimo prekių pardavimo ⁽³⁴³⁾.

Teisingumo Teismas konstatavo (33–34 punktai), kad Direktyva 1999/44 nereglamentuojamas tarpininkų atsakomybės vartotojams klausimas, tačiau „*tokia išvada savaime nereiškia, kad „pardavėjo“ sąvoka, kaip ji suprantama pagal Direktyvos 1999/44/EB 1 straipsnio 2 dalies c punktą, galėtų būti aiškinama taip, jog ji apima fizinio asmens naudai veikiančią [prekiautoją], kai jis vartotojo požiūriu save pateikia kaip vartojimo prekės pardavėją, vykdančią savo profesinę veiklą arba verslą. Šis [prekiautojas] gali sukelti painiavą vartotojo sąmonėje ir leisti jam klaidingai manyti, kad minėtas asmuo yra prekės pardavėjas ir savininkas.*“

Teisingumo Teismas taip pat nurodė (44 punktas), kad „*siekiant nustatyti, ar vartotojas galėjo suprasti, jog tarpininkas veiks fizinio asmens naudai, gali būti svarbu, be kita ko, vykdančiam pirkimo–pardavimo sandorį tarpininko dalyvavimo apimtį ir pastangų intensyvumą, aplinkybės, kuriomis prekė buvo pateikta vartotojui, ir pastarojo elgesys.*“

Šios Teisingumo Teismo išvados dėl neinternetinio tarpininko atsakomybės už prekių atitiktį taip pat galėtų būti svarbios **kitiems tarpininkams ir kitoms prekiautojų prievolėms pagal ES teisę**, be kita ko, internetinėje erdvėje. Visų pirma, interneto tarpininkai gali būti pripažinti **atsakingais už prekiautojo prievoles**, susijusias su informacijos teikimu prieš sudarant sutartį arba sutarties vykdymu, **jeigu vartotojo požiūriu jie pagal (siūlomą) sutartį prisistato kaip prekiautojai**.

Sprendime *Wathelet* Teisingumo Teismas pabrėžė (37 punktas), jog „*tam, kad vartotojas galėtų pasinaudoti jam [direktyvos] teikiama apsauga, svarbu tai, kad vartotojas žinotų pardavėjo tapatybę, ir ypač tai, ar jis yra fizinis asmuo ar [prekiautojas]*“. Tačiau **net ir tada, jei faktinis tiekėjas taip pat yra ir prekiautojas**, o galimybės pasinaudoti savo teisėmis iš vartotojo atitinkamai nebuvo atimtos, vartotojas galbūt nebūtų sudaręs sutarties, jeigu būtų žinojęs faktinio prekiautojo tapatybę dėl to, pavyzdžiui, kad jam kyla nerimo dėl to prekiautojo patikimumo ir galimybės naudotis jo atžvilgiu savo kaip vartotojo teisėmis.

⁽³⁴²⁾ 2016 m. lapkričio 9 d. Sprendimas *Sabrina Wathelet*, C-149/15.

⁽³⁴³⁾ 1999 m. gegužės 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/44/EB dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų tam tikrų aspektų, OL L 171, 1999 7 7, p. 12.

Galima tikėtis, kad daugiau gairių dėl „prekiautojo“ sąvokos bus pateikta Sprendime šiuo metu nagrinėjamoje byloje „Tiketa“ (C-536/20), kurioje sprendžiamas klausimas, ar internetinis tarpininkas (bilietaus pardavimo platforma) gali būti laikomas solidariai atsakingu su faktiškai paslaugą teikiančiu prekiautoju, jei tarpininkas nepateikė aiškios informacijos, kad veikia tik kaip tarpininkas.

7 straipsnio 4 dalis pagal Direktyvą (ES) 2019/2161 buvo papildyta nauju f punktu. Jame konkrečiai reikalaujama, kad elektroninės prekyvietės teikėjai, remdamiesi produktais tiekiančios trečiosios šalies deklaracija, kvietime pirkti informuotą vartotoją, ar ta trečioji šalis **yra prekiautojas ar ne (pavyzdžiui, yra kitas vartotojas)** Pagal Direktyvą (ES) 2019/2161 tokie patys ir papildomi elektroninėms prekyvietėms skirti informacijos reikalavimai įtraukti į VTD (6a straipsnis).

7 straipsnis. Klaidinantis informacijos neatskleidimas

4. Jeigu neaišku iš konteksto, kvietimo pirkti atveju esmine laikoma ši informacija:

f) elektroninėse prekyvietėse siūlomų produktų atveju – ar trečioji šalis, teikianti produktus, yra prekiautojas ar ne, remiantis elektroninės prekyvietės teikėjui pateikta tos trečiosios šalies deklaracija.

Šiuo konkrečiai elektroninėms prekyvietėms skirtu informacijos reikalavimu siekiama užtikrinti, kad vartotojai visada žinotų, iš ko perka produktą elektroninėje prekyvietėje – iš prekiautojo ar iš kito vartotojo. Padarius klaidingą prielaidą, kad trečioji šalis tiekėja yra prekiautoja, vartotojui gali kilti problemų, jei perkant internetu būtų nesklaidumų (pvz., prekės neatitiktų reikalavimų) ir jei vėliau paaiškėtų, kad vartotojų apsaugos taisyklės, pavyzdžiui, teisė atsisakyti sutarties per 14 dienų arba teisinė garantija, sudarytai sutarčiai iš tikrųjų netaikomos.

NKVD (ir VTD) nuostatose nurodyta, kad informacija apie trečiosios šalies tiekėjos statusą turėtų būti grindžiama to tiekėjo deklaracija, kurią elektroninė prekyvietė vėliau perduoda vartotojui. Todėl elektroninė prekyvietė, visų pirma, gali remtis trečiosios šalies tiekėjos pateikta deklaracija. Tokia pozicija atitinka E. komercijos direktyvos draudimą interneto tarpininkams nustatyti bendrus stebėsenos įpareigojimus ta apimtimi, kuria atitinkamos E. komercijos direktyvos nuostatos taikomos elektroninei prekyviete. Kartu ji nedaro poveikio prekyvietės išipareigojimams, susijusiems su neteisėtu turiniu, pavyzdžiui, gavus pranešimą, kuriuo platforma informuojama apie nesąžiningus prekiautojų pasiūlymus, imtis veiksmų⁽³⁴⁴⁾.

Reikėtų pabrėžti, kad ši nuostata yra informacijos reikalavimas, kuriuo siekiama didinti aiškumą elektroninėse prekyvietėse apsipiriantiems vartotojams. Savideklaracija yra geras informacijos apie tiekėjo teisinį statusą šaltinis, tačiau ji nepakeičia „prekiautojo“ apibrėžties – ši apibrėžtis ir toliau turi būti taikoma pagal nustatytus kriterijus. Šiuo atžvilgiu reikėtų paminėti NKVD I priedo 22 punktą, pagal kurį prekiautojams draudžiama apsimesti, kad jie nėra prekiautojai. Pagal naująją informacijos teikimo taisyklę šis draudimas galioja bet kokiai neteislingai ar netiksliai deklaracijai, kad subjektas nėra prekiautojas.

Siekiant paskatinti prekiautojus teisingai deklaruoti savo statusą, VTD 6a straipsnio 1 dalies c punkte taip pat reikalaujama, kad elektroninės prekyvietės teikėjas perspėtų vartotoją, kad vartotojas negali naudotis savo teisėmis, jei trečioji šalis tiekėja, deklaruodama savo statusą, yra nurodžiusi, kad nėra prekiautoja.

Galiausiai pažymėtina, kad Sprendime *Kamenova* dėl konkretaus interneto platformos prekiautojo Teisingumo Teismo Teismo nustatė papildomus kriterijus, pagal kuriuos nustatoma, ar asmuo gali būti laikomas prekiautoju (žr. 2.2 skirsnį dėl prekiautojo sąvokos).

4.2.3. Paieškos rezultatų skaidrumas

Paieškos sistemos leidžia ieškoti informacijos internete pagal konkretų algoritmą. Kiti tarpininkai, pavyzdžiui, elektroninės prekyvietės ir kainų palyginimo paslaugų teikėjai taip pat suteikia galimybę ieškoti įvairių produktų ir tiekėjų, kurių informacija yra prieinama naudojantis tų tarpininkų paslaugomis. Vartotojai tikisi, kad paieškos rezultatai bus „natūralūs“ arba „organiški“ ir pagrįsti pakankamai nešališkais kriterijais. Tačiau paslaugų teikėjai į paieškos rezultatus taip pat įtraukia apmokėtą reklamą arba už tiesiogiai arba netiesiogiai iš atitinkamų trečiųjų šalių tiekėjų gautą užmokestį pagerina produktų reitingą.

Direktyva (ES) 2019/2161 į NKVD 7 straipsnį įtraukta nauja 4a dalis, kurioje nustatytas konkretus reikalavimas pateikti informaciją apie pagrindinius parametrus, pagal kuriuos nustatomas reitingas. Be to, į NKVD I priedą buvo įtrauktas naujas 11a punktas, pagal kurį neatskleista reklama ir aukštesnio paieškos rezultatų reitingo rodymas už užmokestį yra draudžiamas.

⁽³⁴⁴⁾ Žr. Elektroninės komercijos direktyvos 14 straipsnio 2 dalį.

Informacija apie reitingų nustatymo parametrus

7 straipsnis

„4a. Tais atvejais, kai vartotojams suteikiama galimybė ieškoti produktų, kuriuos siūlo skirtingi prekiautojai arba vartotojai, remiantis užklausa pagal raktažodį, frazę arba kitas įvesties priemones, neatsižvelgiant į tai, kur sandoriai galiausiai yra sudaromi, konkrečioje elektroninės sąsajos dalyje, kuri yra tiesiogiai ir lengvai prieinama iš puslapio, kuriame pateikiami užklauskos rezultatai, pateikta bendroji informacija apie pagrindinius parametrus, kurie lemia vartotojui pagal paieškos užklauską pateikiamų produktų reitingą, ir tų parametrų santykinį reikšmingumą, palyginti su kitais parametrais, laikoma esmine. Ši dalis netaikoma interneto paieškos sistemų teikėjams, kaip apibrėžta Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2019/1150 2 straipsnio 6 punkte <...>“.

Naujasis 7 straipsnio 4a dalyje nustatytas informacijos reikalavimas taikomas tik prekiautojams, kurie suteikia vartotojams galimybę ieškoti kitos (trečiosios) šalies, prekiautojų arba vartotojų siūlomų produktų, t. y. elektroninėms prekyvietėms ir palyginimo priemonėms. **Jis netaikomas prekiautojams, kurie savo vartotojams suteikia galimybę ieškoti tik jų pačių siūlomų įvairių produktų.**

Informacijos reikalavimas taip pat netaikomas **interneto paieškos sistemoms**, kaip apibrėžta Reglamente (ES) 2019/1150 (Verslo platformos reglamentas). Taip yra todėl, kad Verslo platformos reglamente jau yra reikalaujama, kad visi interneto paieškos sistemų teikėjai skelbtų „lengvai ir viešai prieinamą, paprastą ir suprantamą“ savo parametrų aprašymą, kuris atitinkamai būtų prieinamas ir vartotojams, ne tik verslo klientams.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad NKVD nustatytas informacijos reikalavimas yra taikomas prekiautojams, kai vartotojas pateikia paieškos užklauską. Tačiau šis reikalavimas **netaikomas tam, kaip standartinė vartotojo matoma elektroninė sąsaja yra išdėstoma, nes jos išdėstymas nėra konkrečios paieškos užklauskos toje elektroninėje sąsajoje rezultatas.**

Pagal Direktyvą (ES) 2019/2161 panaši informacijos teikimo pareiga buvo įtraukta ir į VTD, kuri taikoma tik elektroninėms prekyvietėms, t. y. tarpininkams, kurie sudaro sąlygas tiesiogiai sudaryti vartojimo sutartis su trečiosiomis šalimis (tiek verslo subjektų ir vartotojų, tiek vartotojų tarpusavio sutartis).

Sąvoka „reitingas“ yra apibrėžta NKVD 2 straipsnio m punkte kaip „produktams suteiktas santykinis reikšmingumas, kurį prekiautojas pateikia, organizuoja ar praneša, neatsižvelgiant į tokiam pateikimui, organizavimui ar pranešimui naudojamas technologines priemones“. Ta pati apibrėžtis taikoma ir pagal VTD.

Direktyvos (ES) 2019/2161 19 konstatuojamojoje dalyje pridėtas paaiškinimas: „<...> be kita ko, naudodami algoritminę seką, reitingo nustatymo ar peržiūros mechanizmus, vizualinius akcentus ar kitas akcentavimo priemones arba jų derinį“.

Kalbant apie informacijos turinį, platforma privalo pateikti „bendrą“ informaciją apie pagrindinius parametrus, kurie lemia produktų reitingą, ir apie tų parametrų „santykinę svarbą“, palyginti su kitais parametrais.

Pagal Direktyvos (ES) 2019/2161 22 konstatuojamąją dalį „parametrai, kuriais remiantis nustatomas reitingas, – visi į algoritmus įtraukti bendrieji kriterijai, procesai, konkretūs ženklai ar kiti naudojami reitingavimo koregavimo ar mažinimo mechanizmai.“

Reikalavimas dėl informacijos apie reitingų nustatymą nedaro poveikio Europos Parlamento ir Tarybos direktyvai (ES) 2016/943⁽³⁴⁵⁾ dėl komercinių paslapčių. Kaip paaiškinta Verslo platformos reglamento 5 straipsnio nuostatose dėl lygiagrečiai galiojančios visų interneto platformų ir interneto paieškos sistemų pareigos užtikrinti reitingų nustatymo skaidrumą, tai reiškia, kad atitinkamų paslaugų teikėjų komerciniai interesai niekada neturėtų suteikti pagrindo atsisakyti atskleisti pagrindinius reitingo nustatymo parametrus. Taip pat pažymėtina, kad nei Direktyvoje (ES) 2016/943, nei Verslo platformos reglamente nereikalaujama atskleisti išsamios informacijos, kaip veikia atitinkamų teikėjų reitingo nustatymo mechanizmai, įskaitant algoritmus⁽³⁴⁶⁾. Tokios pačios pozicijos laikomasi pagal NKVD nustatytus informacijos reikalavimus.

Standartinių reitingo nustatymo parametrų aprašymas gali būti bendro pobūdžio, jis neturi būti pritaikytas pagal kiekvieną paieškos užklauską⁽³⁴⁷⁾. Informacija turi būti pateikiama aiškiai, suprantamai ir nuotolinio ryšio priemonėms tinkamu būdu. Taip pat reikėtų patikslinti, kad informacija turi būti pateikiama specialioje elektroninės sąsajos skiltyje, kuri būtų tiesiogiai ir lengvai prieinama iš tinklalapio, kuriame pristatomi pasiūlymai.

⁽³⁴⁵⁾ 2016 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2016/943 dėl neatskleistos praktinės patirties ir verslo informacijos (komercinių paslapčių) apsaugos nuo neteisėto jų gavimo, naudojimo ir atskleidimo, OL L 157, 2016 6 15, p. 1.

⁽³⁴⁶⁾ Žr. Direktyvos (ES) 2019/2161 23 konstatuojamąją dalį ir Verslo platformos reglamento 27 konstatuojamąją dalį.

⁽³⁴⁷⁾ Žr. Direktyvos (ES) 2019/2161 23 konstatuojamąją dalį.

Pareiga informuoti taip pat taikoma, kai prekiautojas suteikia galimybę **atlikti paiešką elektroninėje sąsajoje balso komandomis** (per skaitmeninius padėjėjus), o ne renkant tekstą klaviatūroje. Tokiu atveju informacija taip pat turi būti pateikiama prekiautojo interneto svetainės ir (arba) taikomosios programos „specialioje elektroninės sąsajos skiltyje“.

Naujosiose taisyklėse dėl reitingų nustatymo skaidrumo vartotojams (VTD ir NKVD) „reitingas“ apibrėžiamas iš esmės taip pat kaip Verslo platformos reglamente. Verslo platformos reglamente reikalaujama, kad informuodamos savo verslo klientus platformos teiktų informaciją verslo subjektų tarpusavio santykių sąlygų apraše, arba suteiktų informaciją pasirengimo sudaryti sutartį etapu.

Nors atitinkami informacijos reikalavimai yra panašūs, jų tikslinės grupės skiriasi. Dėl šios priežasties naujose NKVD (ir VTD) nuostatose reikalaujama pateikti tik „bendrąją“ informaciją apie pagrindinius reitingo nustatymo parametrus ir jų santykinę svarbą. Šis skirtumas, palyginti su Verslo platformos reglamentu, atspindi **vartotojų, kuriems reikalinga glausta informacija, kuri būtų lengvai suprantama**, informacijos poreikius. Dėl tos pačios priežasties NKVD ir VTD taisyklėse taip pat nėra reikalaujama paaiškinti pagrindinių reitingo nustatymo parametrų santykinės svarbos priežasčių, kaip to reikalaujama pagal Verslo platformos reglamentą.

Tiksliu variant, internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjai galės panaudoti išsamesnę informaciją, kurią jie teikia savo verslo klientams pagal Verslo platformos reglamentą, rengdami vartotojams skirtą reitingo nustatymo parametrų paaiškinimą. Komisija paskelbė gaires dėl reitingų nustatymo skaidrumo pagal Verslo platformos reglamentą ⁽³⁴⁸⁾. Šiose gairėse nagrinėjami įvairūs klausimai, kurie taip pat svarbūs taikant NKVD ir VTD taisykles dėl reitingų nustatymo skaidrumo, pavyzdžiui, sąvokos „pagrindiniai parametrai“, „santykinis matomumas“ ir „tiesioginis ir netiesioginis atlygis“.

Informacijos apie apmokėtą reklamą ir reitingo nustatymą atskleidimas

I priedo 11a punktas

„11a. Paieškos rezultatų pagal vartotojo interneto paieškos užklausą pateikimas aiškiai neatskleidžiant jokios apmokėtos reklamos ar mokėjimo, kuriuo konkrečiai siekiama aukštesnio produktų reitingo paieškos rezultatuose.“

Naujasis 11a punktas taikomas visiems prekiautojams, kurie suteikia galimybę ieškoti „produktų“ (t. y. prekių, paslaugų, skaitmeninio turinio), įskaitant paieškos sistemas.

Pagal jį nedraudžiama įtraukti reklamos arba skirti aukštesnio reitingo už atitinkamo prekiautojo sumokėtą užmokestį, tačiau paieškos paslaugos teikėjas turi aiškiai informuoti vartotoją, jeigu į paieškos rezultatus įtraukiami prekiautojų, **kurie sumokėjo už tai, kad būtų įtraukti į paieškos rezultatus** (sumokėjo už reklamą), produktai, interneto svetainės arba URL adresai arba jeigu **reitingui įtakos padarė** tiesioginis arba netiesioginis užmokestis.

Reklama – rezultato, kuris kitu atveju pagal taikomus objektyvius paieškos kriterijus vartotojui nebūtų rodomas, įterpimas sąrašo viršuje arba tarp „natūralių“ paieškos rezultatų.

Aukštesnis reitingas – atvejai, kai dėl tiesioginio ar netiesioginio užmokesčio pagerinama viena ar daugiau reitingo sąrašo pozicijų. Direktyvos (ES) 2019/2161 20 konstatuojamojoje dalyje pateiktas neišsamus netiesioginio užmokesčio už aukštesnį reitingą pavyzdžių sąrašas:

- prekiautojo sutikimas paslaugos teikėjo atžvilgiu priimti papildomų išpareigojimų,
- didesnis komisinis mokestis už kiekvieną sandorį,
- įvairios atlyginimo sistemos, kurias taikant konkrečiai suteikiamas aukštesnis reitingas.

Prie **netiesioginio užmokesčio** – priešingai – užmokestis už bendrąsias paslaugas, pavyzdžiui, už įtraukimą į prekių arba paslaugų sąrašą, narystės mokesčiai, mokami už galimybę naudotis įvairiomis funkcijomis, nepriskiriami, jeigu toks užmokestis mokamas ne už aukštesnį reitingą.

Paieškos rezultatuose pateikiama reklama ir paieškos rezultatai, kurie už užmokestį rodomi aukštesnėje reitingų pozicijoje, turi būti **aiškiai ir matomai pažymėti**. Informacija apie reklamą arba užmokestį, kuris buvo sumokėti būtent už aukštesnį reitingą, turi būti pateikta **šalia** atitinkamo paieškos rezultato **gerai matomu** būdu taip, kad išsiskirtų iš kitos bendros interneto sąsajos aplinkos ir taip, kad peržiūradamas paieškos rezultatus vartotojas jos negalėtų nepastebėti.

Tačiau, jeigu užmokestis būtent už aukštesnį reitingą yra vienas iš reitingo nustatymo parametrų ir daro įtaką **visų rodomų rezultatų reitingams, informacija apie tokį užmokestį taip pat gali būti pateikiama viename aiškiaame**

⁽³⁴⁸⁾ Komisijos pranešimas „Reitingo nustatymo skaidrumo gairės pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) 2019/1150“, OL C 424, 2020 12 8, p. 1.

ir gerai matomame pranešime paieškos rezultatų puslapyje. Toks pranešimas turėtų būti pateiktas atskirai, greta bendros informacijos apie reitingo nustatymo parametrus, kurią prekiautojai turi pateikti pagal NKVD 7 straipsnio 4a dalį, kaip aptarta pirmiau.

Komisija ir BVAS tinklui priklausančios nacionalinės vartotojų apsaugos institucijos sprendė klausimą dėl informacijos apie reklamą ir apie apmokėtą reitingą teikimo paieškos rezultatuose ir tuo tikslu ėmėsi bendrų veiksmų platformų *Booking.com* ir *Expedia* atžvilgiu ⁽³⁴⁹⁾ (taip pat žr. 4.3.6 skirsnį). Dėl šių veiksmų minėtos platformos sutiko paieškos rezultatų puslapyje nurodyti, ar užmokestis turėjo įtakos apgyvendinimo vietų rodymo eiliškumui. Jos taip pat pridėjo nuorodą į išsamesnį paaiškinimą ir tokias apgyvendinimo vietas aiškiai pažymėjo. Be to, vietoj ankstesnės nuorodos „remiama“ (angl. *sponsored*) buvo pradėtos naudoti iškalbingesnės reklamos žymos (angl. *Ad, Advert, Advertisement*) arba panašūs atitinkamas tekstas vietos kalba ir šios nuorodos taip pat įdėtos taip, kad būtų geriau matomos.

Pavyzdžiui:

- *Kainų palyginimo interneto svetainėje buvo siūloma pirmiausia išrikiuoti papildomą mokestį sumokėjusių prekiautojų produktus. Nacionalinis teismas nusprendė, kad lyginamasis duomenų išdėstymas gali turėti įtakos vartotojų sprendimams dėl sandorio, jeigu vartotojai mano, kad duomenys taip rodomi neturint komercinių ketinimų ar komercinio tikslo. Todėl palyginimo interneto svetainės komercinė veikla buvo pripažinta klaidinančia. Teismas konstatavo, jog dėl to, kad palyginimo priemonėje nebuvo nurodyta, jog už aukštesnės pozicijas buvo sumokėta, vartotojų ekonominis elgesys galėjo būti iš esmės iškreiptas* ⁽³⁵⁰⁾.
- *Nacionalinis teismas konstatavo, kad vieno stambaus palyginimo ir užsakymo paslaugų teikėjo veikla, kurioje viešbučiams buvo leidžiama manipuliuoti reitingais mokant didesnius komisinius mokesčius, buvo klaidinanti* ⁽³⁵¹⁾.

4.2.4. Naudotojų atsiliepimai

Daugelis interneto platformų ir pavienių prekiautojų suteikia vartotojams galimybę informuoti kitus vartotojus apie savo patirtį, susijusią su įvairiais produktais ar prekiautojais. Galimybė palikti atsiliepimą dažnai suteikiama elektroninėse prekyvietėse, paieškos sistemose, specializuotose keliautojų atsiliepimų svetainėse, palyginimo priemonėse ir socialiniuose tinkluose. Atliekant įvairius tyrimus nustatyta atsiliepimų **svarba vartotojų sprendimams pirkti**. Todėl svarbu, kad prekiautojai, kurie suteikia galimybę susipažinti su vartotojų **atsiliepimais**, imtųsi pagrįstų ir proporcingų veiksmų ir taip užtikrintų, kad atsiliepimai atspindėtų realių vartotojų patirtį, susijusią su atitinkamu produktu. Sąvoką „atsiliepimas“ reikėtų suprastai plačiąja prasme, įskaitant su reitingais susijusią praktiką.

Tačiau šioje srityje buvo nustatytas ne vienas nesąžiningos veiklos atvejis. Prekiautojai įvairiais metodais stengiasi padidinti teigiamų atsiliepimų apie savo produktus skaičių platformose, sumažinti neigiamų atsiliepimų skaičių arba neigiamus atsiliepimus rodyti pabaigoje. Siekdami paskatinti savo produktų pardavimą, kai kurie **prekiautojai užsako netikrus teigiamus atsiliepimus**, pavyzdžiui, pasamdo specialias įmones, kurios per socialinius tinklus ar kitas priemones verbuoja faktinius vartotojus. Šie vartotojai perka atitinkamų prekiautojų produktus interneto platformose ir už tam tikrą atlygį skiria penkių žvaigždžių reitingus. Kitais atvejais įmonės **skatina vartotojus išbandyti jų produktus mainais už atsiliepimus** (remiami atsiliepimais), tačiau šio fakto neatskleidžia.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad **skatinamos ir (arba) netikros apžvalgos gali turėti įtakos produkto reitingui**, taigi ir matomumui platformoje, jei platformos paieškos parametruose yra atsižvelgiama į atsiliepimų balą.

Tokia veiklia iškreipia vartotojų pasirinkimą. Nors kai kurios platformos praneša, kad imasi priemonių stengdamosi apriboti netikrų atsiliepimų skaičių, problema, regis, didėja ir dėl jos vis aktyviau imamasi viešojo vykdymo užtikrinimo veiksmų. Šios klaidinančios veiklos poveikį dar labiau sustiprina tai, kad įprastų atsiliepimų visada paliekama per mažai, ypač, kai produktai yra nauji arba rinkoje pasirodė neseniai ⁽³⁵²⁾.

NKVD taikoma ne tik interneto platformų ir kitų prekiautojų, kurie skelbia vartotojų atsiliepimus arba suteikia galimybę su jais susipažinti, komercinei veiklai, bet ir **visiems prekiautojams, kurie organizuoja atsiliepimų teikimą kitų prekiautojų naudai**. Kaip paaiškinta 2.3 skirsnyje dėl komercinės veiklos apibrėžties, NKVD yra taikoma prekiautojo komercinei veiklai, nepriklausomai nuo to, ar tokia komercinė veikla yra skatinama pirkti jo pačių, ar kitų prekiautojų produktus.

⁽³⁴⁹⁾ 2020 m. gruodžio 18 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444.

⁽³⁵⁰⁾ Cass. 4 décembre 2012, 11-27729, *Publicité Sté Pewterpassion.com c / Sté Leguide.com*

⁽³⁵¹⁾ LG Berlin, 25.08.2011, Az.16 O 418/11.

⁽³⁵²⁾ Pavyzdžiui, Vokietijos Bundeskartellamt apskaičiavo, kad tik 1 proc. vartotojų, ką nors išgiję, palieka atsiliepimus, žr. „Konsultationspapier zur Sektoruntersuchung Nutzerbewertungen“, E 1.2 punktą. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2020/18_06_2020_SU_Nutzerbewertungen_Konsultation.html.

NKVD – priešingai – **netaikoma vartotojams, kurie teikia informaciją apie savo patirtį**, susijusią su produktais ar paslaugomis, nebent galima laikyti, kad vartotojai veikia „prekiautojo vardu arba jo naudai“ (taip pat žr. 4.2.6 skirsnį dėl nuomonės formavimo rinkodaros).

Klaidinanti veikla, susijusi su vartotojų atsiliepimais ir rekomendacijomis, gali pažeisti NKVD 7 straipsnio 2 dalį, kurioje reikalaujama, kad prekiautojai nurodytų komercinės veiklos komercinius ketinimus, jei jie nėra akivaizdūs iš konteksto.

Pagal Direktyvą (ES) 2019/2161 NKVD papildyta **specialiosiomis nuostatomis dėl vartotojų atsiliepimų ir rekomendacijų**. Tiksliau, pagal I priedo 23b punktą prekiautojams yra draudžiama nurodyti, kad atsiliepimą apie produktą pateikė iš tikrųjų produktą naudoję vartotojai, jeigu prekiautojas nesiėmė pagrįstų ir proporcingų veiksmų patikrinti, ar atsiliepimus paliko būtent tokie vartotojai. Pagal 23c punktą aiškiai draudžiama pateikti arba pavesti kitam juridiniam ar fiziniam asmeniui produktų pirkimo skatinimo tikslais pateikti neteisingus vartotojų atsiliepimus. Pagal jį taip pat draudžiama produktų pirkimo skatinimo tikslais iškreipti vartotojų atsiliepimus. Taip pat reikėtų pažymėti, kad pagal 7 straipsnio 6 dalį prekiautojai, kurie suteikia galimybę vartotojams susipažinti su atsiliepimais, privalo informuoti vartotojus, ar ir kaip jie užtikrina, kad paskelbtus atsiliepimus pateikė vartotojai.

NKVD taikoma įmonių veiklai vartotojų atžvilgiu, tiesiogiai susijusiai su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu ar tiekimu vartotojams. Todėl šiose naujose NKVD nuostatose dėl atsiliepimų vartojant sąvoką „produktas“ norima pabrėžti, kad šios nuostatos nėra taikomos kitų rūšių atsiliepimams, kurie nėra susiję su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu ar tiekimu.

Taigi, šios nuostatos taip pat taikomos atsiliepimams, kuriuose pagrindinis dėmesys yra skiriamas produktus siūlančių ar parduodančių **prekiautojų savybėms ir veiklai** (atsiliepimams, kurie teikiami ne apie produktus ar jų savybes *strictu sensu*). Kai atsiliepimais apie „prekiautojų“ veiklą tokiu atveju yra naudojamosi kaip priemonė prekiautojų produktų pirkimui skatinti, taip pat gali būti laikoma, kad tokie atsiliepimai daro svarbią įtaką vartotojui, jam priimant sprendimą dėl sandorio dėl to prekiautojo produktų. Atsiliepimai gali būti skirti prekiautojų produktų pirkimui skatinti arba būti viena iš tų produktų pirkimo skatinimo priemonių, ypač tais atvejais, kai atsiliepimuose prekiautojai vertinami pagal tokius parametrus kaip produktų kokybė, patikimumas ar pristatymo greitis. Taigi, tokiems atsiliepimams gali būti taikomos naujosios NKVD nuostatos.

Atsiliepimai, kuriuose vertinamos su įmonės veikla vartotojų atžvilgiu nesusijusios prekiautojo savybės, pavyzdžiui, socialinė atsakomybė, darbo sąlygos, apmokestinimas, lyderystė rinkoje, etikos aspektai ir pan., į NKVD taikymo sritį, įskaitant naująsias nuostatas dėl vartotojų atsiliepimų, – priešingai – greičiausiai nepatektų.

Informacija apie atsiliepimų tvarkymą

7 straipsnio 6 dalis

6. Jeigu prekiautojas leidžia **vartotojui susipažinti su atsiliepimais apie produktus**, informacija apie tai, ar ir kaip prekiautojas užtikrina, kad skelbiami atsiliepimai yra gauti iš vartotojų, kurie iš tikrųjų naudojo arba įsigijo produktą, laikoma esmine.

Nauja informavimo prievolė galioja bet kuriam prekiautojui, kuris suteikia galimybę susipažinti su vartotojų atsiliepimais, įskaitant atvejus, kai prekiautojas savo internetinėje sąsajoje skelbia kito prekiautojo skelbiamus atsiliepimus, pavyzdžiui, kaip specialią patikrinimo priemonę. Direktyvos (ES) 2019/2161 47 konstatuojamojoje dalyje išsamiai paaiškinama reikalavimo taikymo sritis. Tiksliau, reikia pateikti ne tik informaciją apie konkrečias priemones, kuriomis tikrinama, ar atsiliepimus pateikė vartotojai, faktiškai naudoję ar pirkę produktą, bet ir **bendresnę informaciją apie atsiliepimų tvarkymą**. Ją sudaro informacija apie tai, ar visi atsiliepimai skelbiami, iš kur jie gaunami, kaip apskaičiuojamas vidutinis atsiliepimų balas ir tai, ar tam turi įtakos remiami atsiliepimai arba sutartiniai santykiai su prekiautojais, kuriems platformoje teikiamos prieglobos paslaugos.

Prekiautojų informacija apie tai, kaip užtikrinama, kad paskelbti atsiliepimai būtų gauti iš vartotojų, kurie faktiškai naudojo arba pirkė produktą, taip pat yra svarbi, nes bus analizuojama vertinant, ar prekiautojas iš tikrųjų gali teikti atsiliepimus kaip vartotojų atsiliepimus, kaip nurodyta naujajame I priedo 23b punkte.

Ši informacija turi būti aiški, suprantama ir pateikiama tada, „kai suteikiama galimybė susipažinti su vartotojų atsiliepimais“, t. y. informacija turėtų būti prieinama iš tos pačios sąsajos, kurioje galima peržiūrėti skelbiamus atsiliepimus, įskaitant aiškiai pažymėtus ir gerai matomoje vietoje įdėtus hipersaitus.

Draudžiama veikla

I priedo 23b punktas

23b. Skelbimas, kad atsiliėpimą apie produktą pateikė vartotojai, kurie iš tikrųjų juo naudojami ar jį įsigijo, nesiimant pagrįstų ir proporcingų veiksmų patikrinti, ar atsiliėpimus pateikė tokie vartotojai.

Pagal naująjį I priedo 23b punktą prekyautojams draudžiama klaidinti savo naudotojus dėl atsiliėpimų kilmės: prekyautojai negali nurodyti, kad jų paskelbtus atsiliėpimus pateikė realūs naudotojai, jeigu nesiėmė pagrįstų ir proporcingų veiksmų, kurie **leistų labiau tikėtis, kad šie atsiliėpimai atspindi tikrąją naudotojų patirtį** (tačiau tai nėra bendra pareiga vykdyti stebėseną arba rinkti faktus, žr. E. komercijos direktyvos 15 straipsnio 1 dalį).

Ar, prekyautojui paskelbus atsiliėpimus, galima tvirtinti, kad „atsiliėpimus pateikė vartotojai, kurie faktiškai naudojo ar pirkė produktą“, priklausoma nuo to, kaip pateiktus atsiliėpimus suvokia vidutinis vartotojas. Skelbiami atsiliėpimai gali būti vadinami ir kitaip – iš bendresnių „vartotojo“ arba „kliento/naudotojo“ atsiliėpimų apibūdinimų vidutinis vartotojas taip pat gali suprasti, kad tai kitų vartotojų, kurie naudojo ar pirkė produktą, atsiliėpimai.

Tai, kokie „pagrįsti ir proporcingi“ veiksmai yra būtini, turi būti vertinama atsižvelgiant, be kitų dalykų, į prekyautojo verslo modelį – internetinė prekyvietė, kurioje skelbiami jos klientų atsiliėpimai, galbūt turės taikyti kitokias priemones negu specializuota atsiliėpimų paslaugos platforma, kuri kviečia plačiąją visuomenę palikti atsiliėpimus, tačiau neturi užmegzti sutartinių santykių. Nustatant, kas yra „pagrįsta ir proporcinga“ konkrečiam prekyautojui, reikėtų atsižvelgti į prekyautojo veiklos mastą ir rizikos lygį. Pavyzdžiui, didelės platformos, kuriose kyla didelė sukčiavimo rizika ir kurios turi daugiau išteklių, turėtų panaudoti griežtesnes kovos su sukčiavimu vartotojų atsiliėpimais priemones negu mažesni prekyautojai.

Tačiau priemonės, kurių imamasi atsiliėpimų kilmei patikrinti, taip pat turėtų būti proporcingos ta prasme, kad jos neturėtų pernelyg apsunkinti atsiliėpimų skelbimo, nes produktą faktiškai pirkę arba naudoję vartotojai gali nebeuorėti palikti atsiliėpimo.

Direktyvos (ES) 2019/2161 47 konstatuojamojoje dalyje paaiškinta, kad pagrįsti ir proporcingi veiksmai gali apimti „[prašymą pateikti] informacijos, kad būtų patikrinta, ar vartotojas iš tikrųjų naudojo ar įsigijo produktą“. Tokią informaciją gali sudaryti, pavyzdžiui, užsakymo numeris. Kitus „pagrįstus ir proporcingus veiksmus“ gali sudaryti:

- reikalavimas, kad atsiliėpimą rašantis asmuo užsiregistruotų,
- tikrinimas naudojant technines priemones, ar atsiliėpimą rašantis asmuo yra vartotojas (pvz., IP adreso tikrinimas, patvirtinimas e. paštu),
- aiškios taisyklės atsiliėpimus paliekantiems asmenims, kad netikri atsiliėpimai arba remiami atsiliėpimai, kai tai nepažymima, yra draudžiami,
- nesąžiningos veiklos automatinio nustatymo priemonės,
- tinkamos priemonės ir ištekliai, kad būtų galima reaguoti į skundus dėl įtartinų atsiliėpimų, įskaitant atvejus, kai prekyautojas, su kuriuo susiję atsiliėpimai, pateikia įrodymų, kad atsiliėpimus pateikė ne vartotojai, kurie faktiškai naudojo ar pirkė produktą.

Tikimasi, kad informacija, kurią prekyautojai skelbs pagal 7 straipsnio 6 dalį, suteiks galimybę tiek naudotojams, tiek vykdymo užtikrinimo institucijoms įvertinti veiksmus, kurių ėmėsi prekyautojas, taip pat palyginti tuos veiksmus su ilgainiui galbūt susiklostysiančia sektoriaus geriausia praktika. Šioje srityje yra parengtas ISO standartas – „Interneto vartotojų atsiliėpimai: jų rinkimo, moderavimo ir skelbimo principai ir reikalavimai“ (ISO 20488:2018).

I priedo 23c punktas

23c. Pateikimas ar pavedimas kitam juridiniam arba fiziniam asmeniui pateikti neteisingus vartotojų atsiliėpimus arba rekomendacijas, vartotojų atsiliėpimų arba rekomendacijų socialinėse medijose iškraipymas, **siekiant reklamuoti produktus**.

Naujas 23c punktas taikomas dviejų rūšių nesąžiningai komercinei veiklai:

- pirmoji dalis taikoma prekyautojams, kurie pateikia arba užsako, kad kiti (pvz. paspaudimus „patinka“ generuojantys subjektai arba fiziniai asmenys) pateiktų neteisingus atsiliėpimus arba rekomendacijas. Ji visų pirma taikoma tokiai veiklai, kai verbuojami faktiniai vartotojai, kurie perka produktą ir gauna atlygį už tai, kad paliktų teigiamus atsiliėpimus. Ši 23c punkto dalis taikoma tiek specialistams, tiek vartotojams, dalyvaujantiems tokioje

klaidinančioje veikloje, jei jie laikomi „veikiančiais prekiautojo vardu arba jo naudai“. Tačiau ši dalis netaikoma prekiautojams, ypač interneto platformoms, kurie teikia prieglobos paslaugas ir leidžia susipažinti su vartotojų atsiliepimais, tačiau patys nedalyvauja teikiant atsiliepimus (įrašus).

- Antroji dalis taikoma prekiautojams, įskaitant interneto platformas, kurie suteikia prieigą prie vartotojų atsiliepimų ar rekomendacijų socialinėse medijose, bet juos iškraipo, pavyzdžiui, užsako ir pateikia tik teigiamus atsiliepimus, o neigiamus atsiliepimus nurodo pašalinti.

Sąvoką „rekomendacijos“ reikėtų suprasti plačiąja prasme – prie jų taip pat priskiriama veikla, susijusi su netikrais sekėjais, reakcijomis ir nuomonėmis.

Pirmąją dalimi siekiama užtikrinti, kad vartotojų atsiliepimai **atspindėtų tikrą vartotojų nuomonę, išvadas, įsitikinimus ar patirtį**. Todėl pagal ją prekiautojams draudžiama pateikti arba pavesti kitiems asmenims, pavyzdžiui, realiems vartotojams, pateikti neteisingus atsiliepimus.

Dėl antrosios dalies, pagal kurią yra draudžiama iškraipyti vartotojų atsiliepimus arba rekomendacijas socialinėse medijose, pažymėtina, kad Direktyvos (ES) 2019/2161 49 konstatuojamojoje dalyje pateikiami tokie draudžiamo manipuliavimo pavyzdžiai, t. y. draudžiama:

- skelbti tik teigiamus atsiliepimus, o neigiamus – šalinti,
- susieti vartotojo rekomendaciją su kitu turiniu, negu norėjo vartotojas.

Kaip kiti manipuliavimo pavyzdžiai paminėti atvejai, kai prekiautojas:

- pateikia vartotojams iš anksto užpildytus teigiamo atsiliepimo šablonus,
- bendrauja su vartotojais moderuodamas šį bendravimą ir skatindamas vartotojus pakeisti savo atsiliepimus arba pašalinti neigiamus atsiliepimus,
- pateikia apibendrintus atsiliepimų reitingus, sudarytus pagal neatskleistus ir (arba) neskaidrius kriterijus.

Draudimas iškraipyti vartotojų atsiliepimus nedaro poveikio atsiliepimus skelbiančio prekiautojo teisėms ir pareigai imantis priemonių užtikrinti, kad atsiliepimus paliktų faktiškai produktą naudoję arba pirkę vartotojai, neskelbti netikrų neigiamų atsiliepimų.

Nors pagal naujas NKVD I priedo nuostatas atitinkama komercinė veikla, susijusi su naudotojų atsiliepimais, yra draudžiama visomis aplinkybėmis, galima pažymėti, kad tais atvejais, kai prekiautojai skelbia atsiliepimus, tačiau be pagrįstos priežasties **neskelbia neigiamų vartotojų atsiliepimų**, internete atsiliepimus skaitantys vidutiniai vartotojai taip pat gali būti skatinami toliau naudotis prekiautojo paslaugomis arba, platformos atveju, priimti sprendimą kreiptis į prekiautoją, nors žinodami, kad neigiami atsiliepimai nebuvo paskelbti, tokio sprendimo nebūtų priėmę.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad prekiautojas, kuris bendrauja su vartotojais ir (arba) kitais atsiliepimus skelbiančiais prekiautojais siekdamas, **kad neigiami atsiliepimai apie jį nebūtų paskelbti, o jei buvo paskelbti – pašalinti**, taip pat gali priversti vidutinį vartotoją (kuris su tuo prekiautoju ryšių dar neturėjo) pasirinkti šį prekiautoją, o ne konkurentą, kuris nevykdė tokios nesąžiningos komercinės veiklos.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas interneto svetainėje paskelbė savo odontologijos produktų įvertinimus „patinka“, tvirtindamas, kad tai yra „garantuotai realių klientų atsiliepimai“, ir prieš šių įvertinimų „patinka“ pridėjo nuorodą į atsiliepimų interneto svetainę, kurioje teigiami klientų atsiliepimai buvo pateikti labiau matomu būdu negu neutralūs ar neigiami atsiliepimai. Nacionalinis teismas konstatavo, kad prekiautojo teiginys „garantuotai realių klientų atsiliepimai“ yra klaidinantis⁽³⁵³⁾.

4.2.5. Socialiniai tinklai

Socialinių tinklų, pavyzdžiui, *Facebook, Twitter, YouTube, Instagram* ir *TikTok*, naudotojai gali susikurti paskyras ir bendrauti tarpusavyje, taip pat dalytis informacija ir turiniu. Socialinių tinklų platformose vis dažniau vykdoma komercinė veikla, kuri gali kelti abejonių pagal NKVD ir apskritai pagal ES vartotojų teisę, pavyzdžiui, prie tokios veiklos priskiriama:

- socialinių tinklų platformų ir trečiųjų šalių prekiautojų paslėpta reklama, įskaitant klaidinančią nuomonės formavimo rinkodarą,
- nesąžiningos tipinės sutarčių sąlygos,
- socialinio tinklo paslaugų pristatymas vartotojams kaip „nemokamų“, nors iš tikrųjų yra naudojamas reklamos modelis, kai mainais už prisijungimą yra tvarkomas didelis asmens duomenų kiekis,

⁽³⁵³⁾ OLG Düsseldorf, 2013 02 19, Az. I – 20 U 55/12.

- probleminė algoritmų naudojimo praktika, pavyzdžiui, manipuliatyvi tikslinė reklama arba veikla, kuria siekiama pritraukti vartotojo dėmesį, kad jis toliau naudotųsi paslauga (taip pat žr. 4.2.7 skirsnį),
- nesąžininga veikla, susijusi su pirkimu platformoje, pvz., virtualių daiktų pirkimu,
- trečiųjų šalių prekiautojų per socialinių tinklų platformas vykdoma komercinė veikla, įskaitant aferas ir sukčiavimą, netikrus arba klaidinančius naudotojų atsiliepimus arba rekomendacijas, tiesioginis vaikų raginimas pirkti, brūkšalai ir apgaulinga prenumerata.

Kai kurios socialinių tinklų platformos tapo reklamos, produktų pristatymo ir vartotojų atsiliepimų platformomis. Todėl jos gali kelti didesnę **paslėptos reklamos** riziką, nes komerciniai elementai persipina su socialiniu ir kultūriniu naudotojų sukurtu turiniu. Be to, vartotojai ne visada gali žinoti, kad prekiautojai naudoja socialiniu tinklu rinkodaros tikslais.

Socialinių tinklų platformose skelbiama įvairių rūšių reklama, pvz., **remiamas turinys**, kuriame komercinis turinys derinamas su nekomerciniu ir dažnai pateikiamas tokiu pačiu formatu ir būdu kaip vartotojo sukurtas turinys (pvz., naudotojo asmeniniame kanale). Taip pat pažymėtina, kad jis geriau matomas mobiliuojuose aplinkose, nes gali užimti visą mažesnio dydžio ekraną. Kurdami turinį reklamuojujai dažnai naudoja reklamos platformoje esančiomis skelbimo galimybėmis. Kita dažnai naudojamos reklamos rūšis yra **nuomonės formuotojų** reklama. Apie ją išsamiau – kitame skyriuje.

Visų formų komerciniuose pranešimuose, kurie yra skelbiami socialinių tinklų platformose, turi būti aiškiai nurodytas jų pobūdis. NKVD 7 straipsnio 2 dalyje ir I priedo 22 punkte nustatytas paslėptos reklamos draudimas gali būti taikomas tiek socialinių tinklų platformoms, tiek trečiosioms šalims prekiautojoms, kurios naudoja socialinių tinklų platformomis. Panašus informacijos atskleidimo reikalavimas kyla iš E. komercijos direktyvos 6 straipsnio a punkto ir Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos 9, 10 ir 28b straipsnių. Siūlomame Skaitmeninių paslaugų akte ir Skaitmeninių rinkų akte socialinės žiniasklaidos platformų pareigos, susijusios su reklama internete, gali būti dar labiau sugriežtintos.

Daug socialinių tinklų naudotojų yra **vaikai ir jaunimas**. Todėl svarbus teisinis pagrindas siekiant apsaugoti pažeidžiamus vartotojus gali būti NKVD 5 straipsnio 3 dalis, o informacija apie tai, kad pranešimas yra komercinis, tikėtinai tikslinei auditorijai turi būti suprantama, atsižvelgiant į konkrečias kiekvieno atvejo aplinkybes ir konkrečios socialinių tinklų platformos aplinką. Be to, pagal I priedo 28 punktą komerciniuose pranešimuose yra draudžiami **tiesioginiai vaikų raginimai pirkti**. Todėl pagal NKVD tikslinėje reklamoje, kurios tikslinė grupė yra vaikai, draudžiama skelbti kokius nors tiesioginius raginimus pirkti reklamuojamus produktus. Taip pat reiktų pažymėti, kad BDAR nustatytos specialios taisyklės dėl vaikų sutikimo galiojimo ir dėl informacijos teikimo, kai informacinės visuomenės paslaugos siūlomos tiesiogiai vaikams. Tikslinė reklama taip pat gali patekti į BDAR 22 straipsnyje įtvirtintų taisyklių dėl automatizuoto sprendimų priėmimo taikymo sritį ⁽³⁵⁴⁾.

2016–2019 m. Komisija ir nacionalinės institucijos pasiekė, kad **Facebook**, **Twitter** ir **Google+** įsipareigotų užtikrinti, kad jų veikla atitiktų ES vartotojų teisės aktus. Buvo nagrinėti tokie veiklos aspektai kaip nepakankamas verslo modelio skaidrumas vartotojams, įvairios naudojimosi sąlygos ⁽³⁵⁵⁾, pagal kurias buvo ribojama platformų atsakomybė už paslaugų teikimą ir komercinių pranešimų pobūdžio žymėjimą arba tokios atsakomybės kratomasi, galimybės naudotis privalomomis ES vartotojų teisėmis nesuteikimas ir galimybės naudotis ES teisėmis, susijusiomis su jurisdikcija ir taikytina teise, nesuteikimas vartotojams.

4.2.6. Nuomonės formavimo rinkodara

Nuomonės formavimo rinkodarą sudaro tam tikrų prekių ženklų ar produktų reklama per nuomonių formuotojus, naudojantis teigiamu poveikiu, kurį nuomonių formuotojai gali daryti vartotojų suvokimui. Nuomonės formuotoju paprastai vadinamas **fizinis asmuo arba virtualus subjektas** ⁽³⁵⁶⁾, kuris atitinkamoje platformoje gali pasiekti daugiau negu vidutinį skaičių vartotojų. Palyginti su dauguma kitų reklamos internete formų, nuomonės formavimo rinkodara yra būdinga dar mažiau savybių, iš kurių vartotojai gali nustatyti turinio komercinį pobūdį. Net jei nuomonės formuotojas naudoja atsakomybės ribojimo pareiškimus, norėdamas pažymėti, kad pranešimai yra komerciniai, vidutinis vartotojas, ypač vaikai ir jaunimas, gali padaryti prielaidą, kad turinys bent iš dalies pateikiamas kaip asmeninė nekomercinė rekomendacija, o ne kaip tiesioginė ir aiškiai apibrėžiama reklama.

⁽³⁵⁴⁾ Europos duomenų apsaugos valdybos gairės Nr. 8/2020 dėl turinio nukreipimo į socialinių tinklų naudotojus, 8 pavyzdys ir 85–88 dalys: https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf

⁽³⁵⁵⁾ 2019 m. balandžio 9 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_19_2048, 2018 m. vasario 15 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_18_761, 2017 m. kovo 17 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_17_631.

⁽³⁵⁶⁾ Skaitmeninis personažas, už kurį yra atsakingas prekiautojas arba prekiautojo vardu ar jo naudai veikiantis asmuo.

Pagal NKVD nuomonės formuotojas būtų laikomas „prekiautoju“ arba asmeniu, „veikiančiu prekiautojo vardu arba jo naudai“. Asmenys, kurie savo socialinių tinklų paskyrose dažnai vykdo reklaminę veiklą vartotojų atžvilgiu, gali būti laikomi „prekiautojais“, nepriklausomai nuo jų sekėjų skaičiaus. Dėl veiksmų, į kuriuos reikia atsižvelgti tai vertinant, pavyzdžių žr. 2.2 skirsnį apie prekiautojo sąvoką. Pareiga aiškiai nurodyti, kad pranešimas yra komercinis, prekiautojams galioja, neatsižvelgiant į tai, ar jie yra produktų tiekėjai, ar ne⁽³⁵⁷⁾.

Kaip ir kitų formų paslėptos rinkodaros atveju, tai, kad nuomonės formuotojo turinio ar veiklos komercinis pobūdis nėra aiškiai deklaruojamas, **pagal 6 ir 7 straipsnius** gali būti laikoma klaidinančia veikla. Nuomonės formuotojo rekomendacijas sudaro įvairi veikla, įskaitant mokamus įrašus, partnerystę grindžiamą turinį (pvz., nuomonės formuotojas už komisinį atlygį paskelbia savo sekėjams nuolaidos kodą arba nuorodą), įrašų perskelbimą arba prekiautojo / prekių ženklo pažymėjimą. Pagal **7 straipsnio 2 dalį** visi komerciniai pranešimai turi būti aiškiai pažymėti kaip tokie, nebent tai jau yra matyti iš konteksto. Taip pat reikėtų pažymėti, kad be 6 ir 7 straipsnių reikalavimų, kurie taikomi visais nuomonės formavimo rinkodaros atvejais, pagal I priedo **11 punktą** veikla yra draudžiama, jeigu joje nenurodoma, kad prekiautojas sumokėjo už produkto reklamą redakciniame turinyje. Sąvoką „redakcinis turinys“ reikėtų aiškinti plačiąja prasme, kai kuriais atvejais taip gali būti vadinamas **nuomonės formuotojo sukurtas arba socialiniame tinkle paskelbtas turinys**. Sprendime *Peek & Cloppenburg* Teisingumo Teismas patvirtino, kad 11 punkto aiškinimas turėtų atitikti žurnalistinės ir reklaminės veiklos tikrovę⁽³⁵⁸⁾. Byloje buvo nagrinėjamas sąvokos „užmokestis“ (angl. *payment*) reikšmė. Ji paaiškinta toliau. Siekdamas užtikrinti draudimo veiksmingumą, Teisingumo Teismas pabrėžė, kad svarbi yra „*paslėpta*“ reklama *internete rašant socialinių tinklų, forumų ir tinklaraščių komentarus, kuriuos tariamai skleidžia patys vartotojai, tačiau kurie iš tikrųjų yra reklaminio ar komercinio pobūdžio žinutės, tiesiogiai ar netiesiogiai kuriamos ar finansuojamos ekonominės veiklos vykdytojų, ir atkakliai tvirtino, kad tokia praktika kenkia vartotojų pasitikėjimui* <...>“⁽³⁵⁹⁾. Taip pat reikėtų pažymėti, kad jeigu atitinkamas nuomonės formuotojas tinkamai neatskleidžia informacijos, padidėja rizika, kad bus pažeistas I priedo **22 punktas**, pagal kurį draudžiama klaidinančiai prisistatyti vartotoju.

Komercinis pobūdis privalo būti atskleistas aiškiai ir tinkamai, atsižvelgiant į tai, kur vyksta rinkodara, įskaitant **aplinkybes, vietą, laiką, trukmę, kalbą, tikslinę auditoriją ir kitus aspektus**. Atskleidžiama informacija turi būti pakankamai gerai matoma, kad turinį gaunantis vidutinis arba pažeidžiamas vartotojas būtų tinkamai informuotas. Pavyzdžiui, informacija nebus laikoma tinkamai atskleista, jeigu informacija apie komercinį pranešimą nebus gerai matoma (pvz., saitažodžiai bus pateikti ilgo įrašo apie atsakomybės apribojimą pabaigoje, prekiautojas tebus pažymėtas) arba jeigu vartotoju tam reikės atlikti papildomus veiksmus (pvz., spustelėti „skaityti daugiau“)⁽³⁶⁰⁾.

Kiekvienas vartotojus pasiekiantis komercinis pranešimas taip pat turi būti **atskirai pažymėtas**, net jei nuomonės formuotojas yra sudaręs platesnį susitarimą su prekiautoju ir (arba) prekės ženklo savininku dėl rekomendavimo.

Laikoma, kad komercinis pobūdis egzistuoja, jeigu nuomonės formuotojas **už rekomendaciją gauna kokios nors formos atlygį**, įskaitant užmokestį, nuolaidas, partnerystės susitarimus, procentinę dalį nuo pirkimo pagal paskelbtas nuorodas, nemokamų produktų (įskaitant neužsakytas dovanas), keliones ar kvietimus į renginius ir t. t. Tam, kad šios taisyklės būtų pradėtos taikyti, sutartis ir piniginis užmokestis nėra būtini. Sprendime *Peek & Cloppenburg* Teisingumo Teismas patvirtino, kad prekiautojas „už“ įrašo tekstą „mokėjo“ ir nepiniginį atlygį. Teisingumo Teismas nusprendė, kad reikalingas „turtinės vertės atlygis“ ir aiškus ryšys tarp šio prekiautojo atlikto mokėjimo ir to turinio. Tačiau konkreiti užmokesčio forma vartotojų apsaugos požiūriu reikšmės neturi. Pavyzdžiui, buvo nustatyta, kad užmokestis mokėtas, nes prekiautojas nemokamai suteikė autorių teisėmis saugomus vaizdus, kuriuose matomos jo komercinės patalpos ir jo siūlomi parduoti produktai. Teisingumo Teismas taip pat pažymėjo, kad reikalavimas dėl minimalios užmokesčio sumos ar to, kokią bendrą atitinkamos reklaminės akcijos išlaidų dalį užmokestis turi sudaryti, nenustatytas⁽³⁶¹⁾.

Priklausomai nuo aplinkybių, **pažeidimas gali būti priskirtas tiek nuomonės formuotojui, tiek prekiautojui (prekių ženklo savininkui)**, kuris naudojosi nuomonės formuotojo paslauga ir gavo naudos iš rekomendacijos. Prekiautojo vykdoma **redakcinė kontrolė** nebūtina, kad šios taisyklės būtų pradėtos taikyti, tačiau gali būti vienas iš veiksmų, pagal kuriuos nustatoma jo atsakomybė. Prekiautojas (prekių ženklo savininkas) yra atsakingas už pirmiau minėtų nuostatų, ypač **5 straipsnyje** nustatyto profesinio atidumo reikalavimo, pažeidimus. Tokia atsakomybė greičiausiai neiškilis, jeigu nuomonės formuotojas neturi jokių ryšių su prekiautoju ir (arba) prekės ženklo savininku (t. y. klaidinančiai apsimeta veikiantis prekiautojo vardu), tačiau tai priklauso nuo konkretaus atvejo aplinkybių įvertinimo. Nuomonės formuotojas pagal NKVD būtų atsakingas už savo išsipareigojimus, jeigu jis laikomas „prekiautoju“, kaip paaiškinta pirmiau.

⁽³⁵⁷⁾ 2017 m. kovo 30 d. Sprendimas *Verband Sozialer Wettbewerb*, C-146/16, 31 punktas.

⁽³⁵⁸⁾ 2021 m. rugšėjo 2 d. Sprendimas *Peek & Cloppenburg*, C-371/20, 41–42 punktai.

⁽³⁵⁹⁾ Ten pat, 43 punktas.

⁽³⁶⁰⁾ Pavyzdžiui, nacionalinės reklamos savireguliacijos institucijos pateikė papildomų savireguliacijos rekomendacijų dėl konkrečių aspektų ir informacijos apie nuomonės formavimo rinkodarą atskleidimo pavyzdžių.

⁽³⁶¹⁾ 2021 m. rugšėjo 2 d. Sprendimas *Peek & Cloppenburg*, C-371/20, 41, 46 ir 47 punktai.

Pavyzdžiui:

Prekiautojas perskelsbė socialiniame tinkle jo produktus už užmokestį reklamavusių nuomonės formuotojų įrašus, tačiau savo įrašuose tinkamai nepažymėjo, kai tai komerciniai pranešimai. Nacionalinis teismas pripažino prekiautoją atsakingu už tai, kad jis nesinė būtinų priemonių užtikrinti, kad būtų laikomasi vartotojų teisės normų, pavyzdžiui, dėl skaidrumo užtikrinimo, nuomonės formuotojų švietimo ir kontrolės mechanizmų, kuriais būtų šalinami pažeidimai ⁽³⁶²⁾.

Jei nuomonės formuotojas rekomenduoja **savo produktus arba verslą**, taikomos tos pačios taisyklės. Tokiais atvejais visada privalo būti nurodomas komercinis pranešimo tikslas, visų pirma laikantis **I priedo 22 punktą**, pagal kurį draudžiama klaidingai teigti arba sudaryti išpūdį, kad prekiautojas veikia ne savo prekybos tikslais arba apgaulingai pristato save kaip vartotoją. Informaciją tinkamai atskleisti reikia ir tada, jei nuomonės formuotojai rekomenduoja prekių ženklus arba produktus, kurie yra aiškiai susiję su jais pačiais, pvz., ant jų yra jų vardas arba veido atvaizdas.

Pavyzdžiui:

Nuomonės formuotoja tinkle Instagram reklamavo įmonės, kurioje ji yra generalinė direktorė, pagrindinė akcininkė ir vienintelė valdybos narė, produktus. Nustatyta, kad atitinkami įrašai tinkle Instagram buvo klaidinantys, nes vidutiniam vartotojui komerciniai ketinimai nebuvo aiškūs. Viename įrašė, kuriame reklamuoti žuvų taukai, buvo pateiktas netiesioginis teiginys apie imuninės funkcijos stiprinimą, taigi ir apsaugą nuo COVID-19. Kadangi tokių teiginių įrodymai nebuvo pateikti, buvo pripažinta, kad įrašas yra ir klaidinantis, ir agresyvus ⁽³⁶³⁾.

Be to, atsižvelgiant į tai, kad nuomonės formuotojo santykis su sekėjais dažnai būna pagrįstas pasitikėjimu ir asmeniniu ryšiu, nuomonės formuotojo elgesys kai kuriais atvejais gali prilygti agresyviai komercinei veiklai, pasinaudojant pernelyg didele įtaka, kuri pagal **8–9 straipsnius** yra draudžiama. Tai ypač aktualu tada, kai nuomonės formuotojo pagrindinė tikslinė auditorija apima pažeidžiamus vartotojus, pavyzdžiui, vaikus ir jaunimą. Be to, pagal **I priedo 28 punktą** tiesioginis vaikų raginimas pirkti yra draudžiamas visais atvejais.

Interneto platformai, kuri yra naudojama pirkimo skatinimo veiklai vykdyti, taikomi ne tik nuomonės formuotojų ir prekių ženklų savininkų įsipareigojimai, bet ir NKVD nustatyti įpareigojimai laikytis profesinio atidumo, kaip aptarta ankstesniuose skirsniuose. Prie jų priskiriamas įpareigojimas imtis reikiamų priemonių, kad trečiosios šalys prekiautojos galėtų vykdyti savo prievolės pagal ES teisę, pvz., **platformos sąsajoje įdiegti specialias tinkamas informacijos atskleidimo priemones** ⁽³⁶⁴⁾.

4.2.7. Duomenimis grindžiama veikla ir juodieji veiklos modeliai

Skaitmeninėje aplinkoje vis labiau ryškėja tendencijos **kurti, kaupti ir kontroliuoti milžinišką duomenų apie vartotojus kiekį**, o naudojantis algoritmais ir DI šiuos duomenis galima paversti naudinga informacija, kuria galima pasinaudoti komerciniais tikslais. Be kitų dalykų, šie duomenys gali suteikti vertingų įžvalgų apie socialinius ir demografinius ypatumus, pvz., amžių, lytį ar finansinę padėtį, taip pat asmenines ar psichologines savybes, tokias kaip domėjimosi sritys, prioritetai, psichologinis profilis ir nuotaika. Tai leidžia prekiautojams daugiau sužinoti apie vartotojus, įskaitant jų pažeidžiamas vietas.

Prie duomenimis grindžiamos individualizavimo veiklos įmonių ir vartotojų santykiuose priskiriamas reklamos individualizavimas, rekomendavimo sistemos, kainodara, reitingų priskyrimas pasiūlymams paieškos rezultatuose ir t. t. **Kovojant su nesąžininga duomenimis grindžiama įmonių komercine veikla vartotojų atžvilgiu**, greta kitų ES teisinių sistemų priemonių, pavyzdžiui, E. privatumo direktyvos, BDAR arba konkreitiems sektoriams skirtų teisės aktų, taikomų interneto platformoms, galima remtis ir **principinėmis NKVD nuostatomis bei draudimais**. Pagal NKVD vertinant bendrą veiklos teisingumą, reikėtų atsižvelgti į esamus duomenų apsaugos institucijų sprendimus dėl prekiautojo atitikties duomenų apsaugos taisyklėms arba jų nesilaikymo.

NKVD taikoma reklamos, pardavimo ir sutarčių vykdymo etapais, įskaitant susitarimą dėl asmens duomenų tvarkymo ir asmens duomenų naudojimo asmeniniam turiniui skelbti, ir sutartinių santykių nutraukimui. Taip pat reikėtų pažymėti, kad direktyvos taikymo sritis yra plati: ji taikoma visai įmonių komercinei veiklai vartotojų atžvilgiu ir tam nereikia, kad būtų užmegzti sutartiniai santykiai ar būtų perkamas produktas. Pavyzdžiui, direktyva taip pat būtų taikoma komercinei

⁽³⁶²⁾ Norvegijos rinkos taryba, MR-2021-349: Sports Nutrition AS.

⁽³⁶³⁾ Stockholms Tingsrätt Patent- och marknadsdomstolen, Mål nr PMT 5929-20, 2020 m. gruodžio 10 d.

⁽³⁶⁴⁾ Taip pat žr. įpareigojimą, skirtą dalijimosi vaizdais platformoms, nustatytą Direktyvos 2010/13/ES (Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos) 28b straipsnio 3 dalies c punkte.

veiklai, kuria, pavyzdžiui, siekiama patraukti vartotojo dėmesį, kad jis priimtų sprendimą dėl sandorio, pavyzdžiui, siekiama, kad jis **toliau naudotųsi paslauga** (pvz., slinktų per naujienų srautą), **žiūrėtų reklaminių turinį** arba **spustelėtų nuorodą**.

Vartotojų sudominimas prekiautojo turiniu yra esminė komercinės veiklos ir ypač reklamos užduotis tiek internete, tiek ne internete. Tačiau skaitmeninė aplinka suteikia prekiautojams galimybę naudojantis vartotojų duomenimis savo veiklą vykdyti veiksmingiau, ją sparčiai plėsti ir net tikruoju laiku dinamiškai koreguoti. Naudodamiesi pranašesnėmis žiniomis, kurių gauna iš sukauptų duomenų apie vartotojo elgesį ir prioritetus, pavyzdžiui, susieję iš įvairių šaltinių gautus duomenis, prekiautojai gali sukurti **individualizuotus įtikinėjimo metodus**. Prekiautojai nuolat testuoja savo veiklos poveikį vartotojams (pvz., taikydami A / B testavimo metodą), taip dar daugiau sužino apie vartotojų elgesį ir pagal tai gali koreguoti savo veiklą, kad ji būtų veiksmingesnė. Be to, tokius metodus dažnai galima taikyti neturint išsamių žinių apie vartotoją. Būtent pagal šiuos veiksnus ir jų neskaidrumą yra brėžiama skirtis tarp labai paveikios reklamos arba pardavimo metodų ir tarp komercinės veiklos, kuri **gali būti manipuliatyvi** ir dėl to pagal vartotojų teisę laikoma nesąžininga. Taip pat reikėtų pažymėti, kad tokia veikla gali pažeisti BDAR arba E. privatumo direktyvoje nustatytą skaidrumo reikalavimą.

Priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, bet kokia įmonių veikla vartotojų atžvilgiu, kuri labai iškreipia arba gali iškreipti vidutinio arba pažeidžiamo vartotojo ekonominį elgesį, gali pažeisti prekiautojo **profesinio atidumo** reikalavimus (5 straipsnis), būti laikoma **klaidinančia** (6–7 straipsniai) arba **agresyvia** (8–9 straipsniai).

Atliekant šį vertinimą **vidutinio arba pažeidžiamo vartotojo lyginamasis kriterijus** gali būti pritaikytas pagal tiksline grupę, o jei veikla yra labai individualizuota, net suformuluotas **pagal vieną asmenį**, pagal kurį tam tikra veikla buvo individualizuota.

Tokia veikla taip pat gali daryti didesnę poveikį **pažeidžiamiesiems vartotojams**. Kaip paaiškinta 2.6 skirsnyje, 5 straipsnio 3 dalyje pažeidžiamumą apibūdinantys požymiai yra orientaciniai ir neišsamūs. Pagal NKVD pažeidžiamumo sampratą **kinta ir priklauso nuo aplinkybių**, tai reiškia, pavyzdžiui, kad vartotojas vienomis aplinkybėmis gali būti pažeidžiamas, kitomis – nepažeidžiamas. Pavyzdžiui, tam tikri vartotojai gali būti ypač jautrūs skaitmeninėje aplinkoje vykdomam individualizuotam įtikinėjimui, o įprastose fizinėse parduotuvėse ir kitoje neinternetinėje aplinkoje įtikinėjimui pasiduoti sunkiau.

Naudojantis informacija apie **tam tikrų vartotojų arba tam tikros grupės vartotojų pažeidžiamumą** komerciniais tikslais, gali būti padarytas poveikis vartotojų sprendimams dėl sandorio. Priklausomai nuo konkrečių aplinkybių, tokia veikla gali būti prilyginti tam tikros formos manipuliavimui, kai **prekiautojas daro „pernelyg didelę įtaką“ vartotojui ir dėl to jo veikla gali būti laikoma agresyvia komercine veikla, kuri yra draudžiama** pagal NKVD 8 ir 9 straipsnius. Vertinant, ar nėra daroma pernelyg didelė įtaka pagal 9 straipsnio c punktą, reikėtų atsižvelgti į tai, ar nėra naudojama kokia nors nelaime ar sudėtinga aplinkybė, kuri galėtų susilpninti vartotojo kritiškumą, ir prekiautojas apie tai žino.

Be to, jei ši veikla yra **nukreipta į vaikus**, ypač aktualus yra **I priedo 28 punktas**, pagal kurį yra **draudžiama vaikus tiesiogiai raginti pirkti**. Galimas neigiamas į vaikus nukreiptos veiklos poveikis taip pat yra pagrindas taikyti specialią apsaugą pagal BDAR ⁽³⁶⁵⁾.

Pavyzdžiui:

- Prekiautojas gali nuspėti, kad dėl įvykių asmeniniame gyvenime paauglys yra pažeidžiamos nuotaikos. Tada tam tikru metu, pasinaudojant šia informacija, paaugliui rodomi emocionalūs reklamos skelbimai.
- Prekiautojas žino vartotojo naudojimosi finansinėmis paslaugomis istoriją ir tai, kad kredito įstaiga šių paslaugų nebeteikia, nes vartotojas negali už jas sumokėti. Vėliau, pasinaudojant vartotojo finansine padėtimi, vartotojui rodomi specialūs kredito įstaigos pasiūlymai.
- Prekiautojas žino vartotojo pirkimo, susijusio su azartiniais lošimais ir atsitiktiniu vaizdo žaidimo turiniu, istoriją. Vėliau vartotojui rodomi tiksliniai individualizuoti komerciniai pranešimai, kuriuose naudojami panašūs elementai, taip siekiant pasinaudoti didesne tikimybe, kad vartotojas susidomės tais produktais.

⁽³⁶⁵⁾ Žr. Europos duomenų apsaugos valdybos gairės Nr. 8/2020 dėl turinio nukreipimo į socialinių tinklų naudotojus: https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf. Taip pat žr. 29 straipsnio duomenų apsaugos darbo grupės Automatizuoto atskirų sprendimų priėmimo ir profiliavimo pagal Reglamentą (ES) 2016/679 gairių V skyrių „Vaikai ir profiliavimas“: <https://ec.europa.eu/newsroom/article29/items/612053>.

Kalbant apie manipuliatyvią veiklą, vartojama sąvoka „**juodasis veiklos modelis**“ (angl. *dark pattern*) – taip vadinamas tam tikro pobūdžio piktybinis raginimas, paprastai įtraukiamas į skaitmeninio dizaino sąsajas. Juodieji veiklos modeliai gali būti grindžiami duomenimis, individualizuoti arba bendresnio pobūdžio, juose gali būti naudojamos eistika ir elgesio dėsningumais, pvz., standartiniu poveikiu arba požiūriu į retus dalykus šališkumu ⁽³⁶⁶⁾.

Juodojo veiklos modelio sąvoka direktyvoje teisiškai nėra apibrėžta. NKVD yra taikoma bet kokiai „nesąžiningai komercinei veiklai“, kuri atitinka direktyvos materialinės taikymo srities reikalavimus, nepriklausomai nuo tos veiklos klasifikavimo. Jei juodieji veiklos modeliai taikomi įmonių ir vartotojų komerciniuose santykiuose, direktyva gali būti remiamasi ginčijant tokios veiklos sąžiningumą (greta kitų ES teisinės sistemos priemonių, pavyzdžiui, BDAR).

Kaip paaiškinta pirmiau, priklausomai nuo konkretaus taikomo juodojo veiklos modelio, bet kokia manipuliatyvi veikla, kuri labai iškreipia arba gali iškreipti vidutinio arba pažeidžiamo vartotojo ekonominį elgesį, gali pažeisti prekiautojų keliamus **profesinio atidumo** reikalavimus (5 straipsnis), prilygti **klaidinančiai** (6–7 straipsniai) arba **agresyviai veiklai** (8–9 straipsniai). **Ketinimas** naudoti juodąjį veiklos modelį pagal NKVD **neturi reikšmės**. NKVD 5 straipsnyje nustatytas profesinio atidumo standartas sąsajų projektavimo srityje gali apimti principus, grindžiamus tarptautiniais standartais ir etiško projektavimo elgesio kodeksais. Bendras NKVD 5 straipsnyje nustatytų profesinio atidumo reikalavimų principas yra tai, kad prekiautojai turėtų imtis reikiamų priemonių užtikrinti, kad **jų sąsajos struktūra** neiškreiptų vartotojų sprendimų dėl sandorių.

Manipuliatyvia veikla gali būti laikoma tai, kad svarbi informacija yra **rodoma neryškiai** arba išdėstoma taip, kad skatintų pasirinkti konkretų variantą (pvz., vienas mygtukas labai matomas, kitas – paslėptas, vienas kelias labai ilgas, kitas – trumpesnis), naudojami **painūs klausimai ir dviprasmiškos formuluotės** (pvz., dvigubi neiginiai), taip siekiant supainioti vartotoją. Tokia veikla gali būti pripažinta klaidinančia pagal NKVD 6 straipsnį arba klaidinančiu informacijos neatkleidimu pagal NKVD 7 straipsnį, nes informacija yra nesuprantama arba dviprasmiška. Taip pat reiktų pažymėti, kad naudojimasis emocijomis siekiant nukreipti naudotojus nuo tam tikro pasirinkimo (pvz., priversti vartotoją jaustis kaltu ir dėl to pasirinkti tam tikrą variantą) dėl pernelyg didelės įtakos siekiant paveikti vartotojo priimamą sprendimą gali būti pripažintas agresyvia veikla pagal NKVD 8 straipsnį.

Pavyzdžiui:

Pildant užsakymą elektroninėje prekyvietėje vartotojo kelis kartus prašoma pažymėti atsakymus „taip“ arba „ne“: „Ar norėtumėte gauti informaciją apie panašius pasiūlymus? Ar norėtumėte užsakyti naujienlaiškio prenumeratą? Ar galime naudoti jūsų duomenis mūsų pasiūlymui individualizuoti?“ Po keleto punktų mygtukai „taip“ ir „ne“ specialiai sukeičiami vietomis. Vartotojas kelis kartus spustelėjo „ne“, tačiau dabar spustelėjo „taip“ ir netyčia užsiprenumeravo naujienlaiškį.

Numatytosios sąsajos nuostatos daro didelį poveikį vidutinio vartotojo sprendimui dėl sandorio. Prekiautojai gali ne tik paveikti vartotojus, kad jie atliktų tam tikrus veiksmus, bet tam tikrus veiksmus atlikti už vartotojus, pavyzdžiui, naudoti **jau pažymėtus langelius**, taip pat nuskaičiuoti mokestį už papildomas paslaugas, o tai draudžiama pagal VTD 22 straipsnį. Tokia veikla taip pat gali pažeisti ne tik NKVD, bet ir duomenų apsaugos ir privatumo taisykles ⁽³⁶⁷⁾.

Pagal NKVD I priedą tam tikra veikla, dažnai vadinama „juodaisiais veiklos modeliais“ jau yra aiškiai draudžiama visomis aplinkybėmis:

- draudžiama taikyti vadinamąjį „**jauko pateikimo ir produkto pakeitimo**“ metodą, kai produktas siūlomas už tam tikrą kainą, tačiau nenurodomos pagrįstos priežastys, kodėl to produkto negalima suteikti, arba produktas yra siūlomas, tačiau vėliau atsakoma priimti jo užsakymą arba jį pristatyti per protingą laiką, ketinant vietoj jo reklamuoti kitą produktą (I priedo 5 ir 6 punktai);
- draudžiama kurti skubumo įspūdį, apgaulingai nurodant, kad produktą **bus galima įsigyti tik labai ribotą laikotarpį** arba kad **specialiomis sąlygomis** jį bus galima įsigyti tik labai ribotą laikotarpį (I priedo 7 punktas). Pavyzdžiui, prie tokių priemonių priskiriami interneto svetainėse rodomi **netikri laikmečiai ir teiginiai apie ribotą kiekį**;
- draudžiama teikti **netikslią informaciją apie rinkos sąlygas** ar apie **galimybę surasti produktą**, siekiant paskatinti vartotoją įsigyti produktą mažiau palankiomis sąlygomis (I priedo 18 punktas);

⁽³⁶⁶⁾ Standartinis poveikis – tai asmenų polinkis rinktis jiems standartiškai ir inertiškai priskiriamus variantus. Požiūriu į retus dalykus šališkumas – tai asmens polinkis retiems dalykams suteikti didesnę vertę.

⁽³⁶⁷⁾ Pavyzdžiui, pagal BDAR neleidžiama naudoti iš anksto pažymėtų langelių, kuriais pažymimas esą duotas sutikimas, kad būtų tvarkomi asmens duomenys. E. privatumo direktyvoje panašiai reikalaujama, kad galutiniai paslaugų gavėjai duotų sutikimą, kad jų galiniuose įrenginiuose būtų įrašyti slapukai ir kiti identifikatoriai, išskyrus labai konkrečias aplinkybes. Be to, jeigu sutikimas buvo duotas, jį atšaukti turi būti taip pat paprasta, kaip duoti.

- draudžiama teigti, kad vartotojas **laimėjo prizą**, kai prizas ar tinkamas ekvivalentas nėra duodamas (I priedo 19 ir 31 punktai) arba produktą apgaulingai vadinti „**nemokamu**“ (I priedo 20 punktas);
- draudžiama pakartotinai įsiterpti į įprastai vykstantį procesą siekiant paskatinti vartotoją atlikti kokį nors veiksmą arba su kuo nors sutikti (t. y. **įkyriai ką nors siūlyti**) – tai gali būti prilyginama atkakliam ir nepageidaujamam raginimui (I priedo 26 punktas) ⁽³⁶⁸⁾.

Prie juodųjų veiklos modelių priskiriama ir įvairi kita klaidinanti veikla, kuria pažeidžiami NKVD 6 ir 7 straipsniai, pavyzdžiui, **klaidinantys nemokami bandymai ir prenumeratos spąstai**, kurie išsamiau aptarti 2.9.6 skirsnyje. Kurdami savo sąsajas, prekiautojai turėtų laikytis principo, kad **atsisakyti paslaugos prenumeratos turėtų būti taip pat paprasta, kaip užsisakyti paslaugą**, pvz., naudojantis tais pačiais metodais, kuriais prieš tai paslauga buvo užsakyta, arba kitais metodais, tačiau visais atvejais vartotojams turi būti suteikta aiški galimybė laisvai priimti sprendimus ir ši galimybė turi būti proporcinga prašomiems priimti sprendimams ir juos atitikti.

Pavyzdžiui:

Norėdamas atsisakyti skaitmeninės paslaugos, vartotojas yra priverstas atlikti daug neintuityvių veiksmų, kol pasiekia nuorodą, per kurią paslaugos galima atsisakyti. Be viso ko, vartotojui sukeliamas kaltės jausmas, be pagrįstos priežasties emocionaliomis žinutėmis vartotojas raginamas dar kartą apvarstyti savo pasirinkimą („gaila, kad mus paliekate“, „štai ką prarasite“), naudojami „vaizdiniai tarpai“, pvz., gerai matomi vaizdai, kuriuose naudotojas raginamas tęsti prenumeratą, jos neatšaukti ⁽³⁶⁹⁾. Tokia veikla gali pažeisti NKVD 7 straipsnį ir 9 straipsnio d punktą.

4.2.8. Kainodaros metodai

„**Lašelinė kainodara**“ – tai toks metodas, kai prekiautojas pirkimo proceso eigoje ima didinti išlaidas, pavyzdžiui, prideda mokesčius, kurių neįmanoma išvengti ir kurie turėjo būti įtraukti į kainą nuo pat pradžių, arba kitaip dirbtinai didina galutinę kainą. Dėl to vartotojai gali būti skatinami priimti sprendimus dėl sandorių, kurių nebūtų priėmę, jeigu visa kaina būtų buvusi nurodyta pateikiant pirmąjį „kvietimą pirkti“. Todėl tokia veikla gali būti laikoma NKVD neatitinkančia klaidinančia veikla arba klaidinančiu informacijos neatskleidimu.

Dinamiška kainodara (dar vadinama tikrojo laiko kainodara) – tai labai lankstus ir greitas produkto kainos keitimas, reaguojant į rinkos poreikius.

Pagal NKVD prekiautojai gali laisvai nustatyti savo produktų kainas, tačiau turi tinkamai informuoti vartotojus apie visas išlaidas ir kaip jos apskaičiuojamos, jei dėl produkto pobūdžio jo kainos pagrįstai negalima apskaičiuoti iš anksto (NKVD 6 straipsnio 1 dalies d punktas ir 7 straipsnio 4 dalies c punktas). Tačiau tam tikromis aplinkybėmis dinamiškos kainodaros metodai gali tapti NKVD apibrėžtos nesąžiningais veiklos metodais.

Pavyzdžiui:

Dinaminė kainodara, kai prekiautojas padidina produkto kainą užsakymo proceso eigoje, ypač po to, kai vartotojas ją įdeda į savo skaitmeninį pirkinių krepšelį arba pereina prie apmokėjimo etapo, nesuteikdamas vartotojui pakankamai laiko sandoriui užbaigti, pagal NKVD 8 ir 9 straipsnius gali būti laikoma prieštaraujanti profesiniam atidumo reikalavimui arba prilyginama agresyviai veiklai.

Kainų diskriminacija – atvejai, kai prekiautojas skirtingiems vartotojams arba vartotojų grupėms taiko skirtingas tų pačių prekių ar paslaugų kainas. Pagal NKVD kainų diskriminacija prekiautojams iš esmės nėra draudžiama, jeigu prekiautojas tinkamai informuoja vartotoją apie bendrą kainą ir kaip ji apskaičiuota. Tačiau kainų diskriminacija gali būti draudžiama pagal kitas taisykles.

Pirmiausia reikėtų pažymėti, kad Paslaugų direktyvoje nustatytas bendras kainų diskriminavimo pagal pilietybę arba gyvenamąją vietą draudimas ⁽³⁷⁰⁾. Paslaugų direktyvos 20 straipsnyje nurodyta, kad „bendrosiose paslaugos gavimo sąlygose,

⁽³⁶⁸⁾ Taip pat žr. nagrinėjamą bylą *StWL Städtische Werke Lauf a.d. Pegnitz* (C-102/20). Joje priimtame sprendime greičiausiai bus paaiškinta, kaip šis draudimas taikomas e. pašto dėžutėse rodomai reklamai.

⁽³⁶⁹⁾ *Forbrukerrådet, You can log out, but you can never leave*, 2021 m. sausio 14 d.

⁽³⁷⁰⁾ Direktyva 2006/123/EB.

kurias viešai skelbia teikėjas“, negali būti „diskriminacinių nuostatų, susijusių su gavėjo pilietybe arba gyvenamąja vieta“. Tačiau 20 straipsnyje neatmetama galimybė „numatyti skirtingas paslaugos gavimo sąlygas, kai tuos skirtumus tiesiogiai pateisina objektyvūs kriterijai“.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad tiesioginė ar netiesioginė kainų diskriminacija pagal galutinio vartotojo pilietybę, gyvenamąją vietą, vežėjų ar bilietų pardavėjų įsisteigimo Sąjungoje vietą yra aiškiai draudžiama pagal keletą konkrečių sektorių skirtų ES teisės aktų. Tokie draudimai nustatyti oro transporto ⁽³⁷¹⁾, jūrų transporto ⁽³⁷²⁾, geležinkelių transporto ⁽³⁷³⁾ ir miesto bei tolimojo susisiekimo autobusų transporto ⁽³⁷⁴⁾ sektoriuose.

Kainų diskriminacija gali būti laikoma **individualizuota kainodara**, pagrįsta vartotojų elgesio internete stebėjimu ir profiliavimu ⁽³⁷⁵⁾.

Pavyzdžiui:

Vartotojas priskiriamas prie „didesnės perkamosios galios“ klientų kategorijos. Kai jis jungiasi prie prekiautojo interneto svetainės iš savo namų kompiuterio, jį galima atpažinti pagal kompiuterio IP adresą arba kitomis priemonėmis. Pavyzdžiui, šiam vartotojui siūlomos kainos paprastai būna 10 proc. didesnės nei naujam vartotojui arba vartotojui, kuris priskiriamas prie „mažesnės perkamosios galios“ klientų kategorijos.

Pagal DKVN prekiautojams nėra draudžiama kainas individualizuoti, remiantis internete vykdomo stebėjimo ir profiliavimo rezultatais. **VTD 6 straipsnio 1 dalies ea punkte**, kuris buvo įtrauktas pagal Direktyvą (ES) 2019/2161, **reikalaujama, kad prekiautojai informuotų vartotojus, kad kaina buvo individualizuota** nuotolinės prekybos ir ne prekybai skirtose patalpose sudarytų sutarčių atveju naudojant automatizuotą sprendimų priėmimo metodą. Taip pat reikėtų pažymėti, kad individualizuota kainodara ir pasiūlymai gali būti derinami su įvairia nesąžininga komercine veikla, pavyzdžiui, kai prekiautojai, taikantys duomenimis pagrįstą individualizavimą, pasinaudoja pernelyg didele įtaka vartotojui, kaip nurodyta NKVD 8 ir 9 straipsniuose.

Prekiautojai, kurie nustato individualizuotas kainas, remdamiesi vartotojų asmens duomenimis, taip pat privalo laikytis **BDAR ir E. privatumo direktyvos**. Pavyzdžiui, tiesioginei rinkodarai naudoti automatinis skambinimo aparatus, faksimilės aparatus (faksus) arba elektroninį paštą leidžiama tik tada, jei abonentas arba naudotas prieš tai davė sutikimą (E. privatumo direktyvos 13 straipsnis). Pagal BDAR 21 straipsnį reikalaujama, kad duomenų valdytojas tiesioginės rinkodaros pranešimus nustotų siųsti, jei juos gaunantis asmuo nesutinka, kad jo asmens duomenys būtų tvarkomi tuo tikslu. BDAR 12–14 straipsniuose taip pat nustatytos pareigos, susijusios su informacija apie asmens duomenų tvarkymą. Be kita ko, įtvirtinta teisė gauti prasmingą informaciją apie tai, kad sprendimai priimami automatizuotai, o pagal BDAR 22 straipsnį suteikiama teisė į tai, kad asmeniui nebūtų taikomas tik automatizuotu duomenų tvarkymu, įskaitant profiliavimą, grindžiamas sprendimas, dėl kurio jam kyla teisinės pasekmės arba kuris jam panašiu būdu daro didelį poveikį.

4.2.9. Žaidimai

Vaizdo žaidimuose, mobiliuosiuose žaidimuose ir internetiniuose žaidimuose taikoma įvairi komercinė veikla, kurios sąžiningumas pagal NKVD gali kelti abejonių, ypač tokių pažeidžiamų vartotojų kaip vaikai ir paaugliai, kuriems pagal NKVD 5 straipsnio 3 dalį taikoma speciali apsauga, atžvilgiu (žr. 2.6 skirsnį dėl pažeidžiamų vartotojų).

Žaidimuose kartais naudojama **žaidimo metu rodoma reklama ir reklamos skelbimai**, kurie didina paslėptos rinkodaros riziką ir pagal **NKVD 6 ir 7 straipsnius gali būti prilyginti klaidinančiai veiklai**, nebent komercinis turinys būtų pakankamai aiškus ir atskirtas nuo žaidimo. Tai taikoma tiek siūlomiems pirkti žaidimų papildiniams, tiek produktams, kuriuos galima įsigyti ne žaidime. Atskleidžiant informaciją, turi būti atsižvelgiama į rinkodaros priemonę, taip pat į kontekstą, vietą, laiką, trukmę, kalbą ir tikslinę auditoriją.

⁽³⁷¹⁾ Plg. Reglamento (EB) Nr. 1008/2008 dėl oro susisiekimo paslaugų teikimo Bendrijoje bendrųjų taisyklių 23 straipsnio 2 dalį.

⁽³⁷²⁾ Plg. Reglamento (ES) Nr. 1177/2010 dėl jūrų ir vidaus vandenų keliais vykstančių keleivių teisių 4 straipsnio 2 dalį.

⁽³⁷³⁾ Plg. Reglamento (ES) 2021/782 dėl geležinkelių keleivių teisių ir pareigų 5 straipsnį.

⁽³⁷⁴⁾ Plg. Reglamento (ES) Nr. 181/2011 dėl miesto ir tolimojo susisiekimo autobusų transporto keleivių teisių 4 straipsnio 2 dalį.

⁽³⁷⁵⁾ Prekiautojų praktika šioje srityje vis dar plėtojama. 2018 m. atliekant Komisijos tyrimą, duomenų, kad stebėtose valstybėse narėse ir rinkose būtų nuosekliai ir sistemškai taikoma individualizuota kainodara, negauta. Kainų skirtumai, lyginant individualizuotas ir neindividualizuotas kainodaros scenarijus, buvo nustatyti tik 6 proc. atvejų, kai produktai buvo identiški. Tais atvejais, kai kainų skirtumai buvo nustatyti, jie buvo nedideli, vidutiniškai sudarė mažiau negu 1,6 proc. Europos Komisija, Vartotojų rinkos tyrimas dėl interneto rinkos segmentacijos taikant individualizuotą kainodarą ir (arba) pasiūlymus Europos Sąjungoje (EAHC/2013/CP/04), https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-market-study-online-market-segmentation-through-personalised-pricing-offers-european-union_en.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad pagal **I priedo 28 punktą** draudžiama tiesiogiai raginti vaikus pirkti produktus. Prie to priskiriamas vaikui tiesiogiai daromas spaudimas pirkti žaidimus arba spaudimas įtikinti suaugusįjį nupirkti tam tikrus dalykus. Tyrimais nustatyta, kad žaidimuose rodomos reklamos komercinę paskirtį vaikai pastebi ir supranta rečiau negu labiau tiesiogiai per televiziją rodomos reklamos atveju ⁽³⁷⁶⁾.

Siūlydami pirkti žaidimų papildinius, prekyautojai privalo užtikrinti, kad jie atitiktų NKVD 7 straipsnyje ir VTD nustatytus informacijos reikalavimus. **Pagrindinės produkto savybės** turi būti aiškiai aprašytos, o **virtualių prekių** kainos turi būti nurodytos aiškiai ir gerai matomai (**taip pat ir**) **tikra valiuta**. Jei kainos pagrįstai negalima apskaičiuoti iš anksto, prekyautojas turėtų nurodyti, kaip ji bus apskaičiuota. Sudarant komercinį sandorį, virtualių prekių kainos turi būti aiškiai ir gerai matomu būdu nurodytos tikra valiuta.

Siūlydami **ankstyvosios prieigos žaidimus**, t. y. žaidimus, kurie dar kuriami, prekyautojai turėtų aiškiai nurodyti, ko vartotojas gali tikėtis, pavyzdžiui, dėl ankstyvosios prieigos žaidimo turinio ir plėtojimo perspektyvų.

Prekiautojai turėtų naudotis platformoje, kurioje veiks žaidimas, suteikiamomis **platformos lygmens tėvų kontrolės priemonėmis** (pvz., tėvų kontrolės priemonėmis, kuriomis tėvai gali išjungti pinigų mokėjimo funkciją).

Pagal NKVD 7 straipsnio 2 dalį ir 4 dalies d punktą ir pagal VTD 6 straipsnio 1 dalies g punktą prieš kiekvieną pirkimą vartotojai turi būti aiškiai informuojami apie **mokėjimo tvarką**. Pagal VTD kiekvieno pirkinio atveju turi būti prašoma aiškaus vartotojo sutikimo, o prekyautojas turi pateikti vartotojui būtiną informaciją. Taip pat reikėtų pažymėti, kad Direktyvos (ES) 2015/2366 dėl mokėjimo paslaugų 64 straipsnyje yra nustatyta, kad sudarant mokėjimo sandorį yra reikalingas mokėtojo sutikimas kad be šio sutikimo mokėjimo sandoris laikomas nesankcionuotu. Be to, pagal numatytuosius mokėjimų nustatymus pirkimas neturėtų būti leidžiamas, jei nėra aiškaus vartotojo sutikimo (pvz., įvedant slaptažodį). Jeigu sistemoje sutikimo galiojimui numatyti laiko tarpniai (pvz., 15 min laiko tarpsnis), prekyautojai turėtų prašyti aiškaus vartotojo sutikimo dėl taikytinos trukmės.

Tam tikra su žaidimais susijusi komercinė veikla, įskaitant įterptąją reklamą, **pagal NKVD 8–9 straipsnius gali prilygti agresyviai veiklai**. Taip gali nutikti, jeigu vykdant tokią veiklą yra naudojamos elgesio dėsniniais ar naudojami manipuliatyvūs elementai, pavyzdžiui, pasiūlymas pateikiamas tam tikru laiku, žaidžiant žaidimą (pvz., kritiniais žaidimo momentais siūlomi mikrosandoriai), nuolat siunčiami įkyrūs raginimai arba naudojami vaizdo ir garso efektai, kuriais žaidėjui daromas pernelyg didelis spaudimas. Be to, komercinė veikla gali būti individualizuota ir joje gali būti naudojamos konkrečia informacija apie žaidėjų pažeidžiamumą. Žaidime derinant įvairias priemones (pvz., sukuriama patrauklumas vaikams arba kitoms pažeidžiamoms grupėms, naudojami mikrosandoriai, įterpiama neskaidri reklama) poveikis vartotojams padidinamas dar labiau. Greta nuogastavimų dėl vaikų ir jaunimo reikėtų pažymėti, kad tokia veikla gali padaryti įtakos ir suaugusiems žaidėjams, kurie yra jautresni komerciniams pranešimams ir manipuliavimui, ypač kai žaidžiama ilgai ir žaidimas yra įtraukus.

Panašus ir kitas susirūpinimą keliantis dalykas, susijęs su žaidimų turiniu, kai žaidimui yra būdingi **lošimo elementai**, pavyzdžiui, įtraukus sąsajos dizainas, kuriame naudojami lošimo automatai, tam tikros daiktų ir (arba) paslapčių skrynelės, lažybos. Kai kurių valstybių narių nuomone, tokie elementai patenka į azartinių lošimų teisės aktų taikymo sritį, o tuose teisės aktuose gali būti papildomų, platesnių reikalavimų negu NKVD (pvz., dėl licencijų išdavimo arba apskritai dėl draudimo naudoti azartinių lošimų elementus žaidimuose) ⁽³⁷⁷⁾.

Pavyzdžiui:

Internetiniame žaidime naudojami algoritmai, kuriais, remiantis žaidėjo žaidimo įpročiais, nustatomas jo „polinkio prisiimti riziką balas“ ir pagal tai individualizuojama, kada žaidime yra siūlomos daiktų skrynelės, galimybės gauti itin vertinamus daiktų skrynelės daiktus, žaidimo priešininkų stiprumas, visu tuo siekiant įtraukti žaidėją kuo ilgesnį laiką ir priversti jį išleisti kuo daugiau. Naudojami algoritmai pirmiausia nukreipiami į labiau į priklausomybę linkusius žaidėjus. Tai gali būti laikoma agresyvia veikla.

⁽³⁷⁶⁾ Europos Komisijos tyrimas dėl socialiniuose tinkluose, internetiniuose žaidimuose ir mobiliosiose programėlėse vykdomos rinkodaros poveikio vaikų elgsenai (EACH/FWC/2013 / 85 / 08), https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/online_marketing_children_final_report_en.pdf.

⁽³⁷⁷⁾ Pagal NKVD 9 konstatuojamąją dalį valstybės narės gali toliau reglamentuoti verslo ir komercinę veiklą, susijusią su azartinių lošimų veikla. Pavyzdžiui, Belgijos, Nyderlandų ir Slovakijos azartinių lošimų reguliavimo institucijos laikėsi nuomonės, kad tam tikrų rūšių daiktų skrynelės (angl. *loot box*) atitinka azartinių lošimų sąlygas.

Vartotojui turėtų būti aiškiai atskleista, kad naudojamas **mokamas atsitiktinis turinys** (pvz., daiktų skrynelės, kortų kaladės, laimės ratalai), taip pat turi būti paaiškinta **atsitiktinio elemento gavimo tikimybė**. Pavyzdžiui, **daiktų ir (arba) paslapčių skrynelės** yra žaidimo turinio dalis, jose paprastai būna atsitiktinių žaidimui svarbių daiktų (pvz., ginklų, avatarų, žaidimo valiutos, lygio parinkčių) ⁽³⁷⁸⁾. Žaidimuose parduodant daiktų skrynelės turi būti laikomasi VTD ir NKVD nustatytų prievolių informuoti apie produkto kainą ir pagrindines savybes.

Pavyzdžiui:

Žaidimo kūrėjas prisiėmė įsipareigojimus nacionalinei institucijai dėl teikiamos informacijos apie siūlomus pirkti žaidimo papildinius, įskaitant daiktų skrynelės. Institucija pažymėjo, kad vartotojams ir tėvams reikalingas kuo didesnis aiškumas ir skaidrumas dėl to, ar tokie pirkimai, ypač daiktų skrynelių, kurių pagrindinė savybė yra atsitiktinumas, yra galimi ⁽³⁷⁹⁾.

Kalbant apie žaidimų programėles pažymėtina, kad 2013–2014 m. Komisija ir nacionalinės institucijos kovojo su nesąžininga veikla, susijusia su **žaidimais, kuriuose siūlomos programėlių priepirkos** ir kurie gali būti patrauklūs vaikams arba kuriuos gali žaisti vaikai ⁽³⁸⁰⁾. Jų bendroje pozicijoje pabrėžiama, kad pagal NKVD I priedo 20 punktą ir 7 straipsnio 4 dalies c punktą ir pagal VTD 6 straipsnio 1 dalies e punktą **neklaidinant vartotojų „nemokamais“ galima vadinti tik tuos žaidimus, kuriuose programėlių priepirkos yra neprivalomos**. Reklamuoti, kad žaidimas yra „nemokamas“, – priešingai – negalima, jeigu vartotojas negali žaisti žaidimo taip, kaip pagrįstai tikėtusi žaisti be programėlių priepirkų. Tai turi būti vertinama pagal kiekvieną programėlę, kurioje siūlomos priepirkos. Taip pat buvo pabrėžta, kad žaidimas, pripažintas atitinkančiu I priedo 20 punktą, kiek tai susiję su žodžio „nemokamas“ vartojimu, dar gali būti vertinamas pagal kitas NKVD nuostatas, pavyzdžiui, pagal 6–9 straipsnius, siekiant įsitikinti, kad kiti elementai, pavyzdžiui, tai, kaip rodoma informacija apie kainą, nėra klaidinantys ar agresyvūs. Taip pat pažymėtina, kad NKVD I priedo 28 punkte ir 5 straipsnio 3 dalyje yra nustatyta, jog vaikams skirtuose žaidimuose arba žaidimuose, kurių atžvilgiu prekiautojai gali pagrįstai numatyti, kad jie gali būti patrauklūs vaikams, neturi būti vaikams skirtų tiesioginių raginimų pirkti papildomus žaidimo elementus.

4.2.10. Geografinės buvimo vietos nustatymo metodų naudojimas

Apsipirkdami kitoje valstybėje narėje arba pirkdami iš kitos valstybės narės, vartotojai kartais susiduria su tuo, kad prekiautojas iš karto atsaisako parduoti prekę, arba, priklausomai nuo vartotojo gyvenamosios vietos ar pilietybės, taikoma kainų diskriminacija. Tokių atvejų gali pasitaikyti tiek perkant internetu, tiek fizinėse parduotuvėse. Prekiautojai gali naudoti geografinės buvimo vietos nustatymo metodus, pavyzdžiui, pagal vartotojo IP adresą, kredito kortelės išdavimo šalį ir pan. atsaisakyti parduoti produktą vartotojui, automatiškai nukreipti juos į vietos internetinę parduotuvę arba taikyti kainų diskriminavimą.

Prekiautojai gali turėti įvairių priežasčių, dėl kurių neparduoda produkto arba pagal geografinę informaciją taiko skirtingas kainas, pavyzdžiui, taip elgtis gali dėl didesnių pristatymo išlaidų arba prekiautojui kylančių papildomų teisinių prievolių. Dėl atsaisakymo parduoti arba nukreipimo kitur pažymėtina, kad pagal VTD 8 straipsnio 3 dalį prekiautojai turi informuoti vartotojus apie pristatymo apribojimus ne vėliau kaip užsakymo proceso pradžioje. Pagal NKVD 7 straipsnio 5 dalį šis informacijos reikalavimas laikomas esminiu, kaip tai suprantama pagal NKVD. Tačiau, jeigu prekiautojas įvykdo VTD 8 straipsnio 3 dalyje nustatytą informacijos reikalavimą, toks atsaisakymas parduoti arba nukreipimas kitur pagal NKVD savaime nelaikomas nesąžininga komercine veikla. Vis dėlto, priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių, tai gali būti nesąžiningos komercinės veiklos požymis.

Tokia veikla taip pat gali būti pažeidžiama kitų sričių ES teisė. Nuo 2018 m. gruodžio 3 d. pagal **Geografinio blokavimo reglamentą** ⁽³⁸¹⁾ prekiaujantiems internetu yra draudžiama diskriminuoti ES vartotojus jų pilietybės, gyvenamosios vietos ar įsisteigimo vietos pagrindu. Komisija paskelbė išsamias gaires dėl šio reglamento savo Klausimų ir atsakymų dokumente ⁽³⁸²⁾. Pagal Reglamentą nediskriminavimo nuostata (t. y. pareiga leisti užsienio klientams gauti tuos pačius pasiūlymus ir jais naudotis taip pat kaip vietiniams klientams) netaikoma internetinėms paslaugoms, susijusioms su ne garso ir vaizdo (ne audiovizualiniais) kūrinių, saugomais autorių teisėmis (tokiais kaip elektroninės knygos, vaizdo žaidimai, muzika ir programinė įranga). Tačiau pirmiau minėtoms paslaugoms taikomos kitos Geografinio blokavimo reglamento nuostatos, pavyzdžiui, nuostatos, kuriomis draudžiamas diskriminacinis prieigos prie elektroninių sąsajų blokavimas ir nukreipimas į kitą sąsajos variantą be išankstinio kliento sutikimo (3 straipsnis), ir nuostatos dėl nediskriminavimo dėl su mokėjimu susijusių priežasčių (5 straipsnis).

⁽³⁷⁸⁾ Dėl išsamesnės informacijos apie daiktų skrynelės žr. Europos Parlamento tyrimą „Skrynelės (angl. loot boxes) internetiniuose žaidimuose ir jų poveikis vartotojams, visų pirma jauniems vartotojams“ PE 652.727).

⁽³⁷⁹⁾ AGCM, *Electronic Arts*, biuletenis Nr. 41-20, 2020 m. rugsėjo 30 d. rezoliucija Nr. 5.

⁽³⁸⁰⁾ 2014 m. liepos 18 d. pranešimas spaudai http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-847_lt.htm.

⁽³⁸¹⁾ 2018 m. vasario 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2018/302 dėl nepagrįsto geografinio blokavimo ir kitų formų diskriminavimo dėl klientų pilietybės, gyvenamosios vietos arba įsisteigimo vietos vidaus rinkoje problemos sprendimo, kuriuo iš dalies keičiami reglamentai (EB) Nr. 2006/2004 ir (ES) 2017/2394 ir Direktyva 2009/22/EB, OL L 60 I, 2018 3 2, p. 1.

⁽³⁸²⁾ Europos Komisija, 2018 m. kovo 22 d. „Geografinio blokavimo reglamento taikymas elektroninės prekybos srityje. Klausimai ir atsakymai“.

Taip pat reikėtų pažymėti, kad pagal **Paslaugų direktyvos** 20 straipsnį valstybės narės įpareigojamos užtikrinti, kad įmonės nevertintų vartotojų skirtingai pagal jų gyvenamąją vietą ar pilietybę, nebent tai yra pateisinama objektyviais kriterijais. Abiem teisės aktais reglamentuojami tie atvejai, kai iš karto atsisakoma parduoti produktą, įskaitant automatinį nukreipimą į kitą tinklalapį, ir kai internetu ar ne internetu siūlomos skirtingos kainos.

Geografinis blokavimas arba filtravimas taip pat gali pažeisti **konkurencijos teisę** ⁽³⁸³⁾. Pavyzdžiui, 2021 m. sausio 20 d. Komisija skyrė baudas penkiems vaizdo žaidimų leidėjams ir vienai žaidimų platformai už jų taikomus geografinio blokavimo metodus ⁽³⁸⁴⁾.

4.2.11. Vartotojo susaistymas

Kartais vartotojai pastebi, kad jų pasirinkimo galimybės yra ribotos, įsigytų produktų kokybė sumažėjo, nepalankiai pasikeitė sutarties sąlygos ir (arba) dėl susaistymo su tiekėju tenka mokėti išpūstas kainas. Tokios sąlygos atsiranda dėl produktų arba rinkodaros, pagrįstos vartotojų susaistymu, ir dėl rinkų, kuriose yra nepakankamai konkurencijos arba skaidrumo. Tai ypač pasakytina apie skaitmenines rinkas, kuriose taikomi individualūs standartai ir dėl to didėja sąveikumo trūkumas.

Pavyzdžiui, pasirinkdamas mobiliųjį telefoną, vartotojas kartu pasirenka programėlių parduotuvę, kurios programa integruota į operacinę sistemą. Nuo šio pasirinkimo priklauso ir tolesnis procesas, o vartotojas susaistomas dar labiau, nes pirksdamas kitus daiktų interneto produktus perka tik su jų mobiliąja ekosistema sąveikius produktus. Vartotojui priėmus šį sprendimą, nuo vienos ekosistemos pereiti prie kitos yra sunku nepatyrus finansinių nuostolių (programėlių ir kitos (daiktų interneto) įrangos), nepraradus laiko (atkuriant asmeninę informaciją, nustatymus ir pan.) ir duomenų. Kiti pavyzdžiai – skaitmeninės laikmenos, kurios, pasibaigus sutarčiai su prekiautoju, gali tapti neprieinamos, arba automobilių remontas, kurį vartotojas turi atlikti automobilių gamintojo sertifikuotuose garažuose, nes tik jie turi prieigą prie visų diagnostinių duomenų. Vartotojai taip pat gali būti susaistomi su tam tikra (nacionaline) tam tikros ekosistemos versija, pavyzdžiui, remiantis vietos nustatymo duomenimis, pateiktais registruojant naudotojo paskyrą, jeigu tą pačią paskyrą naudojant kitoje sąsajos versijoje ar ekosistemoje, gali būti prarasti visi pirminėje versijoje sukaupti duomenys ir turinys.

Pagal NKVD 9 straipsnio d punktą vartotojų susaistymo rizika yra mažinama, nes **prekiautojams neleidžiama sudaryti kliūčių pakeisti arba atšaukti sutartį**. Minėtame punkte nurodoma, kad, vertinant, ar veikla yra agresyvi, reikia atsižvelgti į „bet kokias sunkinančias arba neproporcingas sutartyje nenumatytas kliūtis, kurias [prekiautojas] nustato, jeigu vartotojas nori pasinaudoti sutartyje numatytais savo teisėmis, įskaitant teises nutraukti sutartį arba pasirinkti kitą produktą ar [prekiautoją]“. Šios nuostatos taikymo sritis yra plati ir gali apimti įvairias nesutartines kliūtis.

Teisingumo Teismas pagal konkretų susaistymo scenarijų pateikė išsamesnių gairių. Sprendime *Sony* Teisingumo Teismas nagrinėjo prekybą **kompiuteriais su iš anksto įdiegta programine įranga** (įskaitant operacinę sistemą) ⁽³⁸⁵⁾. Teisingumo Teismas nurodė, kad kompiuterio su iš anksto įdiegta programine įranga pardavimas, kai vartotojas negali įsigyti to paties modelio kompiuterio be iš anksto įdiegtos programinės įrangos, savaime nėra nesąžininga komercinė veikla, kaip tai suprantama pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį, nebent yra kitų aplinkybių, dėl kurių ši veikla prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams ir iš esmės iškreipia arba gali iškreipti vidutinio vartotojo ekonominę elgesį to produkto atžvilgiu. Šiuo klausimu Teisingumo Teismas jau yra nurodęs, kad bendras įvairių produktų arba paslaugų pasiūlymas gali atitikti Direktyvoje 2005/29/EB ⁽³⁸⁶⁾ nustatytus sąžiningumo reikalavimus, ypač jeigu vartotojams yra suteikiama teisinga informacija. Be to, Sprendime *Sony* Teisingumo Teismas patvirtino, jog tai, kad kiekvienos iš anksto įdiegtos programinės įrangos dalies kainos nebuvo nurodytos, nėra klaidinanti komercinė veikla, kaip tai suprantama pagal NKVD 5 straipsnio 4 dalies a punktą ir 7 straipsnį ⁽³⁸⁷⁾.

⁽³⁸³⁾ Žr. Komisijos tarnybų darbinio dokumento, pridedamo prie Komisijos ataskaitos Tarybai ir Europos Parlamentui „Galutinė elektroninės prekybos sektoriaus tyrimo ataskaita“ (SWD/2017/0154 final), 4.3.2.5 skirsnį.

⁽³⁸⁴⁾ 2021 m. sausio 20 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_21_170.

⁽³⁸⁵⁾ 2016 m. rugpjūčio 7 d. Sprendimas *Sony*, C-310/15.

⁽³⁸⁶⁾ 2009 m. balandžio 23 d. Sprendimas VTB-VAB, sujungtos bylos C-261/07 ir C-299-07, 66 punktas.

⁽³⁸⁷⁾ Ten pat, 47-52 punktai.

Kad neatsirastų rinkos disbalanso, siekiama ne tik ES vartotojų apsaugos, bet ir ES konkurencijos taisyklėmis. Galimas vartotojų susaistymas dėl nepakankamo daiktų interneto prietaisų sąveikumo buvo vienas iš motyvų, dėl kurių 2020 m. liepos 16 d. buvo pradėtas sektoriaus tyrimas dėl vartojimui skirtų daiktų interneto ⁽³⁸⁸⁾. Taip pat reikėtų pažymėti, kad Komisijos pasiūlymu dėl Skaitmeninių rinkų akto vartotojų susaistymo rizikos problemą siekiama spręsti nustatant naujus įpareigojimus prieigos valdytojų platformoms ⁽³⁸⁹⁾.

Vartotojams keičiant paslaugų teikėjus, pagal **BDAR** 20 straipsnį ir **Skaitmeninio turinio direktyvos** ⁽³⁹⁰⁾ 16 straipsnio 4 dalį asmenims suteikiama teisė kartu atitinkamai perkelti savo asmens duomenis ir visą kitą turinį, kurį sudaro ne asmens duomenys ir kuris buvo suteiktas arba kurį vartotojas sukūrė naudodamasis prekiautojo teiktu skaitmeniniu turiniu arba skaitmenine paslauga, taip apribojant susaistymo praktikos poveikį ⁽³⁹¹⁾. Taip pat reikėtų pažymėti, kad VTD 5 straipsnio 1 dalies g ir h punktai ir 6 straipsnio 1 dalies r ir s punktai padeda vartotojams iš anksto atpažinti susaistymo atvejus – juose reikalaujama, kad prieš sudarydamas sutartį prekiautojas informuotų vartotoją apie prekių su skaitmeniniais elementais, skaitmeniniu turiniu ir skaitmeninėmis paslaugomis funkcionalumą, suderinamumą ir sąveikumą. Dar pažymėtina, kad pagal Geografinio blokavimo reglamento ⁽³⁹²⁾ 3 straipsnį užtikrinama, kad prieiga prie elektroninės sąsajos (įskaitant programėlių parduotuves) būtų suteikiama, neatsižvelgiant į vartotojo pilietybę, gyvenamąją ar įsisteigimo vietą.

4.3. Kelionių ir transporto sektorius

4.3.1. Kompleksiniai klausimai

Nesąžiningos komercinės veiklos atvejų gali iškilti kelionės ir transporto paslaugų išankstinio užsakymo, užsakymo etapais ir etapu po užsakymo, pavyzdžiui, gali būti skelbiama klaidinanti reklama, vykdoma kita manipuliatyvi veikla, teikiama ne visa esminė informacija arba teikiama klaidinanti informacija, taikoma lašelinė kainodara, nesąžiningos sutarties sąlygos, gali kilti su atšaukimu susijusių problemų, vėlavimo ar atšaukimo atveju gali būti teikiama nepakankama pagalba, būti naudojamos neveiksmingos skundų nagrinėjimo sistemos.

NKVD taikoma ne tik prekiautojui, kuris faktiškai teikia kelionės ir transporto paslaugas, bet ir „**bet kuriam kitam asmeniui, veikiančiam jo vardu arba jo naudai**“ (2 straipsnio b punktas). NKVD nuostatos, visų pirma 6 ir 7 straipsniuose nustatyti informacijos reikalavimai, taip pat yra taikomos ne tik oro transporto bendrovėms, viešbučiams ar automobilių nuomos bendrovėms, bet ir **tarpininkams**, pavyzdžiui, kelionių užsakymo interneto svetainėms, palyginimo priemonėms ar metapaieškos interneto svetainėms, kurios yra tarpinė grandis tarp tokių bendrovių ir vartotojų.

Pavyzdžiui:

Pranešti vartotojams apie tai, ar bagažas įskaičiuotas į skrydžio bilieto kainą, ar jam taikomas atskiras mokestis, turėtų tiek pats oro vežėjas, tiek skrydžio bilietus internetu siūlantis kelionių agentas ⁽³⁹³⁾. Abu šie subjektai taip pat turėtų informuoti keleivius apie tai, ar galima keisti skrydžio užsakymą arba susigrąžinti pinigus.

7 straipsnio 4 dalyje išvardyta tam tikra informacija, kuri **kvietimuose pirkti** laikytina esmine, pavyzdžiui, pasiūlymuose dėl skrydžio, traukinio bilieto, apgyvendinimo ar automobilio nuomos, jeigu informacija dar nėra aiški iš konteksto. Tam tikrais atvejais šios informacijos nepateikimas gali būti laikomas klaidinančiu informacijos neatskleidimu. Šiame punkte minima informacija pirmiausia yra informacija apie:

- svarbiausias produkto savybes,
- prekiautojo tapatybę,

⁽³⁸⁸⁾ 2020 m. liepos 16 d. Komisijos sprendimas pradėti su daiktų internetu susijusių vartojimo produktų ir paslaugų sektoriaus tyrimą pagal Tarybos reglamento (EB) Nr. 1/2003 17 straipsnį, C(2020) 4754 final. Žr. 2021 m. birželio 9 d. paskelbtą preliminarį ataskaitą, kurioje išdėstomi susirūpinimą keliantys klausimai dėl sąveikumo trūkumo, pavyzdžiui, tam tikrų balso asistentų paslaugų ir operacinių sistemų teikėjų atveju: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/ip_21_2884.

⁽³⁸⁹⁾ Pasiūlymas dėl reglamento dėl konkurencių ir sąžiningų skaitmeninio sektoriaus rinkų (COM/2020/842).

⁽³⁹⁰⁾ Direktyva (ES) 2019/770.

⁽³⁹¹⁾ Atitinkama BDAR nustatyta teisė taikoma tik tais atvejais, kai asmens duomenys tvarkomi remiantis sutikimu ar sutartimi ir būtų perkeltami tarp skirtingų duomenų valdytojų. Tačiau ši teisė nebūtų taikoma, jeigu duomenys būtų perkeltami dėl to, kad pereinama nuo vienos to paties prekiautojo, kuris pagal BDAR laikomas tuo pačiu duomenų valdytoju, teikiamos paslaugos versijos prie kitos.

⁽³⁹²⁾ Reglamentas (ES) 2018/302. Taip pat žr. Komisijos poziciją dėl EP klausimo Nr. 470/21: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2021-000470-ASW_EN.html.

⁽³⁹³⁾ Sąvoka „keleivis“ sektoriniuose keleivių teisių reglamentuose nėra apibrėžta, todėl yra platesnė nei NKVD vartojama sąvoka „vartotojas“, t. y. keleivių teisių reglamentai taikomi visiems keleiviams, neatsižvelgiant į kelionės tikslą. Kita vertus, NKVD taikoma tik transporto paslaugų vartotojui (žr. NKVD 2 straipsnio a punktą, kaip paaiškintą 4.4.2 skirsnyje).

- kainą su mokesčiais,
- mokėjimo tvarką,
- skundų nagrinėjimo politiką.

Kvietimai pirkti išsamiau aptariami 2.9.5 skirsnyje.

7 straipsnio 4 dalies b punkte iš prekiautojų reikalaujama nurodyti savo **geografinį adresą ir tapatybę**. Remiantis 7 straipsnio 5 dalimi ir E. komercijos direktyvos 5 straipsnio 1 dalies c punktu, prekiautojo e. pašto adresas pagal NKVD taip pat laikomas esmine informacija. Šią informaciją turėtų būti nesunku surasti (t. y. ji turi būti ne tik bendrosiose sąlygose ar atskiruose informaciniuose puslapiuose ir (arba) nuorodose), ji turi būti prieinama tiesiogiai ir visada.

Dėl **skundų nagrinėjimo** pažymėtina, kad pagal NKVD 7 straipsnio 4 dalies d punktą vartotojui turėtų būti aišku, kam pateikti užklausą ar skundą. Vartotojui reikėtų pateikti aiškius nurodymus dėl to, kaip, iškilus problemai, pateikti skundą, pavyzdžiui, reikėtų nurodyti e. pašto adresą ir telefono numerį.

Dėl klausimų, susijusių su sąlygų kalba, žr. 2.9.3 skirsnį dėl tam tikros informacijos teikimo kita kalba.

Prekiautojai, įskaitant visus tarpininkus, padedančius sudaryti įmonių ir vartotojų tarpusavio sandorius, turėtų užtikrinti, kad bilietų kaina būtų skaidri nuo pat pradžios, tiek reklamos etapu, tiek per užsakymo procesą.

Dėl klausimų apie **diskriminaciją, susijusią su bilietų kainomis**, žr. 4.2.8 skirsnį dėl kainodaros metodų.

Pirmiausia reikėtų pažymėti, kad pagal 6 straipsnio 1 dalies d punktą ir 7 straipsnio 4 dalies c punktą **visada turi būti nurodoma visa mokėtina kaina**, apimanti visas taikytinas rinkliavas ir mokesčius, kurie yra neišvengiami ir kuriuos galima numatyti paskelbimo ir (arba) užsakymo metu, įskaitant priemokas. Pavyzdžiui, kalbant apie oro transportą, konkrečioms sektoriams skirtuose teisės aktuose ⁽³⁹⁴⁾ nustatyta, kad visada turi būti nurodoma galutinė mokėtina kaina, į kurią turi būti įtraukta oro susisiekimo kaina arba oro susisiekimo tarifas ir visi taikomi mokesčiai, rinkliavos, priemokos ir mokėjimai, kurių neįmanoma išvengti ir kuriuos galima numatyti skelbimo metu.

Skrydžių ar viešbučio kambarių kainos gali labai greitai keistis. Pavyzdžiui, kai vartotojas ieško skrydžio bilieto internetu veikiančio kelionių agento platformoje, per tą laiką, kai vartotojas pradeda ieškoti bilieto, iki kol jis nusprendžia jį pirkti, kaina gali pasikeisti. Jeigu šiuos kainų pokyčius tikrai lemia dinamiškas rinkos pobūdis ir taigi internetu veikiantis kelionių agentas negali jų kontroliuoti, jie turės poveikį internetu veikiančio kelionių agento galimybėms užtikrinti, kad jo reklamuojama kaina visada būtų visiškai teisinga. Pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalyje įtvirtintą profesinio atidumo pareigą prekiautojai, kurie žino, kad kainos gali staiga pasikeisti, turi **reklamuodami kainas tai vartotojams aiškiai nurodyti**.

Pavyzdžiui:

- Siūlydamas kelionės paslaugų paketą, prekiautojas į bendrą produkto kainą įtraukė draudimo liudijimo kainą. Tačiau draudimo liudijimas nebuvo privalomas. Nacionalinė institucija padarė išvadą, kad tai buvo klaidinimas ⁽³⁹⁵⁾.
- Tai, kad turistams buvo taikomas mokestis siekiant padengti papildomas degalų išlaidas, tačiau nebuvo nurodoma, kaip šis mokestis apskaičiuojamas ir vartotojams nebuvo pateikiami atitinkami dokumentai, nacionalinė institucija pripažino klaidinančiu informacijos neatskleidimu, klaidinančia ir agresyvia veikla ⁽³⁹⁶⁾.
- Atostogų būstą siūlantis prekiautojas, nurodydamas kainą, nenurodė privalomųjų išlaidų, pavyzdžiui, valymo išlaidų, miesto rinkliavų ir papildomų užsakymo paslaugos mokesčių. Nacionalinis teismas pripažino, kad taip buvo pažeistas profesinio atidumo reikalavimas ir tai buvo klaidinantis informacijos neatskleidimas ⁽³⁹⁷⁾.

Tais atvejais, kai prekiautojas siūlo pirkti papildomas (neprivalomas) paslaugas, informacija apie **neprivalomus mokesčius turėtų būti pateikta gerai matomu būdu** ir atskirta nuo pagrindinės paslaugos. Prekiautojai **neturėtų klaidinti vartotojų dėl papildomų paslaugų pirkimo**. Neprivalomos išlaidos galėtų būti, pavyzdžiui: mokestis už vienvietį

⁽³⁹⁴⁾ Oro susisiekimo paslaugų reglamento (EB) Nr. 1008/2008 23 straipsnio 1 dalis.

⁽³⁹⁵⁾ 1 As 59/2001 – 61, *Blue Style s.r.o. prieš Czech Trade Inspectorate*, 2011 m. birželio 22 d.

⁽³⁹⁶⁾ PS3083, *Teorema Tour – Adeguamento costo carburante aereo*, 2009 m. rugpjūčio 26 d.

⁽³⁹⁷⁾ *OLG Hamm*, 2013 m. birželio 6 d., Az. I-4 U 22/13.

kambarį, neprivalomą draudimą, vietos pasirinkimą arba registruotą bagažą (skirtingai nuo rankinio bagažo) ⁽³⁹⁸⁾. Kvietimuose pirkti ir, bet kuriuo atveju, **ne vėliau kaip užsakymo proceso pradžioje** vartotojus reikėtų informuoti apie tai, kad kai kurios išlaidos yra neprivalomos. Taip pat reikėtų **aiškiai nurodyti, kad tos išlaidos yra neprivalomos**, ir vartotojai **neturėtų būti klaidinami** dėl jų sprendimo pirkti papildomas paslaugas ⁽³⁹⁹⁾.

Šie reikalavimai kyla, visų pirma, iš NKVD 6 straipsnio 1 dalies b ir d punktų ir 7 straipsnio 4 dalies a ir c punktų. Priklausomai nuo aplinkybių, veikla, kuria pažeidžiami šie principai, taip pat gali būti laikoma prieštaraujanti profesinio atidumo reikalavimams, plg. NKVD 5 straipsnio 2 dalį.

Be NKVD taisyklių, pagal VTD draudžiama naudoti standartines galimybes, su kuriomis vartotojas turi nesutikti, kad papildomi mokėjimai jam nebūtų taikomi, užuot paprašius aiškaus **vartotojo sutikimo dėl papildomų mokėjimų**, pavyzdžiui, interneto svetainėse draudžiama naudoti iš anksto pažymėtus langelius. Šios direktyvos 22 straipsnyje nustatyta: „jei prekiautojas negauna aiškaus vartotojo sutikimo, bet padaro tokią išvadą, pasinaudodamas standartinėmis galimybėmis, su kuriomis vartotojas, norėdamas išvengti papildomo mokėjimo, turėjo nesutikti, vartotojas turi teisę tokį mokėjimą susigrąžinti“.

Be to, kad savo paslaugas internetu parduodantys prekiautojas naudoja iš anksto pažymėtus langelius, kartais jie papildomas paslaugas siūlo neaiškiai ar dviprasmiškai, pavyzdžiui, nusiūpdami galimybę **neužsisakyti** jokių papildomų paslaugų (taip pat žr. 4.2.7 skirsnį dėl neskaidrių metodų). Ši komercinė veikla gali būti laikoma klaidinančia, agresyvia arba nesuderinama su profesinio atidumo principu.

Kadangi tokios veiklos atvejų pirmiausia pastebėta oro transporto sektoriuje ir tame sektoriuje galioja papildomų taisyklių, pavyzdžių pateikiama 4.3.4 skirsnyje.

4.3.2. Kelionės paslaugų paketai

Direktyvoje (ES) 2015/2302 dėl kelionės paslaugų paketų ir susijusių kelionės paslaugų rinkinių (Kelionių paketų direktyva) pateikiamos nuostatos dėl įvairiai derinamų kelionės paslaugų, t. y. keleivių vežimo, apgyvendinimo, variklinių transporto priemonių nuomos ⁽⁴⁰⁰⁾ ir kitų turizmo paslaugų, kurios siūlomos keliautojams.

Kelionių paketų direktyvoje, be kita ko, nustatyta, kokią informaciją, teikiamą prieš sudarant sutartį, prekiautojai turi suteikti keliautojams, įskaitant konkrečią informaciją apie į paketą įtrauktas paslaugas ir visą paketo kainą su mokesčiais ir, jei taikytina, visais papildomais mokėjimais, rinkliavomis ir kitomis išlaidomis. Pagal direktyvą prekiautojai taip pat turi **gerai matomu būdu nurodyti keliautojams, ar siūlomos paslaugos sudaro paketą, ar tai tėra susijusių kelionės paslaugų pasiūlymas**, kuriam taikoma mažesnė apsauga, ir pateikti informaciją apie atitinkamam pasiūlymui taikomą apsaugos lygį, naudodami standartines informacijos formas.

Prekiautojai taip pat privalo informuoti keliautojus apie neprivalomą arba privalomą draudimą, pagal kurį būtų padengiamos keliautojo išlaidos, jeigu keliautojas kelionę atšauktų, taip pat pagalbos nelaimingo atsitikimo, ligos ar mirties atveju išlaidos.

Jeigu taikoma Kelionių paketų direktyva, NKVD taikyti **paketams ir susijusių kelionės paslaugų pasiūlymams, papildant specialiąsias taisykles**, nėra draudžiama.

4.3.3. Pakaitinio naudojimosi sutartys

Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/122/EB ⁽⁴⁰¹⁾ (Pakaitinio naudojimosi direktyva) suteikiamos tam tikros vartotojų apsaugos teisės, susijusios su pakaitiniu naudojimosi, ilgalaikiais atostogų produktais, perpardavimu ir keitimosi sutartimis. Joje pirmiausia nustatoma:

- griežtos taisyklės dėl prekiautojams nustatytų įpareigojimų pateikiant informaciją, teikiamą prieš sudarant sutartį, ir su sutartimi susijusią informaciją,
- vartotojo teisė per 14 kalendorinių dienų atsisakyti sutarties,
- draudimas per atsisakymui skirtą laikotarpį reikalauti išankstinio mokėjimo,

⁽³⁹⁸⁾ 2014 m. rugsėjo 18 d. Sprendime *Vueling Airlines (C-487/12)*, Teisingumo Teismas konstatavo, kad rankinį bagažą iš esmės reikia laikyti būtinu keleivių vežimo aspektu ir kad todėl jo vežimui negali būti taikomas kainos priedas, su sąlyga, kad šis rankinis bagažas atitinka pagrįstus reikalavimus, susijusius su jo svoriu ir matmenimis, ir taikytinus saugumo reikalavimus.

⁽³⁹⁹⁾ Oro susisiekimo paslaugų reglamento 23 straipsnio 1 dalyje reikalaujama, kad apie neprivalomas priemokas būtų pranešama aiškiai, skaidriai ir nedviprasmiškai bet kokio užsakymo proceso pradžioje, o klientas sutiktų su jomis pasirinkdamas atitinkamą variantą.

⁽⁴⁰⁰⁾ Atskira kelionės paslaugos rūšis tik pagal Direktyvą (ES) 2015/2302.

⁽⁴⁰¹⁾ 2009 m. sausio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/122/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su kai kuriais pakaitinio naudojimosi, ilgalaikio atostogų produkto, perpardavimo ir keitimosi sutarčių aspektais, OL L 33, 2009 2 3, p. 10.

— draudimas reklamuoti arba pardavinėti tokius produktus kaip investicijos.

Palyginti su Pakaitinio naudojimosi direktyva suteikiama apsauga, NKVD vartotojams suteikiama papildoma apsauga.

Atliekant tyrimą, kuriuo remdamasi Komisija parengė Pakaitinio naudojimosi direktyvos ⁽⁴⁰²⁾ vertinimo ataskaitą, išskirtos tam tikros šiame sektoriuje pasikartojančios problemos, visų pirma, susijusios su kai kuriomis ES valstybėmis narėmis ir populiariomis atostogų kryptimis. Tai:

- **klaidinanti informacija** prieš pasirašant sutartį, sudarant pirkėjams klaidingą išpūdį, kad turimų atostogų kryptių pasirinkimas yra praktiškai neribotas ar kad sutartį galima nesunkiai parduoti ar išmainyti. Dažnai vartotojai tik praėjus kuriam laikui po sutarties pasirašymo sužino, kad ši informacija yra neteisinga;
- **agresyvūs pardavimo metodai**, kai potencialiems pirkėjams yra daromas didelis spaudimas, pavyzdžiui, kai jie „laikomi“ kambaryje, kuriame rengiami nesibaigiantys pristatymai ir iš kurių jiems kartais neleidžiama išeiti nepasirašius sutarties.

Pagal NKVD tokia veikla reglamentuojama nuostatomis dėl klaidinančių veiksmų (visų pirma 6 straipsnio 1 dalies b punktu) bei dėl agresyvios komercinės veiklos (8 ir 9 straipsniais).

Be to, Komisijos ataskaitoje dėl Pakaitinio naudojimosi direktyvos pažymėtos pasikartojančios problemos, kurių vartotojams kyla nutraukiant pakaitinio naudojimosi sutartis. Ataskaitoje padaryta išvada, kad šį aspektą galima sėkmingai sureguliuoti nacionalinėje teisėje ir geriau užtikrinant atitinkamų ES vartotojų teisės aktų įgyvendinimą.

4.3.4. Oro transportui ypač aktualūs klausimai

Reklamuodami įvairias skrydžių galimybes, prekiautojai turėtų užtikrinti, kad teiginiai dėl **laisvų vietų ir skrydžių** (pvz., „paskutinė turima vieta“) būtų pateikti aiškiai ir būtų teisingi. Jei reikia, tokiuose teiginiuose pateikiami atitinkami paaiškinimai (pvz., „paskutinė vieta, siūloma šioje interneto svetainėje už tokią kainą“). Reklamuojant **konkrečias skrydžių kainas** (pvz., „kainos nuo 19,99 EUR“), už siūlomą kainą turi būti parduodamas protingas, reklamos mastą atitinkantis, bilietų kiekis. Taip pat reiktų pažymėti, kad prekiautojai gali skelbti, jog **pasiūlymas galioja ribotą laiką**, tik tada, jeigu vėliau tokių pasiūlymų už tokią kainą nebebus.

Be to, kad tokia veikla gali kelti abejonių dėl profesinio atidumo pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį ir klaidinančios veiklos pagal NKVD 6 ir 7 straipsnius, minėta veikla gali patekti į draudimų, nustatytų I priedo 5 punkte (reklama jaukas), 7 punkte (klaidingi arba klaidinantys teiginiai apie ribotumą) ir 18 punkte (netiksli informacija apie rinkos sąlygas arba apie galimybę surasti produktą) taikymo sritį.

Prie **pagrindinių skrydžio savybių**, kaip tai suprantama pagal NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktą ir 7 straipsnio 4 dalies a punktą, turėtų būti priskiriama informacija apie tai, ar yra tarpinių sustojimų, tiksli skrydžio paskirties vieta ir numatoma skrydžio trukmė.

Tai ypač aktualu oro vežėjams, kurie kartais vykdo skrydžius iš oro uostų, esančių toliau nuo didžiųjų miestų, tačiau savo rinkodaros priemonėse naudoja to miesto pavadinimą. Kartais tokia komercinė veikla gali klaidinti vartotojus dėl to, kur tiksliai yra oro uostas, ir vartotojai gali būti paskatinti priimti sprendimus dėl sandorio, kurių jie kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmę. Iš tikrųjų kai kurie vartotojai mieliau mokėtų didesnę kainą, tačiau atsikruti į tą oro uostą, kuris yra arčiau paskirties miesto.

Pavyzdžiui:

Informacija, kad paskirties vieta yra Barselona, nors iš tikrųjų oro uostas yra Reuso mieste, už 100 km nuo Barselonos, gali būti laikoma apgaulinga.

Be to, kad NKVD 6 straipsnio 1 dalies d punkte ir 7 straipsnio 4 dalies c punkte nustatyti reikalavimai skelbti **kainą** su neišvengiamais ir numatomais mokesčiais, pažymėtina, kad **Oro susisiekimo paslaugų reglamento (EB) Nr. 1008/2008** 23 straipsnio 1 dalyje yra nustatyta: „visada nurodoma galutinė mokėtina kaina, kuri turi apimti taikomą oro susisiekimo kainą ar oro susisiekimo tarifą ir visus taikomus mokesčius, rinkliavas, papildomas rinkliavas ir įmokas, kurių neįmanoma išvengti ir kuriuos galima numatyti skelbimo metu“.

Reglamente taip pat reikalaujama:

- nurodyti **galutinę kainą, išskirstant ją į sudedamąsias dalis** (pvz., oro susisiekimo paslaugų kainą, mokesčius, oro uosto ir kitus mokesčius bei priemokas);
- apie **neprivalomus kainos priedus** pranešti aiškiai, skaidriai ir nedviprasmiškai, užsakymo proceso pradžioje;

⁽⁴⁰²⁾ Direktyvos 2008/122/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su kai kuriais pakaitinio naudojimosi, ilgalaikio atostogų produkto, perpardavimo ir keitimosi sutarčių aspektais, vertinimo ataskaita (COM/2015/0644 final).

— įsitikinti, kad klientas **sutinka su neprivalomais kainos priedais pasirinkdamas atitinkamą variantą.**

Teisingumo Teismas išaiškino, kad kainos elementai, kurie yra neišvengiami ir kuriuos galima numatyti pagal 23 straipsnio 1 dalį, yra keleivių registracijos mokesčiai, kurių negalima išvengti, nes nėra alternatyvaus nemokamo registracijos būdo, PVM, taikomas vidaus skrydžių kainoms, ir administraciniai mokesčiai už pirkimus kita, ne oro vežėjo patvirtinta kredito kortele. Neprivalomi kainos priedai yra keleivių registracijos mokesčiai, kurių galima išvengti naudojantis nemokamos registracijos būdu, ir PVM, taikomas neprivalomiems priedams, susijusiems su vidaus skrydžiais ⁽⁴⁰³⁾.

Jeigu savo paslaugas internetu parduodantys kelionių paslaugų teikėjai pažeidžia VTD arba Oro susisiekimo paslaugų reglamentą, neteisėtus veiklos aspektai, kurie nėra reglamentuojami šių konkretiems sektoriams skirtų teisės aktų nuostatomis, gali būti laikomi nesąžiningais pagal NKVD, jeigu vidutinis vartotojas dėl jų gali būti paskatintas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Tai turi būti vertinama pagal kiekvieno konkretaus atvejo aplinkybes.

Pavyzdžiui:

- Prekiautojas naudoja iš anksto pažymėtus langelius arba papildomas paslaugas siūlo neaiškiai ar dviprasmiškai, nuslėpdamas galimybę neužsisakyti jokių papildomų paslaugų arba apsunkindamas vartotojams galimybę tokių paslaugų nesirinkti. Taip prekiautojas gali paskatinti vartotojus sutikti su papildomomis paslaugomis, kurių jie kitomis aplinkybėmis nebūtų pasirinkę.
- Daugeliu atvejų kelionės draudimo kaina neįeina į skrydžio bilietų kainą. Veiklai, kai vartotojai, kurie nepageidauja pirkti kelionės draudimo, užsisakydami skrydžio bilietą, privalo pažymėti, kad „draudimo nereikia“, tikriausiai būtų taikomas Vartotojų teisių direktyvos 22 straipsnis ir Oro susisiekimo paslaugų reglamento 23 straipsnio 1 dalis. Net prieš įsigaliojanti Vartotojų teisių direktyvai kai kurios nacionalinės institucijos ėmėsi veiksmų prieš tokią veiklą pagal NKVD. Panašiu atveju tokia praktika, kai vartotojai, kurie nepageidavo pirkti kelionės draudimo, užsisakydami skrydžio bilietą privalėjo pažymėti, kad „draudimo nereikia“, tačiau ši galimybė buvo paslėpta galimų gyvenamosios vietos valstybių sąraše, pripažinta nesąžininga, nes ji neatitiko profesinio atidumo reikalavimų (NKVD 5 straipsnio 2 dalis) arba buvo klaidinanti (6 arba 7 straipsniai).

Šie Oro susisiekimo paslaugų reglamento informacijos reikalavimai pagal **NKVD 7 straipsnio 5 dalį laikomi esmine informacija**. Jais papildomi NKVD 7 straipsnio 4 dalies reikalavimai dėl informacijos apie visą skrydžio bilieto kainą, įskaitant atvejus, kai vartotojai turi sumokėti plėtos mokestį išvykimo ar atvykimo oro uoste. Be to, reiktų priminti, kad, kaip aptarta 1.2.1 skirsnyje, jeigu tas pats dalykas yra reglamentuojamas ir galiojančiais konkretiems sektoriams skirtais ES teisės aktais, ir NKVD, viršesnės yra atitinkamos *lex specialis* nuostatos.

Oro vežėjas arba kelionės agentas užsakymo proceso pradžioje turi gerai matomu būdu rodyti informaciją apie privalomus mokesčius, kurie turi būti sumokėti po užsakymo proceso, pavyzdžiui, tiesiogiai oro uoste (pvz., informaciją apie plėtos mokestį, taikomą visiems iš tam tikrų (pvz. Airijos ir Anglijos) oro uostų išvykstantiems keleiviams).

Jeigu oro transporto bendrovės ar tarpininkai, parduodantys skrydžio bilietus, papildomo mokesčio kainą susieja su naudojamu **mokėjimo būdu**, į pradinę kainą turėtų būti įtrauktos dažniausio mokėjimo būdo išlaidos ir, kaip paaiškinta Sprendime *Ryanair* ⁽⁴⁰⁴⁾, administraciniai mokesčiai už pirkimus kita nei oro vežėjo patvirtinta kredito kortele. Jeigu papildomo mokesčio neįmanoma apskaičiuoti iš anksto, vartotojus reiktų tinkamai informuoti apie tai, kaip kaina apskaičiuojama arba apie tai, kad „gali tekti sumokėti“ papildomą mokestį.

Pavyzdys

Jeigu mokėjimas oro vežėjo lojalumo kortele kainuoja 1,5 EUR, o mokėjimas kredito kortele 6 EUR, į užsakymo proceso pradžioje kvietime pirkti nurodytą kainą turėtų būti įtraukta mokėjimo kredito kortele kaina. Be to, dauguma vartotojų tikriausiai negalės sumokėti oro vežėjo lojalumo kortele.

⁽⁴⁰³⁾ 2020 m. balandžio 23 d. Sprendimas *Ryanair* (CC-28/19).

⁽⁴⁰⁴⁾ 2020 m. balandžio 23 d. Sprendimas *Ryanair*, C-28/19.

Pagal VTD 19 straipsnį prekiautojams draudžiama **variantams taikyti mokesčius už konkrečios mokėjimo priemonės naudojimą, viršijančius prekiautojo dėl tokių priemonių naudojimo patiriamas išlaidas**. Ši nuostata turėtų būti taikoma visų rūšių mokesčiams, tiesiogiai susijusiems su mokėjimo priemone, nepriklausomai nuo to, kaip apie juos pranešama vartotojams.

Pavyzdžiui:

19 straipsnis turėtų būti taikomas administravimo, rezervavimo arba valdymo mokesčiams, kurie paprastai taikomi parduodant bilietus internetu (juos ypač dažnai taiko oro transporto ir kelių bendrovės), taip pat internetu parduodant bilietus į renginius, jeigu tų mokesčių galima išvengti naudojantis konkrečia mokėjimo priemone.

Oro susisiekimo paslaugų reglamento 23 straipsnio 1 dalyje reikalaujama, kad siūlant ir bet kokia forma skelbiant informaciją apie plačiai visuomenei taikomas oro susisiekimo paslaugų kainas ir įkainius, kartu turėtų būti nurodomos taikomos sąlygos. Sprendime *Air Berlin* ⁽⁴⁰⁵⁾ Teisingumo Teismas taip pat pabrėžė, kad Oro susisiekimo paslaugų reglamento 23 straipsnio 1 dalyje reikalaujama, kad visais atvejais, kai užsakymo internetu sistemose rodomos oro susisiekimo paslaugų kainos, būtų nurodyta galutinė mokėtina kaina.

Informacija apie **bagažo politiką**, įskaitant informaciją apie leidžiamą rankinį bagažą, bagažo dydį ir visus taikomus mokesčius, taip pat turėtų būti parodoma gerai matomu būdu. Visos papildomos su tuo susijusios išlaidos ar mokesčiai turi būti aiškiai nurodyti ⁽⁴⁰⁶⁾. Kad nebūtų klaidinami (ypač pagal NKVD 7 straipsnio 1, 4 ir 5 dalis), vartotojai privalo būti tiksliai informuojami apie anksčiau taikytos bagažo politikos pakeitimus. Vidutinis vartotojas gali turėti pagrįstą lūkesčių dėl bagažo politikos, pavyzdžiui, dėl standartinio rankinio bagažo, atitinkančio pagrįstus svorio ir dydžio reikalavimus, įtraukimo į bilieto kainą ⁽⁴⁰⁷⁾.

Pavyzdžiui:

Nacionalinis teismas įpareigojo oro transporto bendrovę klientui, kuris turėjo sumokėti už rankinį bagažą, nes neturėjo specialaus bilieto, grąžinti sumokėtą sumą ir nurodė iš savo sąlygų aprašo šią sąlygą išbraukti. Oro transporto bendrovė į saloną leido pasiimti tik nedidelius krepšius, kuriuos būtų galima padėti po priekine sėdyne, o už didesnius iki 10 kg sveriančius krepšius reikalavo sumokėti bagažo mokestį arba turėti įsigytą pirmenybinį įlaipinimo taloną. Teismas nusprendė, kad dėl rankinio bagažo politikos šalių sutartiniuose santykiuose atsiranda didelis disbalansas vartotojo nenaudai ⁽⁴⁰⁸⁾.

Pagal Oro susisiekimo paslaugų reglamento 23 straipsnio 1 dalį **neprivalomi mokesčiai už vietos pasirinkimą** (kita galimybė – vieta paskiriama atsitiktiniu būdu bet kurioje orlaivio salono dalyje) turėtų būti nurodyti aiškiai, skaidriai ir nedviprasmiškai bet kurio užsakymo proceso pradžioje.

Pagal NKVD reikalaujama, kad tais atvejais, kai prekiautojai reklamuoja konkretų skrydžio bilietą, jie turėtų nurodyti ir šiam bilietui taikomą **atšaukimo politiką**, (pvz., ar galimas grąžinimas ir ar galima bilietą pasikeisti). Tai ypač svarbu, kai oro vežėjo ar kelionių agento vartotojui taikomi administraciniai mokesčiai už bilieto atšaukimą prilygsta faktinei paties bilieto kainai. Jeigu oro vežėjų taikomi atšaukimo mokesčiai netgi viršija bilieto kainą, prekiautojo teiginiai, kad bilietus galima atšaukti, gali būti laikomi klaidinančiais.

Be to, nustatytos procedūros neturėtų apsunkinti **mokesčių ir rinkliavų, kurių mokėti nebereikia, susigrąžinimo**. Kitaip tai galėtų būti laikoma profesinio atidumo stoka, kaip tai suprantama pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį, ir agresyvia veikla pagal NKVD 8 ir 9 straipsnius, ypač 9 straipsnio d punktą.

⁽⁴⁰⁵⁾ 2015 m. sausio 15 d. Sprendimas *Air Berlin*, C-573/13.

⁽⁴⁰⁶⁾ 2014 m. rugsėjo 18 d. Sprendimas *Vueling*, C-487/12, 36 punktą.

⁽⁴⁰⁷⁾ Ten pat, 40 punktą.

⁽⁴⁰⁸⁾ *Juzgado de lo Mercantil no 13 de Madrid – Juicio Verbal* (250.2) 678/2019, 2019 m. spalio 24 d. Sprendimas buvo pagrįstas nesąžiningų sutarčių sąlygų teisės aktais.

Jei **oro transporto bendrovė atšaukia skrydį**, ji privalo aiškiai informuoti keleivius apie pagal Oro transporto keleivių teisių reglamentą (EB) Nr. 261/2004 galiojančias keleivių teises ir apie tai, kokių atitinkamų procedūrų klientas turi laikytis. Šios informacijos nepateikimas laiku ir tiksliai pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį gali būti prilygintas nepakankam profesiniam atidumui, todėl pagal NKVD gali būti laikomas klaidinančiu. Pavyzdžiui, informacija apie taikomas teises ir procedūras turėtų būti pateikta aiškiai, vienodai gerai matomu būdu, nurodant įvairias teisės aktuose numatytas galimybes, kuriomis keleivis gali pasinaudoti, jeigu skrydis atidedamas arba atšaukiamas. Apie tai keleiviui turėtų būti pranešama laiku ir patogiu būdu, pavyzdžiui, el. paštu arba SMS žinute atsiunčiant nuorodą.

Pavyzdžiui:

- 2017 m. kelios vykdymo užtikrinimo institucijos ėmėsi veiksmų, reaguodamos į tai, kad oro transporto bendrovė dėl **igulos ir oro eismo streikų** masiškai atšaukė skrydžius. Nustatyta, kad oro transporto bendrovė, informuodama keleivius apie atšauktus skrydžius, veikė klaidinančiai, nes nepateikė išsamios ir tinkamos informacijos apie vartotojų teises į kompensaciją pagal Reglamentą (EB) Nr. 261/2004. Kelios institucijos pareikalavo, kad oro transporto bendrovė informuotų vartotojus apie atitinkamas su atšaukimu susijusias teises ir apie tai, kokių procedūrų laikytis ⁽⁴⁰⁹⁾.
- 2020 m. Komisija, atsižvelgdama į masiškai dėl **COVID-19 pandemijos** atšaukiamus skrydžius, parengė papildomas gaires dėl ES keleivių teisių ir rekomendacijų dėl čekių ⁽⁴¹⁰⁾. Jei kelionę atšaukia oro transporto bendrovė, transporto paslaugų teikėjas privalo keleiviams grąžinti sumokėtą sumą arba juos nukreipti kitu maršrutu. Sumokėta suma grąžinama keleiviui čekio forma tik keleiviui sutikus. Jei keleiviai patys nusprendžia atšaukti kelionę, už bilietą sumokėtos sumos grąžinimas (grynaisiais pinigais arba čekiu) Reglamentu (EB) Nr. 261/2004 nėra reglamentuojamas, todėl priklauso nuo oro vežėjo sąlygų ⁽⁴¹¹⁾.
- 2021 m. vartotojų apsaugos institucija trims oro transporto bendrovėms skyrė iš viso 8,4 mln. EUR baudą už NKVD pažeidimus, padarytus per COVID-19 pandemiją. Nustatyta, kad oro transporto bendrovės pažeidė profesinio atidumo taisykles, nes toliau atšaukė skrydžius dėl ekstremaliosios sveikatos situacijos, nors tuo metu kelionių apribojimai buvo panaikinti, ir toliau išdavinėjo čekius, užuot pasiūliusios keleiviams grąžinti už bilietus sumokėtą sumą. Institucija taip pat nustatė, kad oro transporto bendrovės pateikė klaidinančią informaciją ir tam tikros informacijos neatskleidė, be kita ko, taikydamos procedūras, kuriomis vartotojai buvo skatinami arba priversti rinktis čekius, o ne pinigų grąžinimą. Pripažinta, kad kai kurios oro transporto bendrovės, kurioms skirta bauda, taip pat sudarė papildomų kliūčių čekių turėtojams, pvz., reikalavo, kad norėdami atsiimti čekius, jie skambintų tam tikru telefono numeriu ⁽⁴¹²⁾.
- Vartotojų apsaugos institucijų BVAS tinklas 2021 m. pradėjo koordinuotą kelių oro transporto bendrovių apklausą apie jų skrydžių atšaukimo ir sumokėtos sumos grąžinimo praktiką COVID-19 pandemijos laikotarpiu ir nustatė probleminę visame sektoriuje taikytą praktiką. Visų pirma BVAS tinklas nustatė, kad pinigų grąžinimo galimybė vartotojams buvo dažnai nurodoma mažiau matomu būdu negu galimybė atsiimti čekį, oro transporto bendrovės taip pat nesiėmė iniciatyvos informuoti nukentėjusius vartotojus apie jų teises, taip pat neteikė pagal Reglamentą (EB) Nr. 261/2004 reikalaujamos informacijos ⁽⁴¹³⁾.

Praktika, susijusi su **ant bilieto nurodyto vardo ir pavardės taisymu**, turėtų būti skaidri ir proporcinga, atsižvelgiant į konkretaus atvejo aplinkybes. Papildomai nustatomi mokesčiai ne tik kelia susirūpinimą dėl klaidinančio veiklos pobūdžio, bet kai kuriais atvejais pagal 8 ir 9 straipsnius prilygsta agresyviai veiklai, pavyzdžiui, jeigu vartotojas informuojamas apie tokius mokesčius tik oro uoste, prieš pat skrydį. Jei tokia veikla vykdoma remiantis sutarties sąlygomis, gali būti taikoma Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyva (žr. 1.2.4 skirsnį).

⁽⁴⁰⁹⁾ 2018 m. gegužės 29 d. AGCM sprendimas Nr. PS10972 - Ryanair. 2017 m. spalio 5 d. Belgijos ekonomikos inspekcija priėmė draudžiamąjį įsakymą.

⁽⁴¹⁰⁾ Komisijos pranešimas „ES keleivių teisių reglamentų aiškinamosios gairės dėl kintančios epideminės COVID-19 situacijos“, C(2020) 1830 final, OL C 89 I, 2020 3 18, p. 1. 2020 m. gegužės 13 d. Komisijos rekomendacija (ES) 2020/648 dėl čekių, kurie keleiviams ir keliautojams siūlomi kaip alternatyvi kompensacija už kelionių paslaugų paketų ir transporto paslaugas, atšauktus dėl COVID-19 pandemijos, OL L 151, 2020 5 14, p. 10.

⁽⁴¹¹⁾ Taip pat žr. Europos Audito Rūmų specialiąją ataskaitą Nr. 15/2021 „Oro transporto keleivių teisės COVID-19 pandemijos metu“, https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21_15/SR_passenger-rights_covid_LT.pdf.

⁽⁴¹²⁾ AGCM, PS11865-PS11830-PS11821 - Ryanair, easyJet, Volotea, 2021 m. gegužės 24 d., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2021/6/PS11865-PS11830-PS11821->

⁽⁴¹³⁾ 2021 m. birželio 28 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_21_3283.

Pavyzdžiui:

Vartotojų apsaugos institucija oro transporto bendrovei skyrė baudą už tai, kad vartotojams taikyta sankcija – iš pradžių ją sudarė mokesčiai už naują bilietą, kad būtų galima pasinaudoti jau įsigyta paslauga, o vėliau – 50 EUR mokestis už kiekvieną maršrutą, jeigu registruojantis keleivio vardas ir pavardė buvo įrašyti neteisingai, tiksliau, nebuvo nurodytas antrasis vardas ar pavardė, sukeistos, praleistos kurios nors raidės. Oro transporto bendrovė iš anksto nepateikė jokios informacijos apie neišsamios registracijos pasekmes, o kai kurie neatitiktikimai atsirado dėl pačios oro transporto bendrovės sistemos, pvz., ribotos vietos visiems keleivių vardams ir pavardėms įrašyti arba dėl veikiančių sąsajų su tarpininkų interneto svetainėmis nesuderinamumo ⁽⁴¹⁴⁾.

4.3.5. Automobilių nuomos veiklai ypač aktualūs klausimai

NKVD nuostatos taikomos tiek automobilių nuomos paslaugas teikiantiems prekiautojams, tiek tarpininkams, pavyzdžiui, rezervavimo ar palyginimo interneto svetainėms. 2017 m. Komisija ir nacionalinės institucijos pagal ES vartotojų teisę pasiekė, kad penkios automobilių nuomos bendrovės prisiimtų toliau nurodytus įsipareigojimus ⁽⁴¹⁵⁾:

- į **bendrą užsakymo kainą** įskaičiuoti visus mokesčius. Pagrindinė interneto svetainėje nurodyta kaina turėtų atitikti galutinę kainą, kurią turi sumokėti vartotojai, įskaitant visas papildomas išlaidas, pvz., specialius degalų mokesčius, oro uosto mokesčius, „jaunojo vairuotojo priemokas“ arba „kelionės į vieną pusę mokestį“, jei grąžinimo vieta skiriasi nuo paėmimo vietos;
- **sąlygų apraše** aiškiai aprašyti **pagrindines nuomos paslaugas** visomis nacionalinėmis kalbomis, ypač aprašyti pagrindines tokios nuomos savybes, pavyzdžiui, **įskaičiuotą kilometražą, degalų politiką, atšaukimo politiką, užstato reikalavimus**;
- kainos pasiūlyme pateikti aiškią informaciją **apie kainą ir apie neprivalomus priedus**, visų pirma apie **draudimo frančizes**, dėl kurių sumažėja žalos atveju mokėtina suma, ir visų pirma apie tai, kokią sumą vairuotojui vis dar gali tekti sumokėti.

Paprastai automobilių nuomos bendrovės suteikia transporto priemones su **pilnu degalų baku ir prašo, kad, pasibaigus nuomos laikotarpiui, vartotojai grąžintų transporto priemonę taip pat su pilnu degalų baku**. Tačiau vartotojai skundėsi, kad kai kurie prekiautojai, perduodami transporto priemonę, reikalauja iš vartotojų sumokėti papildomą mokestį už pilną degalų baką, ir numato, kad vartotojai grąžins automobilį su tuščiu degalų baku, tačiau tuo atveju, jeigu grąžinant automobilį jo bake kuro vis dar yra, jokia kompensacija nemokama.

Pagal NKVD, priklausomai nuo konkretaus atvejo aplinkybių įvertinimo, jei prekiautojai nesilaikė direktyvos **6 ir 7 straipsniuose nustatytą informacijos reikalavimų**, tokia komercinė veikla **gali būti pripažinta nesąžininga**. Jeigu automobilių nuomos bendrovės išnuomoja transporto priemonę su pilnu degalų baku, informacija apie tai, kad vartotojui reikės sumokėti už degalus iš anksto, kartais, remiantis 6 straipsnio 1 dalies b ir d punktais, 7 straipsnio 1 dalimi ir 4 dalies a ir c punktais, gali būti laikoma esmine. Tikėtina, kad šios išlaidos bus laikomos privalomomis, todėl jos pagal direktyvos 6 straipsnio 1 dalies d punktą ir 7 straipsnio 4 dalies c punktą sudarys visos produkto kainos dalį, tad informacija apie tai turi būti pateikta užsakymo proceso pradžioje.

Kai kuriais atvejais komercinė veikla, kai vartotojų reikalaujama sumokėti už gerokai daugiau kuro nei jie faktiškai suvartojo, taip pat gali prieštarauti NKVD 5 straipsnio 2 dalyje nustatytiems **profesinio atidumo** reikalavimams.

Pavyzdžiui:

Vertinant, ar veikla, kai vartotojų prašoma sumokėti už visą kuro baką, yra nesąžininga, reikia atsižvelgti į nuomos laikotarpio trukmę ir vietos situaciją. Pavyzdžiui, dėl trumpo transporto priemonės nuomos laikotarpio (pvz., dvi arba trys dienos) arba dėl geografinės vietovės (pvz., automobilis išnuomojamas mažoje saloje) gali būti mažai tikėtina, kad vartotojas išnaudos visą baką kuro.

⁽⁴¹⁴⁾ AGCM, PS11076 - Blue Panorama Airlines, 2019 m. gegužės 31 d., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2019/5/Blue-Panorama-Airlines-fined-one-million-euro>.

⁽⁴¹⁵⁾ 2017 m. sausio 19 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_17_86. Taip pat žr. 2019 m. kovo 25 d. pranešimą spaudai: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_19_1790.

Pagal 6 straipsnio 1 dalies b ir d punktus ir 7 straipsnio 4 dalies a ir c punktus vartotojus reikėtų aiškiai informuoti apie **svarbiausias nuomos paslaugos savybes ir kainą**. Pavyzdžiui, pateikiant informaciją apie svarbiausias automobilių nuomos sutarties savybes ir kainą, būtų galima įtraukti informaciją apie transporto priemonės tipą, išlaidas, draudimo apribojimus, papildomą draudimą bei galimus variantus (pvz., žieminės padangos ir vaiko kėdutės).

Pavyzdžiui:

- Prekiautojo teiginys apie „nulinę atsakomybę“ gali būti klaidinantis, jeigu iš tikrųjų nustatyta ribą viršijanti žalą, net jei ji nedidelė, visada tektų atlyginti vartotojui.
- Klaidinti gali ir teiginys „jeina visapusiškas draudimas“, jeigu, pavyzdžiui, draudimas neapima žalos stogui ir priekiniam stiklui.

Automobilių nuomos bendrovės taip pat turėtų atsižvelgti į **specialius nacionalinius ar vietos reikalavimus**.

Pavyzdžiui:

Pagal nacionalinės teisės aktus reikalaujama, kad visos transporto priemonės žiemą būtų eksploatuojamos su žieminėmis padangomis. Todėl automobilių nuomos bendrovė toje valstybėje narėje žiemos sezono metu turėtų nuomotuoti transporto priemones su žieminėmis padangomis. Jeigu už žieminės padangas reikia mokėti papildomai, vartotojams derėtų pranešti apie šias privalomas išlaidas užsakymo proceso pradžioje.

4.3.6. Kelionių užsakymo interneto svetainėms ypač aktualūs klausimai

NKVD taikoma ne tik kelionių paslaugas teikiantiems prekiautojams, bet ir tarpininkams, pavyzdžiui, kelionių užsakymo interneto svetainėms ⁽⁴¹⁶⁾ – jos privalo laikytis pagrindinių ankstesniuose skirsniuose nurodytų nuostatų. Vartotojai turi gauti svarbią informaciją apie prekiautojo tapatybę, kontaktinius duomenis, taikomą atšaukimo politiką ir pagrindinius kelionės saugumo aspektus, pvz., ar turistų apgyvendinimo vietose įrengti dūmų ir anglies monoksido detektoriai, ar keleivinio transporto paslaugos teikiamos tinkamai patikrintomis ir apdraustomis transporto priemonėmis.

2019 m. Komisija ir nacionalinės institucijos pagal ES vartotojų teisę pasiekė, kad **Airbnb** prisiimtų įsipareigojimus dėl šių veiklos aspektų ⁽⁴¹⁷⁾:

- vartotojai **paieškos rezultatų puslapyje** turi matyti **bendrą kainą**, įskaitant visus taikytinus privalomus mokesčius ir rinkliavas (pvz., aptarnavimo, tvarkymo, vietos mokesčius);
- aiškiai nurodoma, ar apgyvendinimo pasiūlymą siūlo **privatus asmuo, ar profesionalus paslaugų teikėjas**;
- interneto svetainėje pateikiama lengvai prieinama nuoroda į **EGS platformą** ⁽⁴¹⁸⁾ ir pateikiama visa reikalinga informacija apie ginčų sprendimą;
- aiškiai nurodoma, kad vartotojai gali kreiptis į savo **gyvenamosios vietos valstybės teismus**, gerbiama asmens teisė **iškelti bylą būsto šeimininkui**, jei patiriama asmeninė arba kitokia žala;
- įsipareigota **vienašališkai nekeisti sąlygų**, iš anksto aiškiai neinformavus naudotojų ir nesuteikus jiems galimybės nutraukti sutartį.

2020 m. Komisija ir nacionalinės institucijos pagal ES vartotojų teisę pasiekė, kad **Booking** ir **Expedia** prisiimtų šiuos įsipareigojimus ⁽⁴¹⁹⁾:

- užtikrinti, kad informacija apie **kainų sumažinimus ir nuolaidas būtų aiškiai pateikta**, be kita ko, kad už skirtingą viešnagės trukmę apskaičiuotų kainų nenurodyti kaip nuolaidos (pvz., kainą perbraukiant arba įrašant „... proc. mažiau“) ir aiškiai nurodyti, ar mažesnės kainos galioja tik **lojalumo programų** nariams;

⁽⁴¹⁶⁾ 2020 m. Komisijos tyrime buvo tiriami kelionių užsakymo interneto svetainių verslo modeliai, visų pirma jų reklamos ir rinkodaros praktika, ir tokios praktikos poveikis vartotojų sprendimų priėmimui. Europos Komisija, *Behavioural study on advertising and marketing practices in travel booking websites and apps*, 2020 m. rugpjūčio 11 d., <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d79a2522-ddd4-11ea-adf7-01aa75ed71a1>.

⁽⁴¹⁷⁾ 2019 m. liepos 11 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_19_3990; BVAS institucijų bendroji pozicija: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/final_common_position_on_airbnb_ireland_4.6.2018_en_002.pdf.

⁽⁴¹⁸⁾ <https://ec.europa.eu/consumers/odr>.

⁽⁴¹⁹⁾ 2020 m. gruodžio 18 d. pranešimas spaudai https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444.

- aiškiai nurodyti, kada apgyvendinimo paslaugų teikėjų gautas **užmokestis turėjo įtakos jų reitingui paieškos rezultatuose**, ir įtraukti informaciją į paieškos rezultatus, jei **ji atitinka paieškos kriterijus** (pvz., jei iš rezultatų matyti, kad nurodytomis datomis viešbučiuose vietų nėra, apie juos turėtų būti pateikiama tik atitinkama informacija);
- išdėstyti informaciją apie **lankytojų skaičių ir laisvas vietas** aiškiai, su atitinkamais paaiškinimais, pvz., „kambarių skaičius, siūlomas šioje interneto svetainėje, yra ribotas“ arba „už tas pačias viešnagės datas“;
- neklaidinti ir nenurodyti, kad **pasiūlymas galioja ribotą laikotarpį**, jeigu pasiūlymas už tokią pačią kainą galios ir vėliau;
- neapriboti **atsakomybės, susijusios su sutartinių įsipareigojimų vykdymu**, jos neatsisakyti ir nenustatyti bendros ir absoliučios vartotojo pareigos prisiimti visą galimą riziką.

4.4. Finansinės paslaugos ir nekilnojamasis turtas

3 straipsnio 9 dalis

Dėl finansinių paslaugų, apibrėžiamų Direktyvoje 2002/65/EB, ir nekilnojamojo turto valstybės narės gali nustatyti reikalavimus, kurie yra labiau norminantys arba griežtesni nei ši direktyva jos derinamoje srityje.

9 konstatuojamoji dalis

Finansinėms paslaugoms ir nekilnojamajam turtui dėl jų sudėtingumo ir būdingos didelės rizikos būtina nustatyti išsamius reikalavimus, įskaitant pozityvius įpareigojimus [prekiautojams]. Dėl šios priežasties finansinių paslaugų ir nekilnojamojo turto srityje ši direktyva nepažeidžia valstybių narių teisės ginti vartotojų ekonominius interesus reglamentuojant daugiau nei reglamentuojama šios direktyvos nuostatomis.

4.4.1. Kompleksiniai klausimai

Paaiškinant direktyvos 3 straipsnio 9 dalies loginį pagrindą, 2013 m. Komisijos parengtoje NKVD taikymo ataskaitoje ⁽⁴²⁰⁾ pažymėta:

„Pagrindinės priežastys: finansinių paslaugų ir nekilnojamojo turto srityse patiriama didesnė finansinė rizika (palyginti su kitomis prekėmis ir paslaugomis), vartotojai šiuos klausimus mažiau išmano (taip pat skaidrumo, ypač finansinių operacijų, stoka), abiejų sektorių savybės, dėl kurių vartotojai gali būti ypač pažeidžiami ir pasiduoti pardavimo skatinimo priemonėms ir spaudimui, kompetentingų finansinių vykdymo užtikrinimo institucijų patirtis nacionalinėje sistemoje ir, galiausiai, finansų rinkų veikimas ir stabilumas apskritai.“

Iš NKVD 3 straipsnio 9 dalies darytina išvada, kad jos taisyklėmis **minimaliai** suderinama tik finansinių paslaugų ir nekilnojamojo turto sritys. Todėl valstybės narės gali nustatyti labiau norminančias ar griežtesnes nacionalines taisykles, jeigu jos atitinka ES teisę.

Sprendime *Citroën Belux* Teisingumo Teismas nusprendė, kad valstybės narės gali nustatyti bendrą draudimą vartotojams pateikti susietus pasiūlymus, jeigu **bent viena iš pasiūlymo sudedamųjų dalių yra finansinė paslauga** ⁽⁴²¹⁾. Toje byloje nagrinėtu atveju *Citroën* pateikė susietą pasiūlymą, pagal kurį perkant naują *Citroën* automobilį buvo nemokamai suteikiamas 6 mėnesių visapusiškas draudimas. Be to, Teisingumo Teismas išaiškino, kad pagal 3 straipsnio 9 dalį

„<...> nacionalinėmis taisyklėmis neribojama sugriežtinimo apimtis ir nenurodomi sudėtingumo ar rizikos kriterijai, kurie tokioms paslaugoms turi būti nustatyti dėl griežtesnių taisyklių“ ⁽⁴²²⁾.

Komisijos tyrimas, kaip NKVD taikoma finansinėms paslaugoms ir nekilnojamajam turtui ⁽⁴²³⁾, parodė, kad **valstybės narės aktyviai taiko šią išimtį**. Atliekant šį tyrimą nustatyta, kad daugumą šių papildomų taisyklių sudaro

⁽⁴²⁰⁾ Žr. Komisijos ataskaitos Europos Parlamentui, Tarybai ir Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui „Pirmoji Direktyvos 2005/29/EB (Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva) taikymo ataskaita“ (COM/2013/0139 final) 3.4.3 skirsnį.

⁽⁴²¹⁾ 2013 m. liepos 18 d. Sprendimas *Citroën Belux NV prieš Federatie voor Verzekerings- en Financiële Tussenpersonen (FvF)*, C-265/12, 19–23 punktai.

⁽⁴²²⁾ Ten pat, 25 punktas.

⁽⁴²³⁾ Europos Komisija, Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos taikymo finansinėms paslaugoms ir nekilnojamajam turtui tyrimas (2011 m.), <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5550d564-65af-47c8-b7e4-a44020ad4a78>.

konkreiems sektoriams skirti įpareigojimai dėl informacijos, teikiamos prieš sudarant sutartį, ir sutarties informacijos⁽⁴²⁴⁾. Taip pat nustatyta, kad nemažai draudimų daugiausia buvo susiję su tiesioginiu pardavimu ir pirkimo skatinimo veikla⁽⁴²⁵⁾, su veikla, kurioje pasinaudojama tam tikra pažeidžiama sritimi⁽⁴²⁶⁾, arba su interesų konfliktų prevencija⁽⁴²⁷⁾.

Komisijos parengtoje NKVD taikymo ataskaitoje pažymėta, kad nepaisant to, kad yra parengta nemažai nacionalinių taisyklių, bent pusėje atvejų dėl nesąžiningos veiklos finansinių paslaugų ir nekilnojamojo turto srityje kaip teisinis pagrindas nurodyta NKVD⁽⁴²⁸⁾.

NKVD 5 straipsnio 2 dalies a punktas dėl profesinio atidumo reikalavimų atrodo labai svarbus prekyautojams, kurie vykdo veiklą vartotojų atžvilgiu nekilnojamojo turto ir finansinių paslaugų srityje⁽⁴²⁹⁾. Jeigu prekyautojo veikla neatitinka tam tikrų įgūdžių ir rūpestingumo standarto, kurio galima pagrįstai tikėtis iš šios komercinės veiklos srities specialisto, vartotojas gali patirti **reikšmingų ekonominių pasekmių**.

Nesąžiningą veiklą (kaip ji suprantama pagal NKVD), apie kurią dažniausiai pranešama tiek finansinių paslaugų⁽⁴³⁰⁾, tiek nekilnojamojo turto srityje, sudaro **esminės informacijos nepateikimas reklamos etapu ir klaidinantis produktų apibūdinimas**⁽⁴³¹⁾. Internete skelbiamuose pasiūlymuose kartais trūksta informacijos apie pagrindines vartojimo paskolos savybes arba iš pradžių nurodomos paskolos išlaidos kartais apima ne visus taikomus mokesčius, nurodomos neaiškiai, nesuprantamai ir nevienareikšmiškai, nesilaikant NKVD 7 straipsnio 1, 2 ir 4 dalyse nustatytų reikalavimų⁽⁴³²⁾. Tokia veikla taip pat gali pažeisti kitus vartotojų teisės aktus, visų pirma Vartojimo paskolų direktyvą ir Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyvą.

4.4.2. Nekilnojamojo turto aspektai

Nors nekilnojamojo turto klausimai paprastai reglamentuojami nacionaliniu lygmeniu, nuo 2016 m. kovo mėn. kai kurie svarbūs šios srities aspektai reglamentuoti ES lygmeniu⁽⁴³³⁾. **Bendrosiomis NKVD nuostatomis paprastai papildomos konkreitiems sektoriams skirtos ES teisės normos ir nacionalinės (kartais griežtesnės) teisės normos.**

Šios direktyvos taikymas šiame sektoriuje pasižymi tam tikra specifika. Iš tikrųjų daugeliui vartotojų investicija į nekilnojamąjį turtą yra alternatyva pensijų fondui. Jie įsigyja nekilnojamąjį turtą ketindami išnuomoti ir gauna nuomos mokesčių, ne palūkanas, kurias gautų, jeigu investuotų į finansinį produktą. Todėl kyla klausimų, kaip **sąvoka „vartotojas“ taikoma nekilnojamojo turto pirkėjams.**

⁽⁴²⁴⁾ Pvz., finansinių paslaugų srityje specialūs informacijos reikalavimai taikomi bankų sektoriui (pvz., Vokietijoje – dėl užtikrinto kredito perdavimo trečiajam asmeniui, Ispanijoje – dėl pinigų keitimo paslaugų reklamos), investicijų paslaugoms, draudimui ar finansų tarpininkams. Nekilnojamojo turto srityje taikomi informacijos reikalavimai, susiję su nuosavybės įsigijimu, pačiu sandoriu, nekilnojamojo turto agentu ir statybos sutartimis.

⁽⁴²⁵⁾ Pvz., Austrijoje draudžiama naudoti reklaminius skambučius, siųsti nepageidaujamus e. laiškus, išnešiojamuoju būdu siųlyti hipotekos paskolas, nekilnojamojo turto agentams be pagrįstos priežasties negrąžinti pinigų, Nyderlanduose draudžiama išnešiojamuoju būdu siųlyti piniginių kreditų, Belgijoje ir Prancūzijoje draudžiami susieti pasiūlymai.

⁽⁴²⁶⁾ Pvz., daugelyje valstybių narių galioja lupikiškų kreditų draudimas, Prancūzijoje draudžiama reklama, kurioje žadama suteikti paskolą vartotojui nepateikus dokumentų apie finansinę padėtį, o Austrijoje draudžiama be išankstinio teisinio atstovo sutikimo išduoti nepilnamečiams bankomatų (ATM) korteles.

⁽⁴²⁷⁾ Pvz., Danijoje bankams draudžiama teikti finansavimą klientams, kurie ketina įsigyti paties banko išleistų akcijų Prancūzijoje bankai negali neleisti savo klientams naudotis kito kredito draudimo paslaugų teikėjo paslaugomis nei paties banko parūpintas kredito draudimo paslaugų teikėjas, nors siūlomos garantijos dydis yra panašus.

⁽⁴²⁸⁾ Kalbant apie hipoteką, Direktyvoje 2014/17/ES dėl vartojimo paskolų sutarčių (toliau – Hipotekinių paskolų direktyva arba HKD) nustatytos specialios taisyklės dėl verslo vykdymo teikiant kreditą vartotojams (HKD 7 straipsnis) ir dėl kreditorių susiejimo ir grupavimo praktikos (HKD 12 straipsnis).

⁽⁴²⁹⁾ Dėl hipotekos taip pat žr. konkrečias Hipotekinių kreditų direktyvos (Direktyva 2014/17/ES) nuostatas dėl įmonių elgesio teikiant kreditus vartotojams (HKD 7 straipsnis) ir dėl konsultavimo paslaugų standartų (HKD 22 straipsnis), taip pat žr. EBI produktų priežiūros ir valdymo gaires, kurias galima rasti internete adresu <https://www.eba.europa.eu/guidelines-on-product-oversight-and-governance-arrangements-for-retail-banking-products>.

⁽⁴³⁰⁾ Dėl mažmeninių finansinių paslaugų taip pat žr. EBI Vartotojų tendencijų ataskaitą, kurią galima rasti internete adresu <https://www.eba.europa.eu/eba-assesses-consumer-trends-20202021> ir Komisijos parengtą Hipotekinių paskolų direktyvos įvertinimą, kurį galima rasti internete adresu: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e4a1db26-2f94-11eb-b27b-01aa75ed71a1>.

⁽⁴³¹⁾ COM(2013) 139 final, 3.4.3 skirsnis.

⁽⁴³²⁾ 2021 m. bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje institucijos ir Komisija atliko koordinuotą 118 interneto svetainių, kuriose skelbiama reklama arba tiesiogiai siūloma sudaryti sutartis, patikrą. 45 proc. atvejų nustatyta, kad interneto svetainė gali pažeisti NKVD (šios interneto svetainės atrinktos tirti išsamiau). https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_en#2021-mini-sweep-on-consumer-credit

⁽⁴³³⁾ Direktyva 2014/17/ES (Hipotekos kredito direktyva).

Pagal direktyvos 2 straipsnio a punktą vartotoju laikomas bet kuris fizinis asmuo, kuris **veikia siekdamas tikslų, nesusijusių su jo prekyba, verslu, amatu arba profesija**. Todėl tai, kad fizinis asmuo investavimo tikslais perka nekilnojamąjį turtą, neturėtų paveikti jo, kaip vartotojo, statuso, **jeigu jis tai daro siekdamas tikslų, nesusijusių su profesine veikla**. Todėl direktyva bus taikoma ir pirkėjas, kurį, pavyzdžiui, nekilnojamojo turto vystytojas suklaidina dėl pirkinio, pagal ją bus saugomas.

Pavyzdžiui:

Mokytojas iš Vokietijos nusprendžia įsigyti du butus Ispanijos kurorte, juos nuomoti kitiems žmonėms, o vėliau, kai išeis į pensiją, gyventi Ispanijoje. Jeigu mokytojas tai daro siekdamas tikslų, nesusijusių su jo profesine veikla, pagal direktyvą jis bus laikomas vartotoju savo butų Ispanijoje atžvilgiu.

Sąvoka „prekiautojas“ gali būti taikoma nuomotojams. Pagal direktyvos 2 straipsnio b punktą prekiautoju laikomas bet kuris fizinis arba juridinis asmuo, kuris **veikia siekdamas tikslų, susijusių su jo prekyba, verslu, amatu arba profesija**. Todėl vien todėl, kad asmuo išnuomoja butą ar namą kitam asmeniui, jis neturėtų savo nuomininko atžvilgiu būti savaime laikomas prekiautoju. Tačiau, jeigu tas asmuo didelę savo pajamų dalį gauna iš butų nuomos kitiems asmenims, tam tikromis aplinkybėmis pagal NKVD jis gali būti laikomas prekiautoju (taip pat žr. 2.2 skirsnį dėl prekiautojo sampratos).

Taip pat reikėtų pažymėti, kad, turint galvoje sprendimo, priimamo perkant nekilnojamąjį turtą, svarbą ir išskirtinumą, prekiautojai turėtų ypač daug dėmesio skirti tam, kad būtų laikomasi **NKVD 6 ir 7 straipsniuose nustatytų informacijos reikalavimų**. Nagrinėdamas Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyvą, Teisingumo Teismas pabrėžė teisės į šeimos būstą, kaip pagrindinės teisės, svarbą ⁽⁴³⁴⁾.

Pavyzdžiui:

- Vartotojai, įsigiję butus iš tam tikro nekilnojamojo turto vystytojo, sužinojo, kad, baigus pastato statybas, butai nebuvo prijungti nei prie vandentiekio, nei prie elektros tiekimo sistemos. Informaciją apie tokią galimybę greičiausiai būtų galima laikyti esmine informacija apie „svarbiausias produkto savybes“ tiek pagal NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktą, tiek pagal 7 straipsnio 4 dalies a punktą. Informacija apie tai, kad, norint prijungti butą prie šių sistemų, reikėtų pirkti papildomą paslaugą, taip pat galėtų būti laikoma esminė pagal 6 straipsnio 1 dalies e punktą.
- Nekilnojamojo turto plotas taip pat galėtų būti laikomas esmine informacija pagal 6 straipsnio 1 dalies a ir b punktus ir 7 straipsnio 4 dalies a punktą.
- Turto kaina su PVM ir visos neišvengiamos išlaidos, pavyzdžiui, pardavimo atstovo ar brokerio komisinis atlygis, pagal 7 straipsnio 4 dalies c punktą būtų laikoma esmine informacija.

4.4.3. Finansinių paslaugų aspektai

Kadangi šiame sektoriuje galioja griežti konkrečiam sektoriui skirti ES teisės aktai, čia ypač akivaizdus NKVD kaip „apsaugos sistemos“ pobūdis ⁽⁴³⁵⁾.

Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 2002/65/EB ⁽⁴³⁶⁾ pateiktoje apibrėžtyje finansinė paslauga vadinama „bet kokia bankinio, kreditinio, draudimo, asmeninės pensijos, investicinio ar mokamojo pobūdžio paslauga“ ⁽⁴³⁷⁾. Vartotojų apsaugai finansinių paslaugų srityje yra reikšmingi keli konkretiems sektoriams skirti ES teisės aktai. Pavyzdžiui:

— Direktyva 2014/65/ES dėl finansinių priemonių rinkų (FPRD 2),

⁽⁴³⁴⁾ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo Aziz, C-415/11, 61 punktą ir Sprendimo Kusionova, C-34/13, 64 punktą.

⁽⁴³⁵⁾ Hipotekinių paskolų direktyvos 12 straipsnyje draudžiama susiejimo veikla. Taip pat pažymėtina, kad neseniai priimtuose ES teisės aktuose yra specialių nuostatų dėl kryžminio pardavimo veiklos, susijusios su mokėjimo sąskaitomis (žr. Direktyvos 2014/92/ES dėl mokesčių, susijusių su mokėjimo sąskaitomis, palyginamumo, mokėjimo sąskaitų perkėlimo ir galimybės naudotis būtiniausios savybės turinčiomis mokėjimo sąskaitomis 8 straipsnį) ir investicinėmis paslaugomis (žr. Direktyvos 2014/65/ES dėl finansinių priemonių rinkų 24 straipsnio 11 dalį). Be to, Draudimo produktų platinimo direktyvoje (2016 m. sausio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2016/97 dėl draudimo produktų platinimo, OL L 26, 2016 2 2, p. 19) nustatytos nuotolinės prekybos taisyklės.

⁽⁴³⁶⁾ 2002 m. rugsėjo 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/65/EB dėl nuotolinės prekybos vartotojams skirtomis finansinėmis paslaugomis ir iš dalies keičiančia Tarybos direktyvą 90/619/EEB ir direktyvas 97/7/EB ir 98/27/EB, OL L 271, 2002 10 9, p. 16.

⁽⁴³⁷⁾ Direktyvos 2002/65/EB dėl nuotolinės prekybos vartotojams skirtomis finansinėmis paslaugomis 2 straipsnio b punktas,

- Direktyva (ES) 2015/2366 dėl mokėjimo paslaugų;
- Direktyva 2008/48/EB dėl vartojimo kredito sutarčių,
- Direktyva 2014/17/ES dėl vartojimo kredito sutarčių dėl gyvenamosios paskirties nekilnojamojo turto,
- Direktyva 2014/92/ES dėl mokesčių, susijusių su mokėjimo sąskaitomis, palyginamumo, mokėjimo sąskaitų perkėlimo ir galimybės naudotis būtiniausiais savybės turinčiomis mokėjimo sąskaitomis;
- Direktyva (ES) 2016/97 dėl draudimo produktų platinimo,
- Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2015/751 ⁽⁴³⁸⁾ dėl tarpbankinių mokesčių už kortele grindžiamas mokėjimo operacijas.
- Reglamentas (ES) Nr. 1286/2014 dėl mažmeninių investicinių produktų paketų ir draudimo principu pagrįstų investicinių produktų (MIPP ir DIP) pagrindinės informacijos dokumentų.

Finansinių paslaugų produktus dažnai sunku suprasti ir jie gali būti susiję su didele ekonomine rizika, todėl prekiautojai turėtų būti labai atidūs ir laikytis įgūdžių ir rūpestingumo standarto, kurio galima pagrįstai tikėtis iš šios komercinės veiklos srities specialistų (plg. NKVD 5 straipsnio 2 dalies a punktą).

Pavyzdžiui:

Pagal Vartojimo kredito sutarčių direktyvos 5 straipsnio 6 dalį „Valstybės narės užtikrina, kad kreditoriai ir, jei taikoma, kredito tarpininkai pateiktų pakankamai paaiškinimų vartotojui, kad vartotojas galėtų įvertinti, ar siūloma kredito sutartis atitinka jo poreikius ir jo finansinę padėtį, ir prireikus paaiškintų informaciją, kuri pagal [Vartojimo kredito direktyvos 5 straipsnio] 1 dalį turi būti pateikiama prieš sudarant sutartį, siūlomų produktų esmines savybes ir galimą jų konkretų poveikį vartotojui, įskaitant pasekmes, jei vartotojas nevykdytų įsipareigojimų dėl mokėjimų.“

Prekiautojai taip pat neturėtų vykdyti **klaidinančios veiklos**, nurodytos NKVD 6 ir 7 straipsniuose, kai:

- reklamoje nepateikiama informacija apie bendros kredito kainos metinę normą ir kredito kainą,
- teikiami klaidinantys kredito sutarčių su maža palūkanų norma pasiūlymai,
- nepateikiama tinkama informacija apie teisinius įsipareigojimus, susijusius su sutarčių pasirašymu.

Pavyzdžiui:

- Prekiautojai neturėtų perdėtai pabrėžti ekonominės naudos ar neatskleisti informacijos apie vartotojo finansinę riziką, taip pat neturėtų pernelyg pasikliauti ankstesniais finansinio produkto rezultatais.
- Prie svarbiausių finansinio produkto savybių pagal 6 straipsnio 1 dalies b punktą ir 7 straipsnio 4 dalies a punktą būtų galima priskirti informaciją apie tai, kad finansinis produktas bus apskaičiuojamas ne sutarties sudarymo vietos valstybės valiuta ⁽⁴³⁹⁾.
- Pagal 6 straipsnio 1 dalies d punktą ir 7 straipsnio 4 dalies c punktą nurodant ir apskaičiuojant mokesčius ir išlaidas reikėtų įtraukti visas vartotojų patiriamas išlaidas, pavyzdžiui, paslaugos išlaidas, susijusias su agentų ar tarpininkų mokesčiais, ar sąskaitos kreditavimo išlaidas. Nurodant ir apskaičiuojant mokesčius ir išlaidas taip pat reikėtų aiškiai nurodyti, kad speciali maža palūkanų norma ir (arba) mokestis taikomas tik ribotą laiką.

8 ir 9 straipsniuose nustatyti **agresyvos komercinės veiklos** vertinimo kriterijai. Direktyvos **I priedo 27 punkte** kalbama apie agresyvią komercinę veiklą finansinių paslaugų srityje, todėl ji turi būti laikoma **nesąžininga visais atvejais**:

I PRIEDO 27 punktas

„Reikalavimas, kad vartotojas, ketinantis pateikti reikalavimą remdamasis draudimo sutartimi, pateiktų dokumentus, kurie negali būti pagrįstai laikomi svarbiais nustatant ar reikalavimas pagrįstas, arba nuolatinis vengimas atsakyti į atitinkamą korespondenciją, siekiant įtikinti vartotoją nesinaudoti savo sutartinėmis teisėmis“.

⁽⁴³⁸⁾ 2015 m. balandžio 29 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2015/751 dėl tarpbankinių mokesčių už kortele grindžiamas mokėjimo operacijas, OL L 123, 2015 5 19, p. 1.

⁽⁴³⁹⁾ Dėl paskolų užsienio valiuta Hipotekinių kreditų direktyvos (Direktyva 2014/17/ES) 23 straipsnyje nustatytos specialios taisyklės, kuriomis siekiama apriboti vartotojų priiimamą valiutos kurso riziką.

Pavyzdžiui:

- Kai kuriomis aplinkybėmis sąskaitų perkėlimo kliūtys ⁽⁴⁴⁰⁾ gali būti pripažįstamos agresyvia komercine veikla, todėl pagal 9 straipsnio d punktą laikomos nesąžiningomis ⁽⁴⁴¹⁾.
- Draudimo sektoriuje I priedo 27 punktas buvo taikomas tais atvejais, kai draudikai atsisakė mokėti vartotojams, pateikusiems prašymą pagal draudimo liudijimą, reikalaudami pateikti dokumentus, kurių nėra pagrindo laikyti reikalingais prašymo pagrįstumui įvertinti. Tokiais atvejais draudikai pastoviai ignoravo dėl to siunčiamus raštus, taip siekdami, kad vartotojai nepasinaudotų savo sutartinėmis teisėmis.

Nacionalinės institucijos aktyviai taiko NKVD finansinių paslaugų srityje.

Pavyzdžiui:

Graikijos institucijos ėmėsi teisinių priemonių prieš tam tikrus bankus, kurie teikė klaidinančią informaciją apie riziką, susijusią su tam tikrais finansiniais produktais, t. y. „Lehman Brothers“ obligacijomis ⁽⁴⁴²⁾. Vertindamos, ar tokia veikla buvo klaidinanti, institucija atsižvelgė į tai, kad vartotojai, kuriems bankas ketino parduoti šias obligacijas, buvo paprasti einamųjų sąskaitų savininkai, o ne investicijų specialistai, gerai nusimanantys apie tokio pobūdžio finansinius produktus.

⁽⁴⁴⁰⁾ Direktyva 2014/92/ES dėl mokesčių, susijusių su mokėjimo sąskaitomis, palyginamumo, mokėjimo sąskaitų perkėlimo ir galimybės naudotis būtiniausios savybės turinčiomis mokėjimo sąskaitomis nustatoma speciali procedūra, kuria turi vadovautis mokėjimo sąskaitų teikėjai (10 straipsnis) ir reikalaujama, kad jie praneštų vartotojams apie jų teikiamą perkėlimo paslaugą (14 straipsnis).

⁽⁴⁴¹⁾ Tuo pačiu klausimu žr. FISMA tyrimą dėl finansinių paslaugų ir produktų perkėlimo, kurį galima rasti adresu: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a11e1d38-2562-11eb-9d7e-01aa75ed71a1/language-en>.

⁽⁴⁴²⁾ 2009 m. kovo 27 d. Plėtros ministerijos Vartotojų generalinio direktorato Vartotojų apsaugos direktoratas skyrė 1 000 000 EUR baudą Atėnų Citibank PLC.

PRIEDAS

Šiame pranešime minimų Teisingumo Teismo bylų sąrašas
(pagal sprendimo priėmimo metus)

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
2009 m.		
Total Belgium (sujungtos bylos C-261/07) ir Galatea BVBA (C-299/07)	— Kadangi direktyva siekiama visiško suderinimo, pagal ją draudžiami nacionalinės teisės aktai, kuriuose numatytas bendras susietų pasiūlymų draudimas, net jei tokiais nacionalinės teisės aktais užtikrinama didesnė vartotojų apsauga. — Valstybės narės gali numatyti bendrą draudimą, neatsižvelgdamos į konkrečias aplinkybes, tik į direktyvos I priede pateiktą sąrašą įtrauktai veiklai.	1.1. Materialinė taikymo sritis
2010 m.		
Plus Warenhandelsgesellschafft (C-304/08)	— Direktyvos materialinė taikymo sritis yra plati, į ją patenka nacionalinės teisės aktai, kuriais siekiama apriboti antikonkurencinę veiklą, kuri taip pat daro poveikį vartotojams. — Pagal direktyvą draudžiama nustatyti bendrą draudimą komercinei veiklai, kai vartotojams yra leidžiama dalyvauti prizų konkurse ar loterijoje, jei jis perka paslaugas arba naudojami paslaugomis, nes tokia veikla neįtraukta į direktyvos I priede pateiktą sąrašą.	1.1. Materialinė taikymo sritis
Mediaprint (C-540/08)	— Pagal direktyvą neleidžiama nustatyti bendro nacionalinio pardavimo su priedais draudimo, kuriuo būtų siekiama apsaugoti vartotojus ir kitų tikslų.	1.1. Materialinė taikymo sritis
Telekom. Polska (C-522/08)	— Pagal direktyvą neleidžiama priimti nacionalinės teisės aktų, pagal kuriuos, išskyrus tam tikras išimtis ir neat-sižvelgiant į konkrečias aplinkybes, bendrai draudžiama pateikti vartotojui pardavėjo susietus pasiūlymus. — Taip yra net ir tada, kai tokie nacionalinės teisės aktai leidžiami pagal Pagrindų direktyvą ir Universaliųjų paslaugų direktyvą.	1.1. Materialinė taikymo sritis
2011 m.		
Ving Sverige (C-122/10)	— Tam, kad komercinį pranešimą būtų galima laikyti kvietimu pirkti, nebūtina, kad juo būtų sudaryta faktinė galimybė įsigyti produktą arba kad jis būtų paskelbtas panašiu ar tuo pačiu metu kaip tokia galimybė. — „Pradinių kainų“ naudojimas neprieštarauja NKVD, jei galutinės kainos pagrindai negalima „iš anksto apskaičiuoti“.	2.9.4. Naudojamos komunikacijos priemonės faktinės aplinkybės ir ribotumas 2.9.5. Esminė kvietimų pirkti informacija. 7 straipsnio 4 dalis

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
	— Informacijos apie pagrindines produkto savybes, kurią prekiautojas privalo pateikti kvietime pirkti, apimtis turi būti vertinama atsižvelgiant į šio kvietimo aplinkybes, produkto pobūdį ir savybes bei į naudojamą komunikacijos priemonę.	
Wamo (C-288/10)	— Nacionalinės taisyklės, pagal kurias draudžiama prieš išpardavimą mažinti kainas, neatitinka direktyvos, jeigu tuo siekiama apsaugoti ekonominius vartotojų interesus	1.1. Materialinė taikymo sritis
Inno (C-126/11)	— Nacionalinė nuostata nepatenka į NKVD taikymo sritį, jeigu „ja, kaip nurodė prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, siekiama tik reguliuoti konkurentų tarpusavio santykius ir nesiekiama apsaugoti vartotojų“.	1.1. Materialinė taikymo sritis

2012 m.

Purely Creative (C-428/11)	— Pagal I priedo 31 punktą draudžiama bet kokia veikla, kai vartotojas, norėdamas gauti dovaną, privalo sumokėti pinigų arba patiria kokių nors išlaidų. — Tokia veikla draudžiama, net jei klientas dovaną gali gauti keliais būdais, iš kurių kai kurie yra nemokami. — Dovanos atsiėmimo išlaidos neturi reikšmės, nes ši veikla yra įtraukta į I priede pateiktą sąrašą, todėl direktyva yra siekiama išvengti sudėtingų kiekvieno atvejo aplinkybių vertinimo, jeigu dovanos vertė būtų lyginama su kliento patirtomis jos atsiėmimo išlaidomis.	3.8. Dovanos. 31 punktas
Pelckmans Turnhout (C-559/11)	— Nustatyta, kad nacionaliniu draudimu parduotuvėms dirbti septynias dienas per savaitę buvo siekiama apsaugoti platinimo sektoriaus darbuotojų ir darbdavių interesus, o ne vartotojus.	1.1. Materialinė taikymo sritis
Pereničová ir Perenič (C-453/10)	— Klaidinga sutarčių sąlygose pateikiama informacija yra „klaidinanti“, kaip tai suprantama pagal NKVD, jeigu ja vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti skatinamas priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.	1.2.4. Sąveika su Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyva

2013 m.

Köck (C-206/11)	— Pripažinta, kad nacionaliniu įstatymu, pagal kurį apie galutinį išpardavimą buvo leidžiama paskelbti tik gavus kompetentingos administracinės institucijos leidimą, buvo siekiama apsaugoti vartotojus, ne vien konkurentus ir kitus rinkos subjektus.	1.1. Materialinė taikymo sritis
------------------------	--	---------------------------------

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
CHS Tour Services (C-435/11)	— Jeigu komercinė veikla atitinka visus 6 straipsnio 1 dalyje nurodytus vartotojus klaidinančios komercinės veiklos kriterijus, vertinti, ar ši veikla prieštarauja ir profesinio atidumo reikalavimams, kaip nurodyta 5 straipsnio 2 dalies a punkte, nėra būtina.	2.7. 5 straipsnis. Profesinis atidumas
BKK Mobil Oil (C-59/12)	— Viešosios teisės reglamentuojama įstaiga, kuriai patikėta viešuoju interesu grindžiama užduotis, pavyzdžiui, valstybinio sveikatos draudimo fondo valdymas, gali būti laikoma „prekiautoja“.	2.2. Prekiautojo sąvoka
Citroën Belux (C-265/12)	— Valstybės narės gali nustatyti bendrą draudimą teikti vartotojams susietus pasiūlymus, jeigu bent viena iš šio pasiūlymo sudedamųjų dalių yra finansinė paslauga.	4.4. Finansinės paslaugos ir nekilnojamasis turtas
Trento Sviluppo (C-281/12)	— Patvirtintas platus aiškinimas: sąvoka „sprendimas dėl sandorio“ apima ne tik sprendimą įsigyti produktą ar jo neįsigyti, bet ir tokiu sprendimu tiesiogiai susijusį sprendimą, visų pirma sprendimą užėti į parduotuvę.	2.4. Sprendimo dėl sandorio kriterijus
Euronics (C-391/12)	— Kai ūkio subjekto komercinė veikla naudojasi kita įmone, veikianti šio ūkio subjekto vardu ir (arba) jo naudai, NKVD nuostatos tam tikrais atvejais gali būti taikomos tiek minėtam ūkio subjektui, tiek įmonei, jeigu įmonė ir minėtas subjektas atitinka „prekiautojo“ apibrėžtį. — NKVD, visų pirma I priedo 11 punktu, negalima remtis prieš laikraščių leidėjus. Taigi pagal direktyvą nedraudžiama taikyti nacionalinės nuostatos, pagal kurią iš tokių leidėjų reikalaujama konkrečiai pažymėti (šiuo atveju – vartojant sąvoką „reklama“) bet koki savo periodiniuose leidiniuose skelbiamą straipsnį, už kurį jie gauna atlygį, nebent iš leidinio išdėstymo ir maketavimo jau yra matyti, kad tai – reklama.	2.2. Prekiautojo sąvoka 2.3. Komercinės veiklos sąvoka
Euronics (C-343/12)	— Pagal direktyvą draudžiama nacionalinė nuostata, kuria siekiama uždrausti nuostolingus pardavimus, tik jeigu šia nuostata taip pat siekiama apsaugoti vartotojus.	1.1. Materialinė taikymo sritis

2014 m.

Europos Komisija prieš Belgijos Karalystę (C-421/12)	— Nacionalinės teisės normos, kuriomis I priede nurodyta veikla draudžiama apskritai, atskirai neišanalizavus, ar ta veikla yra nesąžininga pagal direktyvos 5–9 straipsniuose nurodytus kriterijus, pagal direktyvos 4 straipsnį nėra leidžiamos ir prieštarauja šia direktyva siekiamam visiško suderinimo tikslui.	1.2.5. Sąveika su Kainų žymėjimo direktyva
---	---	--

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
	— Pasiūlymai pirkti sumažinta kaina ir visiško suderinimo pobūdis pagal Kainų žymėjimo direktyvą. — Jeigu prekiautojas neatskleidžia informacijos, kurios reikalaujama pagal nacionalines nuostatas, kurios yra leidžiamos pagal esamų ES teisės aktų minimalių reikalavimų nuostatas, tai nebus laikoma esminės informacijos nepateikimu, taigi ir klaidinančiu informacijos neatskleidimu pagal direktyvą.	
UAB 4finance prieš Lietuvos finansų ministeriją (C-515/12)	— Piramidės pobūdžio skatinimo sistema laikoma nesąžininga komercine veikla tik tada, kai pagal tokią sistemą iš vartotojo reikalaujama sumokėti piniginę įmoką (nepriklausomai nuo jos dydžio) mainais už galimybę gauti atlygį, visų pirma už kitų vartotojų įtraukimą į tą sistemą, o ne už produktų pardavimą ar naudojimą.	3.2. Piramidės pobūdžio sistemos. 14 punktas

2015 m.

UPC (C-388/13)	— Nei Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos 2 straipsnio c ir d punktuose, 3 straipsnio 1 dalyje ir 6 straipsnio 1 dalyje pateiktose apibrėžtyse, nei visame direktyvos tekste nėra nurodyta, kad prekiautojo veiksmai ar neveikimas turi kartotis ar būti susiję su daugiau nei vienu vartotoju.	2.3. Komercinės veiklos sąvoka
Cdiscount (C-13/15)	— Nacionalinės institucijos ir teismai turi spręsti, ar nacionaline nuostata siekiama apsaugoti vartotojų interesus.	1.1. Materialinė taikymo sritis
Sprendimas Abcur, sujungtos bylos C-544/13 ir C-545/13	— Tai, kad tam tikromis faktinėms aplinkybėms yra taikomi kiti ES teisės aktai, nereiškia, kad NKVD nėra taikoma. — Net jei žmonėms skirti vaistai, kaip antai nagrinėjami pagrindinėse bylose, patenka į Direktyvos 2001/83/EB taikymo sritį, šių vaistų reklamos priemonės, kaip antai nurodytosios pagrindinėse bylose, taip pat gali patekti į Direktyvos 2005/29/EB taikymo sritį, jei tenkinamos šios direktyvos taikymo sąlygos.	1.2.1. Santykis su kitais ES teisės aktais

2016 m.

Sony (C-310/15)	— Kompiuterio su iš anksto įdiegta programine įranga pardavimas, kai vartotojas negali įsigyti to paties modelio kompiuterio be iš anksto įdiegtos programinės įrangos, savaime nėra nesąžininga komercinė veikla, kaip tai suprantama pagal NKVD 5 straipsnio 2 dalį, nebent ši veikla prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams ir iš esmės iškreipia arba gali iškreipti vidutinio vartotojo ekonominę elgesį to produkto atžvilgiu.	4.2.11. Vartotojo susaistymas
------------------------	---	-------------------------------

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
	— Tai, kad kiekvienos iš anksto įdiegtos programinės įrangos dalies kainos nebuvo nurodytos, nėra klaidinanti komercinė veikla, kaip tai suprantama pagal NKVD 5 straipsnio 4 dalies a punktą ir 7 straipsnį.	
Citroën Belux (C-476/14)	— Jeigu NKVD prieštarauja kitoms ES teisės normoms, reglamentuojančioms konkrečius nesąžiningos komercinės veiklos aspektus, tos teisės normos bus laikomos viršesnėmis ir bus taikomos tiems konkrečiams aspektams. Kainų žymėjimo direktyva 98/6/EB yra viršesnė, nes ja reglamentuojami konkretūs aspektai, susiję su produktų pardavimo kainos žymėjimu pasiūlymuose ir reklamoje.	1.2.5. Sąveika su Kainų žymėjimo direktyva
Canal Digital Danmark (C-611/14)	— Vertinant klaidinantį informacijos neatskleidimą pagal 7 straipsnio 1 ir 3 dalis, reikia atsižvelgti į kriterijus, susijusius su šios veiklos vykdymo aplinkybėmis, net jei jie nacionalinės teisės aktuose nėra nustatyti ir tėra minimi tik parengiamuosiuose dokumentuose. — 7 straipsnio 4 dalyje pateiktas išsamus esminės informacijos, kuri turi būti pateikta kvietime pirkti, sąrašas. Tai, kad prekiautojas pateikia visą tą informaciją, nereiškia, kad kvietimas negali būti laikomas klaidinančia veikla, kaip tai suprantama pagal 6 straipsnio 1 dalį arba 7 straipsnio 2 dalį. — Jeigu prekiautojas nustato ir kas mėnesį, ir kas šešis mėnesius vartotojo mokėtiną prenumeratos kainą ir reklamoje ypač pabrėžia mėnesio mokesčio dydį, o šešių mėnesių mokesčio nemini visiškai arba nurodo tik mažiau pastebimu būdu ir dėl to, kad ši informacija neatskleidžiama, vartotojas priima sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, tokia veikla pagal 7 straipsnį laikytina klaidinančiu informacijos neatskleidimu. — Tai, kad prekiautojas padalija produkto kainą į kelias sudedamąsias dalis ir pabrėžia vieną iš jų, pagal 6 straipsnio 1 dalį turi būti laikoma klaidinančiu veiksmu, nes tai gali sudaryti vidutiniam vartotojui klaidingą įspūdį, kad buvo pasiūlyta palanki kaina, ir paskatinti jį priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Į laiko ribotumą, kuris gali būti būdingas tam tikroms komunikacijos priemonėms, pavyzdžiui, televizijos reklamai, atsižvelgti negalima.	2.8.2. Kainos pranašumai 2.9.4. Naudojamos komunikacijos priemonės faktinės aplinkybės ir ribotumas 2.9.5. Esminė kvietimų pirkti informacija. 7 straipsnio 4 dalis
Loterie Nationale (C-667/15)	— Pagal I priedo 14 punktą komercinė veikla laikytina „piramidės pobūdžio skatinimo sistema“, net jei tarp naujų sistemos narių mokamų įmokų ir esamiems nariams mokamo atlygio ryšys tėra netiesioginis.	3.2. Piramidės pobūdžio sistemos. 14 punktas

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
Wathelet (C-149/15)	— Tarpininkas gali būti laikomas pardavėju, jei jis tinkamai neinformavo vartotojo, kad prekių pardavėjas yra kitas asmuo, ir taip sudarė išpūdį, kad jis yra pardavėjas. Byloje nagrinėjama Direktyva 1999/44/EB dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų, tačiau Teisingumo Teismo išvados daro platesnį poveikį sutartiniais santykiams.	4.2.2. Tarpininkavimas sudarant vartojimo sutartis su trečiosiomis šalimis
2017 m.		
Carrefour (C-562/15)	— Reklama, kurioje lyginamos kainos didesnio dydžio ar formato parduotuvėse, priklausančiose mažmeninės prekybos tinklui, su kainomis mažesnio dydžio ar formato parduotuvėse, priklausančiose konkurentų mažmeninės prekybos tinklams (pvz., labai dideliuose prekybos centruose ir kituose prekybos centruose), gali būti neteisėta, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2006/114/EB 4 straipsnio a ir c punktus, taikomus su NKVD 7 straipsnio 1–3 dalimis, nebent vartotojai aiškiai pačioje reklamoje informuojami, kad lyginamos kainos didesnio dydžio ar formato reklamuotojui priklausančio mažmeninės prekybos tinklo parduotuvėse ir mažesnio dydžio ar formato konkuruojančių mažmeninės prekybos tinklų parduotuvėse.	1.2.6. Sąveika su Klaidinančios ir lyginamosios reklamos direktyva
Verband Sozialer Wettbewerb (C-146/16)	— NKVD yra taikytina reklamai platformoje, siūlančioje įvairius produktus, kuriuos tiekia ne pati platforma, bet platformoje veikiantys tretieji asmenys prekiautojai. — Vertinant reklamą ir siekiant patikrinti, ar pagal 7 straipsnio 4 dalį pateikta visa esminė informacija, turi būti atsižvelgiama į ribotumą apimties prasme ir į konkrečias to atvejo aplinkybes. Skelbiant reklamą interneto platformose, kuriose siūloma daug įvairių trečiųjų šalių prekiautojų prekių ir paslaugų, gali iškilti ribotumas vietos prasme, kaip apibrėžta 7 straipsnio 3 dalyje, kuriais galima pateisinti, kodėl nėra nurodomas kiekvieno prekiautojo geografinis adresas ir tapatybė. Vis dėlto tokia informacija turi būti pateikta paprastai ir greitai, vos tik prisijungus prie platformos.	2.9.5. Esminė kvietimų pirkti informacija. 7 straipsnio 4 dalis 4.2.1. Interneto platformos ir jų komercinė veikla 4.2.6. Nuomonės formavimo rinkodara
Luc Vanderborght (C-339/15)	— Pagal NKVD nacionalinės nuostatos, kuriomis saugoma visuomenės sveikata ir gydytojo odontologo profesinė reputacija, pirma, apskritai ir visiškai draudžiant bet kokia forma reklamuoti burnos ir dantų priežiūros paslaugas ir, antra, nustatant tam tikrus saikingumo reikalavimus odontologijos kabinetų iškaboms, nėra draudžiamos.	1.1. Materialinė taikymo sritis
Gelvora (C-357/16)	— Skolų išieškojimo veikla, patenkanti į materialinę NKVD taikymo sritį.	2.3.1. Veikla po pardavimo, įskaitant skolų išieškojimo veiklą

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
Europamur Alimentacion (C-295/16)	— Nacionaliniai bendrieji draudimai siūlyti ar parduoti prekes nuostolingai, kuriais sudaromas pagrindas nukrypti nuo šio draudimo pagal NKVD nenustatytus kriterijus, yra draudžiami.	1.1. Materialinė taikymo sritis
2018 m.		
Dyson prieš BSH (C-632/16)	— Tai, kad nepateikiama pagal konkretiems sektoriams skirtus teisės aktus nereikalaujama informacija apie bandymų, pagal kuriuos etiketėje nurodoma dulkių siurblių energijos vartojimo efektyvumo klasė, sąlygas, nėra klaidinantis informacijos neatskleidimas.	1.2.1. Santykis su kitais ES teisės aktais
Wind tre (C-54/17) ir Vodafone (C-55/17)	— SIM kortelių su iš anksto įkeltomis ir aktyvuotomis paslaugomis pardavimas, tinkamai neinformavus vartotojų apie šias paslaugas ir jų išlaidas, gali būti laikoma pagal I priedo 29 punktą draudžiama ir agresyvia neužsakytų prekių ar paslaugų pardavimo veikla. — Vertinant neturi reikšmės, ar tam, kad būtų pasinaudota paslaugomis, buvo reikalingas sąmoningas vartotojo veiksmas, arba ar vartotojas galėjo deaktyvuoti paslaugas, nes negalima laikyti, kad paslaugos buvo laisvai pasirinktos, kadangi nebuvo turima pakankamai informacijos.	2.10. 8 ir 9 straipsniai. Agresyvi komercinė veikla
Kamenova (C-105/17)	— Asmuo, interneto svetainėje paskelbęs aštuonis naujų ir naudotų prekių pardavimo skelbimus, nebūtinai yra „prekiautojas“. Klasifikuojant būtina atsižvelgti į įvairius sprendime išdėstytus neišsamius kriterijus.	2.2. Prekiautojo sąvoka
Bankia (C-109/17)	— Nacionalinės teisės aktai, pagal kuriuos išieškojimo iš hipoteka įkeisto turto bylą nagrinėjančiam teismui draudžiama savo iniciatyva arba šalių prašymu peržiūrint vykdomojo dokumento galiojimą atsižvelgti į tai, ar buvo vykdyta nesąžininga komercinė veikla, ir bet kuriuo atveju teismui, turinčiam jurisdikciją priimti sprendimą iš esmės, yra draudžiama imtis bet kokių laikinųjų apsaugos priemonių, pavyzdžiui, sustabdyti išieškojimo iš hipoteka įkeisto turto procedūrą, pagal 11 straipsnį nėra draudžiami. — Nacionalinės teisės aktai, pagal kuriuos elgesio kodeksui, kaip antai nurodytam 10 straipsnyje, nesuteikiamas teisinio privalomumo pobūdis, pagal 11 straipsnį nėra draudžiami.	1.2.4. Sąveika su Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyva 2.8.4. Elgesio kodeksų nesilaikymas
2019 m.		
Orange Polska (C-628/17)	— Sutarties pasirašymas dalyvaujant kurjeriui jokiais aplinkybėmis negali būti laikomas agresyvia veikla, darant pernelyg didelę įtaką, kaip nurodyta 8–9 straipsniuose. Reikia atsižvelgti į prekiautojo elgesį konkrečiu atveju, kuriuo vartotojui daromas toks spaudimas, kad šiurkščiai pažeidžiama jo pasirinkimo laisvė, vartotojas priverstas jaustis nepatogiai arba susipainioja priimdamas sprendimą dėl sandorio.	2.10. 8 ir 9 straipsniai. Agresyvi komercinė veikla

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
	— Vien to, kad vartotojui nebuvo suteikta galimybė iš anksto perskaityti tipines sutarties sąlygas, nepakanka, kad toks sutarčių sudarymo modelis savaime būtų agresyvios veiklos požymis. Tačiau jis gali būti laikomas agresyviu, jeigu kartu yra skelbiama, kad sutartį ar jos pakeitimą pasirašyti uždelsus, vėliau ją bus galima pasirašyti tik mažiau palankiomis sąlygomis, kad gali kilti rizika, kad vartotojui teks mokėti sutartyje numatytas baudas, o jei sutartis keičiama – gali kilti rizika, kad prekiautojas sustabdys paslaugos teikimą, arba jeigu kurjeris teigia vartotojui, kad tuo atveju, jei vartotojas vėluos arba atsisakys pasirašyti, kurjeris gali sulaukti nepalankaus savo darbdavio įvertinimo.	
Kirschstein (C-393/17)	— Tarp prekiautojo veiklos, kuri yra glaudžiai susijusi su produktų pirkimo skatinimu, pardavimu ar tiekimu vartotojams, ir veiklos, kuri yra susijusi su pačiu produktu (pvz., leidimais paslaugų teikėjams, galintiems suteikti universitetinį išsilavinimą atitinkančius laipsnius) yra skirtumas. — Nacionalinės teisės norma, kuria siekiama apibrėžti ūkio subjektą, turintį teisę teikti paslaugą, dėl kurios sudarytas komercinis sandoris, bet kurioje tiesiogiai neregamentuota veikla, kuria tas ūkio subjektas vėliau gali verstis siekdamas skatinti ar vykdyti šios paslaugos pardavimą, negali būti laikoma susijusia su komercine veikla, turinčia tiesioginį ryšį su tos paslaugos teikimu, kaip tai suprantama pagal NKVD.	2.3. Komercinės veiklos sąvoka
EVN Bulgaria Toplofikatsia (sujungtos bylos C-708/17 ir C-725/17)	— Nacionalinės teisės aktai, kuriuose numatyta, kad bendraturčiams priklausančiame pastate, prijungtame prie centralizuoto šilumos tiekimo tinklo, esančio buto savininkai privalo prisidėti prie bendrose patalpose ir pastato vidaus įrenginiuose suvartojamos šiluminės energijos išlaidų, nors savininkai atskirai neprašė tiekti šios šiluminės energijos ir jos nenaudoja savo bute, pagal VTD ir NKVD nėra draudžiami.	1.2.3. Sąveika su Vartotojų teisių direktyva

2020 m.

Mezina (C-393/19)	— Jei Reglamento (EB) Nr. 1924/2006 ir Direktyvos 2005/29/EB nuostatos prieštarauja viena kitai, viršesnės yra ir nesąžiningai komercinei veiklai, susijusiai su sveikumo teiginiais, taikomos reglamento nuostatos.	1.2.2. Informacija, kuri pagal kitus ES teisės aktus laikoma „esmine“
--------------------------	--	---

2021 m.

Waternet (C-922/19)	— Pagal VTD ir NKVD sutarčių sudarymas neregamentuojamas, todėl prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, remdamasis nacionalinės teisės aktais, turi pats įvertinti, ar sutartis gali būti laikoma sudaryta tarp vandens tiekimo bendrovės ir vartotojo, kai nėra aiškaus vartotojo sutikimo.	1.2.3. Sąveika su Vartotojų teisių direktyva 2.10. 8 ir 9 straipsniai. Agresyvi komercinė veikla
----------------------------	--	--

Bylos numeris ir pavadinimas	Dalykas(-ai)	Pranešimo skirsnis
	— Prie Direktyvos 2005/29/EB I priedo 29 punkte nurodyto neužsakytų prekių ar paslaugų pardavinėjimo nepriskiriama geriamojo vandens tiekimo bendrovės komercinė veikla, kai vartotojui išikeliant į prieš tai kito asmens gyventą gyvenamąjį būstą, būstas paliekamas prijungtas prie viešojo vandens tiekimo tinklo, nes tas vartotojas neturi galimybės pasirinkti šios paslaugos tiekėjo, šios paslaugos tiekėjas nustato išlaidas padengiančius, skaidrius ir nediskriminacinius tarifus pagal suvartotą vandenį, o vartotojas žino, kad toks būstas yra prijungtas prie viešojo vandens tiekimo tinklo ir kad vandens tiekimas yra mokamas.	
Peek & Cloppenburg (C-371/20)	— I priedo 11 punktas turi būti aiškinamas taip, kad už produkto pirkimo skatinimą paskelbiant redakcinį turinį prekiautojas „moka“, jeigu prekiautojas už paskelbtą turinį pateikia turtinės vertės užmokestį, nepriklausomai nuo užmokesčio formos ir piniginio ar kitos formos užmokesčio dydžio, jeigu tarp tokiu būdu duoto užmokesčio ir paskelbto turinio egzistuoja akivaizdus ryšys. Be kita ko, užmokestis bus laikomas mokėtum jeigu prekiautojas nemokamai suteikia autorių teisėmis saugomus vaizdus, kuriuose matomos jo komercinės patalpos ir jo siūlomi parduoti produktai.	4.2.5. Nuomonės formavimo rinkodara

KOMISIJOS PRANEŠIMAS**Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas 6a straipsnio aiškinimo ir taikymo gairės**

(Tekstas svarbus EEE)

(2021/C 526/02)

TURINYS*Puslapis*

IVADAS	131
1. 6A STRAIPSNIO TAIKymo SRITIS	132
1.1. Sąvokos „pranešimas apie kainų sumažinimą“ reikšmė	132
1.2. Atitinkami prekiautojai	133
2. „ANKSTESNĖS“ KAINOS NURODYMAS	134
2.1. Bendrosios taisyklės	134
2.2. „Ankstesnės kainos“ nurodymas bendrų pranešimų apie kainų sumažinimą atveju	135
2.3. Lojalumo programos ir prie individualių poreikių pritaikytas kainų sumažinimas	136
3. SAŲVEIKA SU NESĄŽININGOS KOMERCINĖS VEIKLOS DIREKTYVA	137
4. REGLAMENTAVIMO GALIMYBĖS	138
4.1. Greitai gendančios prekės	138
4.2. Naujos prekės	139
4.3. Laipsniškas kainų mažinimas	139

IVADAS

Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 98/6/EB ⁽¹⁾ (toliau – Kainų žymėjimo direktyva, KŽD) siekiama užtikrinti, kad vartotojai galėtų lengvai įvertinti ir palyginti produktų kainą remdamiesi vienoda ir skaidria informacija. Taigi vartotojams sudaromos sąlygos priimti kompetentesnius sprendimus ⁽²⁾.

Pagal KŽD reikalaujama, kad prekiautojai „nedviprasmiškai, matomoje vietoje ir lengvai įskaitomai“ nurodytų prekių pardavimo kainą ir prekių matavimo vieneto kainą (t. y. kainą už kilogramą, litrą ar bet kokią kitą kiekio vienetą, plačiu mastu ir dažniausiai naudojamą atitinkamoje valstybėje narėje). KŽD buvo iš dalies pakeista Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/2161 ⁽³⁾, kuria įtrauktos konkrečios taisyklės – 6a straipsnis – dėl pranešimų apie kainų sumažinimą. Direktyva (ES) 2019/2161 visoje ES įsigalios 2022 m. gegužės 28 d.

Naujajame KŽD 6a straipsnyje sprendžiamas kainų sumažinimo skaidrumo klausimas ⁽⁴⁾, nustatant konkrečias taisykles, kuriomis užtikrinama, kad jis būtų tikras. 6a straipsniu siekiama užkirsti kelią prekiautojams dirbtinai išpūsti referencinę kainą ir (arba) klaidinti vartotojus dėl nuolaidos dydžio. Juo didinamas skaidrumas ir užtikrinama, kad paskelbus apie kainų sumažinimą vartotojai iš tikrųjų už prekes mokėtų mažiau. Naujajai nuostata dėl kainų sumažinimo vykdymo užtikrinimo ir rinkos priežiūros institucijoms taip pat sudaromos sąlygos lengviau kontroliuoti kainų sumažinimo sąžiningumą, nes šia nuostata nustatomos aiškos taisyklės dėl referencinės „ankstesnės“ kainos, kuria turi būti grindžiamas paskelbtas sumažinimas.

Šio pranešimo tikslas – pateikti gaires, kaip turėtų būti aiškinamos ir taikomos šios naujos nuostatos dėl pranešimų apie kainų sumažinimą. Siekiant užtikrinti teisinį tikrumą ir palengvinti vykdymo užtikrinimą, šiame pranešime pabrėžiami visoms valstybėms narėms bendri klausimai, įskaitant KŽD ir kitų ES teisės aktų sąveiką.

Pranešime nenagrinėjamas minėtos direktyvos taikymas atskirose valstybėse narėse, įskaitant nacionalinių teismų ir kitų kompetentingų institucijų sprendimus. Be skirtingų valstybių narių turimų informacijos šaltinių, informacija apie teisės nuostatas, kuriomis KŽD perkeliama į nacionalinę teisę, teismų praktiką ir teisinę literatūrą paskelbta vartotojų teisės duomenų bazėje, kuri prieinama Europos e. teisingumo portale ⁽⁵⁾.

Jei nenurodyta kitaip, šiame pranešime nurodyti straipsniai yra KŽD straipsniai, kurie vėliau ir visai neseniai buvo iš dalies pakeisti Direktyva (ES) 2019/2161. Kitokių šriftu paryškintos Direktyvos teksto citatos taip išskirtos Komisijos iniciatyva.

Šis pranešimas skirtas ES valstybėms narėms, Islandijai, Lichtenšteiui ir Norvegijai – šalims, pasirašiusioms Europos ekonominės erdvės (EEE) susitarimą ⁽⁶⁾. Todėl, kai jame minima ES, Sąjunga arba bendroji rinka, reikėtų suprasti, kad turima omenyje EEE arba EEE rinka.

Tai yra rekomendacinis dokumentas, nes teisinę galią turi tik pačių Sąjungos teisės aktų tekstai. Bet koks autoritetingas teisės aiškinimas turi būti grindžiamas Direktyvos tekstu ir tiesiogiai Europos Sąjungos Teisingumo Teismo (toliau – ESTT arba Teisingumo Teismas) sprendimais. Šiame pranešime atsižvelgiama į Teisingumo Teismo sprendimus, paskelbtus iki 2021 m. spalio mėn., ir jis negali iš anksto nulemti tolesnių Teisingumo Teismo praktikos pokyčių.

Šiame pranešime išreikštas požiūris negali iš anksto nulemti Europos Komisijos pozicijos būsimose Teisingumo Teismo bylose. Šiame pranešime pateikta informacija yra bendro pobūdžio ir nėra skirta konkrečiam asmeniui ar subjektui. Nei Europos Komisija, nei joks asmuo, veikiantis Komisijos vardu, nėra atsakingas už tai, kaip toliau nurodyta informacija gali būti panaudota.

⁽¹⁾ 1998 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas (Kainų žymėjimo direktyva, KŽD) (OL L 80, 1998 3 18, p. 27).

⁽²⁾ Žr. KŽD 6 ir 12 konstatuojamąsias dalis.

⁽³⁾ 2019 m. lapkričio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/2161, kuria iš dalies keičiamos Tarybos direktyva 93/13/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB, 2005/29/EB ir 2011/83/ES, kiek tai susiję su geresniu Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymo užtikrinimu ir modernizavimu (OL L 328, 2019 12 18, p. 7).

⁽⁴⁾ 2018 m., koordinuojant Komisijai, nacionalinės vartotojų apsaugos institucijos, remdamosi Bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje (BVAS) tinklu, atliko kasmetinį elektroninės prekybos svetainių patikrinimą (tikslinę patikrą) ES mastu. Atliekant šią tikslinę patikrą, dėmesys buvo skiriamas kainų skaidrumui, įskaitant kainų sumažinimą. Vartotojų apsaugos institucijos įtaria, kad iš 431 patikrintos elektroninės prekybos svetainės daugiau kaip 31 % svetainių, kuriose siūlomos nuolaidos, pateikti specialūs pasiūlymai buvo netikri, arba nustatyta, kad tokiais atvejais nuolaida buvo apskaičiuota neaiškiai. 2019 m. vasario 19 d. Komisijos pranešimas spaudai, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/lt/IP_19_1333.

⁽⁵⁾ https://e-justice.europa.eu/591/LT/consumer_law_database.

⁽⁶⁾ OL L 1, 1994 1 3, p. 3.

Kadangi pranešime atspindėta jo rengimo metu buvusi padėtis, pateiktos gairės vėliau gali būti pakeistos.

1. 6A STRAIPSNIO TAIKymo SRITIS

6a straipsnis

1. Bet kuriame pranešime apie kainų sumažinimą nurodoma ankstesnė kaina, kurią prekiautojas taiko nustatytą laikotarpį prieš pradėdant taikyti kainų sumažinimą.
2. Ankstesnė kaina – mažiausia kaina, kurią prekiautojas taiko per laikotarpį, kuris negali būti trumpesnis nei 30 dienų iki kainos sumažinimo.
3. Valstybės narės gali nustatyti skirtingas taisykles prekėms, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa.
4. Jei produktas buvo rinkoje mažiau nei 30 dienų, valstybės narės taip pat gali numatyti trumpesnę laikotarpį, nei nurodytas 2 dalyje.
5. Valstybės narės gali numatyti, kad kai kainos sumažinimas palaipsniui didinamas, ankstesnė kaina yra kaina be kainos sumažinimo prieš pirmą kartą taikant kainos sumažinimą.

1.1. Sąvokos „pranešimas apie kainų sumažinimą“ reikšmė

6a straipsnis taikomas pardavėjo reklaminiams pareiškimams, kad jis sumažino prekės (-ių) kainą. Pavyzdžiui, kainų sumažinimą galima skelbti:

- procentais (%), pavyzdžiui, „20 % nuolaida“, arba konkrečia suma, pavyzdžiui, „10 EUR nuolaida“;
- nurodant naują (mažesnę) kainą ir anksčiau taikytą (didesnę) kainą. Ankstesnę kainą galima pateikti nubrauktą. Pavyzdžiui, „dabar 50 EUR, buvo 100 EUR“ arba „50 EUR * ~~EUR 100~~“;
- bet koku kitu reklaminiu būdu, pavyzdžiui, „išigyk šiandien ir nemokėk PVM“, taip nurodant vartotojui, kad kainos sumažinimas yra lygus PVM vertei (nereiškia, kad PVM nesurenkamas);
- dabartinę kainą pateikiant kaip „pradinę“ ar panašią kainą ir nurodant didesnę kainą kaip būsimą įprastą kainą.

6a straipsnis taikomas pranešimams apie kainų sumažinimą, kai jie susiję su konkrečia (-iomis) pardavėjo pasiūlyme nurodyta (-omis) preke (-ėmis), taip pat kai tai paskelbiama bendru pranešimu apie kainų sumažinimą (žr. 2.2 ir 3 skirsnius).

6a straipsnyje nekalbama apie **kainų svyravimus ir kainų mažėjimą**, kurie nesusiję su pranešimu apie kainų sumažinimą, ir **jie jokių būdu neribojami**. Iš tiesų 6a straipsniu siekiama atkreipti dėmesį į „pranešimus“ apie kainų sumažinimą. Todėl jis neapima ilgalaikių susitarimų, kurie leistų vartotojams sistemingai naudotis sumažintomis kainomis ir konkrečiu individualiu kainų sumažinimu (žr. 2.3 skirsnį apie lojalumo programas ir prie individualių poreikių pritaikytą kainų sumažinimą).

6a straipsnis taikomas neatsižvelgiant į tai, ar pranešimu apie kainų sumažinimą nurodomas išmatuojamas kainų sumažinimas. Pavyzdžiui, tokiems pranešimams kaip „išpardavimo“ kaina, „specialūs pasiūlymai“ arba „juodojo penktadienio pasiūlymai“, kuriais **sudaromas kainų sumažinimo išpūdis, taip pat taikomas 6a straipsnis**, o pranešime turi būti nurodyta aptariamų prekių „ankstesnė“ kaina (žr. 2.2 skirsnį apie bendrus pranešimus apie kainų sumažinimą).

Tačiau 6a straipsnis netaikomas **bendriems rinkodaros teiginiams, kuriais reklamuojamas pardavėjo pasiūlymas, lyginant jį su kitų pardavėjų pasiūlymais, tačiau nesudarant kainų sumažinimo išpūdzio**, pavyzdžiui, „geriausios/mažiausios kainos“. Tačiau tokiems pareiškimams ir toliau taikoma Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva (DNKV) (žr. 3 skirsnį apie KŽD ir DNKV sąveiką).

6a straipsnis taip pat **netaikomas kitiems kainų pranašumų reklamavimo būdams**, kurie nėra kainų sumažinimas, pavyzdžiui, kainų palyginimui ir susijusiems (sąlyginiams) pasiūlymams. Šiems kitiems kainų pranašumo reklamavimo metodams ir toliau taikoma DNKV (žr. 3 skirsnį).

Kalbant apie kainos sąvoką, 6a straipsnis apima „pardavimo kainą“, kaip apibrėžta KŽD 2 straipsnio a punkte ⁽⁷⁾. KŽD taip pat reikalaujama nurodyti „vieneto kainą“, kaip apibrėžta 2 straipsnio b punkte ⁽⁸⁾. Remiantis KŽD 3 straipsnio 3 dalimi, ant dideliais kiekiais parduodamų prekių (pavyzdžiui, audinių, statybinių medžiagų, maisto produktų) ⁽⁹⁾, kai pardavimo kaina gali būti nustatyta tik vartotojui nurodžius pageidaujamą prekės kiekį, „turi būti žymima tik vieneto kaina“. 6a straipsnis taip pat taikomas pranešimams apie kainų sumažinimą, kai pranešimas apie kainų sumažinimą susijęs su vieneto kaina ⁽¹⁰⁾. Tokiais atvejais 6a straipsnis taikomas „ankstesnės“ vieneto kainos nurodymui.

KŽD taikoma produktams, kurie šioje direktyvoje turi būti suprantami kaip „prekės“. Kitose ES vartotojų teisės nuostatose ⁽¹¹⁾ „prekės“ apibrėžiamos kaip kilnojamas turtas. Todėl KŽD, įskaitant 6a straipsnį, netaikoma paslaugoms ⁽¹²⁾ (įskaitant skaitmenines paslaugas) arba skaitmeniniam turiniui.

KŽD 6a straipsnis taikomas pranešimams apie kainų sumažinimą visose prekių platinimo grandinėse (pavyzdžiui, plytų ir skiedinių parduotuvėse, internetu).

1.2. Atitinkami prekyautojai

KŽD taikoma prekyautojui, kuris 2 straipsnio d punkte apibrėžtas kaip „bet koks fizinis ar juridinis asmuo, parduodantis arba siūlantis parduoti jo verslo ar profesinės veiklos prekes“. Todėl naujasis 6a straipsnis taikomas prekyautojui, kuris yra faktinė sutartis su vartotoju šalis, t. y. prekių pardavėjui, įskaitant tarpininkų paslaugomis besinaudojančius pardavėjus, ypač elektroninėse prekyvietėse.

Priešingai, 6a straipsnis netaikomas tarpininkams, kurie tik suteikia prekyautojams priemonių prekiauti savo produktais ⁽¹³⁾, pavyzdžiui, elektronines prekyvietes, arba kurie tik kaupia ir pateikia informaciją apie kitų pardavėjų siūlomas kainas (kainų palyginimo platformos). Šiems tarpininkams ir toliau taikomos bendrosios taisyklės dėl tarpininkų atsakomybės ir profesinio atidumo įsipareigojimų. Vis dėlto tarpininkui KŽD taisyklės taikomos tuo atveju, kai jis yra faktinis prekių pardavėjas arba kai parduoda prekes kito prekyautojo vardu.

Dėl tos pačios priežasties 6a straipsnis netaikomas pranešimams apie pinigų grąžinimą, pagal kuriuos trečiosios šalys, kurios nėra prekių pardavėjos, pavyzdžiui, gamintojai (platintojai), pažada vartotojams, įsigijusiems aptariamą prekę (-es), grąžinti dalį sumokėtos kainos atskiru vartotojų prašymu ir per tam tikrą laikotarpį. Tokiai „pinigų grąžinimo“ praktikai ir toliau taikoma DNKV ir ji neturi būti naudojama siekiant apeiti KŽD reikalavimus, taikomus pranešimams apie kainų sumažinimą.

⁽⁷⁾ „Pardavimo kaina reiškia galutinę prekinio vieneto ar tam tikro prekės kiekio kainą su PVM ir visais kitais mokesčiais“ (KŽD 2 straipsnio a punktas).

⁽⁸⁾ „Vieneto kaina reiškia galutinę prekės vieno kilogramo, vieno litro, vieno metro, vieno kvadratinio metro arba vieno kubinio metro ar kito matavimo vieneto, plačiai ir įprastai naudojamo toje valstybėje narėje prekiaujant tam tikromis prekėmis, kainą su PVM ir visais kitais mokesčiais“ (KŽD 2 straipsnio b punktas).

⁽⁹⁾ „Dideliais kiekiais parduodamos prekės reiškia iš anksto nesusupakuotas ir vartotojo akivaizdoje matuojamas prekes“ (KŽD 2 straipsnio c punktas).

⁽¹⁰⁾ Žr. KŽD 7 konstatuojamąją dalį.

⁽¹¹⁾ Pagal Vartotojų teisių direktyvą (VTD) (2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2011/83/ES dėl vartotojų teisių, kuria iš dalies keičiamos Tarybos direktyva 93/13/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/44/EB bei panaikiamos Tarybos direktyva 85/577/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB (OL L 304, 2011 11 22, p. 64)), su pakeitimais, padarytais Direktyva (ES) 2019/2161, prekės apibrėžiamos kaip a) bet kurie kilnojamieji materialūs daiktai; vanduo, dujos ir elektros energija pagal šią direktyvą pripažįstami prekėmis, jeigu paruošti parduoti jų ribotas tūris arba nustatytas kiekis; b) bet kurie kilnojamieji materialūs daiktai, į kuriuos įtrauktas skaitmeninis turinys ar skaitmeninė paslauga arba kurie yra su jais tarpusavyje susieti taip, kad be to skaitmeninio turinio ar skaitmeninės paslaugos šios prekės negalėtų atlikti savo funkcijų („skaitmeninių elementų turinčios prekės“).

⁽¹²⁾ Žr. Komisijos komunikatą Tarybai ir Europos Parlamentui dėl 1998 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 1998/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas įgyvendinimo, KOM(2006) 325 galutinis, p. 4.

⁽¹³⁾ Remiantis Vartotojų teisių direktyva 2011/83/ES, vartotojai visada turi būti informuojami apie faktinio prekyautojo tapatybę (daugiau informacijos pateikiama gairėse dėl VTD).

6a straipsnis taip pat taikomas **už ES ribų įsisteigusiems prekiautojams, kurie tiesiogiai parduoda prekes ES vartotojams**, įskaitant prekiautojus, siūlančius prekes per platformas. KŽD taikymas ne ES prekiautojams reglamentuojamas Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu Nr. 864/2007 ⁽¹⁴⁾ dėl nesutartinėms prievolėms taikytinos teisės („Roma II“). Įstatymų kolizijos atvejais šis reglamentas taikomas „nesutartinėms prievolėms civiliniuose ir komerciniuose santykiuose“.

Reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 1 dalis:

Dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų atsirandančioms nesutartinėms prievolėms taikoma šalies, kurioje konkurenciniams ryšiams ar bendriems vartotojų interesams yra arba gali būti padarytas poveikis, teisė.

Reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 4 dalis:

Nuo pagal šį straipsnį nustatytos taikytinos teisės negalima nukrypti susitarimu pagal 14 straipsnį.

Įvykdžius Reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 1 dalies sąlygas, KŽD bus taikoma padarius pažeidimą, kuriuo kenkiama bendriems ES vartotojų interesams. Pagal Reglamento „Roma II“ 6 straipsnio 4 dalį nuo taikytinos teisės negalima nukrypti susitarimu dėl taikytinos teisės pasirinkimo.

Nacionalinės valdžios institucijos bus atsakingos už šių taisyklių vykdymo užtikrinimą. Prireikus jos galės naudotis savo tyrimo ir vykdymo užtikrinimo įgaliojimais pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) 2017/2394 ⁽¹⁵⁾ dėl bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje.

2. „ANKSTESNĖS“ KAINOS NURODYMAS

2.1. Bendrosios taisyklės

6a straipsnio 1 dalyje reikalaujama, kad prekiautojas, pranešantis apie kainų sumažinimą, nurodytą „ankstesnę“ kainą. Remiantis 6a straipsnio 2 dalimi, ankstesnė kaina – tai mažiausia kaina, kurią prekiautojas taiko per laikotarpį, kuris negali būti trumpesnis nei 30 dienų iki kainos sumažinimo.

6a straipsnio 3–5 dalyse valstybėms narėms suteikiamos reglamentavimo galimybės, kuriomis remdamosi jos gali nukrypti nuo šios bendrosios taisyklės prekių, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa, atveju, taip pat jei prekės buvo rinkoje mažiau nei 30 dienų ir jei prekių kainų sumažinimas atitinkamai palaipsniui didinamas (žr. 4 skirsnį).

Išskyrus prekes, kurių atžvilgiu suteikiamos 6a straipsnio 3–5 dalyse nurodytos reglamentavimo galimybės, **valstybės narės negali numatyti trumpesnio nei 30 dienų laikotarpio** „ankstesnei“ kainai nustatyti. Šio ataskaitinio laikotarpio, trunkančio ne mažiau kaip 30 dienų, tikslas – užkirsti kelią prekiautojams sukčianti nurodant kainas ir pranešti apie netikrą kainų sumažinimą, pavyzdžiui, padidinti kainą trumpam laikotarpiui, kad vėliau ją būtų galima sumažinti, pateikiant tai kaip (reikšmingą) kainų sumažinimą ir taip klaidinant vartotojus. Todėl 30 dienų laikotarpiu, per kurį nustatoma referencinė „ankstesnė“ kaina, užtikrinama, kad referencinė kaina yra reali, o ne tik rinkodaros priemonė, kad sumažinimas atrodytų patrauklus.

6a straipsnio 2 dalis **netrukdo prekiautojams** kaip „ankstesnę“ kainą nurodyti mažiausią kainą, taikytą per dar ilgesnį nei 30 dienų laikotarpį (pavyzdžiui, įgyvendinant rinkodaros strategiją). 6a straipsnio reikalavimams neprieštaraujama, jei nurodyta „ankstesnė“ kaina iš tikrųjų yra mažesnė už mažiausią kainą per 30 dienų prieš pat pranešant apie kainų sumažinimą.

Kita vertus, reikėtų įvertinti, ar nacionalinės teisės aktai, **kuriais reikalaujama ilgesnio nei 30 dienų laikotarpio** „ankstesnei“ kainai nustatyti, atitinka ES teisę. Pagal KŽD 10 straipsnį visos nacionalinės taisyklės, viršijančios šios direktyvos reikalavimus, turi būti palankesnės vartotojų informavimo ir kainų palyginimo atžvilgiu, nepažeidžiant valstybių narių įsipareigojimų pagal SESV ⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ 2007 m. liepos 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 864/2007 dėl nesutartinėms prievolėms taikytinos teisės („Roma II“) (OL L 199, 2007 7 31, p. 40).

⁽¹⁵⁾ 2017 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/2394 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymo užtikrinimą, bendradarbiavimo, kuriuo panaikinamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004 (OL L 345, 2017 12 27, p. 1).

⁽¹⁶⁾ Žr. visų pirma Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 34 ir 36 straipsnius.

Kad būtų užtikrinta atitiktis 6a straipsniui, prekiautojas, pranešantis apie kainų sumažinimą, turi nustatyti mažiausią kainą, kurią jis taikė atitinkamai prekei arba prekėms bent paskutines 30 dienų iki kainos sumažinimo. Tokia **mažiausia kaina apima bet kurią ankstesnę „sumažintą“ kainą tuo laikotarpiu**. Neatsižvelgus į kainas, taikytas ankstesniais reklaminiais laikotarpiais 30 dienų iki pranešimo apie kainų sumažinimą, bus pažeistas KŽD 6a straipsnis.

Ta pati taisyklė taikoma, kai prekiautojas iš pradžių pateikia kainos sumažinimą **nurodydamas būsimą padidintą kainą**, vėliau padidintą kainą taiko trumpiau nei 30 dienų, o tada praneša apie kainos sumažinimą. Neatsižvelgiant į tai, kaip buvo reklamuojamas kainų sumažinimas, ankstesnė tolesnio kainų sumažinimo kaina vis tiek turi būti mažiausia per pastarąsias 30 dienų, t. y. šiuo atveju pradinė kaina (taip pat žr. 4.2 skirsnį dėl naujų prekių).

Todėl **kainų sumažinimas turi būti nurodomas kaip referencinę kainą naudojant „ankstesnę“ kainą**, t. y. bet koks nurodytas **procentinis sumažinimas turi būti grindžiamas „ankstesne“ kaina, kaip nustatyta pagal 6a straipsnį**:

— Pavyzdžiui, jei pranešimas apie kainų sumažinimą yra „50 % nuolaida“ ir mažiausia kaina per pastarąsias 30 dienų buvo 100 EUR, pardavėjas turės nurodyti, kad „ankstesnė“ kaina, nuo kurios skaičiuojamas 50 % sumažinimas, yra 100 EUR, nepaisant to, kad paskutinė prekės pardavimo kaina buvo 160 EUR.

Be to, 6a straipsnis netrukdo pardavėjui, pranešančiam apie kainų sumažinimą, **nurodyti kitų referencinių kainų**, jeigu tokios papildomos referencinės kainos suprantamai paaiškinamos, jomis nesukeliama painiavos ir vartotojo dėmesys neatitraukiamas nuo „ankstesnės“ kainos nurodymo pagal 6a straipsnį.

— Pavyzdžiui, prekiautojas, kuris mažina kainas dažniau nei kartą per 30 dienų, galėtų papildomai informuoti vartotoją apie kitas ankstesnes kainas: „20 % nuolaida nuo [pradžios datos] iki [pabaigos datos]: 80 EUR vietoj 100 EUR – mažiausia kaina per pastarąsias 30 dienų. Mūsų įprasta kaina ne akcijos laikotarpiu per pastarąsias 30 dienų (arba 100 dienų ir pan.) buvo 120 EUR.“

Apskritai pateikiant ir apskaičiuojant visas kitas referencines kainas taikoma DNKV. Šiuo atžvilgiu prekiautojai visais atvejais turi užtikrinti, kad vartotojui būtų aišku, ką reiškia kitos nurodytos referencinės kainos.

KŽD 6a straipsnyje nereikalaujama, kad prekiautojai nurodytų, **kiek laiko jie taikė pateiktą „ankstesnę“ kainą**. Be to, tai neturi įtakos **kainų mažinimo kampanijų trukmei**. Tiesiog reikalaujama, kad kiekvieno kainų sumažinimo pradžioje prekiautojai nurodytų „ankstesnę“ kainą ir galėtų ją išlaikyti visą kainų sumažinimo laikotarpį. Prekiautojai gali pranešti apie prekių kainų sumažinimą ilgesniu laikotarpiu, taip pat ir daugiau nei 30 dienų. Be to, jei kainų sumažinimas nepertraukiamai trunka ilgiau nei 30 dienų, nurodyta „ankstesnė“ kaina išlieka mažiausia kaina, taikoma bent 30 dienų iki kainų sumažinimo.

Pernelyg ilgo kainų sumažinimo laikotarpio, palyginti su laikotarpiu, kai prekė parduodama „visa“ kaina, sąžiningumas ir toliau turi būti vertinamas pagal DNKV (taip pat žr. 3 skirsnį dėl sąveikos su DNKV).

Kai prekiautojas parduoda prekes įvairiais pardavimo kanalais ir (arba) įvairiose prekybos vietose (pavyzdžiui, įvairiose fizinėse ir (arba) internetinėse parduotuvėse) skirtingomis kainomis ir šie įvairūs pardavimo kanalai ir (arba) prekybos vietos yra bendro pranešimo apie kainų sumažinimą objektas, prekiautojas kaip „ankstesnę“ atitinkamų prekių kainą kiekviename pardavimo kanale ir (arba) prekybos vietoje privalo nurodyti mažiausią kainą, kurią **taikė atitinkamame pardavimo kanale ir (arba) prekybos vietoje** bent pastarąsias 30 dienų.

Klaidinantys pranešimai apie kainų sumažinimą, kuriais sudaromas įspūdis, kad sumažinimas taikomas visuose konkrečiau prekiautojo pardavimo kanaluose ir (arba) prekybos vietose, nors iš tikrųjų tai tėra kai kuriuose pardavimo kanaluose ir (arba) prekybos vietose taikomas kainų sumažinimas, turi būti vertinami pagal DNKV.

6a straipsnis netrukdo prekiautojams **pratęsti kainų mažinimo kampanijos**, kol vartotojai aiškiai informuojami, kad tai yra pratęsimas, o ne nauja kainų mažinimo kampanija, ir bendras kampanijos pateikimas nesudarys klaidingo įspūdžio vartotojams.

2.2. „Ankstesnės kainos“ nurodymas bendrų pranešimų apie kainų sumažinimą atveju

6a straipsnis netrukdo prekiautojams bendrai pranešti apie kainų sumažinimą, pavyzdžiui:

— „Šiandien viskam 20 % nuolaida“ arba

— „Šią savaitę 20 % nuolaida visoms kalėdinėms dekoracijoms“.

Jei apie kainų sumažinimą (kaip aprašyta 1.1 skirsnyje) pranešama bendru pareiškimu, pavyzdžiui, fiziniu plakatu arba reklama internete, **„ankstesnė“ kaina neprivalo būti nurodyta toje pačioje laikmenoje**, kaip ir pats pranešimas apie kainų sumažinimą. Vietoj to „ankstesnė“ atskirų prekių, kurioms taikomas pranešimas, kaina turi būti nurodyta **prekybos vietoje**, t. y. atitinkamose kainų etiketėse parduotuvėse arba internetinių parduotuvių sąsajų kainų skyriuose.

Prekiautojas taip pat gali pranešti apie bendrą kainų sumažinimą, nurodydamas **skirtingas nuolaidas skirtingų kategorijų prekėms**. Tokiais atvejais prekiautojas privalo aiškiai nurodyti atitinkamų prekių kategorijas ir jų atitinkamą kainų sumažinimą, pavyzdžiui:

— „30 % nuolaida mėlynai pažymėtoms prekėms ir 40 % nuolaida raudonai pažymėtoms prekėms“.

Kalbant apie „ankstesnės“ atskirų prekių, kurioms taikomas bendras pranešimas apie kainų sumažinimą, kainos nurodymą, reikia išskirti du atvejus:

- kai per pastarąsias 30 dienų **prekiautojas nepadidino** atskirų prekių, kurioms taikomi bendri pranešimai, **kainos** ir per tą laikotarpį neorganizavo kito (bendro) kainų sumažinimo. Šiuo atveju „ankstesnė“ kaina pagal 6a straipsnį bus anksčiau taikyta **prekių pardavimo kaina**, t. y. kaina, jau nurodyta etiketėje arba internetinės parduotuvės sąsajos kainų skyriuje. Todėl, taikant KŽD 6a straipsnį, prekiautojui nereikės keisti atitinkamų prekių kainų etikečių ir (arba) informacijos internete;
- kai per pastarąsias 30 dienų **prekiautojas padidino kainą** arba surengė kitą (bendrą) kainų sumažinimą, pardavimo kaina etiketėje arba internete nebus laikoma „ankstesne“ kaina, nes tai nebus mažiausia kaina per pastarąsias 30 dienų, kaip reikalaujama 6a straipsnyje. Todėl prekiautojas turės pakoreguoti prekių, kurioms taikomas bendras pranešimas apie kainų sumažinimą, atitinkamas kainų etiketes arba internetines kainų nuorodas, kad nurodytų teisingą šių prekių „ankstesnę“ kainą.

KŽD 6a straipsniu neužkertamas kelias **grupinei** kainų sumažinimo **reklamai**, kai centriniai subjektai, pavyzdžiui, franšizės davėjai, savo produktus platinančių pardavėjų (mažmenininkų) vardu planuoja ir reklamuoja kainų mažinimo kampanijas. Kai toks centrinis subjektas savo narių vardu praneša apie kainų sumažinimą, jis turi užtikrinti, kad dalyvaujantys mažmenininkai galėtų laikytis kainų sumažinimo reikalavimų, pavyzdžiui, jie turi sudaryti sąlygas dalyvaujantiems mažmenininkams laikytis „ankstesnės“ kainos nurodymo taisyklių. Kiekvienas dalyvaujantis mažmenininkas ir šiuo atveju yra atsakingas už tai, kad atitinkamų prekių, kurias jis parduoda per kainų mažinimo kampaniją, „ankstesnė“ kaina būtų teisinga.

Kaip paaiškinta pirmiau, jei dalyvaujantis mažmenininkas per pastarąsias 30 dienų iki pranešimo apie sumažinimą kainų nekeitė, atskirų „ankstesnių“ kainų koreguoti nereikės, nes ankstesnė pardavimo kaina bus „ankstesnė“ kaina pagal 6a straipsnį. Jei tam tikrų prekių, kurioms taikoma bendra kampanija, atveju taip nėra, pardavėjas privalo pakoreguoti atitinkamų prekių „ankstesnę“ kainą. Tai apima atvejus, kai praėjus mažiau nei 30 dienų po atitinkamo pardavėjo (mažmenininko) pradėtos nuosavų prekių kainų mažinimo kampanijos pradedamos vykdyti centrinio subjekto inicijuotos kampanijos. Tokiais atvejais, nustatydamas „ankstesnę“ kainą, atitinkamas mažmenininkas turi atsižvelgti į sumažintą kainą, taikytą per ankstesnę (-es) kampaniją (-as).

2.3. Lojalumo programos ir prie individualių poreikių pritaikytas kainų sumažinimas

KŽD 6a straipsnis netaikomas **pardavėjo klientų lojalumo programoms**, pavyzdžiui, nuolaidų kortelėms arba čekiams, suteikiantiems teisę vartotojui naudotis nuolaida visiems pardavėjo produktams arba nustatytam produktų asortimentui ilgesnį nepertraukiamą laikotarpį (pavyzdžiui, pusę metų, metus) arba leidžiantiems kaupti kreditus (taškus) būsimiems pirkiniams.

KŽD 6a straipsnis netaikomas ir **faktiniam prie individualių poreikių pritaikytam kainų sumažinimui**, kurio pobūdis nėra toks, kad jo atžvilgiu būtų pranešama apie kainų sumažinimą. Tipiškas tokio kainų sumažinimo pavyzdys – kai vartotojas iš anksto išsilygo prekę iš atitinkamo pardavėjo, pavyzdžiui, kai pirkdamas vartotojas gauna „20 % nuolaidos“ kuponą, galiojantį kitam pirkiniui iki mėnesio pabaigos. Kiti faktinio prie individualių poreikių pritaikyto kainų sumažinimo, kuris nepatenka į 6a straipsnio taikymo sritį, pavyzdžiai yra nuolaidos, suteikiamos tam vartotojui ypatingomis progomis, pavyzdžiui, dalyvaujant lojalumo programoje arba vartotojo santuokos ar gimtadienio proga, taip pat nuolaidos, taikomos pirkimo metu, apie kurias nebuvo „pranešta“ iš anksto.

Tokios lojalumo programos ir asmeniniai pasiūlymai ir toliau vertinami pagal DNKV (žr. gairių dėl DNKV ⁽¹⁷⁾ 2.8.2. ir 4.2.8 skirsnius).

Tačiau KŽD 6a straipsnis bus taikomas tam kainų sumažinimui, kuris, nors ir pateikiamas kaip asmeninis, **iš tikrųjų siūlomas ir (arba) skelbiamas vartotojams apskritai**. Tokia situacija gali susiklostyti, kai prekiautojas dovanoja „čekius“ arba nuolaidų kodus visiems galimiems vartotojams, kurie konkrečiu laikotarpiu lankosi plytų ir skiedinių fizinėje arba internetinėje parduotuvėje. Pavyzdžiui, tai galėtų būti tokios kampanijos:

— „Šiandien 20 % nuolaida naudojant kodą XYZ“ arba

— „Šį savaitgalį 20 % nuolaida visoms prekėms tik lojaliems klientams“,

kai kodas arba lojalumo programa visiems prieinami ir jais naudojasi daug arba dauguma klientų. Tokiais atvejais prekiautojas privalo laikytis 6a straipsnyje nustatytų reikalavimų, t. y. užtikrinti, kad visų susijusių prekių „ankstesnė“ kaina būtų **mažiausia viešai prieinama kaina** per pastarąsias 30 dienų (žr. 2.1 skirsnį apie bendrus pranešimus apie kainų sumažinimą).

3. SĄVEIKA SU NESĄŽININGOS KOMERCINĖS VEIKLOS DIREKTYVA

Pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2005/29/EB dėl nesąžiningos komercinės veiklos (DNKV) ⁽¹⁸⁾ („UCPD“) įmonėms draudžiama vykdyti nesąžiningą komercinę veiklą vartotojų atžvilgiu ⁽¹⁹⁾. Tai taikoma visų rūšių komercinei veiklai, kurią įmonės vykdo prieš sudarydamos sandorius su vartotojais, sandorių metu ir jiems pasibaigus. Remiantis DNKV 2 straipsnio d punktu, komercinė veikla – tai „bet kuris prekybininko atliekamas veiksmas, neveikimas, elgesys arba pareiškimas, komercinis pranešimas, įskaitant reklamą ir prekybą, tiesiogiai susijęs su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams“. Nesąžininga komercinė veikla gali būti klaidinanti ar agresyvi veikla (6–9 straipsniai) arba profesinio atidumo reikalavimų pažeidimas (5 straipsnio 2 dalis), galintys iškreipti vidutinio vartotojo sprendimą dėl sandorio.

DNKV 3 straipsnio 4 dalyje nustatyta, kad jeigu šios DNKV nuostatos prieštarauja kitoms ES teisės normoms, kuriomis reglamentuojami konkretūs nesąžiningos komercinės veiklos aspektai, pirmenybė teikiama ES teisės normoms ir jos taikomos tiems konkrečiams aspektams.

Todėl, kadangi KŽD 6a straipsnyje nustatomos konkrečios taisyklės, susijusios su „ankstesnės“ kainos apibrėžimu ir nurodymu pranešant apie kainų sumažinimą, ji yra svarbesnė už DNKV dėl tų kainų sumažinimo aspektų, kuriems taikomos šios konkrečios taisyklės ⁽²⁰⁾.

Todėl pardavėjo nurodytos „ankstesnės“ kainos ir atitinkamo kainų sumažinimo teisingumas turi būti vertinamas atsižvelgiant į konkrečius KŽD 6a straipsnio reikalavimus. Vis dėlto tai netrukdo nacionalinėms vykdymo užtikrinimo institucijoms taikyti DNKV prekiautojų, kurie pažeidžia KŽD 6a straipsnio nuostatas, veiklai, jei ji **taip pat** laikoma nesąžininga DNKV draudžiama veikla, visų pirma klaidinantiems veiksams, susijusiems su konkrečios kainos pranašumo buvimu, kaip apibrėžta 6 straipsnio 1 dalies d punkte.

Be to, kaip nurodyta gairių dėl DNKV 1.2.5 skirsnyje, DNKV ir ypač 6 straipsnio 1 dalies d punktas dėl klaidinančių teiginių apie kainos pranašumo buvimą **ir toliau taikomi kitiems kainų sumažinimo aspektams**. DNKV galėtų būti taikoma įvairiems klaidinantiems kainų mažinimo praktikos aspektams, pavyzdžiui:

— pernelyg ilgiems laikotarpiams, per kuriuos sumažinamos kainos, palyginti su laikotarpiu, per kurį prekės parduodamos nemažinant kainos;

— kainų sumažinimo reklamai, pavyzdžiui, „nuolaida iki 70 %“, kai tik kelių prekių kaina sumažinama 70 %, o likusios kainos sumažinamos gerokai mažesniu procentu.

⁽¹⁷⁾ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en

⁽¹⁸⁾ 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 („Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva“) (OL L 149, 2005 6 11, p. 22).

⁽¹⁹⁾ Prieš priimant Direktyvą (ES) 2019/2161 padarytus KŽD pakeitimus, Europos Sąjungos Teisingumo Teismas patvirtino, kad valstybės narės negali priimti labiau ribojančių nacionalinių kainų mažinimo taisyklių remdamosi DNKV ir (pirmine) Kainų žymėjimo direktyva (Sprendimas *Europos Komisija/Belgijos Karalystė*, C-421/12, ECLI:EU:C:2013:769).

⁽²⁰⁾ Taip pat žr. Europos Sąjungos Teisingumo Teismo sprendimą *Citroën* byloje C-476/14, ECLI:EU:C:2016:527.

Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad pardavėjas gali ne tik sumažinti kainas, bet ir taikyti kitokią **praktiką, kuria skatinami kainų pranašumai**, pavyzdžiui:

- palyginimus su kitomis kainomis, pavyzdžiui, kitų prekiautojų kainomis ⁽²¹⁾ arba gamintojo rekomenduojama mažmenine kaina;
- sudėtinius arba susietus sąlyginius pasiūlymus, pavyzdžiui, „du už vieno kainą“ arba „30 % nuolaida perkant tris“.

Tokia reklaminė veikla nepatenka į KŽD 6a straipsnio taikymo sritį, tačiau jai ir toliau taikoma DNKV.

DNKV taip pat apima bet kokius pranešimus apie kainų sumažinimą ar kitokią praktiką, kuria skatinami kainų pranašumai skaitmeninio turinio ⁽²²⁾ ir visų rūšių paslaugų atžvilgiu, nes KŽD taikoma tik kilnojamosioms prekėms (žr. 1.1 skirsnį).

Pardavėjas kainų palyginimą taip pat gali derinti su pranešimu apie kainų sumažinimą, kuris reglamentuojamas KŽD 6a straipsniu. Kaip nurodyta gairių dėl DNKV 2.8.2 skirsnyje, kainų palyginimą pateikiantis pardavėjas **turi skirti ypatingą dėmesį** tam, kad vidutinis vartotojas palyginimo su, pavyzdžiui, rekomenduojama mažmenine kaina nelaikytų kainos sumažinimu. Jei dėl klaidinančio pateikimo kainų palyginimą vidutinis vartotojas iš tikrųjų suvokia kaip kainų sumažinimą, tokia praktika gali reikšti ir KŽD, ir DNKV 6a straipsnio pažeidimą dėl neteisingo „ankstesnės“ kainos pateikimo.

4. REGLAMENTAVIMO GALIMYBĖS

6a straipsnio 3–5 dalyse valstybėms narėms suteikiama galimybė nukrypti nuo bendrosios taisyklės dėl kainų sumažinimo šiais atvejais:

- prekių, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa (t. y. greitai gendančių prekių) atveju,
- jei prekės buvo rinkoje mažiau nei 30 dienų (t. y. naujų prekių atveju), ir
- kai per 30 dienų laikotarpį prekių kainos keliskart sumažinamos.

4.1. Greitai gendančios prekės

6a straipsnis

3. Valstybės narės gali nustatyti skirtingas taisykles prekėms, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa.

Pagal 6a straipsnio 3 dalyje numatytą galimybę valstybėms narėms leidžiama nustatyti skirtingas taisykles prekėms, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa. Tokios taisyklės netgi gali lemti tai, kad **tokioms prekėms jokių atvejų nebūtų taikomas 6a straipsnis** arba pardavėjui būtų leidžiama kaip „ankstesnę“ kainą nurodyti paskutinę kainą prieš pat kainų sumažinimą.

Prekės, kurios „gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa“, yra greitai gendančios prekės, kurioms gali reikėti dažniau taikyti nuolaidas, kad jas būtų galima greičiau parduoti, nes artėja jų galiojimo pabaiga. Ši sąvoka taip pat vartojama Vartotojų teisių direktyvos ⁽²³⁾ (toliau – VTD) 16 straipsnio pirmos pastraipos d punkte, kuriame numatyta, kad vartotojai neturi teisės atsisakyti nuotolinės prekybos ir ne prekybai skirtose patalpose sudarytų sutarčių, jei „tiesiamos prekės greitai genda ar jų galiojimo trukmė yra trumpa“.

VTD nepateikta „prekių, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa“ apibrėžtis. Atitiktis objektyviems kriterijams, pagal kuriuos prekė laikoma galinčia sugesti arba kurios galiojimo trukmė yra trumpa, turi būti vertinama kiekvienu konkrečiu atveju. Prekių, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa, pavyzdžiai yra šviežias maistas ir gėrimai, kurių galiojimo terminas yra trumpas. Tokia galimybė valstybėms narėms nukrypti nuo bendrosios taisyklės dėl kainų sumažinimo negali būti taikoma prekėms, kurios dėl savo fizinės sudėties ir savybių nėra greitai gendančios, o tik „nustoja galioti“ komercine prasme, pavyzdžiui, sezoniniams drabužiams ⁽²⁴⁾.

⁽²¹⁾ Skirtingų prekiautojų kainų palyginimams taip pat taikoma 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos (OL L 376, 2006 12 27, p. 21), kuria nustatomos sąlygos, kada leidžiama lyginamoji reklama.

⁽²²⁾ 2019 m. gegužės 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos (ES) 2019/770 dėl tam tikrų skaitmeninio turinio ir skaitmeninių paslaugų teikimo sutarčių aspektų (OL L 136, 2019 5 22, p. 1) 2 straipsnio 1 dalyje skaitmeninis turinys apibrėžiamas kaip „skaitmenine forma sukurti ir pateikti duomenys“.

⁽²³⁾ Direktyva 2011/83/ES.

⁽²⁴⁾ Žr. gaires dėl Direktyvos 2011/83/ES dėl vartotojų teisių, https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/consumer-rights-directive_en.

Toks pats metodas, kaip ir numatytasis VTD, galioja aiškinant šią sąvoką pagal KŽD.

4.2. Naujos prekės

6a straipsnis

4. Jei produktas buvo rinkoje mažiau nei 30 dienų, valstybės narės taip pat gali numatyti trumpesnį laikotarpį, nei nurodytas 2 dalyje.

Pagal 6a straipsnio 4 dalyje numatytą galimybę valstybėms narėms leidžiama pranešti apie kainų sumažinimą ir tuo atveju, kai prekiautojas tam tikromis prekėmis (naujomis prekėmis) prekiauja trumpiau nei 30 dienų prieš pranešdamas apie kainų sumažinimą. Ši galimybė suformuluota plačiai ir reiškia „trumpesnį laikotarpį“ (nei numatytasis bent 30 dienų laikotarpis).

Skirtingai nuo reglamentavimo galimybės, susijusios su prekėmis, kurios gali sugesti arba kurių galiojimo trukmė yra trumpa, ir kurioms valstybės narės gali nustatyti „skirtingas taisykles“, įskaitant tokių prekių pašalinimą iš 6a straipsnio taikymo srities, ši reglamentavimo galimybė susijusi tik su „trumpesniu laikotarpiu“. Todėl jos negalima aiškinti taip pat kaip galimybės šioms prekėms netaikyti reikalavimo laikytis ataskaitinio laikotarpio nustatant „ankstesnę“ kainą.

Todėl, kai valstybės narės nusprendžia pasinaudoti šia galimybe nukrypti nuo bendrosios taisyklės, jos turi nustatyti **konkretų „ankstesnės“ kainos nustatymo laikotarpį** arba kitu atveju leisti **prekiautojams patiems nustatyti tokį laikotarpį ir jį nurodyti kartu su atitinkama „ankstesne“ kaina**. Pagal tokį scenarijų, kai nacionalinėmis taisyklėmis nenustatomas konkretus ataskaitinis laikotarpis, pranešimų apie atitinkamų prekių kainų sumažinimą sąžiningumas ir toliau bus vertinamas kiekvienu konkrečiu atveju pagal DNKV.

Sąvoka „buvimas rinkoje“ turi būti aiškinama atsižvelgiant į 6a straipsnio 1 ir 2 dalyse nustatytą bendrąją taisyklę, kuria nurodomi konkretaus prekiautojo, pranešančio apie kainų sumažinimą, veiksmai. Todėl „rinka“ šiame kontekste reiškia, kad konkretus prekiautojas parduoda prekes, kaip apibrėžta KŽD 2 straipsnio d punkte.

Prekės turėtų būti laikomos jau esančiomis „rinkoje“, kai pardavėjas **atnaujina tų pačių prekių pasiūlą** po pertraukos, pavyzdžiui, po to, kai laikinai baigėsi prekių atsargos, arba sezoninių prekių, pavyzdžiui, žieminių ar vasarinių drabužių, atveju. Tokiu atveju, kadangi tokios prekės nebūtų, griežtai vertinant, laikomos naujomis, 6a straipsnio 4 dalyje numatyta išimtis nebūtų taikoma.

Tačiau tokiais atvejais prekiautojas kaip ataskaitinį laikotarpį „ankstesnei“ kainai nustatyti gali pasirinkti **ilgesnį laikotarpį**, per kurį prekę buvo siūloma įsigyti iš viso ne trumpiau kaip 30 dienų. Todėl, kai pardavėjas po pertraukos vėl pasiūlo įsigyti prekę, jis gali pranešti apie kainos sumažinimą, kaip „ankstesnę“ kainą nurodydamas mažiausią kainą, taikytą ataskaitiniu laikotarpiu prieš pertrauką (pavyzdžiui, praėjusiais metais), jei:

— per tą ataskaitinį laikotarpį prekę buvo siūloma įsigyti iš viso ne trumpiau kaip 30 dienų ir

— nurodyta „ankstesnė“ kaina yra mažiausia kaina per visą ataskaitinį laikotarpį.

Atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį, pagal DNKV 7 straipsnį prekiautojas gali būti įpareigotas informuoti vartotoją, kai nurodyta „ankstesnė“ kaina yra kaina, kuri buvo taikoma ne laikotarpiu prieš pat kainos sumažinimą, bet, pavyzdžiui, praėjusį sezoną.

4.3. Laipsniškas kainų mažinimas

6a straipsnis

5. Valstybės narės gali numatyti, kad kai kainos sumažinimas palaipsniui didinamas, ankstesnė kaina yra kaina be kainos sumažinimo prieš pirmą kartą taikant kainos sumažinimą.

6a straipsnio 5 dalyje numatyta reglamentavimo galimybė taikoma, kai vykdant tą pačią prekybos kampaniją kaina palaipsniui mažinama **be pertrūkių**. Šiuo atveju „ankstesnė“ kaina yra mažiausia kaina per 30 dienų iki pirmojo pranešimo apie kainų sumažinimą pateikimo ir ji išlieka „ankstesne“ kaina pateikiant visus vėlesnius pranešimus apie kainų sumažinimą vykdant prekybos kampaniją.

- Pavyzdžiui, per pastarąsias 30 dienų iki prekybos kampanijos pradžios mažiausia prekės kaina buvo 100 EUR. Pardavėjas, pranešdamas apie pirmąją kainos sumažinimą (pavyzdžiui, 10 % nuolaida), nurodo, kad prekės ankstesnė kaina buvo 100 EUR, o vėliau, pranešdamas apie tolesnes 20 ir 30 % nuolaidas, gali išlaikyti tą pačią „ankstesnę“ kainą.

Situacija skiriasi, kai prekybos kampanijos vykdomos viena po kitos 30 dienų laikotarpiu (pavyzdžiui, tokių akcijų atveju kaip „20 % nuolaida kiekvieną gruodžio sekmadienį“ arba viena po kitos skelbiamos akcijos „Vieniųjų diena“, „Juodasis penktadienis“, „Kibernetinis pirmadienis“ ar Kalėdinės prekybos kampanijos lapkričio–gruodžio mėn.). Vykstant tokioms viena po kitos einančioms prekybos kampanijoms, kai kaina didinama su (trumpais) pertrūkiais, taikoma 6a straipsnyje nustatyta bendroji taisyklė, o „ankstesnė“ kaina per kiekvieną iš eilės taikomą sumažinimą yra mažiausia kaina bent per pastarąsias 30 dienų, t. y. įskaitant sumažintą kainą per ankstesnes akcijas.

Siekiant užkirsti kelią 6a straipsnio 1 ir 2 dalių vengimui, 5 dalis aiškinama siaurai. Todėl ji taikoma tik tada, kai kaina mažinama laipsniškai, nepertraukiamai ir nedidinant nurodytos „ankstesnės“ nuolatinio kainų mažinimo laikotarpio.

ISSN 1977-0960 (elektroninis leidimas)
ISSN 1725-521X (popierinis leidimas)



Europos Sąjungos leidinių biuras
L-2985 Liuksemburgas
LIUKSEMBURGAS

LT