

2021-12-23 priimti Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2019/2161 („Omnibus“ direktyvą), kuria siekiama suvienodinti vartotojų teisių apsaugos reguliavimą visose Europos Sąjungos šalyse bei užtikrinti geresnį vartotojų teisių apsaugos taisyklių vykdymą ir modernizavimą, įgyvendinantys teisės aktai:

- Lietuvos Respublikos civilinio kodekso pakeitimo įstatymas Nr. XIV-885,
- Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymo pakeitimo įstatymas Nr. XIV-23
- ir Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo pakeitimo įstatymas Nr. XIV-887.

Šie teisės aktai įsigalios **2022 m. gegužės mėn. 28 d.**

Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas numato naujus draudimus, įskaitant naujas nuostatas dėl fiktyvių vartotojų atsiliėpimų draudimo; manipuliacijų kainomis perparduodant bilietus draudimą, kai yra naudojama tam tikra speciali įranga; kainų individualizavimo taikant algoritmus reikalavimus bei naujus „dvejopos kokybės“ produktų draudimus, taip pat, reikalavimą nurodyti siūlomų prekių reitingavimo kriterijus. Papildomai, už plačiai paplitusią ar ES mastu plačiai paplitusią pažeidimą vykdant nesąžiningą komercinę veiklą numatytos didesnės, iki 4 proc. nuo komercinės veiklos subjekto metinės apyvartos atitinkamoje valstybėje narėje, kurioje jis vykdo veiklą, sankcijos.

Atsižvelgus į 2019 m. Europos Komisijos Jungtinio tyrimų centro 19 valstybių narių atlikto tyrimo rezultatus ir nustatytus atvejus, kai produktų, parduodamų tapačiomis arba panašiomis pakuotėmis, sudėtis arba savybės skyrėsi nuo tų pačių produktų, parduodamų kitose ES valstybėse narėse, produkto reklamavimas kaip identiško kitam, jei iš tikrųjų produkto sudedamosios dalys ar savybės iš esmės skiriasi, vertinamas kaip nesąžininga komercinė veikla.

Draudžiamas vartotojų klaidinimas dėl dvejopos kokybės

Atitinkamai, Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 5 straipsnio 2 dalis papildyta 3 punktu, numatant, jog **klaidinančiais veiksmais laikoma komercinė veikla**, kuri skatina arba gali paskatinti vidutinį vartotoją priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs, **įskaitant ir „bet kokią prekės pateikimą, siūlymą ar pardavimą vartotojams Lietuvos Respublikoje kaip tapačios kitose Europos Sąjungos valstybėse narėse parduodamai prekei, nors**

šių prekių sudėtis ar savybės reikšmingai skiriasi, išskyrus atvejus, kai tai pagrįsta teisėtomis ir objektyviomis priežastimis“.

Taigi, tam, jog prekių rinkodaros veikla būtų laikoma nesąžininga, ji **turi atitikti dvi sąlygas:**

- **Prekė turi būti siūloma kaip tapati prekei, kuria prekiaujama kitose valstybėse narėse;**
- **Prekės sudėtis ar savybės turi reikšmingai skirtis, palyginus su prekių, kuriomis prekiaujama kitose valstybėse narėse, sudėtimi ar savybėmis.**

Todėl atvejai, kai parduodama prekė yra labai panaši į parduodamas kitose šalyse, tačiau jos sudėtis ar savybės reikšmingai skiriasi, tačiau tai nėra pateisinta objektyviomis ir teisėtomis priežastimis (pvz., sezoniškumu, produkto pritaikymu nacionaliniams reikalavimams), galėtų būti vertinami kaip vartotojų klaidinimas.

Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas nenumato kriterijų nustatytų skirtumų reikšmingumo vertinimui. Atsižvelgiant į tai, kiekvienas konkretus atvejis bus vertinamas individualiai, atsižvelgiant nustatytas aplinkybes, į tai, ar vidutinis vartotojas gali suprasti, jog jam siūloma prekė yra netapati prekei, kuri parduodama kitoje šalyje, bei į tai, ar skirtinga prekių sudėtis ar savybės galėtų būti reikšminga vartotojui priimant sprendimą dėl prekės įsigijimo.

Pareiga pardavėjui nurodyti savo statusą

Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 6 straipsnio 3 dalis papildoma 6 punktu, numatant, jog, **kai produktai siūlomi elektroninėse prekyvietėse, esmine komercinio pasiūlymo informacija bus laikoma ir tai, ar asmuo, teikiantis produktus, yra komercinės veiklos subjektas, ar ne, remiantis to asmens elektroninės prekyvietės paslaugos teikėjui pateikta deklaracija.**

Tai reiškia, kad prekes ir paslaugas siūlantis asmuo internete turi būti atskleistas vartotojui: **vartotojui turi būti aiškiai nurodyta, ar prekes ir / ar paslaugas siūlantis asmuo yra profesionalus pardavėjas, ar fizinis asmuo**, taip pat, aiškiai ir išsamiai nurodomos **vartotojų teisės** tais atvejais, jei perkama iš profesionalaus pardavėjo ir jei perkama iš privataus fizinio asmens. Pavyzdžiui, jeigu pardavėjas ar paslaugų teikėjas nėra profesionalus pardavėjas, vartotojai turi būti įspėjami, kad vartotojų teisių apsaugos

taisyklės su tokiu asmeniu sudarytai sutarčiai nebus pritaikomos. Toks atvejis galėtų būti, kai privatus fizinis asmuo siūlo kitiems vartotojams pirkti jo naudotus daiktus prekybos ir mainų platformose ar skelbimų portaluose. Tokios platformos ar portalo valdytojas turėtų aiškiai informuoti vartotoją apie jo ir pardavėjo pareigas, kiekvieno iš jų atsakomybę, be to, aiškiai informuoti vartotoją apie pardavėjo statusą ir iš to vartotojui kylančias pasekmes jo teisių atžvilgiu.

Produktų reitingavimas

Produktų reitingas – verslininko bet kokiomis technologinėmis priemonėmis produktams suteikiamas santykinis reikšmingumas.

„Omnibus“ direktyvoje pateikiamas naujas žodžio „reitingas“ apibrėžimas. Nurodoma, kad reitingas yra „produktams suteiktas santykinis reikšmingumas, kurį prekiautojas pateikia, organizuoja ar praneša, neatsižvelgiant į tokiam pateikimui, organizavimui ar pranešimui naudojamas technologines priemones“. Taip pat patikslinama: „<...> be kita ko, naudodami algoritminę seką, reitingo nustatymo ar peržiūros mechanizmus, vizualinius akcentus ar kitas akcentavimo priemones arba jų derinį“.

Nuo 2022-05-28 įsigaliojanti pakeisto Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 14 dalis numato, jog, sąvoka „produktų reitingas“ turėtų būti suprantama taip, kaip ji apibrėžta Lietuvos Respublikos civiliniame kodekse, t. y. pagal naujai įsigaliosiančią 6.2281 straipsnio 15 dalį, numatančią, jog produktų reitingas – verslininko bet kokiomis technologinėmis priemonėmis produktams suteikiamas santykinis reikšmingumas.

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.

Atsižvelgiant į tai, Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 6 straipsnis papildomas nauja 4 dalimi, numatant, jog, **„jeigu vartotojams suteikiama galimybė remiantis užklausa pagal raktažodį, frazę arba kitas įvesties priemones ieškoti produktų, kuriuos siūlo skirtingi komercinės veiklos subjektai arba vartotojai, neatsižvelgiant į tai, kaip sudaromos sutartys, esmine laikoma elektroninės sąsajos dalyje, tiesiogiai ir lengvai prieinamoje iš interneto puslapio, kuriame pateikiami užklauso rezultatai, pateikta bendroji**

informacija apie pagrindinius parametrus, kurie lemia vartotojui pagal paieškos užklausą pateikiamų produktų reitingą, ir šių parametrų santykinį reikšmingumą, palyginti su kitais parametrais. Šios nuostatos netaikomos interneto paieškos sistemų teikėjams, kaip jie apibrėžti 2019-06-20 Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2019/1150 dėl verslo klientams teikiamų internetinių tarpininkavimo paslaugų sąžiningumo ir skaidrumo didinimo 2 straipsnio 6 punkte“.

Taigi, aukščiau nurodytas reikalavimas taikomas prekiautojams, kurie suteikia vartotojams galimybę ieškoti kitos (trečiosios) šalies, prekiautojų arba vartotojų siūlomų produktų, veikia kaip tarpininkas, t. y. elektroninėms prekyvietėms ir palyginimo priemonėms. Nuostata netaikoma prekiautojams, kurie savo vartotojams suteikia galimybę ieškoti tik jų pačių siūlomų įvairių produktų.

Komercinės veiklos subjektas, susikūręs reitingavimo sistemą, **turi užtikrinti reitingo nustatymo skaidrumą ir aiškiai bei vartotojui lengvai suprantamu būdu atskleisti pagrindinius kriterijus** (pvz., kaina, pirkimo istorija, teigiamų atsiliepimų skaičius, atstumas, apmokėta reklama ir pan.), pagal kuriuos nustatomas vartotojui pagal paieškos užklausą pateikiamų produktų reitingas, ir apie tų kriterijų santykinę svarbą.

Standartinių reitingo nustatymo parametrų aprašymas gali būti bendro pobūdžio, jis neturi būti pritaikytas pagal kiekvieną paieškos užklausą. Informacija turi būti pateikiama aiškiai, suprantamai ir nuotolinio ryšio priemonėms tinkamu būdu. Informacija turi būti pateikiama specialioje elektroninės sąsajos skiltyje, kuri būtų tiesiogiai ir lengvai prieinama iš tinklalapio, kuriame pristatomi pasiūlymai.

Papildomai, nauju 24 punktu papildomas Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnis (klaidinanti komercinė veikla, kurios nereikia įrodinėti), numatant, jog preziumuojama, kad komercinė veikla yra klaidinanti, jeigu ji pasireiškia kaip paieškos rezultatų pagal vartotojo interneto paieškos užklausą pateikimas aiškiai neatskleidžiant jokios apmokėtos reklamos ar mokėjimo, kuriuo siekiama aukštesnio produktų reitingo paieškos rezultatuose. Tai reiškia, kad **neatskleista reklama ir aukštesnio paieškos rezultatų reitingo rodymas už užmokestį yra draudžiamas.**

Komercinės veiklos subjektai, kurie suteikia galimybę ieškoti „produktų“ (t. y. prekių, paslaugų, skaitmeninio turinio), įskaitant paieškos sistemas, **turi aiškiai ir lengvai suprantamu būdu 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.**

Atvejai, kai vartotojui rodomas paieškos rezultatas, kuris kitu atveju pagal taikomus objektyvius paieškos kriterijus nebūtų rodomas, taip pat atvejai, kai dėl tiesioginio ar netiesioginio užmokesčio pagerinama viena ar daugiau reitingo sąrašo pozicijų, turi būti aiškiai ir matomai pažymėti. Tai reiškia, kad **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. Siūlytinas žymėjimas – „Apmokėta reklama“.

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 aiškiam ir gerai matomame pranešime paieškos rezultatų puslapyje. Toks pranešimas turėtų būti pateiktas atskirai, greta bendros informacijos apie reitingo nustatymo parametrus, kurią prekiautojai turi pateikti, kaip aptarta aukščiau.

Vartotojų atsiliepimai

Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 6 straipsnis papildoma nauja 5 dalimi, numatant, jog „jeigu komercinės veiklos subjektas leidžia vartotojui susipažinti su atsiliepimais apie produktus, **informacija apie tai, ar komercinės veiklos subjektas užtikrina, kad skelbiami atsiliepimai yra gauti iš vartotojų, kurie iš tikrųjų naudojo arba įsigijo produktą, ir kaip tai užtikrina, laikoma esmine.**“

Tai reiškia, kad vartotojui turi taip pat būti pateikta bendra informacija apie atsiliepimų tvarkymą, pavyzdžiui, **turi būti nurodoma, iš kur gaunami skelbiami atsiliepimai, ar skelbiami visi (teigiami ir neigiami) atsiliepimai, ar tiems atsiliepimams įtakos turėjo sutartiniai santykiai su prekiautoju, ar atsiliepimas apie produktą buvo apmokėtas, kaip apskaičiuojamas vidutinis atsiliepimų balas ir pan.** 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.

Be to, naujais 26 ir 27 punktais papildomas Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnis (klaidinanti komercinė veikla, kurios nereikia įrodinėti), numatant, jog preziumuojama, kad **komercinė veikla yra klaidinanti, jeigu ji pasireiškia kaip:**

- skelbimas, kad atsiliepinimus apie produktą pateikė vartotojai, kurie iš tikrųjų juo naudojos ar jį įsigijo, – kai komercinės veiklos subjektas nesiima pagrįstų ir proporcingų veiksmų patikrinti, ar atsiliepinimus pateikė tokie vartotojai;
- neteisingų vartotojų atsiliepinimų arba rekomendacijų pateikimas ar pavedimas tai padaryti kitam juridiniam arba fiziniam asmeniui, vartotojų atsiliepinimų arba rekomendacijų socialinėse medijose išskraipymas, siekiant reklamuoti produktus.

Tai reiškia, jog komercinės veiklos subjektas, kuris skelbia vartotojų atsiliepinimus, **privalo ne tik užtikrinti, jog atsiliepinimą paliekantis vartotojas tikrai buvo įsigijęs atitinkamą prekę ar paslaugą, bet ir vartotojams pateikti informaciją, kokių pagrįstų ir proporcingų veiksmų ėmėsi vartotojų pateiktų atsiliepinimų tikrumui užtikrinti.**

Šie reikalavimai taip pat taikomi atsiliepinimams, kuriuose pagrindinis dėmesys yra skiriamas produktus siūlančių ar parduodančių prekyautojų savybėms ir veiklai, susijusiai su komercinės veiklos subjekto veikla vartotojų atžvilgiu, pavyzdžiui, atsiliepinimams apie produktų kokybę, patikimumą, pristatymo greitį ir pan.

Draudžiama publikuoti netikrus bei trinti neigiamus atsiliepinimus.

Bilietaų perpardavimas

Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnis (klaidinanti komercinė veikla, kurios nereikia įrodinėti) papildomas dar vienu nauju

25 punktu, numatant, jog preziumuojama, kad **komercinė veikla yra klaidinanti, jeigu ji pasireiškia kaip „bilietaų į renginius, kuriuos komercinės veiklos subjektas įsigijo naudodamasis automatizuotomis priemonėmis, kad išvengtų nustatyto bilietaų, kuriuos asmuo gali nusipirkti, kiekio apribojimo arba kitų bilietaų pirkimui-pardavimui taikomų taisyklių, pardavimas vartotojams (perpardavimas)“.**

Tai reiškia, jog **prekiautojams draudžiama perparduoti vartotojams bilietus į kultūros ir sporto renginius, kuriuos jie įsigijo naudodamiesi specializuota programine įranga (interneto robotais).**

Šis draudimas taip pat taikomas tuo atveju, kai bilietai yra „rezervuojami“ naudojant automatizuotą programinę įrangą, o vėliau už juos sumokama atskirai kitomis priemonėmis. Be to, draudimas taip pat apima atvejus, kai bilietaų perpardavėjas bilietus įsigyja iš

trečiosios šalies, kuri bilietus pirkto naudodamasi interneto robotais.

Draudimas taikomas renginiams, tarp jų – kultūros ir sporto renginiams, 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.

Naujos sankcijos

Pažeidus Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo nuostatas gali būti skirtas **ispėjimas arba bauda iki 3 procentų jo pajamų einamaisiais finansiniais metais, bet ne didesnė negu vienas šimtas tūkstančių eurų**. Komercinės veiklos subjektams, pakartotinai per vienus metus padariusiems pažeidimą, už kurį buvo paskirta šiame įstatyme nustatyta bauda ar ispėjimas, gali būti skiriama bauda iki 6 procentų jų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, bet ne didesnė negu du šimtai tūkstančių eurų, o jeigu komercinės veiklos subjektas veikia trumpiau negu vienus metus, – iki 6 procentų jo pajamų einamaisiais finansiniais metais, bet ne didesnė negu du šimtai tūkstančių eurų. Jeigu komercinės veiklos subjektas nepateikia informacijos apie savo metines pajamas, jam už nesąžiningą komercinę veiklą skiriama bauda iki vieno šimto tūkstančių eurų, o jeigu pažeidimas padaromas pakartotinai per vienus metus nuo baudos ar ispėjimo už šiame įstatyme numatytą pažeidimą paskyrimo, – iki dviejų šimtų tūkstančių eurų.

Naujos sankcijos numatomos už plačiai paplitusį pažeidimą ar ES mastu plačiai paplitusį pažeidimą – tokiu atveju komercinės veiklos subjektui gali būti skiriama baudą iki 4 procentų jo metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais atitinkamoje valstybėje narėje ar valstybėse narėse. Jeigu komercinės veiklos subjektas nepateikia informacijos apie savo metines pajamas, jam gali būti skiriama bauda iki dviejų milijonų eurų.

Plačiai paplitusiu pažeidimu vertinamas pažeidimas, paveikiantis vartotojų, gyvenančių bent trijose ES valstybėse narėse.

ES mastu plačiai paplitęs pažeidimas – plačiai paplitęs pažeidimas, kuriuo buvo padaryta žala, yra daroma žala arba gali būti padaryta žala vartotojų kolektyviniams interesams bent dvi trečiąsias visų valstybių narių sudarančiose valstybėse narėse, kuriose gyvena bent du trečdaliai visų Sąjungos gyventojų.

Be to, numatoma, kad įspėjimas skiriamas ir baudos dydis nustatomas atsižvelgiant ne tik į pažeidimo pobūdį, mastą bei trukmę, tačiau ir – nauja – į padaryto pažeidimo į sunkumą bei komercinės veiklos subjekto gautą finansinę naudą ar išvengtus nuostolius.

Skiriant sankciją, kaip ir anksčiau, bus atsižvelgiama į nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

Nukentėjusių vartotojų teisių gynimas

Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas papildomas 121 straipsniu, numatant, jog **vartotojai, nukentėję nuo nesąžiningos komercinės veiklos, turi teisę į žalos atlyginimą, kainos sumažinimą arba sutarties nutraukimą, atsižvelgiant į pažeidimo sunkumą ir pobūdį, vartotojo patirtą žalą ir kitas reikšmingas aplinkybes.**

Ši nuostata įtvirtina jau dabar veikiančią nuo nesąžiningos komercinės veiklos nukentėjusių vartotojų teisių apsaugos ir gynimo mechanizmą: konstatavus, jog komercinės veiklos subjektas vykdė nesąžiningą komercinę veiklą, nukentėję vartotojai turi teisę pateikti atitinkamą reikalavimą Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymo nustatyta tvarka ginčus ne teismo tvarka nagrinėjančiai institucijai, pavyzdžiui, Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai, Lietuvos Respublikos ryšių reguliavimo tarnybai, Lietuvos bankui, Valstybinei energetikos reguliavimo tarybai ir t. t.

