



4 modulis

Nesąžininga komercinė veikla ir
nesąžiningos sutarties sąlygos

Atsakomybės ribojimo pranešimas

Šiame leidinyje pateikta informacija ir nuomonės yra autoriaus (-ių) ir nebūtinai atspindi oficialią Europos Komisijos poziciją. Europos Komisija negarantuoja šiame leidinyje pateiktų duomenų tikslumo. Nei Europos Komisija, nei bet kuris jos vardu veikiantis asmuo nėra atsakingas už šiame leidinyje esančios informacijos panaudojimą.

Šis dokumentas nėra teisiškai privalomas ir nėra oficialus ES ar nacionalinės teisės aiškinimas, taip pat negali būti laikomas teisine konsultacija. Jis negali pakeisti profesionalios teisinės konsultacijos konkrečiais klausimais.

Skaitytojai taip pat turėtų nepamiršti, kad ES ir nacionaliniai teisės aktai yra nuolat atnaujinami – būtinai pasitikrinkite, ar spausdinta modulių versija nėra atnaujinta svetainėje www.consumerlawready.eu.

2025 m. liepa

Turinys

Išvadas.....	6
I skyrius. Nesąžininga komercinė veikla	8
Kas yra komercinė veikla?	9
Kas yra nesąžininga komercinė veikla?.....	9
Kaip turi elgtis, kad mano pirkėjai priimtų „informacija paremtą sprendimą“?	9
Kaip elgtis, kad būtų užtikrintas laisvas mano pirkėjų „ekonominis elgesys“?	9
Ar visose valstybėse narėse taikomi tokie patys sąžiningumo standartai?	9
Ar verslininkų konkurencinė veikla taip pat reguliuojama?	10
Kaip patikrinti, ar komercinė veikla yra (ne) sąžininga?	11
Kokia komercinė veikla laikoma nesąžininga bet kuriomis aplinkybėmis?	12
Kas yra klaidinantys veiksmai?	20
Kas yra klaidinantis informacijos neatskleidimas?	22
Kas yra agresyvi komercinė veikla?	25
Vidutinio ir pažeidžiamo vartotojo samprata	25
Kas nutiks, jei nesilaikysite sąžiningumo reikalavimų?	26
II skyrius. Nesąžiningos sutarties sąlygos	28
Kas yra vartojimo sutartis ir sutarties sąlygos?.....	28
Kaip nustatomas sutarties sąlygų sąžiningumas ir kaip tai taikoma?.....	29
Ar nesąžiningos sutarčių sąlygos vienodai vertinamos visose valstybėse narėse?	30
Ar būtina laikytis kitos šalies vartotojų teisės reikalavimų?	30
Sąžiningumo principas ir reikšmingos pusiausvyros samprata	30
Kaip turi būti parengtos sutarties sąlygos?	31
Ar yra sąlygų, kurios visuomet laikomos nesąžiningomis?.....	31
Kokias sutarčių sąlygas galima laikyti nesąžiningomis?	31

Kokios gali kilti teisinės pasekmės, į sutartį įtraukus nesąžiningas sąlygas?	34
Kokios taisyklės taikomos sudarius tarptautines sutartis?	35
Kada laikoma, kad jūsų komercinė veikla nukreipta į kitoje šalyje gyvenančius vartotojus?	36
Kaip tai įgyvendinama praktikoje?	36
Koks teismas kompetentingas spręsti ginčus, kilusius dėl tarpvalstybinių sutarčių?	37
PRIEDAI	38

„Svarbu žinoti, kad esu apsaugotas nuo prekybininkų, naudojančių nesąžiningus triukus, jog parduotų savo prekes“.

Vartotojas

„Nuostatos, reguliuojančios nesąžiningą komercinę veiklą ir nesąžiningas sutarties sąlygas užtikrina sąžiningą ir sveiką konkurenciją visoje ES “.

Prekybininkas

Nesąžiningos komercinės veiklos ir nesąžiningas sutarties sąlygų taisyklės aiškiai nurodo, kokia veikla tinkama, kokia – ne“.

Prekybininkas

Įvadas

Mieli verslininkai,

Šis vadovas yra projekto „Consumer Law Ready“ dalis ir yra skirtas labai mažoms, mažoms ir vidutinėms įmonėms (toliau – MVĮ), kurios tiesiogiai dirba su vartotojais.

Projektas „Consumer Law Ready“ yra visos Europos mastu vykdomas projektas, kurį koordinuoja EUROCHAMBRES (Europos prekybos ir pramonės rūmų asociacija), bendradarbiaudama su BEUC (Europos vartotojų organizacija) ir SMEunited (Europos amatų ir MVĮ asociacija). Projektą finansuoja Europos Sąjunga ir remia Europos Komisija. Projekto tikslas – padėti jums laikytis ES vartotojų teisės reikalavimų.

ES vartotojų teisę sudaro įvairūs teisės aktai, kuriuos Europos Sąjunga priėmė per pastaruosius 25 metus ir kuriuos kiekviena ES valstybė narė perkėlė į savo nacionalinę teisę. 2024 m. Komisija baigė 2022 m. pradėtą Atitikties skaitmeninėje erdvėje tinkamumo vertinimą, kurio tikslas buvo išanalizuoti, ar dabartinės vartotojų apsaugos taisyklės tinkamai užtikrina aukštą vartotojų apsaugos lygį skaitmeninėje aplinkoje¹. Vertinimas parodė, kad šios taisyklės tebėra aktualios ir būtinos siekiant užtikrinti aukštą vartotojų apsaugos lygį bei veiksmingą Bendrosios ES skaitmeninės rinkos veikimą. Tuo pačiu metu buvo nustatyta keletas žalingų, vis labiau plintančių veiklų su kuriomis vartotojai susiduria internete, ir nurodyti tobulintini aspektai, kuriuos reikėtų spręsti ateityje. Projektas „Consumer Law Ready“ siekia pagilinti prekybininkų, ypač MVĮ, žinias apie vartotojų teises ir atitinkamas teises pareigas.

Vadovą sudaro septyni moduliai. Kiekvienas jų skirtas konkrečiai ES vartotojų teisės temai:

- 1 modulis skirtas ikisutartinės informacijos reikalavimams;
- 2 modulyje aptariama vartotojo teisė atsisakyti nuotolinių ir ne prekybos vietose sudarytų sutarčių;
- 3 modulyje nagrinėjamos vartotojų teisių gynimo priemonės, kai prekės ar paslaugos neatitinka sutarties;
- 4 modulyje aptariama nesąžininga komercinė veikla ir nesąžiningos sutarčių sąlygos;
- 5 modulyje supažindinama su alternatyvaus ginčų sprendimo procedūromis;
- 6 modulyje pateikiama pagrindinė informacija verslininkams, kurie savo prekes ir paslaugas parduoda elektroninėse prekyvietėse;
- 7 modulyje nagrinėjami klausimai, susiję su gaminių saugos reikalavimais ir pareigomis.

Šis vadovas – tai tik viena iš daugelio mokymo priemonių, sukurtų projekte *Consumer Law Ready*. Projekto tinklapyje www.consumerlawready.eu dar rasite mokomųjų filmų, viktorinų bei el. testų, kuriuos išsprendę gausite sertifikatą. Forume galite diskutuoti ar pasitarti su kitų MVĮ atstovais bei ekspertais.

Vadovo 4 modulio tikslas – supažindinti jus su nesąžiningos komercinės veiklos ir nesąžiningos sutarties sąlygų taisyklėmis. Kalbant apie komercinius verslo ir vartotojų santykius (B2C) svarbu žinoti, kad ES mastu reikalavimai sąžiningai ir skaidriai komercinei veiklai įtvirtinti Direktyvoje dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų

¹ Daugiau informacijos apie vertinimą, jo rezultatus ir tolesnius veiksmus rasite Europos Komisijos tinklapyje https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/review-eu-consumer-law_en#:~:text=On%203%20October%202024%2C%20the%20Commission%20published%20a,level%20of%20consumer%20protection%20in%20the%20digital%20environment

atžvilgiu, 2005/29/EB. Tai aptarsime pirmoje modulio dalyje. Antrojoje modulio dalyje pristatysime direktyvą 1993/13/EEB dėl nesąžiningų sutarties sąlygų, kurioje įtvirtinti reikalavimai užtikrina, kad visoje ES prekybininkų naudojamos sutarčių sąlygos yra sąžiningos ir aiškos vartotojams.

Šiame vadove atsižvelgiama į teisės aktų pakeitimus, numatytus 2019 m. lapkričio 27 d. [Direktyvoje \(ES\) 2019/2161](#) dėl geresnio Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymo ir modernizavimo, kuria buvo įvesti keli pakeitimai, galiojantys nuo 2022 m. gegužės 28 d. Šiame modulyje taip pat pristatomi pakeitimai, įvesti [2024 m. vasario 28 d. Direktyva \(ES\) 2024/825](#), siekiant geresne apsauga nuo nesąžiningos veiklos ir geresniu informavimu įgalinti vartotojus dalyvauti žaliajoje pertvarkoje (Ekologiškumo teiginių direktyva). Siekiant pasirengti teisės aktų pakeitimams, šiame modulyje jau aptariami pagrindiniai pakeitimai, kurie gali turėti įtakos jums. Pakeitimai šiame modulyje pateikiami atskiruose langeliuose su pavadinimu „Naujos taisyklės nuo 2026 m. rugsėjo mėn.“.

Dar svarbu paminėti Direktyvą 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos, kuri padeda apsaugoti prekybininkus nuo klaidinančios reklamos ir jos nesąžiningų pasekmių bei nustatyti sąlygas, kuriomis lyginamoji reklama yra leistina. Ji reguliuoja verslininkų santykius su verslininkais (B2B) ir yra itin naudinga MVĮ.

Išsamesnės informacijos apie Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvą 2005/29/EB ir jos taikymą įvairiose ES valstybėse narėse rasite [Rekomendaciniame Europos Komisijos dokumente](#)². Vertingų žinių suteiks [Vartotojų teisės duomenų bazė](#)³ bei portalas [Jūsų Europa. Verslas](#)⁴.

Tikimės, kad šiame vadove pateikta informacija jums bus naudinga.

² Žr. http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_guidance_lt.pdf

³ Žr. http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm

⁴ Žr. <http://europa.eu/youreurope/business/>

I skyrius. Nesąžininga komercinė veikla

Kas yra komercinė veikla?

Pagal Direktyvą dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu (toliau – DNKV), komercinė veikla yra 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.

Komercinės veiklos apibrėžimas yra labai platus, kad apimtų kuo daugiau realiai gyvenime kylančių situacijų ir prekybininkų veiksmų, kurie gali paveikti vartotojų pasirinkimus. Taisyklės taikomos tiek įprastai, tiek ir internetu vykdomai veiklai, visų rūšių prekėms ir paslaugoms. Todėl jūs turite jas žinoti, nepriklausomai nuo to, ar parduodate knygas knygyne, ar teikiate įvairias paslaugas internetu.

Kas yra nesąžininga komercinė veikla?

Pagal ES teisę, komercinė veikla yra nesąžininga, jei ji neleidžia vartotojui priimti informacija paremtą sprendimą ar daro įtaką jo laisvam ekonominiam elgesiui. Nesąžininga komercinė veikla yra draudžiama visoje ES.

Kaip turiu elgtis, kad mano pirkėjai priimtų „informacija paremtą sprendimą“?

Jūsų veikla, skirta pristatyti prekes ir paslaugas, tokia kaip: reklamos, pasiūlymai žodžiu, prekių aprašymai jūsų interneto svetainėje, kuri gali paveikti vartotojo sprendimą pirkti prekę ar užsisakyti paslaugą, turi apimti visą informaciją, kurios reikia pirkėjui, kad jis galėtų išsirinkti tai, ko jam reikia. Informacija turi būti teisinga ir tiksli.

Pavyzdžiui, jei siūlote įsigyti maisto papildą ir reklamoje nurodote, kad jį vartodamas pirkėjas per 2 mėnesius praras 10 kg svorio, jūs turite turėti įrodymus, pagrindžiančius tokius teiginius.

Kaip elgtis, kad būtų užtikrintas laisvas mano pirkėjų „ekonominis elgesys“?

Turite užtikrinti, kad vykdydamas komercinę veiklą ir bandydamas įtikinti vartotoją pirkti jūsų prekes ar paslaugas, nedarote jam ar jai jokio spaudimo, kuris turi įtakos kliento pasirinkimui.

Pavyzdžiui, prekybininkas, pristatantis vakuuminius siurblius vartotojo namuose, negali ignoruoti asmens prašymo išeiti iš jo namų.

Ar visose valstybėse narėse taikomi tokie patys sąžiningumo standartai?

Pagal ES teisę, visose valstybėse narėse turi būti taikomi vienodi vartotojų teisių apsaugos standartai, apsaugantys vartotojus nuo nesąžiningos komercinės veiklos. Svarbu pabrėžti, kad šios srities teisės normos yra visiškai suderintos (išimties – taisyklės, taikomos finansinių paslaugų ir nekilnojamojo turto sferose, kur valstybės narės gali įtvirtinti griežtesnius reikalavimus). Tai reiškia, kad tokios pačios taisyklės galioja visoje Europos Sąjungoje ir jei jūs žinote privalomus reikalavimus, taikomus vienoje valstybėje narėje ir jų laikotės, tai jūs mokėsite elgtis visose valstybėse narėse. Kitaip tariant, jūs galėsite laisvai vykdyti savo veiklą visoje ES teritorijoje, nesijaudindami dėl tam tikrų nacionalinių taisyklių.

Ar verslininkų konkurencinė veikla taip pat reguliuojama?

Įmonių komercinė veikla, kuri gali paveikti kitas verslo įmones, nėra reguliuojama pagal Direktyvą dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu. Tačiau svarbu pažymėti, kad kai kurios valstybės narės perkėlė šios Direktyvos nuostatas į nacionalinius teisės aktus, reglamentuojančius įmonių veiklą kitų verslo subjektų atžvilgiu arba priėmė

atitinkamas nacionalines normas.  Tokios valstybės narės yra: Austrija, Belgija (iš dalies), Čekijos Respublika, Prancūzija (iš dalies), Vokietija, Italija (reikalavimai taikomi tik mikroįmonėms), Nyderlandai, Portugalija (iš dalies), Švedija⁵.

Dar svarbu paminėti Direktyvą 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos⁶, kuri padeda Europos lygmeniu apsaugoti prekybininkus nuo klaidinančios kitų prekybininkų reklamos bei nustatyti sąlygas, kuriomis lyginamoji reklama yra leistina (lyginamoji – tai tokia reklama, kurioje minima konkurentų įmonė arba jos siūlomos prekės).

Klaidinančia laikoma reklama, kuri bet koku būdu gali paveikti vartotojų, kuriems skirta reklama, ekonominį elgesį arba dėl tokios reklamos pažeidžiami konkurentų interesai. Pavyzdžiui, draudžiama prekių kataloguose naudoti pavadinimus, kurie klaidinančiai panašūs į žinomų prekių ženklus.

Direktyvos nuostatos bus taikomos, jei jūs reklamuosite savo prekes, lygindami jas su tokios pat rūšies konkurentų prekėmis. Tokiu būdu turite būti įsitikinęs, kad jūsų ir jūsų konkurentų prekės, kurias įvardijate lyginamojoje reklamoje, skirtos tokiems pat poreikiams

ar tikslams. Pavyzdžiui, galite palyginti savo ir konkurento parduodamo šaldytuvo efektyvumą, tačiau negalima lyginti šaldytuvo ir kito buities prietaiso savybių. Taip pat svarbu prisiminti, kad jūsų reklamuojamų prekių ar paslaugų pavadinimai negali kopijuoti ar imituoti registruotų prekių ar paslaugų ženklų, kurie priklauso jūsų konkurentams.

⁵ Daugiau informacijos rasite ataskaitos „Study for the Fitness Check of EU consumer and marketing law“ 363–368 p. Prieiga per internetą http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44840

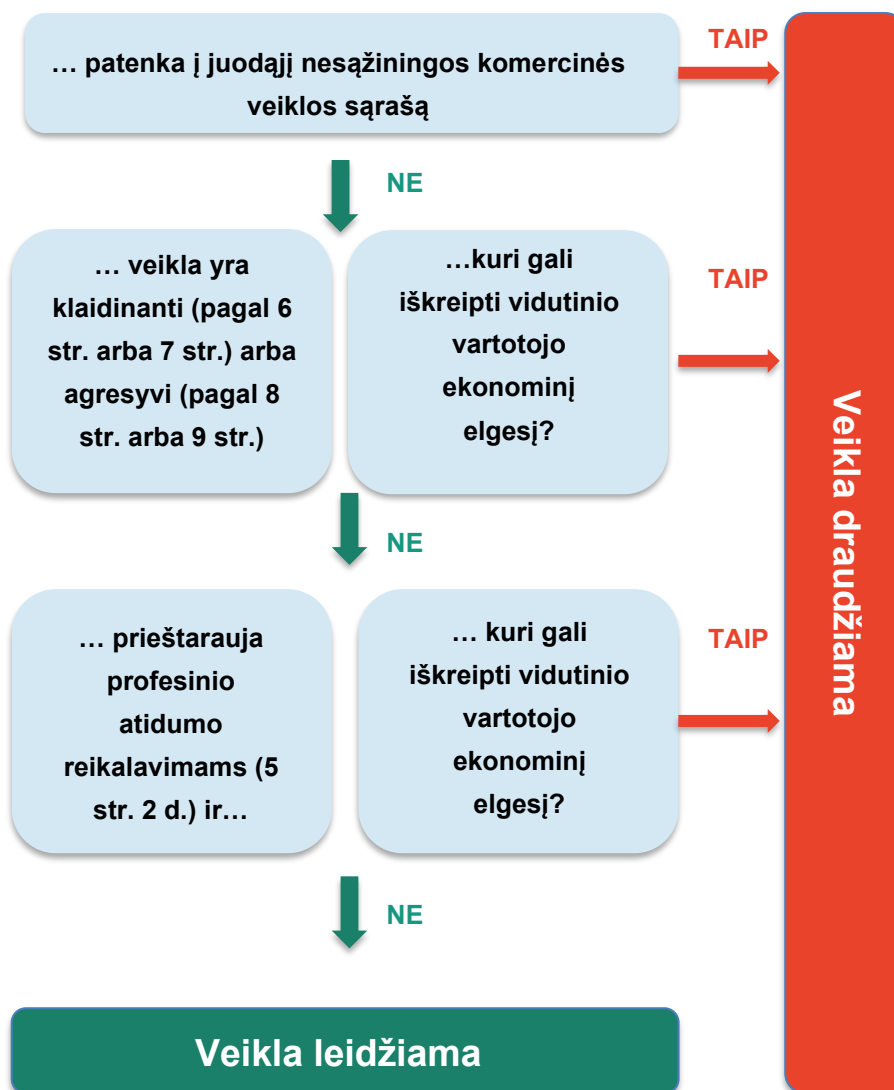
⁶ Žr. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0114&from=FR/>

Kaip patikrinti, ar komercinė veikla yra (ne) sąžininga?

DNKV taikymo funkcinė schema.

Schema parodo ryšį tarp Direktyvos priede pateikto komercinės veiklos „juodojo sąrašo“ ir bendrųjų sąlygų, kurios nurodytos DNKV 5 str. bei 6–9 str. Tam, kad veikla būtų laikoma nesąžininga ir draudžiama pagal DNKV įtvirtintus reikalavimus, pakanka, kad ji atitiktų bent vieną iš toliau nurodytų požymių.

Nustatykite, ar komercinė veikla:



Kokia komercinė veikla laikoma nesąžininga bet kuriomis aplinkybėmis?

Vadinamajame „juodajame sąraše“ nurodyti 35 komercinės veiklos požymiai ⁷ (jie taikomi vykdant prekybą tiek internetu, tiek ir įprastu būdu), kuris gali neigiamai paveikti laisvą, informaciją paremtą vartotojo ekonominį elgesį. Pirmieji 27 požymiai priskiriami klaidinančiai komercinei veiklai, likę 8 – draudžiamai agresyviai komercinei veiklai.

Naujos taisyklės, kurios įsigalios 2026 m. rugsėjo mėn.

Juodasis sąrašas bus papildytas 12 naujų draudžiamų veiklų (žr. 36 punktą).

1) Tvirtinimas, kad prekybininkas yra pasirašęs elgesio kodeksą, kai to nėra.

Pavyzdys. Prekybininkas, parduodantis vaisius, nurodo, kad jis priklauso ekologiškų vaisių augintojų asociacijai, kuriai iš tikrųjų nepriklauso. Ši nuostata apsaugo vartotoją nuo klaidinančio pareiškimo, susijusio su elgesio kodeksais, kurie yra tam tikros veiklos privataus reguliavimo forma, taikoma prekybininkams, priklausantiems atitinkamoms organizacijoms (Ekologiškų vaisių augintojų asociacija, kelionių agentūrų asociacija).

2) Patikimumo ženklo, kokybės ženklo ar lygiaverčio ženklo nurodymas, negavus reikalingo leidimo.

⁷ Žr. [Nesąžiningos komercinės praktikos direktyvos konsoliduota tekstą](#), įskaitant 2019 m. lapkričio 27 d. Modernizavimo direktyva padarytus pakeitimus.

Pavyzdys. Prekybininkas savo prekes ženklina ES arba nacionaliniu ekologiniu ženklu, neturėdamas atitinkamo leidimo.

3) Tvirtinimas, kad elgesio kodeksui pritarė valstybės ar kitokia įstaiga, kai to nėra.

Pavyzdys. Prekybos centrų organizacija nurodo, kad jų elgesio kodeksą patvirtino nacionalinė vartotojų organizacija, tačiau tai netiesa.

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

Pavyzdys. Žaislų pakuotė žymima užrašu „produkto sauga patikrinta“ ir nurodoma žinoma sertifikavimo įstaiga, nors tyrimai nebuvo atlikti.

5) Kvietimas pirkti produktą nurodyta kaina neinformuojant, kad prekybininkas turi pagrįstų priežasčių manyti, kad jis negalės pateikti tų pačių ar lygiaverčių produktų už tą pačią kainą reikiamu laikotarpiu ir kiekiu, kurie būtų protingi atsižvelgiant į produktą, jo reklamos mastą ir siūlomą kainą (reklama – jaukas).

Pavyzdys. Prekybininkas vilioja vartotojus, siūlydamas specialias kainas arba nuolaidas, nors jis žino arba turėtų žinoti, kad iš viso neturi tokių prekių arba negalės pasiūlyti atitinkamo jų kiekio. Ši nuostata taikoma ir tokiems atvejams, kai prekės siūlomos specialiomis sąlygomis, tačiau prekybininkas aiškiai nepasako, kad pasiūlymas galioja ribotam prekių kiekiui arba tik tam tikru laikotarpiu.

6) Kvietimas pirkti nurodyta kaina, kai vėliau:

- a) vartotojams atsisakoma parodyti reklamuotą daiktą,
arba
- b) atsisakoma priimti to daikto užsakymą ar pristatyti jį per protingą laiką,
arba
- c) rodomas brokuotas to daikto pavyzdys,

ketinant reklamuoti kitą produktą (jauko pateikimas ir produkto pakeitimas).



Pavyzdys. Parduotuvės savininkas reklamuoja žinomo Vokietijos gamintojo fotoaparata, kurio kaina tik 100 eurų. Tačiau, kai vartotojas ateina į parduotuvę įsigyti šio fotoaparato, prekybininkas elgiasi taip:

- a) atsisako parodyti vartotojui fotoaparata,
arba
- b) atsisako parduoti prekę vartotojui,
arba
- c) parodo tik brokuotą prekės pavyzdį.

Visus šiuos alternatyvius veiksmus prekybininkas atlieka tik norėdamas paskatinti vartotoją įsigyti kitą prekę – ne reklamuojamą fotoaparata, kuris šiuo atveju atlieka jauko vaidmenį ir privilioja vartotoją į parduotuvę.



7) Apgaulingas pareiškimas, kad gaminį bus galima įsigyti tik per labai ribotą laikotarpį arba tam tikromis sąlygomis per labai ribotą laikotarpį, siekiant paskatinti pirkėją nedelsiant priimti sprendimą ir atimti iš vartotojų galimybę priimti informacija paremtą sprendimą ar tam nesuteikti užtektinai laiko.

Pavyzdys. Pasiūlyme teigiama: „Nusipirk reklamuojamą mobilųjį telefoną per 24 valandas ir mokėk tik pusę įprastos kainos! Nedelsk! **Pasiūlymas galioja tik iki vidurnakčio.** Šios prekės daugiau nebeturėsime. Pirk dabar!“

Jei prekė tokiomis pačiomis sąlygomis bus siūloma ir pasibaigus nurodytam laikotarpiui, toks prekybininko elgesys atitiks „juodajame sąraše“ nurodytą nesąžiningos komercinės veiklos pažymį.

Kitas pavyzdys – viešbučio reklama, kurioje nurodoma: „Liko tik vienas kambarys, užsisakyk dabar“, nors yra daugiau nei vienas laisvas kambarys.

8) Įsipareigojimas teikti garantinį aptarnavimą vartotojams, su kuriais prekybininkas prieš sandorį bendravo kalba, kuri nėra valstybės narės, kurioje įsikūręs prekybininkas, oficiali kalba, o vėliau tokios paslaugos teikimas tik kita kalba, apie tai aiškiai neinformavus vartotojo prieš jam sudarant sandorį.

Pavyzdys. Prekybininkas teigia, kad įsigijus bet kurį jo parduodamą kompiuterį vienerius metus nuo sandorio sudarymo dienos bus teikiamas nemokamas techninis aptarnavimas. Tačiau tik po pirkimo vartotojas supranta, kad aptarnavimas teikiamas anglų kalba, o ne kalba, kuria prekybininkas su vartotoju bendravo iki sandorio sudarymo. Apie tai prekybininkas vartotojo neinformavo.

9) Pareiškimas ar kitoks įspūdis sudarymas, kad produktas gali būti legaliai parduotas, kai to nėra.

Pavyzdys. Prekybininkas reklamuoja, kad parduoda saugomą augalų rūšį, tačiau iš tikrųjų augalą platinti draudžiama.

10) Pagal įstatymą vartotojams suteikiamų teisių pateikimas kaip skiriamąjo prekybininko pasiūlymo bruožas.

Pavyzdys. Prekybininkas suteikia prekei teisinę garantiją (kuri yra privaloma pagal teisės aktus – daugiau informacijos apie pateikta modulyje apie vartotojų teises) ir teigia, kad tai papildoma paslauga vartotojui.



11) Redakcinės skilties naudojimas reklamuojant produktą žiniasklaidoje, kai prekybininkas sumokėjo už reklamą, aiškiai

nepažymint to turinyje ar vaizdinėmis arba garsinėmis priemonėmis, kurias vartotojas galėtų aiškiai atpažinti (angl. advertorial).

Pavyzdys. Prekybininkas pateikia dantų pastos reklamą kaip mokslo atradimais pagrįstus teiginius ar daktaro patarimus, aiškiai nenurodydamas, kad tai yra mokslinio stiliaus reklaminė medžiaga.

12) Iš esmės netikslus tvirtinimas dėl pavojaus vartotojo ar jo šeimos asmeniniam saugumui pobūdžio ir masto, jei vartotojas neperka produkto. Tokiu atveju nepagrįstai manipuluojama saugumo pavojumi.

Pavyzdys. Prekybininkas pateikia netikslus arba neteisingus statistinius duomenis apie vagystes ir nusikalstamumą konkrečiame rajone, kad priverstų vartotoją įsigyti apsaugos sistemą namams.

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

Pavyzdys. Sąmoningai sukuriamas panašumas į žinomą prekės ženklą, naudojant tokį pat žymėjimą ar prekės pristatymą. Pavyzdžiui, parduodama rankinė, kuri yra taip panaši į kito gamintojo prekę, kad vidutinis vartotojas negali atskirti firminės rankinės nuo kito gamintojo prekės.



14) 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.

Pavyzdys. Tinklinės rinkodaros schema, kuri veikia piramidės principu: asmuo, norintis prisijungti prie tinklo, prekiaujančio grožio priemonėmis kaip pardavėjas, turi sumokėti pradinį („prisijungimo“) mokestį, o jo atlyginimas priklauso nuo to, kiek žmonių jis pritrauks į prekybos tinklą.



15) Tvirtinimas, kad prekybininkas rengiasi nutraukti prekybą arba perkelti patalpas, kai jis to nedaro.

Pavyzdys. Prekybininkas paskelbia, kad ketina uždaryti parduotuvę tik siekdamas paskatinti vartotojus įsigyti prekių (pavyzdžiui, naudojami tokie šūkiai: „Parduotuvė uždaroma – turime parduoti visas prekes iki penktadienio“ arba „Uždarymo išpardavimas“).

16) Tvirtinimas, kad produktai gali padėti pasiekti pergalę atsitiktinumo principu grindžiamuose žaidimuose.

Pavyzdys. Prekybininkas skelbia: „Jūs galite laimėti loterijoje! Pirkite naują algoritmų sistemą, kuri padės jums laimėti loterijoje“.

17) Apgaulingas tvirtinimas, kad produktas gali gydyti ligas, funkcinius sutrikimus ar išsigimimą.

Pavyzdys. Prekybininkas teigia, kad jo parduodama priemonė gali išgydyti nuplikimą, nors tokių priemonių dar nėra: „*Kaip jūs jaustumėtės, galėdami džiaugtis vešliais plaukais? 10 metų jaunesni? MiracleGrow Hair Gel – tai išbandytas ir patikrintas plaukų atjauninimo produktas⁸!*“.

18) Iš esmės netikslios informacijos apie rinkos sąlygas ar apie galimybę surasti produktą perdavimas, siekiant paskatinti vartotoją įsigyti produktą mažiau palankiomis sąlygomis nei įprastinės rinkos sąlygos.

Pavyzdys. Prekybininkas neteisėtai pasiskelbia išskirtinių teisių turėtoju, kuris dėl to gali taikyti didesnes nei rinkos kainas tam tikriems produktams: „*Šias teniso raketas naudoja garsiausi ir sėkmingiausi teniso žaidėjai! Jūs taip pat jas galite įsigyti – tik mūsų svetainėje. Pirkite dabar, kol dar turime!*“. Iš tikrųjų tokias pačias teniso raketas galima įsigyti daugelio šioje srityje dirbančių prekyautojų tinklapiuose gerokai žemesne kaina.

19) Komercinėje veikloje naudojamas tvirtinimas apie siūlomą konkursą ar prizą nesuteikiant apibūdintų prizų ar tinkamo ekvivalento.

Pavyzdys. Prekybininkas reklamoje nurodo, kad kiekvienas asmuo, perkantis tam tikrus ledus, dalyvauja loterijoje, kurioje galima išlošti daugybę prizų. Tačiau iš tiesų jokių prizų nėra – tai tiesiog klaidinanti priemonė, skatinanti vartotojus pirkti daugiau ledų.

⁸ Įsidėmėkite, kad reklamoje naudojami teiginiai, susiję su sveikata, gali būti reglamentuojami specialiais ES ir nacionaliniais sveikatos ar farmacijos sričių teisės aktais.

Ši nuostata taikoma visais atvejais, kai lošimai ar prizai naudojami kaip komercinė taktika, skatinanti vartotojus įsigyti konkrečias prekes, nors realybėje prizų nėra arba jie iš anksto paskiriami tam tikram asmeniui.

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

Pavyzdys. Knygų parduotuvė reklamuoja, kad knygos duodamos nemokamai, tačiau iš tikrųjų vartotojas turi sumokėti už dvi knygas, kad trečią knygą gautų nemokamai.

21) Sąskaitos ar panašaus dokumento, kuriuo prašoma mokėjimo, įtraukimas į reklamos medžiagą, sukeliant vartotojui įspūdį, kad jis jau užsakė parduodamą produktą, kai jis to nepadarė.

Pavyzdys. Prekybininkas siunčia vartotojams brošiūrą apie naujai išleistą enciklopediją, kurioje įdėta iš anksto išrašyta sąskaita. Tai priverčia asmenį patikėti, kad jis jau užsisakė knygą ir dabar turi už ją sumokėti.

22) 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 vartotoju.

Pavyzdys. Prekybininkas, rašydamas teigiamus atsiliepimus internetu apie konkretų viešbutį, prisistato vartotoju, nors iš tiesų jis yra to viešbučio savininkas.

23) Apgaulingo įspūdis, kad prekei bus suteikiamas garantinis aptarnavimas kitoje valstybėje narėje, negu buvo parduota

ta prekė, sukūrimas.

Pavyzdys. Prekybininkas Prancūzijoje parduoda vartotojui kompiuterį ir nurodo, kad šis galės gauti nemokamas konsultacijas telefonu bet kurioje Europos Sąjungos valstybėje narėje, tačiau iš tikrųjų pagalba telefonu teikiama tik Prancūzijoje ir tik prancūzų kalba.

24) Įspūdis sudarymas, kad vartotojas negali palikti patalpų, kol sutartis nebus sudaryta.

Pavyzdys. Vartotojui atėjus į parduotuvę prekybininkas sako, kad jis užrakino duris ir klientas galės išeiti tik tuo atveju, jei nusipirks vieną iš siūlomų prekių. Tam, kad būtų pritaikytas šis požymis, užtenka, kad prekybininkas sudarytų įspūdį, jog vartotojas negali išeiti iš parduotuvės, jam nereikia fiziškai užrakinti durų.

25) Asmeninis lankymasis vartotojo namuose, nepaisant vartotojo reikalavimo išeiti, išskyrus tomis aplinkybėmis ir tiek, kiek tai leidžiama pagal nacionalinę teisę siekiant užtikrinti sutartinės prievolės vykdymą.

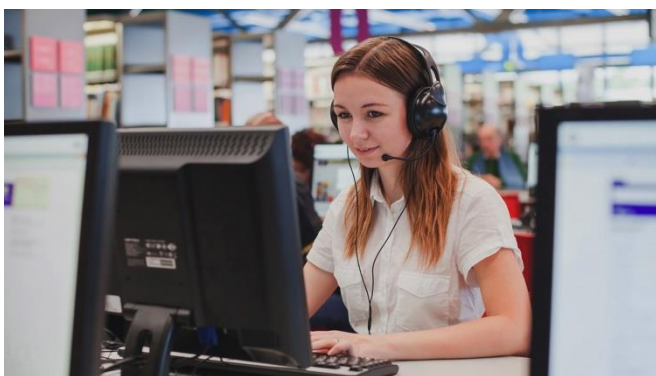
Pavyzdys. Prekybininkas, kuris parduoda stalo įrankius, bando patekti į asmens namus ir įkyriai siūlo įsigyti jo parduodamas prekes, nors vartotojas aiškiai pasakė, kad jis neketina pirkti stalo įrankių. Toks prekybininko elgesys vertinamas kaip spaudimas pirkti, nes asmuo gali įsigyti jam nereikalingų prekių tik todėl, kad atsikratytų prekybininko.



Nesąžiningos komercinės veiklos požymiu nelaikomas prekybininko elgesys, jei jis nuolat grįžta į vartotojo namus, nepaisydamas vartotojo prašymo to nedaryti, kai prekybininkas siekia gauti iš asmens mokėjimą už prekes, kurias šis savo noru užsisakė ir nesumokėjo.

26) 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.

Pavyzdys. Prekybininkas siunčia vartotojui prekės pristatymą el. pašto ar SMS žinutėmis, nors vartotojas aiškiai paprašė to nedaryti. Ši nuostata neužkerta kelio prekybininkui siųsti pranešimus dėl mokėjimo už prekes, kurias vartotojas savo noru užsisakė ir nesumokėjo.



Kai kuriose valstybėse narėse „šaltieji skambučiai“ draudžiami pagal Direktyvą dėl privatumo ir elektroninių ryšių⁹, o keliose valstybėse (pavyzdžiui, Vokietijoje) vartotojas gali pats nuspręsti, ar leisti prekybininkui teikti pasiūlymus telefonu. Danijoje prekybininkas gali susisiekti su vartotoju telefonu, el. paštu arba atvykti į jo namus ar darbą tik turėdamas išankstinį vartotojo sutikimą (išskyrus keletą išimčių, susijusių su pardavimu telefonu). Pavyzdžiui, Belgijoje ir Italijoje

nepageidaujamų prekybininkų duomenis galima įtraukti į specialų sąrašą ir taip išvengti kontaktų su jais.

27) 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.

Pavyzdys. Draudėjas reikalauja, kad vartotojas, kuris siekia gauti kompensaciją už asmeninius daiktus, dingusius iš lagamino, pateiktų visų šių daiktų pirkimo čekius. Reikalavimas pateikti visų daiktų pirkimo dokumentus nėra pagrįstas. Ši nuostata užtikrina, kad vartotojas, turintis tam tikrą draudimo polisą, galėtų efektyviau ir aiškiau pasinaudoti savo teisėmis.

28) Vaikams skirto tiesioginio raginimo pirkti arba įtikinti tėvus ar kitus suaugusiuosius nupirkti jiems reklamuojamus produktus įtraukimas į reklamą.

Pavyzdys. „Jau turime karščiausią rinkos naujieną – naują tavo mėgstamiausio filmo dalį. Nori ją pamatyti pirmas iš savo draugų? Nedelsiant prašyk mamos nupirkti diską! Ei, vaikai! Tėvai turi jums nupirkti Betmano trilogijos DVD! Dar nematyti *Fluffy the Bunny* nuotykių naujoje komiksų knygelėje – paprašyk mamos, kad nupirktų ir tau“.

Šia taisykle siekiama apsaugoti vaikus ir jų tėvus nuo tiesioginės reklamos. Būtiną šios komercinės veiklos nesąžiningumo elementas yra „tiesioginio raginimo“ aspektas, kuris rodo, kad reklama daromas spaudimas tėvams arba jų vaikams.

29) Reikalavimas nedelsiant sumokėti ar atidėto mokėjimo reikalavimas už prekybininko pateiktus produktus ar

⁹ Direktyva 2002/58/EB dėl asmens duomenų tvarkymo ir privatumo apsaugos elektroninių ryšių sektoriuje (Direktyva dėl privatumo ir elektroninių ryšių)

reikalavimas juos grąžinti ar saugoti, kai vartotojas jų neužsakė (inertiškas pirkimas).

Pavyzdys. Prekybininkas pateikia vartotojui prekes ar paslaugas, kurių šis neužsakė (pavyzdžiui, siunčia knygas, kurių asmuo neprašė, tada prašo už jas sumokėti).

Būtina pažymėti, kad Vartotojų teisių direktyvoje įtvirtinta nuostata, kad vartotojai neturi mokėti už jokias prekes ar paslaugas, kurių neužsakė. Vartotojai taip pat neprivalo išsiųsti atgal neužsakytų prekių, kurios jiems buvo pristatytos.

30) Aiškus vartotojo informavimas, kad jeigu jis neperka produkto ar paslaugos, prekybininko darbui ar pragyvenimo šaltiniui iškils pavojus.

Pavyzdys. Prekybininkas, parduodantis dulkių siurblius, ateina į vartotojo namus ir sako, kad jei vartotojas nenusipirks siurblio, prekybininkas praras darbą. Šios nuostatos taikymui neturi reikšmės faktas, ar prekybininkas sako tiesą, ar manipuliuoja situacija, siekdamas parduoti prekę.

31) 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 kad vartotojas gali reikalauti dovanų ar kitokios lygiavertės naudos tik sumokėjęs pinigų arba patyręs išlaidų.

Pavyzdys. Prekybininkas praneša vartotojui, kad pirkdamas tam tikras prekes jis gali laimėti automobilį, nors iš tikrųjų tokio prizos nėra, arba sako, kad norėdamas gauti prizą vartotojas turi įsigyti kitą prekę arba atlikti tam tikrus mokėjimus (pavyzdžiui, skambinti padidinto tarifo numeriu).

32) Paieškos rezultatų pateikimas reaguojant į vartotojo užklausą internete, aiškiai nenurodant, kad tai yra mokama reklama, arba kad buvo sumokėta konkrečiai už tai, kad produktai paieškos rezultatuose būtų rodomi aukštesnėje pozicijoje.

Pavyzdys. Vartotojas internetinėje užsakymų platformoje ieško pigiausio skrydžio iš Briuselio į Romą. Paieškos rezultatuose, pateiktuose atsakant į užklausą, kai kurie pasiūlymai rodomi sąrašo viršuje, nes aviakompanijos sumokėjo platformai didesnius komisinius už aukštą reitingą, o tai, kad paieškos rezultatams įtaką daro mokėjimai, vartotojams nėra aiškiai ir matomai nurodyta.

33) Renginių bilietų perpardavinėjimas vartotojams, jei prekybininkas juos įsigijo naudodamas automatizuotas priemones, siekdamas apeiti apribojimus, taikomus bilietų skaičiui, kurį gali įsigyti vienas asmuo, arba bet kokias kitas taisykles, taikomas bilietų pirkimui.

Pavyzdys. Prekybininkas už aukštesnę kainą perparduoda 200 futbolo rungtynių bilietų, kuriuos įsigijo naudodamas programinę įrangą („botą“), leidžiančią apeiti pirminio pardavėjo nustatytą apribojimą – ne daugiau kaip 4 bilietai vienam pirkėjui.

34) Teigimas, kad produkto atsiliepimus pateikia vartotojai, kurie iš tikrųjų naudojami arba įsigijo tą produktą, nesiimant pagrįstų ir proporcingų priemonių patikrinti, ar jie iš tikrųjų yra tokių vartotojų.

Pavyzdys. Mažmenininkas, kuris renka atsiliepimus ir suteikia galimybę su jais susipažinti savo interneto svetainėje, negali jų pateikti kaip „vartotojų atsiliepimų“ arba kitaip sudaryti įspūdžio, kad tai yra atitinkamo produkto pirkėjų ar naudotojų atsiliepimai, jeigu tas

mažmenininkas neriboja galimybės skelbti atsiliepimus tik tiems savo vartotojams, kurie iš tikrųjų įsigijo atitinkamą produktą jo interneto svetainėje. Mažmenininkai, renkantys ir skelbiantys vartotojų atsiliepimus, taip pat privalo imtis papildomų priemonių, atitinkančių jų verslo modelį ir nustatytus rizikos veiksnius, siekdami užkirsti kelią suklastotiems atsiliepimams ir juos pašalinti. Tokios priemonės gali apimti, pavyzdžiui, skaitmeninių ir dirbtinio intelekto įrankių naudojimą, siekiant nuolat analizuoti pateiktus atsiliepimus ir sustabdyti suklastotuosius.

35) Melagingų vartotojų atsiliepimų ar rekomendacijų pateikimas arba kito juridinio ar fizinio asmens įgaliojimas juos pateikti, arba vartotojų atsiliepimų ar socialinių rekomendacijų iškraipymas, siekiant reklamuoti produktus.

Pavyzdys. Odos priežiūros produktų pardavėjas per socialinius tinklus skatina vartotojus internetinėse prekybos platformose skelbti teigiamus 5 žvaigždučių atsiliepimus apie savo produktus mainais už visišką sumokėtos kainos kompensavimą¹⁰. Tas pats mažmenininkas neleidžia skelbti neigiamų atsiliepimų, arba daro juos mažiau prieinamus skaitytojams, arba neatsižvelgia į neigiamus atsiliepimus, pateikdamas suvestinius savo produktų įvertinimus.

36. Naujos veiklos, įtrauktos į „juodąjį sąrašą“ nuo 2026 m. rugsėjo mėn.

¹⁰ Daugiau informacijos ir pavyzdžių rasite Europos Komisijos [ataskaitoje](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52024DC0258R%2801%29) dėl Direktyvos dėl geresnio Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymo ir modernizavimo įgyvendinimo, paskelbtoje 2024 m., kurią galima rasti adresu: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52024DC0258R%2801%29>.

1. Tvarumo ženklo, kuris nėra pagrįstas sertifikavimo schema arba patvirtintas valdžios institucijų, pateikimas.

Pavyzdys. Prekybininkas nusprendžia įvesti savo paties tvarumo ženklą, kuris nėra patvirtintas valdžios institucijų arba nepagrįstas jokia sertifikavimo schema.

2. Bendro pobūdžio aplinkosaugos teiginio naudojimas, jei prekybininkas negali pateikti įrodymų, susijusių su tuo teiginiu.

Pavyzdys. Prekybininkas nori ant savo variklinės alyvos pakuotės nurodyti, kad ji yra „ekologiška“. Tokie bendro pobūdžio teiginiai bus draudžiami, jei nebus galima įrodyti pripažintų puikių aplinkosaugos rezultatų.

3. Aplinkosaugos teiginio pateikimas apie visą produktą ar visą prekybininko verslą, kai jis susijęs tik su tam tikru produkto aspektu arba konkrečia prekybininko verslo veikla.

Pavyzdys. Prekybininkas nori ant savo jogurtų etikečių nurodyti teiginį „100 % perdirbtas“, tačiau perdirbtas yra tik indelis, o ne dangtelis.

4. Tvirtinimas, grindžiamas šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijų kompensavimu, kad produktas, vertinant pagal šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijas, daro neutralų, mažesnę arba teigiamą poveikį aplinkai.

Pavyzdys. Oro linijos savo keleiviams siūlo keletą bilietų rūšių, iš kurių viena pažymėta kaip „kompensuotas poveikis klimatui“, tačiau šis teiginys nėra susijęs konkrečiai su tuo skrydžiu, o tik su šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijos kompensavimu kitur.

5. Įstatymu nustatytų reikalavimų, taikomų visiems atitinkamos produktų kategorijos produktams Sąjungos rinkoje, pateikimas kaip išskirtinė prekybininko pasiūlymo savybė.

Pavyzdys. Prekybininkas savo komercinėse žinutėse nurodo, kad jo nauji produktai yra be asbesto, nors šios medžiagos jau yra uždraustos Europos lygmeniu.

6. Informacijos apie tai, kad programinės įrangos atnaujinimas turės neigiamą poveikį prekių su skaitmeniniais elementais veikimui arba skaitmeninio turinio ar skaitmeninių paslaugų naudojimui, nuslėpimas nuo vartotojo.

Pavyzdys. Vartotojas nori atnaujinti savo kompiuterį, tačiau pardavėjas prieš atnaujinimą jo neinformuoja, kad tai sulėtins kompiuterio veikimą.

7. Programinės įrangos atnaujinimo pateikimas kaip būtino, kai jis tik pagerina funkcionalumo savybes.

8. Bet koks komercinis pranešimas, susijęs su preke, kurioje yra funkcija, įdiegta siekiant apriboti jos patvarumą, nepaisant to, kad prekybininkui yra prieinama informacija apie šią funkciją ir jos poveikį prekės patvarumui.

Pavyzdys. Kompiuterių gamintojas į savo produktus įdiegia programinę įrangą, kuri po tam tikro laiko nustoja veikti arba žymiai sulėtina prekės veikimą, taip apribodama jos patvarumą. Tokių prekių reklama yra draudžiama.

9. Melagingas teiginys, kad įprastomis naudojimo sąlygomis prekė turi tam tikrą tarnavimo laiką, vertinamą pagal naudojimo trukmę ar intensyvumą.

Pavyzdys: Vartotojas perka indaplovę, kuri, gamintojo teigimu, įprastomis naudojimo sąlygomis turėtų išdirbti 500 ciklų. Tačiau iš tikrųjų gaminyje sugenda jau po 200 ciklų.

10. Nurodymas, kad prekę galima pataisyti, kai iš tikrųjų ji neremontuojama.

Pavyzdys: Vartotojas parduotuvėje įsigyja kūdikių stebėjimo telefoną, kuris pristatomas kaip taisomas. Po kelių mėnesių kūdikių stebėjimo telefonas nustoja veikti, ir vartotojas kreipiasi į parduotuvę, prašydamas jį pataisyti. Jam buvo atsakyta, nes kūdikių stebėjimo telefonas iš tikrųjų neremontuotinas.

11. Vartotojo skatinimas keisti ar papildyti prekės vartojimo reikmenis anksčiau, nei tai būtina dėl techninių priežasčių.

Pavyzdys: Vartotojas, įsigijęs spausdintuvą, per spausdintuvo nustatymus raginamas pakeisti rašalo kasetes dar prieš joms iš tikrųjų ištuštėjant, siekiant paskatinti papildomų rašalo kasetų pirkimą.

12. Informacijos apie prekės funkcionalumo pablogėjimą, kai naudojamos ne originalaus gamintojo tiekiamos vartojimo medžiagos, atsarginės dalys ar priedai, nuslėpimas arba melagingas teigimas, kad toks pablogėjimas įvyks.

Pavyzdys: Vartotojas įsigyja išmanųjį telefoną, kuris suprojektuotas taip, kad jo naudojimas tampa ribotas, jei naudojami ne originalaus gamintojo tiekami įkrovikliai ar atsarginės dalys. Ši informacija neturėtų būti nuslepiama nuo vartotojo, nes tokia praktika gali paskatinti pirkti kitos markės įkroviklius, kurių negalima naudoti su tuo telefonu. Tai sukeltų papildomų išlaidų vartotojui. Be to, kaip prekybininkas, jūs neturite klaidinti vartotojų, kad naudojant vartojimo reikmenis, atsargines dalis ar priedus, kuriuos teikia ne originalios prekės gamintojas, bus sutrikdyta prekės funkcionalumas, kai iš tikrųjų taip nėra.

Kas yra klaidinantys veiksmai?

Klaidinančių veiksmų draudimas užtikrina, kad vykdant komercinę veiklą vartotojams būtų teikiama tik teisinga ir tiksli informacija, kuri neklaidintų vartotojo.

Komercinės veiklos sąžiningumas visada vertinamas iš vidutinio vartotojo pozicijos – t.y. ar pateikta informacija pakankamai aiški vidutiniam vartotojui.

Toliau pateikti atvejai laikomi klaidinančiais veiksmais, nes jie pagrįsti neteisinga informacija.

1. Maisto produktų reklamoje pabrėžiama, kad jie be tam tikrų priedų, nors iš tiesų jų turi.

2. Reklamuojamas viešbučio kambarys su vaizdu į jūrą, nors jūros pro langą nesimato.
3. Reklamoje teigiama, kad automobilis išskiria mažiau CO₂, tačiau taip nėra.
4. Vartotojui, perkančiam šaldytuvą, prekybininkas siūlo įsigyti komercinę garantiją, teigdamas, kad sugedus šaldytuvui vartotojas negalės pasinaudoti garantija ar kitomis priemonėmis, nors pagal Europos Sąjungos teisę pardavėjas privalo suteikti prekei ne trumpesnę kaip dvejų metų teisinę garantiją¹¹.

Toliau pateikti atvejai, kurie, nors ir pagrįsti teisinga informacija, laikomi klaidinančiais veiksmais dėl netinkamo informacijos pateikimo būdo.

1. Nedidelis kiekis šokolado, supakuotas gerokai didesnėje pakuotėje nei įprastai, sudaro įspūdį, kad šokolado kiekis taip pat didesnis (optinė vartotojo apgaulė).
2. Teikiant sauso valymo paslaugas vartotojai galvoja, kad profesionalus lyginimas taip pat yra paslaugos, už kurią sumoka vartotojas, dalis, tačiau taip nėra.

Vertinant klaidinančius veiksmus reikia atsižvelgti į informaciją, susijusią su toliau nurodytais komercinės veiklos aspektais.

1. Prekės apibūdinimas (pavyzdžiui, naudota prekė parduodama kaip nauja).
2. Pagrindinės prekės ar paslaugos savybės; geografinė arba komercinė kilmė, rezultatai, kurių galima tikėtis jį naudojant (pavyzdžiui, produkto sudėtis: be cukraus, be konservantų, skirta tam tikrai mitybai); galimybė pasinaudoti skundų nagrinėjimo procedūra; gamybos būdas (be hormonų, ekologiška produkcija); kiekis arba

apimtis (1 litro butelis); techninės sąlygos (degalų sąnaudos, energijos suvartojimas ir pan.).

3. Prekybininko įsipareigojimų apimtis, komercinės veiklos motyvai ir prekybos proceso pobūdis, bet koks pareiškimas arba simbolis, susijęs su prekybininko arba produkto tiesioginiu arba netiesioginiu rėmimu arba patvirtinimu (pavyzdžiui, prekybininko teiginiai, kad pirkdami tam tikrus produktus vartojai remia humanitarinę organizaciją, kai tai netiesa).
4. Kaina arba metodas, kuriuo ji apskaičiuojama, ar konkretaus kainos pranašumo buvimas (pavyzdžiui, nurodoma netikra kaina – reklamuojama, kad traukinio bilietas kainuoja 59 eurus, o vartotojui tenka sumokėti 109 eurus).
5. Paslaugų, dalių, keitimo arba taisymo poreikis (pavyzdžiui, prekybininkas melagingai teigia, kad konkretaus automobilio dalys bus gaminamos dar dešimt metų).
6. Prekybininko arba jo atstovo pobūdis, požymiai ir teisės, tokios kaip: tapatybė ir turtas, jo kvalifikacija, statusas, patvirtinimas, priklausomybė arba ryšys, pramoninių, komercinių ar intelektinių teisių nuosavybė arba jo apdovanojimai ir pasižymėjimai (pavyzdžiui, prekybininkas melagingai teigia, kad jo veikla buvo įvertinta specialiu apdovanojimu).
7. Vartotojo teisės, įskaitant teisę reikalauti pakeitimo ar kompensacijos arba rizika, su kuria vartotojas gali susidurti (vartotojo teisės, įtvirtintos atitinkamuose teisės aktuose, pavyzdžiui, teisinė garantija)¹².

Nuo 2022 m. gegužės mėn. taikomos naujos taisyklės, susijusios su prekių, kurios, nepaisant esminių skirtumų, pateikiamos rinkai kaip identiškos kitose valstybėse narėse

¹¹ Daugiau informacijos pateikta 3 modulyje, skirtame vartotojų teisėms ir garantijoms.

¹² Žr. 2 modulį apie vartotojo teisę atsakyti sutarties

parduodamoms prekėms (vadinamoji „dviguba kokybė“¹³. Kai prekės, parduodamos identiškoje ar panašioje pakuotėje, yra skirtingos sudėties ar savybių, lyginant su tomis pačiomis prekėmis, parduodamomis kitose ES valstybėse narėse, tai gali klaidinti vartotojus, verčiant juos manyti, kad jie perka tą patį produktą, nors iš tikrųjų taip nėra. Nors tokia klaidinanti praktika jau buvo reglamentuojama pagal ankstesnius teisės aktus, Direktyvos (ES) 2019/2161 pakeitimais buvo įtraukta speciali nuostata šiuo klausimu, siekiant palengvinti jos vykdymą. Joje aiškiai draudžiama vienoje valstybėje narėje prekiauti preke kaip identiška prekei, parduodamai kitose valstybėse narėse, jei tos prekės sudėtis ar savybės žymiai skiriasi, išskyrus atvejus, kai tai pateisinama teisėtais ir objektyviais veiksniais (pvz., vietinių ar sezoninių ingredientų naudojimas, nacionalinės taisyklės dėl produktų sudėties, laipsniškas naujos prekės versijos diegimas). Atsižvelgiant į kompetentingos vykdymo užtikrinimo institucijos atliekamą kiekvieno atskiuro atvejo vertinimą, ši nuostata galėtų būti taikoma, pavyzdžiui, tokių prekių pardavimui:

- Gaivieji gėrimai su skirtingu sulčių kiekiu
- Majonezas su skirtingu kiaušinių kiekiu
- Šviežias sūris su skirtingu riebalų kiekiu.

Šių pakeitimų tikslas – užtikrinti, kad vartotojai nebūtų klaidinami dėl produkto aplinkosauginių ar kitų savybių, pavyzdžiui, patvarumo, taisymo galimybės ar perdirbamumo, atsižvelgiant į bendrą produkto pateikimą. **NKVD 6 straipsnio 1 dalies b punktas**, susijęs su pagrindinėmis produkto savybėmis, bus iš dalies pakeistas ir papildytas, įtraukiant aplinkosaugines ar socialines savybes, pavyzdžiui, remonto galimybę, perdirbamumą ar ilgaamžiškumą.

NKVD 6 straipsnio 2 dalis taip pat bus iš dalies pakeista ir papildyta dviem naujomis dalimis. Naujasis **d punktas** skirtas aplinkosaugos teiginiams, susijusiems su vadinamuoju „būsimo veikimu“ (pavyzdžiui, oro linijų bendrovė, teigianti, kad iki 2050 m. ji pasieks klimato neutralumą). Tokie teiginiai vartotojams sukuria įspūdį, kad jie prisideda prie tvaresnės ekonomikos kūrimo. Naujosios taisyklės bus skirtos užtikrinti tokių teiginių sąžiningumą ir patikimumą. Taigi tokie teiginiai bus draudžiami, jei jie nebus pagrįsti aiškiais, objektyviais įsipareigojimais, prieinamais visuomenei ir patikrinamais nepriklausomų specialistų. Prekybininkai taip pat turės pateikti realų ir išsamų įgyvendinimo planą, kaip bus pasiektas šis tikslas, įskaitant, pavyzdžiui, tam pasiekti skirtus išteklius (biudžetą).

Naujasis **e punktas** bus skirtas reguliuoti kitą veiklą, kai reklamuojama ir pabrėžiama vartotojams nesvarbi nauda, nesusijusi su pačiomis prekėmis, ir kuri gali klaidingai įtikinti vartotojus, kad prekė ar paslauga jiems tinkamesnė. Pavyzdžiui, pabrėžiamas faktas, kad vanduo yra be glitimo.

Kas yra klaidinantis informacijos neatskleidimas?

Klaidinantis informacijos neatskleidimas yra tokia nesąžiningos veiklos forma, kai prekybininkas neatskleidžia esminės informacijos, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis toje situacijoje galėtų

Naujos taisyklės nuo 2026 m. rugsėjo mėn.

Ekologiškumo teiginių direktyva įves naujus **Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos (NKVD) 6 straipsnio** pakeitimus, susijusius su klaidinančia veikla, kuri turi būti vertinama kiekvienu konkrečiu atveju atskirai.

¹³ Pavadinimas „dviguba kokybė“ gali sudaryti įspūdį, kad prekės skiriasi savo kokybe. Iš tikrųjų skirtumai yra susiję su savybėmis ar sudėtimi, o tai nebūtinai turi įtakos prekės kokybei.

priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio. Reklamuojant konkretų produktą vartotojui turi būti pateikta visa reikiama informacija iki sandorio sudarymo.

Klaidinančio informacijos neatskleidimo pavyzdys: reklamoje skamba teiginys „*Nuskrisk į Paryžių tik už 99 eurus*“, bet nenurodoma, kad reikės sumokėti nemažai papildomų mokesčių (pavyzdžiui, oro uosto mokestį), todėl galutinė kaina sudarys daugiau kaip 150 eurų. Dar vienas pavyzdys – reklamuojama didelės spartos interneto paslauga, kainuojanti 29 eurus per mėnesį, tačiau nutylima, kad norėdamas pasinaudoti tokiu pasiūlymu, vartotojas privalo pasirašyti 3 metų sutartį.

Klaidinančiu informacijos neatskleidimu taip pat laikomas esminės informacijos nuslėpimas arba jos pateikimas neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku. Todėl netinkamai pateikta informacija, kuria vartotojas negali pasinaudoti (pavyzdžiui, sunkiai įskaitomas šriftas) prilyginama situacijai, kai informacija visiškai nepateikta¹⁴.

Įsidėmėkite, kad jeigu komercinei veiklai perduoti naudojamos komunikacijos priemonės yra ribotos apimtys arba laiko prasme, t.y., prekybininkas naudoja vadinamąjį „**kvietimą pirkti**“, informacijos reikalavimai yra griežtesni. Jeigu neaišku iš konteksto, kvietimo pirkti atveju esmine laikoma toliau nurodyta informacija:

1. pagrindinės prekių ar paslaugų charakteristikos;
2. jūsų geografinis adresas ir tapatybę nustatantys duomenys, t.y. vardas ar pavadinimas, kuris nurodomas prekiaujant, jei reikia – prekybininko, kurio vardu veikiate, adresas ir tapatybę nustatantys duomenys;
3. galutinė kaina, į kurią įskaičiuoti visi mokesčiai (įskaitant mokesčius už krovinių vežimą,

pristatymo arba pašto išlaidas); jeigu dėl produkto pobūdžio kaina pagrįstai negali būti apskaičiuota iš anksto, metodas, kuriuo ši kaina apskaičiuojama, arba, jeigu mokesčiai dėl pagrindų priežasčių negali būti apskaičiuoti iš anksto, informacija apie tai, kad gali tekti mokėti tokius papildomus mokesčius;

4. apmokėjimo, pristatymo, paslaugų teikimo sąlygos, jei jos neatitinka profesinio rūpestingumo reikalavimų;
5. jeigu suteikiama teisė atsisakyti produktų ir nutraukti sandorius – informacija apie tokią teisę¹⁵.

Nuo 2022 m. gegužės mėn. (nuo Direktyvos 2019/2161/ES įsigaliojimo) vartotojams būtina pateikti naują esminę informaciją:

- Jei kaip prekybininkas suteikiate galimybę susipažinti su vartotojų atsiliepimais apie produktus (pvz., esate mažmenininkas, kuris renka atsiliepimus ir suteikiate galimybę su jais susipažinti savo svetainėje), informaciją apie tai, ar ir kaip užtikrinte, kad paskelbti atsiliepimai yra iš vartotojų, kurie iš tikrųjų naudojo ar įsigijo tą produktą. Šie reikalavimai taikomi internetinėms platformoms, taip pat atskiriems prekybininkams, kurie suteikia vartotojams galimybę informuoti kitus vartotojus apie savo patirtį su įvairiais produktais ar prekybininkais.

- Tokia informacija turėtų apimti tiek konkrečias priemones, skirtas atsiliepimų autentiškumui užtikrinti (žr. aukščiau pateiktą informaciją apie draudžiamą veiklą), tiek bendresnį atsiliepimų tvarkymo paaiškinimą. Turite paaiškinti, ar skelbiami visi atsiliepimai, kaip jie gaunami, kaip apskaičiuojami vidutiniai atsiliepimų įvertinimai ir ar jiems įtakos turi reklaminiai atsiliepimai arba sutartiniai santykiai su platformoje veikiančiais prekybininkais.

¹⁴ Apie tai, kaip aiškiai pateikti informaciją, galite perskaityti modulyje apie ikisutartinės informacijos reikalavimus, kur aptariama, kaip pateikti informaciją vartotojui.

¹⁵ Žr. 2 modulį apie vartotojo teisę atsisakyti sutarties

-Jei savo svetainėje vartotojams siūlote galimybę ieškoti skirtingų prekybininkų ar vartotojų siūlomų produktų pagal raktinius žodžius ar kitus įrašus, turėtumėte aiškiai informuoti vartotojus (specialiame internetinės sąsajos skyriuje, kuris yra tiesiogiai ir lengvai pasiekiamas iš puslapio, kuriame pateikiami pasiūlymai) apie pagrindinius parametrus, lemiančius rodomų rezultatų eiliškumą, ir šių parametru santykinę svarbą¹⁶.

- Galiausiai, internetinės prekybos platformos, siūlančios vartotojams prekes, privalo informuoti vartotoją, ar jas siūlanti trečioji šalis yra prekybininkas, ar ne. Internetinės prekybos platformos apibrėžtis yra plati ir apima, pavyzdžiui, svetainę, svetainės dalį ar programėlę, leidžiančią vartotojams sudaryti sutartis su kitais prekybininkais ar vartotojais¹⁷. Taigi, jei jūs, kaip prekybininkas, atitinkate prekybos platformos apibrėžimą (pvz., kuriate svetainę ar programėlę, kurioje trečioji šalis gali parduoti prekes), privalote prieš sudarant sutartį informuoti vartotojus apie kitos sutarties šalies statusą, t. y. ar prekes, paslaugas ar skaitmeninį turinį parduodanti trečioji šalis yra prekybininkas, ar ne. Jums taip pat taikomi papildomi ikisutartiniai informavimo reikalavimai (žr. 1 modulį). Šią informaciją vartotojams privalote pateikti remdamiesi tos trečiosios šalies jums, kaip internetinės prekybos platformos teikėjui, pateiktu pareiškimu.

Jei kaip verslininkas parduodate savo vartotojams per internetinę prekybos platformą, jos teikėjas, kaip paaiškinta aukščiau, privalo informuoti vartotojus apie jo platformoje veikiančių pardavėjų statusą. Atitinkamai,

prekybos platformos teikėjas paprašys jūsų nurodyti arba patvirtinti savo prekybininko statusą (profesionalus pardavėjas arba paslaugų teikėjas platformoje).

Bendras šio informacinio reikalavimo, skirto būtent internetinėms prekybos platformoms, tikslas – užtikrinti, kad vartotojai visada žinotų, iš ko jie perka prekę internetinėje prekybos platformoje – iš prekybininko ar kito vartotojo.

Naujos taisyklės nuo 2026 m. rugsėjo mėn.

Naujas 7 straipsnio 7 punktas: vienos prekės lyginimas su kita remiantis aplinkosaugos ar socialinėmis savybėmis tokiais aspektais kaip patvarumas, galimybė sutaisyti ar perdirbti, tampa vis dažnesnis reiškinys, į kurį vartotojai atsižvelgia priimdami sprendimus dėl pirkimo. Todėl svarbu, kad tokie palyginimai nebūtų klaidinantys. Siekiant užtikrinti, kad tokie palyginimai būtų patikimi, buvo iš dalies pakeistas NKVD 7 straipsnis, kad vartotojai, remdamiesi palyginimais, galėtų priimti pagrįstus sprendimus. Pavyzdžiui, reklamuotojai turės pateikti vartotojams informaciją apie palyginimo metodą, lyginamus produktus ir šių produktų tiekėjus, taip pat turės informuoti vartotojus apie priemones, kurių imamasi siekiant užtikrinti, kad informacija būtų nuolat atnaujinama. Šie palyginimai turi būti objektyvūs ir susiję su tos pačios rūšies produktais, atliekančiais tas pačias funkcijas (pvz., dvi tos pačios talpos skalbimo mašinos ir pan.).

Tokia informacija pagal NKVD bus laikoma „esmine“ informacija.

¹⁶ Šis reikalavimas taikomas tik tiems prekybininkams, kurie vartotojams suteikia galimybę ieškoti produktų, kuriuos siūlo *kiti*, trečiųjų šalių, prekybininkai arba vartotojai, t. y. internetinėms prekybos platformoms ir kainų palyginimo priemonėms.

¹⁷ Pagal Modernizavimo direktyvos 2 straipsnio n punktą „internetinė prekybos platforma“ reiškia paslaugą, kurioje naudojama programinė įranga, įskaitant svetainę, svetainės dalį ar programėlę, kurią valdo prekybininkas arba kuri valdoma jo vardu ir kuri leidžia vartotojams sudaryti nuotolines sutartis su kitais prekybininkais ar vartotojais.

Kas yra agresyvi komercinė veikla?

Agresyvi komercinė veikla – tai tokia nesąžiningos komercinės veiklos forma, kai prekybininkas žymiai apriboja vartotojo pasirinkimo laisvę arba elgiasi neteisėtai.

Praktikoje agresyvią komercinę veiklą sukelia tam tikros prekybininko elgesio formos: priekabiavimas (pavyzdžiui, įkyrūs, nuolatiniai telefono skambučiai), prievarta (vartotojas verčiamas įsigyti prekę ar paslaugą), įskaitant fizinės jėgos ir pernelyg didelės įtakos naudojimą (pasinaudojant padėtimi, kai vartotojas negali laisvai priimti sprendimo).

Toliau nurodyti galimi agresyvios komercinės veiklos pavyzdžiai.

1. Prekybininkas su vartotoju sudaro ilgalaikės sutarties, kurias labai sunku nutraukti ir pakeisti paslaugos teikėją. Sutartys automatiškai atnaujinamos ir vartotojas tarsi patenka į spąstus.
2. Prekybininkas pasinaudoja padėtimi, kad vartotojui reikia skubiai pakeisti durų užraktą ir reikalauja sumokėti gerokai didesnę kainą, nei užraktas įprastai kainuoja toje pačioje parduotuvėje¹⁸.

Nuo 2022 m. gegužės mėn. valstybės narės galėjo pradėti taikyti naujas taisykles, susijusias su nepageidaujamu „pardavimu į namus“ ir komercinėmis ekskursijomis.

NKVD jau dabar draudžia agresyvias ir klaidinančias veiklas, taip pat ir išnešiojamosios prekybos kontekste. Nuo 2022 m. gegužės mėn. atkreipkite dėmesį, kad kai kurios valstybės narės¹⁹ (pavyzdžiui, Austrija, Belgija,

Kroatija, Čekija, Prancūzija, Vokietija, Slovakija ir Ispanija) dar labiau sugriežtino taisykles, siekdamas geriau apsaugoti vartotojus nuo agresyvių ir klaidinančių praktikų per nepageidaujamus vizitus į vartotojo namus ir (arba) komercinių ekskursijų metu. Jei tokios papildomos taisyklės įgyvendinamos, jos turi būti pagrįstos, proporcingos ir nediskriminacinės²⁰. Rekomenduojame patikrinti, kaip šalyse narėse, kuriose vykdoma veikla, į nacionalinę teisę perkelta Modernizavimo direktyva.

Vidutinio ir pažeidžiamo vartotojo samprata

Vertinant komercinės veiklos sąžiningumą pagal bendrąsias sąžiningumo sąlygas, klaidinančių veiksmų, klaidinančio informacijos neatskleidimo ir agresyvios komercinės veiklos požymius, atsižvelgiama į tikėtiną vidutinio vartotojo elgesį. Kai komercinė veikla yra konkrečiai nukreipta į tam tikrą vartotojų grupę, komercinės veiklos poveikis vertinamas vidutinio tos grupės nario atžvilgiu.

Europos teisės aktuose skiriamos dvi skirtingos vartotojų grupės: *vidutiniai vartotojai* ir *pažeidžiami vartotojai*. Priklausomai nuo to, į kurią grupę nukreipta jūsų komercinė veikla, turite modeliuoti ir savo elgseną. ES teisės aktuose *pažeidžiamas vartotojas* tai vartotojas, kuris yra pažeidžiamas dėl fizinės ar psichinės negalios, su amžiumi susijusio patiklumo, pavyzdžiui, vaikai, pagyvenę asmenys ar neįgalieji.

Apsaugant pažeidžiamus vartotojus nuo nesąžiningos komercinės veiklos, būtina atsižvelgti į specialius jų poreikius. Todėl jei jūsų veikla nukreipta būtent į tokių grupių asmenis, skirkite tam daugiau dėmesio.

Siekdami išvengti klaidinančio informacijos neatskleidimo, galite taikyti specialius informacijos

¹⁸ Įkvėpta bylos C-628/17 „Orange Polska“ scenarijaus.

¹⁹ Taip pat žr. informaciją, paskelbtą adresu: [Reguliavimo pasirinkimai pagal Nesąžiningos komercinės praktikos direktyva 2005/29/EB – Europos Komisija](#).

²⁰ Išsamesnės informacijos galite rasti Europos Komisijos [ataskaitos](#) dėl Direktyvos (ES) 2019/2161 įgyvendinimo 9 skyriuje, kuriame aptariamas geresnis Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymas ir modernizavimas.

pateikimo būdus, kurie atitinka pažeidžiamų vartotojų grupės poreikius. Pavyzdžiui, jei jūs parduodate prekes pagyvenusiems asmenims, informaciją galite pateikti didesniu šriftu. Nepamirškite, kad informacija turi būti aiški, suprantama ir prieinama.

Jei jūsų prekės skirtos vartotojams su regos negalia, informacija turi būti pateikta jiems pritaikytu būdu. Kreipkitės į šios srities ekspertus, kurie padės rasti tinkamus simbolius ir sklaidos kanalą. Ekspertų kontaktų galite rasti internete.

Kas nutiks, jei nesilaikysite sąžiningumo reikalavimų?

ES teisės aktuose įtvirtintas reikalavimas, kad sankcijos už nesąžiningos komercinės veiklos nuostatų pažeidimus turi būti proporcingos, veiksmingos ir atgrasančios. Valstybės narės įtvirtina skirtingas sankcijas. 

Nors baudų sistemos valstybėse narėse skiriasi, dažniausiai skiriamos piniginės baudos, neviršijančios nustatytos maksimalios sumos arba tam tikros procentinės dalies nuo pažeidimą padariusio prekybininko apyvartos.

Jei norite sužinoti išsamesnės informacijos apie nesąžiningos komercinės veiklos nuostatas bei kaip jas interpretuoja Europos Sąjungos Teisingumo teismas, nacionaliniai teismai bei nacionalinės valdžios institucijos, perskaitykite [Europos Komisijos parengtas Gaires](#)²¹.

Gairėse yra skyrius, kuriame konkrečiai paaiškinama, kaip taisyklės taikomos naujiems verslo modeliams, kurie atsiranda interneto sektoriuje, pavyzdžiui,

platformoms, bendradarbiavimo ekonomikai, palyginimo įrankiams, vartotojų atsiliepimams ir pan.

Nuo 2022 m. gegužės mėn. (Modernizavimo direktyvos įsigaliojimo) NKVD numatyti **minimalūs teisių gynimo standartai** ES vartotojams, jei prekybininkai pažeidžia direktyvą, vykdydami nesąžiningą komercinę veiklą.

Atnaujintoje direktyvoje nustatyta aiški valstybių narių pareiga numatyti proporcingas ir veiksmingas individualias teisių gynimo priemones nesąžiningų komercinių veiklų aukoms. Priklausomai nuo bylos aplinkybių, jos turi apimti:

- sutarties nutraukimą,
- kainos sumažinimą arba,
- žalos atlyginimą.

Valstybės narės išlaiko galimybę vartotojams, nukentėjusiems nuo neteisėtų veiklų, pasiūlyti ir kitas teisių gynimo priemones.

Be to, nuo 2022 m. gegužės 28 d. (nuo Modernizavimo direktyvos įsigaliojimo) įvestos veiksmingesnės sankcijos už tarpvalstybinius pažeidimus.

Atnaujinta NKVD dabar suteikia daugiau galimybių nacionalinėms vartotojų teisių apsaugos institucijoms ir (arba) teismams spręsti pažeidimus, turinčius poveikį daugeliui vartotojų visoje ES. Naujosios taisyklės suteikia nacionalinėms institucijoms įgaliojimus koordinuotai skirti veiksmingas, proporcingas ir atgrasomąsias sankcijas, bendradarbiauti sprendžiant tarpvalstybinius pažeidimus²², kurie daro poveikį vartotojams keliose ES valstybėse narėse.

²¹ Plačiai paplitę pažeidimai arba plačiai paplitę pažeidimai, turintys Sąjungos mastą, kaip nurodyta 2017 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (ES) 2017/2394 dėl bendradarbiavimo tarp nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, ir kuriuo panaikinamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004.

²² Plačiai paplitę pažeidimai arba plačiai paplitę pažeidimai, turintys Sąjungos mastą, kaip nurodyta 2017 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (ES) 2017/2394 dėl bendradarbiavimo tarp nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, ir kuriuo panaikinamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004.

²¹ Žr. http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_lt.pdf

Pažymėtina, kad tokiais tarpvalstybiniais atvejais valstybių narių nacionaliniai įstatymai turi numatyti baudas, sudarančias ne mažiau kaip iki 4 % prekybininko apyvartos arba iki 2 mln. eurų, jei informacijos apie apyvartą nėra. Valstybės narės gali savo nuožiūra nustatyti didesnes maksimalias baudas²³.

Taip pat atkreipkite dėmesį, kad nuo 2023 m. birželio mėn. vartotojai taip pat gali ginti NKVD nustatytas teises kolektyvinėse bylose pagal naujas taisykles, nustatytas [Direktyvoje \(ES\) 2020/1828](#) dėl atstovaujamojo ieškinių vartotojų kolektyvinių interesų apsaugai (RAD) ir į nacionalinę teisę perkeltas atitinkamas nuostatas.

Svarbu pabrėžti, kad šiose Gairėse yra atskiras skyrius, kuriame paaiškinta, kaip nesąžiningos komercinės veiklos taisyklės taikomos naujiems verslo modeliams, veikiantiems internete (pavyzdžiui, kainų palyginimo platformos, dalijimosi ekonomika, vartotojų apžvalgos ir pan.).

²³ Plačiai paplitę pažeidimai arba plačiai paplitę pažeidimai, turintys Sąjungos mastą, kaip nurodyta 2017 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (ES) 2017/2394 dėl bendradarbiavimo tarp nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, ir kuriuo panaikinamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004.

2 skyrius. Nesąžiningos sutarties sąlygos

Kas yra vartojimo sutartis ir sutarties sąlygos?

Vartojimo sutartis yra bet kokia sutartis, kurią pardavėjas sudaro su vartotoju, nepriklausomai nuo sutarties objekto (tai gali būti prekės, paslaugos ar skaitmeninis turinys).

Pavyzdžiui, internetu sudaryta sutartis dėl knygų pardavimo.²⁴

Dažniausiai sutarčių pagrindą sudaro tipinės sutarčių sąlygos, kuriose įtvirtintos nederinamos taisyklės ir procedūros, su kuriomis vartotojas turi sutikti. Neretai sutartys yra didelės apimties, jų tekste gausu teisinių terminų. Tyrimai rodo, kad dauguma vartotojų sutarčių neskaito, ypač kai jos pateikiamos internetu. Sudarant sutartį internetu vartotojai turi tik pažymėti tam tikrą langelį ir padaro tai automatiškai, nesigilindami į turinį.

Tačiau kai jūs rengiate savo tipinę sutartį su vartotoju, turite tai daryti atidžiai ir pirmiausiai aiškiai apibrėžti savo tikslą. Galbūt jums nereikia nustatyti tipinių sąlygų, nes nacionalinės ir ES teisės normos užtikrina jūsų sutarties vykdymą?

Jei vis tik nuspręsite, kad norite į sutartį įtraukti tipines (nederinamas) sąlygas, vertinkite jas kaip priemonę, didinančią vartotojų pasitikėjimą jūsų veikla, o ne kaip galimybę išvengti atsakomybės. Kilus ginčui su vartotoju, tipinės sąlygos bus vertinamos pagal toliau aptartas taisykles.

Kaip nustatomas sutarties sąlygų sąžiningumas ir kaip tai taikoma?

Tarybos direktyvoje 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais nurodyta, kad vartojimo sutarčių sąlygos turi atitikti tam tikrus standartus. Sutartys turi būti pagrįstos sąžiningumo principu, šalių

teisės ir pareigos turi būti subalansuotos, sutarties sąlygos negali pakenkti vartotojui.

Direktyva taikoma visoms vartojimo sutartims, tačiau ji nereguliuoja visų sutarčių sąlygų. Sutarčių sąlygoms, kurios atspindi įstatymų ar kitų teisės aktų privalomąsias nuostatas ir tarptautinių konvencijų, prie kurių ES valstybės narės arba ES yra prisijungusi kaip šalis, principus ar nuostatas, dokumentas netaikomas.

Šios ES nuostatos taikomos tik **tipinėms** sutarčių sąlygoms, t.y., tokioms sąlygoms, kurios yra parengtos iš anksto ir vartotojas negali padaryti įtakos sąlygų esmei arba dėl jų derėtis. Tačiau atkreipkite dėmesį, kad kai kurios valstybės narės išplėtė sąžiningumo reikalavimą ir jį taip pat taiko derinamoms sutarties sąlygoms. Tokios šalys: Austrija, Belgija, Čekijos Respublika, Danija, Suomija, Prancūzija, Liuksemburgas, Malta, JK. 

ES sąžiningumo reikalavimai netaikomi sutarties sąlygoms, susijusioms su pagrindiniu sutarties dalyku bei prekių ar teikiamų paslaugų kokybės/kainos santykiu, jei šios sąlygos pateiktos aiškia, suprantama kalba.

Atkreipkite dėmesį, kad kai kurios valstybės narės išplėtė ES sąžiningumo reikalavimų taikymą ir į verslo subjektų tarpusavio sutartis. Tokios valstybės narės: Austrija, Bulgarija (pagal teismų praktiką), Kroatija, Čekijos Respublika (tik tuo atveju, jei verslininko veiksmai nesusijęs su jo verslu), Danija, Estija, Prancūzija, Vokietija, Graikija, Vengrija, Liuksemburgas, Nyderlandai, Lenkija, Portugalija, Slovėnija, Švedija²⁵. 

²⁵ Daugiau informacijos rasite ataskaitos „Study for the Fitness Check of EU consumer and marketing law“ 372-374 p. Prieiga per internetą http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44840

²⁴ Perskaitykite modulį apie ikisutartinę informaciją.

Ar nesąžiningos sutarčių sąlygos vienodai vertinamos visose valstybėse narėse?

Nesąžiningų sutarties sąlygų nuostatos įtvirtina minimalų apsaugos lygį ES mastu. Tačiau valstybės narės gali priimti griežtesnes (tačiau ne švelnesnes) nuostatas direktyva reglamentuojamoje srityje, siekiant užtikrinti maksimalią vartotojų apsaugą. Todėl, nors pagrindiniai reikalavimai yra vienodi visoje ES teritorijoje, atskirose šalyse, kuriose jūs parduodate savo prekes, gali būti įtvirtintos griežtesnės nacionalinės taisyklės (pavyzdžiui, gali būti apibrėžti „juodieji“ arba „pilkieji“ sutarčių sąlygų, kurios visuomet laikomos nesąžiningomis, sąrašai.

Daugiau informacijos apie tai, kokios valstybės narės taiko griežtesnes nuostatas, rasite [Europos Komisijos interneto svetainėje](#)²⁶. Jei norite sužinoti, kaip ES valstybės narės perkėlė Nesąžiningų sutarčių sąlygų direktyvos nuostatas į nacionalinę teisę, informacijos jums suteiks [naujoji Europos Komisijos Vartotojų teisės duomenų bazė](#)²⁷.

Ar būtina laikytis kitos šalies vartotojų teisės reikalavimų?

Jei jūs parduodate prekes ar paslaugas kitoje valstybėje, turite vadovautis vartotojų teisės normomis tos valstybės narės, kurioje gyvena jūsų vartotojai. Todėl rekomenduojame pasitikrinti, ar jūsų sudaromų sutarčių sąlygos atitinka konkrečios šalies, kurioje vystote komercinę veiklą, vartotojų teisių reikalavimus. Tai ypač svarbu kalbant apie nesąžiningas sutarties sąlygas, įtrauktas į atitinkamą sąrašą. Jei į tipines savo sutarties sąlygas įtraukiate išlygą, kad sutarčiai taikomi jūsų šalies teisės aktai, turite informuoti vartotojus iš

kitų valstybių narių, kad bet koku atveju bus užtikrintos privalomos teisės normos, įtvirtintos jų gyvenamosios valstybės teisės aktuose²⁸. 

Sąžiningumo principas ir reikšmingos pusiausvyros samprata

Sąžiningumo principas reikalauja, kad sutarties sąlygos būtų tokios, jog vartotojas sutiktų su jomis, jei galėtų dėl jų atskirai derėtis. Tai reiškia, kad sąžiningumo principas jums neleistų sudaryti su vartotoju sutarties, įpareigojančios jį naudotis jūsų sporto salės paslaugomis penkerius metus, nenumatant vartotojo teisės nutraukti sutartį anksčiau. Taip pat, remiantis šiuo principu, negalite numatyti arbitražo kaip vienintelės ginčų su vartotoju sprendimo institucijos.

Sąžiningumo principo pagrindas yra tai, kad nesąžiningos sutarties sąlygos sutrikdo **reikšmingą** sutarties šalių teisų ir pareigų **pusiausvyrą** vartotojo nenaudai.

Reikšmingos pusiausvyros pažeidimas reiškia, kad pardavėjas piktnaudžiauja savo vis-à-vis galiomis prieš vartotoją – laikoma, kad pardavėjas yra stipresnė šalis nei vartotojas, nes jis turi daugiau informacijos apie siūlomas prekes ar paslaugas.

Siekiant išsiaiškinti, ar sutarties sąlygos sutrikdo reikšmingą sutarties šalių teisų ir pareigų pusiausvyrą vartotojo nenaudai, pirmiausiai reikia nustatyti, kokios nacionalinės teisės normos būtų taikomos, jei šalys nebūtų dėl tų sąlygų atskirai susitarę. Tai parodys, ar vartotojas, sudaręs konkrečią sutartį, atsidurtų ne tokioje palankioje situacijoje, kaip numatyta pagal nacionalinę teisę.

²⁶ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/notifications/index_en.htm

²⁷ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm

²⁸ Daugiau informacijos ieškokite modulyje apie vartotojų teises, įsigijus prekę ar paslaugą, skyriuje apie tarpvalstybinius sandorius

Kaip pavyzdį galima pateikti sutarties sąlygą, kuri leidžia pardavėjui nutraukti sutartį nenurodant priežasties, nors vartotojui tokia galimybė nesuteikiama. Kitas pavyzdys – sąlyga, leidžianti pardavėjui pasilikti iš anksto vartotojo jam sumokėtas sumas, nors prekė dar nepristatyta ar paslauga nesuteikta, o pardavėjas vienašališkai nutraukia sutartį.

Tam, kad sutarties sąlyga būtų laikoma nesąžininga, pardavėjo ketinimai nesvarbūs – nėra skirtumo, ar jis sąmoningai įtraukė nesąžiningą sutarties sąlygą, ar tai nutiko dėl aplaidumo ar nežinojimo.

Kaip turi būti parengtos sutarties sąlygos?

Sutarties su vartotoju sąlygos visada turi būti išdėstomos aiškia, suprantama kalba, tiek turinio, tiek formos prasme.

Kaip šio reikalavimo pažeidimą galima pateikti tokį pavyzdį – sutarties sąlygos, pateiktos labai smulkiu šriftu.

Europos Sąjungos Teisingumo teismas ne kartą išaiškino – reikalavimas, kad „sąlygos turi būti išdėstomos aiškia, suprantama kalba“ negali būti suvokiamas siauresne prasme kaip reikalavimas laikytis tik gramatinio aiškumo. Svarbu pažymėti, kad ši svarbi taisyklė taikoma todėl, kad vartotojas galėtų visiškai suvokti, kokios teisinės ir ekonominės pasekmės kils, jam sutikus su sutarties sąlygomis.

Nepamirškite, kad atsiradus abejonių dėl sutarties sąlygos reikšmės (pavyzdžiui, ji dviprasmiška, neaiški ar netiksli), ji interpretuojama vartotojo naudai.

Pavyzdžiui, jei į savo sutartį įtrauksite nuostatą, kad mokėjimo terminas yra 15 dienų, tačiau nepatikslinksite, kada pradedamas skaičiuoti šis terminas, tai jis bus skaičiuojamas nuo prekių pristatymo dienos, o ne sutarties sudarymo dienos.

Ar yra sąlygų, kurios visuomet laikomos nesąžiningomis?

Atsakymas į šį klausimą – tai priklauso nuo aplinkybių ir situacijos. ES teisėje nėra nustatyto sąrašo sutarties sąlygų, kurios laikomos nesąžiningomis bet kuriomis aplinkybėmis. Tačiau kai kuriose valstybėse narėse tokie „juodieji sąrašai“ nustatyti nacionalinės teisės normomis²⁹.

Svarbu žinoti, kad tam tikros valstybės narės išplėtė sąžiningumo principo taikymą ir jo turi būti laikomasi taip pat ir sutarties sąlygose, dėl kurių vartotojas gali derėtis atskirai. Tokios šalys: Austrija, Belgija, Čekija, Danija, Suomija, Prancūzija, Liuksemburgas, Malta, JK. Todėl, norėdami apsaugoti nuo nemalonių netikėtumų, būtinai susipažinkite su atitinkamomis nacionalinės teisės normomis ir įsitikinkite, ar jose nėra numatyta, kad tam tikros sutarties sąlygos laikomos nesąžiningomis bet kuriomis aplinkybėmis. 

Pavyzdžiui, kai kuriose valstybėse narėse į „juodąjį sąrašą“ įtraukta sutarties sąlyga, kad kilus ginčus jį nagrinėti gali tik kompetentingas teismas, įsikūręs valstybėje, kurioje yra pagrindinė verslo subjekto veiklos vieta. 

Kokias sutarčių sąlygas galima laikyti nesąžiningomis?

Direktyvos 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais priede pateikiamas sąlygų, kurias galima laikyti nesąžiningomis, sąrašas. Įsidėmėkite, kad šis sąrašas yra orientacinis ir neišsamus

²⁹ http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332, ataskaita "Results of the Fitness Check of consumer and marketing law".

Sąlygų sąžiningumas turi būti vertinamas kiekvienu atskiru atveju, pasinaudojant bendroju sąžiningumo testu. Tačiau, kaip rodo praktika, jei tam tikros sutarties sąlygos kelia abejonių ar atrodo nesąžiningos, geriau jų vengti.

Toliau pateiktas orientacinis sąlygų, kurias galima laikyti nesąžiningomis, sąrašas.

- a) Sąlygos, kuriomis siekiama panaikinti arba apriboti pardavėjo ar tiekėjo teisinę atsakomybę tuo atveju, kai vartotojas miršta arba jis yra sužalojamas dėl to pardavėjo ar tiekėjo veiksmo arba neveikimo.

Pavyzdys. Sutarties sąlyga, kuri apriboja gamintojo atsakomybę dėl gaminio trūkumo, sukėlusio vartotojo mirtį ar sužalojimą, jei tokias pasekmes gamintojas sukėlė dėl neatsargumo ar netyčinių veiksmų, nors įstatymai už šias veikas numato griežtą atsakomybę.

- b) Sąlygos, kuriomis siekiama netinkamai panaikinti arba apriboti vartotojo juridines teises, vis-à-vis pardavėjo ar tiekėjo arba kitos šalies, tuo atveju, jei pardavėjas arba tiekėjas visiškai arba iš dalies nevykdo arba netinkamai vykdo bet kuriuos sutartinius įsipareigojimus.

Pavyzdys. Sąlyga, kurioje teigiama, kad vartotojas neturi teisės į teises priemones (prekės remontas arba prekės pakeitimas kita, geros kokybės preke), jei jo įsigyta orkaitė neveikia.

- c) Sąlygos, kurių tikslas – vartotojui sutartį padaryti privaloma, kai pardavėjo ar tiekėjo paslaugos teikiamos su sąlyga, kurios įgyvendinimas priklauso tik nuo jų valios.

Pavyzdys. Sąlyga, kad vartotojas turi teisę vykdyti sutartį tik tuo atveju, jei jis nori ją vykdyti.

- d) Sąlygos, kurios leidžia pardavėjui ar tiekėjui pasilikti vartotojo sumokėtas sumas, kai pastarasis nusprendžia nesudaryti ar nevykdyti sutarties, nenumatant galimybės vartotojui gauti ekvivalentiško dydžio kompensaciją iš pardavėjo ar tiekėjo, kai pastarasis yra toji šalis, kuri nutraukia sutartį

Pavyzdys. Sąlyga, nustatanti, kad išankstiniai mokėjimai ar indėliai yra negrąžinami, nepriklausomai nuo aplinkybių. Tačiau, kai vartotojas atšaukia savo užsakymą be jokių priežasčių ir pardavėjas dėl to patiria nuostolių, vartotojas neturėtų tikėtis, kad jam bus grąžinta visa iš anksto sumokėta suma.

- e) Sąlygos, kuriomis leidžiama reikalauti iš bet kurio vartotojo, kuris neįvykdo savo įsipareigojimo, kaip kompensaciją už tai sumokėti neproporcingai didelę sumą.

Pavyzdys. Sąlyga, kurioje numatyta, kad vartotojas, nepriėmęs užsakytų prekių, turi sumokėti labai didelę sumą už sandėliavimo paslaugą.

- f) Sąlygos, kurios įgalina pardavėją ar tiekėją savo nuožiūra nutraukti sutartį, kai ta pati galimybė nėra suteikiama vartotojui, arba leisti pardavėjui ar tiekėjui pasilikti sumas, sumokėtas už paslaugas, kurios dar nėra jo suteiktos, kai pats pardavėjas ar tiekėjas nutraukia sutartį.

Pavyzdys. Sąlyga, kad vartotojas jokiais aplinkybėmis negali nutraukti sutarties arba gali nutraukti sutartį tik sutikus tiekėjui. Ši nuostata užtikrina, kad tiek vartotojas, tiek ir tiekėjas turi vienodas teises atsisakyti sutarties arba ją nutraukti.

- g) Sąlygos, kurios įgalina pardavėją ar tiekėją nutraukti neterminuotą sutartį, tinkamai apie tai nepranešus, išskyrus atvejus, kai tam yra rimtų priežasčių.

Pavyzdys. Sąlyga, kuri numato pardavėjo teisę be išankstinio pranešimo nutraukti interneto paslaugų teikimo sutartį, dėl kurios vartotojui nelieka laiko iki sutarties pabaigos susirasti kitą tiekėją. Sutartyje numatyta galimybė pardavėjui vienašališkai nutraukti neterminuotą sutartį dažniausiai vertinama kaip nesąžininga sąlyga (išskyrus rimtas aplinkybes, kurios gali sukelti pardavėjui realią žalą ar nuostolių riziką), net jei sutartis tęsėsi trumpą laiką (pavyzdžiui, aptikus sukčiavimą).

- h) Sąlygos, kurių tikslas – automatiškai pratęsti terminuotą sutartį, vartotojui nepareiškus kitokios nuomonės, kai nustatomas nepagrįstai trumpas terminas vartotojui pareikšti tokį norą nepratęsti sutarties.

Pavyzdys. Sutarties sąlyga, kuri numato, kad vartotojas gali iki 2019 m. vasario 1 d. atsisakyti automatinio sutarties, kuri baigs galioti 2019 m. liepos 1 d., pratęsimo. Jei vartotojas nepatvirtina tokio atsisakymo, sutartis pratęsiamą automatiškai. Iš principo vartotojui suteikiama laiko nuspręsti, ar jis nori, kad sutartis būtų pratęsta automatiškai. Tačiau vertinant tokios sąlygos atitikimą sąžiningumo principui, akivaizdu, kad vartotojui nėra suteikiamas protingas terminas sprendimo priėmimui.

- i) Siekiama sąlygas, su kuriomis vartotojas neturėjo realios galimybės susipažinti iki sutarties sudarymo, padaryti jam neatšaukiamai privalomomis.

Pavyzdys. Sąlyga, kuri remiasi kitu dokumentu (neprieinamu vartotojui) ir teigia, kad vartotojas yra neatšaukiamai saistomas kitame dokumente nurodytų sąlygų.

- j) Sąlygos, kuriomis siekiama įgalinti pardavėją ar tiekėją vienašališkai be pakankamos priežasties, kuri nurodoma sutartyje, pakeisti jos sąlygas.

Pavyzdys. Sąlyga, pagal kurią pardavėjas pasilieka teisę vienašališkai pakeisti dienraščio prenumeratos kainą be jokios pagrįstos priežasties, kuri būtų minima pačioje sutartyje.

- k) Sąlygos, kuriomis siekiama įgalinti pardavėją ar tiekėją vienašališkai be pakankamos priežasties pakeisti bet kurias produkto arba teikiamos paslaugos charakteristikas.

Pavyzdys. Sąlyga, pagal kurią pardavėjas pasilieka teisę teikti vartotojui mažesnės spartos interneto paslaugą, nei buvo sutarta pradžioje, be jokios pagrįstos priežasties.

- l) Sąlygose numatoma, kad prekių kainos būtų nustatomos jų pristatymo metu arba leidžiama prekių pardavėjui ar paslaugų tiekėjui didinti savo kainą, abiem atvejais vartotojui nesuteikiant atitinkamos teisės nutraukti sutartį, jeigu galutinė kaina yra per didelė, lyginant su ta kaina, dėl kurios buvo susitarta, kai buvo sudaroma sutartis.

Pavyzdys. Sąlyga, leidžianti pardavėjui dvigubai padidinti sporto salės abonentinį mokestį po to, kai vartotojas sudarė metinę sutartį, nenumatant vartotojui galimybės nutraukti tokią sutartį.

- m) Sąlygos, suteikiančios pardavėjui ar tiekėjui teisę nustatyti, ar pateiktos prekės ar suteiktos paslaugos atitinka sutartį, arba suteikiančios jam

išskirtinę teisę savaip aiškinti bet kurią sutarties sąlygą.

Pavyzdys. Sąlyga, kuria numatoma teisė pardavėjui pačiam nuspręsti, ar jo parduotas šaldytuvas yra tinkamos kokybės.

- n) Sąlygos, kurių tikslas – riboti pardavėjo ar tiekėjo pareigą pripažinti jo atstovų priimtus įsipareigojimus arba padaryti savo įsipareigojimus priklausomais nuo tam tikrų formalumų laikymosi.

Pavyzdys. Sutarties sąlyga, kurioje teigiama, kad pardavėjas nėra atsakingas už jo agentų parduotas komercines garantijas.

- o) Sąlygos, kurios įpareigoja vartotoją įgyvendinti visus savo įsipareigojimus, kai pardavėjas arba tiekėjas nevykdo savųjų.

Pavyzdys. Sąlyga, kad vartotojas turi mokėti toliau, net jei prekės ar paslaugos nėra teikiamos, kaip buvo sutarta.

- p) Sąlygos, kurių tikslas – suteikti pardavėjui ar tiekėjui galimybę perduoti sutartyje nurodytas savo teises ir pareigas, kai tai gali sumažinti vartotojo garantijas, negavus pastarojo sutikimo.

Pavyzdys. Sąlyga, numatanti pardavėjo teisę perleisti savo verslą kitam prekybininkui, leidžiant teisių perėmėjui sutrumpinti pirmojo pardavėjo vartotojui suteiktą komercinę garantiją už tam tikrą prekę (pavyzdžiui, nuo 5 iki 3 metų).

- q) Sąlygos, kurių tikslas – panaikinti arba trukdyti vartotojo teisei pareikšti ieškinį arba naudotis bet kuria kita teisinės apsaugos priemone, ypač reikalaujant, kad vartotojas ginčus pavestų spręsti išskirtinai arbitražui, kuriam nėra taikomos teisinės nuostatos, nederamai apriboti jo turimus įrodymus arba skirti jam įrodinėjimo pareigą, kuri pagal

taikytinus teisės aktus turėtų tekti kitai sutarties šaliai.

Pavyzdys. Sąlyga, kad kilus ginčui su pardavėju, vartotojas privalo kreiptis į arbitražą (pavyzdžiui: „Kilus ginčui vartotojas pirmiausiai privalo kreiptis į arbitražo instituciją, numatytą sutartyje, po to turi teisę pateikti ieškinį teismui“).

Sutarties sąlyga, kad dėl ginčo sprendimo privaloma kreiptis į tarpininką (pavyzdžiui: „Kilus ginčui vartotojas pirmiausiai privalo pateikti skundą tarpininkavimo institucijai ABC“), taip pat vertinama kaip nesąžininga. Alternatyvaus ginčo sprendimo būdais, tokiais kaip tarpininkavimas (meditacija) vartotojas (taip pat ir pardavėjas) gali pasinaudoti savanoriškai ir laisvai pasirinkti jam priimtinausią formą.

Vartotojams negali būti užkirstas kelias pradėti teisinius procesus ir kreiptis į savo gyvenamosios vietos teismą. Galima pateikti tokį pavyzdį: vartotojas gyvena Romoje, o pardavėjo buveinė Atėnuose. Sutartyje numatyta: „Ginčus, kilusius pagal šią sutartį, nagrinėja kompetentingas Atėnų teismas“.

Taip pat negalima įtraukti sutarties sąlygos, kuri panaikina įrodinėjimo pareigą.

Kokios gali kilti teisinės pasekmės, į sutartį įtraukus nesąžiningas sąlygas?

Nesąžiningos sutarties sąlygos nėra privalomos vartotojui, todėl kilus ginčui, teismas jas pripažins negaliojančiomis. Tačiau pačios sutarties, sudarytos tarp pardavėjo ir pirkėjo, tokių sąlygų egzistavimas nepanaikina, ji galios toliau, tik be nesąžiningų sąlygų. Pavyzdžiui, jei sutartyje įtraukta sąlyga, kuria nesąžiningai nustatyta institucija, galinti spręsti tarp

sutarties šalių kilusius ginčus, ši nuostata neturės įtakos sutarties vykdymui, sutartimi nustatytos teisės ir pareigos galios ir toliau, tik be nesąžiningos sąlygos.

Jei sutartis negali būti vykdoma be konkrečios sąlygos, kuri pripažinta nesąžininga, kyla teisinės pasekmės, nustatytos valstybės narės nacionalinėmis teisės normomis (pavyzdžiui, sutarties šalys privalo grąžinti tai, ką įgijo pagal sutartį).  Kitos sankcijos (tokios kaip piniginės baudos), numatytos už nesąžiningų sąlygų naudojimą sutartyse su vartotojais, yra skirtingos kiekvienoje valstybėje narėje. 

Nuo 2022 m. gegužės 28 d. (nuo Modernizavimo direktyvos įsigaliojimo dienos) įvestos veiksmingesnės sankcijos už tarpvalstybinius pažeidimus.

Atnaujinta NKVD dabar suteikia nacionalinėms vartotojų teisių apsaugos institucijoms ir (arba) teismams daugiau galimybių spręsti pažeidimų, turinčių įtakos daugeliui vartotojų visoje ES, klausimus. Naujosios taisyklės suteikia nacionalinėms institucijoms įgaliojimus koordinuotai taikyti veiksmingas, proporcingas ir atgrasomąsias sankcijas, bendradarbiauti sprendžiant tarpvalstybinius pažeidimus, kurie daro poveikį vartotojams keliose ES valstybėse narėse³⁰.

Pažymėtina, kad tokiais tarpvalstybiniais atvejais valstybių narių nacionaliniai įstatymai turi numatyti baudas, sudarančias ne mažiau kaip iki 4 % prekybininko apyvartos arba iki 2 mln. eurų, jei informacijos apie nustatyti didesnes maksimalias baudas³¹.

³⁰ Plačiai paplitę pažeidimai arba plačiai paplitę pažeidimai, turintys Sąjungos mastą, kaip nurodyta 2017 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (ES) 2017/2394 dėl bendradarbiavimo tarp nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, ir panaikinančiame Reglamentą (EB) Nr. 2006/2004.

³¹ Daugiau informacijos apie baudų dydį rasite 2024 m. Komisijos ataskaitoje dėl Modernizavimo direktyvos įgyvendinimo;

Daugiau informacijos rasite atitinkamuose nacionaliniuose teisės aktuose, kuriais perkeliama Direktyva (ES) 2019/2161³², ir Europos Komisijos įgyvendinimo ataskaitoje dėl Direktyvos (ES) 2019/2161, susijusioje su geresniu Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymu ir modernizavimu³³.

Taip pat atkreipkite dėmesį, kad nuo 2023 m. birželio mėn. vartotojai gali ginti Vartotojų direktyvoje įtvirtintas teises kolektyvinėse bylose pagal naujas taisykles, nustatytas Direktyvoje (ES) 2020/1828 dėl atstovaujamųjų ieškinių vartotojų kolektyvinių interesų apsaugai (RAD) ir nacionaliniuose teisės aktuose.

Kokios taisyklės taikomos sudarius tarptautines sutartis?

Toliau rasite informacijos apie tai, ką turite žinoti, jei savo prekes ar paslaugas parduodate kitose valstybėse gyvenantiems vartotojams.

Nepamirškite, kad nacionalinės vartotojų teisių apsaugos nuostatos skirtingose šalyse taip pat skiriasi, tai taikoma ir nesąžiningoms sutarties sąlygoms. Sritims, kurios yra visiškai suderintos ES mastu (pavyzdžiui, nesąžininga komercinė veikla), nacionalinės teisės normos turi mažesnę įtaką.

Atkreipkite dėmesį, kad kilus tarpvalstybiniam ginčui, visose srityse taikomos specialios nuostatos, todėl atidžiai perskaitykite toliau pateiktą informaciją.

COM/2024/258 galutinis, prieinama adresu: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52024DC0258R%2801%29>.

³² Galite patikrinti „EurLex“ duomenų bazėje: per pataisančią direktyvą 2019/2161 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019L2161&qid=1614949003293> arba per NKVD: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/NIM/?uri=celex:31993L0013>

³³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52024DC0258>

Specialūs reikalavimai sandoriams, kuriuos sudarote su pirkėjais iš kitų valstybių

Pagal ES teisę³⁴, jei jūs savo prekes ar paslaugas parduodate kitoje valstybėje, nei įsteigta jūsų įmonė, jūsų sudaromai sutarčiai su užsienio šalies vartotoju taikomos teisės normos tos valstybės, kurioje gyvena vartotojas. Net jeigu jūs numatėte, kad sutarties šalims bus taikoma skirtingų šalių teisė, toks pasirinkimas negali atimti ar apriboti vartotojo teisių, kurių privaloma laikytis pagal jo gyvenamosios šalies teisės normas.

Todėl, kaip jau aptarėme 3 modulyje, jei jūsų interneto svetainė skirta vartotojams iš tokios valstybės narės, kurioje pagal Direktyvos dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų tam tikrų aspektų 3 str. įtvirtinta vartotojo galimybė laisvai pasirinkti savo teisių gynimo priemonę, jūs privalote (jei prekė yra nekokybiška) pasiūlyti vartotojui pasirinkti: suremontuoti prekę, pakeisti ją kita, sumažinti prekės kainą arba grąžinti vartotojui sumokėtus pinigus, jei kiti būdai yra neįmanomi arba neproporcingi prekės vertei. Kitaip tariant, jei jūs reklamuojate ar siūlote savo prekes ar paslaugas kitos ES valstybės narės vartotojams, jūs turite laikytis tos šalies vartotojų teisių apsaugos standartų.

Kada laikoma, kad jūsų komercinė veikla nukreipta į kitoje šalyje gyvenančius vartotojus?

Europos Sąjungos Teisingumo teismas įtvirtino nemažai neišsamių kriterijų, padedančių nustatyti, ar jūsų rinkodaros veikla yra nukreipta į konkrečios valstybės narės rinką. Tokie kriterijai gali būti tokie: informacija skelbiama kita kalba, nei įprastai naudojama valstybėje, kurioje įsteigta jūsų įmonė,

kainos rašomos kita valiuta, nurodomas telefono numeris su tarptautiniu kodu, pasirinkamas domeno adresas, nebūdingas valstybei, kurioje įsteigta įmonė ir pan.³⁵

Jei jūsų komercinė veikla nėra nukreipta į kitas ES valstybes, o užsienio šalyse gyvenantys vartotojai į jus kreipiasi savo iniciatyva, tuomet jūs turite vadovautis savo šalies nacionaline teise.

Kaip tai įgyvendinama praktikoje?

Kokie teisės aktai taikomi jūsų sudarytoms tarpvalstybinėms sutartims?

Iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti, kad nedidelei įmonei labai sudėtinga laikytis skirtingose valstybėse, kuriose gyvena jos vartotojai, nustatytų teisės normų. Ir tai gali užkirsti kelią prekiautojams siūlyti savo prekes ar paslaugas kitose šalyse. Todėl svarbu žinoti keletą aspektų apie šių reikalavimų taikymą praktikoje.

1. ES teisėje įtvirtinta nemažai suderintų vartotojų teisių apsaugos nuostatų, kurias mes ir aptariame Consumer Law Ready mokymų moduluose. Šios normos taikomos visoje Europos Sąjungoje.
2. Net jei tam tikri reikalavimai valstybių narių teisėje nežymiai skiriasi (kai tai numatyta VTD), tai nereiškia, kad sutartis su vartotojais jūs galite sudaryti pagal savo taisykles. Kaip jau aptarta anksčiau, jūs turite teisę sutikti, kad bus taikoma valstybės, kurioje vartotojas gyvena, teisė, tačiau tokiu atveju jums reikės laikytis privalomų vartotojų teisės reikalavimų, įtvirtintų tos šalies teisės normose.
3. Praktikoje privalomi kitos valstybės narės teisės aktai vartotojų teisių srityje yra svarbūs tik tuo atveju, jeigu jie numato aukštesnio lygio vartotojų apsaugą, nei įtvirtinta jūsų nacionalinėje teisėje arba

³⁵ Daugiau informacijos žr. ESTT sujungtos bylos C 585/08 ir C 144/09 Peter Pammer ir viešbutis Alpenhof GmbH

³⁴ Reglamentas 593/2008, vadinamasis „Roma I“.

teisės normose, kurias su vartotoju sutarėte taikyti. Pavyzdžiui, kitos valstybės nacionalinėje teisėje prekėms ir paslaugoms nustatytas ilgesnis teisinės garantijos laikotarpis, nei jūsų šalies teisėje.

4. Mokymų Consumer Law Ready modulių dėka jūs iš anksto žinosite, kokie papildomi reikalavimai gali būti taikomi konkrečioje valstybėje narėje, kurioje jūs planuojate vystyti komercinę veiklą.
5. Taikytinos teisės klausimas dažniausiai atsiranda tuo atveju, kai tarp jūsų ir vartotojo kyla nesutarimų. Nepamirškite, kad daugumą problemų galima išspręsti taikiant susitarimą arba pasinaudojant vidine skundų nagrinėjimo tvarka.

Koks teismas kompetentingas spręsti ginčus, kilusius dėl tarpvalstybinių sutarčių?

Jeigu savo pasiūlymais nukreipiate komercinę veiklą į vartotojus iš kitų ES valstybių ir tarp jūsų bei vartotojo iš kitos šalies kyla ginčas, įsidėmėkite, kad pagal ES teisę (reglamentas „Briuselis I“) tokius ginčus nagrinėja teismas tos šalies, kurioje gyvena vartotojas. Jūs negalite paduoti vartotojo į teismą kitoje šalyje ir negalite numatyti kitokio pasirinkimo sutarties sąlygose arba rizikuojate gauti griežtą baudą. Vartotojas – priešingai – gali kreiptis į teismą savo valstybėje.

Pavyzdys. Jei jūs esate prancūzų prekiautojas, įsikūręs Lilio mieste ir parduodate prekes vartotojams iš Belgijos, jūs sutarties sąlygose negalite numatyti, kad kilus ginčui vienintelis kompetentingas teismas yra Lilio teismas.

Priedai

Kontrolinis klausimų sąrašas pardavėjui

1. Ar naudojate tipines sutarčių sąlygas? ☐
2. Ar jūsų naudojamose sutartyse nėra sąlygų, nurodytų sąlygų, kurias galima laikyti nesąžiningomis, sąraše? ☐
3. Ar jūsų sutarties su vartotoju sąlygos išdėstytos aiškia, suprantama kalba? ☐
4. Ar jūsų su vartotoju sudaromų sutarčių sąlygos nesutrikdo reikšmingos jūsų teisių pareigų bei vartotojo teisių ir pareigų pusiausvyros vartotojo nenaudai? ☐

Europos Komisija, remiantis Europos Sąjungos Teisingumo teismo išaiškinimais, nacionalinių teismų ir nacionalinių valdžios institucijų sprendimais, parengė gaires dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais³⁶.

³⁶ Commission Notice - Guidance on the interpretation and application of Council Directive 93/13/EEC on unfair terms in consumer contracts C (2019) 5325 final of 22/7/2019.

