



LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

PAŽYMA DĖL PREKIŲ ĮSIGIJIMO SĄLYGŲ

2016-06-20 Nr. (16)SN-77)SP-493

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba (toliau – ir Tarnyba) gavo skundą dėl galimai diskriminuojančio UAB „Saulės miestas“ priklausančio prekybos centro „Saulės miestas“ (toliau – Centras) platinamo lankstinuko/kvietimo (toliau – ir Lankstinukas), kuriame pavaizduotos moteriškos lyties atstovės bei užrašas „Mieste tik merginos“, bei prekių įsigijimo sąlygų Centre veikiančiose parduotuvėse. Skunde pažymėta, jog žmonės skirstant pagal lytį yra suteikiama išskirtinė galimybė tam tikras prekes nusipirkti pigiau. Akcijos taikomos tik vienai lyčiai.

Lygių galimybių kontrolierė, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 25 str. 1 ir 2 dalimis, 2016 m. gegužės 20 d. raštu Nr. (16)SN-77)-414 kreipėsi į UAB „Saulės miestas“ vadovą, prašydama paaiškinti, kokia yra Lankstinuko idėja ir kas atsakingas už jo viešinimą; kodėl į Centrą 2016 m. gegužės 12-14 dienomis kviečiamos tik merginos; ar Centre yra parduotuvių, kurios prekiauja vyriškais rūbais ar kitomis vyrams skirtomis prekėmis; jei tokių parduotuvių yra, nurodyti jų pavadinimus bei informaciją; ar 2016 m. gegužės 12-14 dienomis nebuvo akcijų, skirtų vyriškos lyties atstovų prekėms; koku principu Centre įsikūrusios parduotuvės vykdo akcijas moteriškų ir/ar vyriškų prekių atžvilgiu; ar parduotuvių rengiamos akcijos yra derinamos su Centro administracija.

Lygių galimybių kontrolierė, vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 25 str. 1 ir 2 dalimis, 2016 m. gegužės 24 d. raštu Nr. (16)SN-77)-421 kreipėsi į UAB „Deichmann avalynė“, prašydama paaiškinti, ar „Deichmann“ parduotuvėje, esančioje Centre, prekiaujama vyriška avalynė; koku principu rengiamos akcijos, t.y., ar akcijos rengiamos tik moteriškai avalynei, ar rengiamos ir vyriškai avalynei; kaip dažnai rengiamos akcijos avalynei vienos ar kitos lyties atstovams; ar tuo pačiu metu gali būti skelbiamos akcijos ir moteriškai, ir vyriškai avalynei; ar rengiamos akcijos yra derinamos su Centro administracija.

Lygių galimybių kontrolierė, vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 25 str. 1 ir 2 dalimis, 2016 m. gegužės 24 d. raštu Nr. (16)SN-77)-422 kreipėsi į New Yorker Lietuva, UAB,

prašydama paaiškinti, ar „NewYorker“ parduotuvėje, esančioje Centre, prekiaujama vyriškoms prekėmis; kokių principu rengiamos akcijos, t.y., ar akcijos rengiamos tik moteriškoms prekėms, ar ir vyriškoms prekėms; kaip dažnai rengiamos akcijos prekėms vienos ar kitos lyties atstovams; ar tuo pačiu metu gali būti skelbiamos akcijos ir moteriškoms, ir vyriškoms prekėms; ar rengiamos akcijos yra derinamos su Centro administracija.

Lygių galimybių kontrolierė, vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 25 str. 1 ir 2 dalimis, 2016 m. gegužės 24 d. raštu Nr. (16)SN-77)-420 kreipėsi į „HOUSE“ parduotuvės administraciją, prašydama paaiškinti, ar „HOUSE“ parduotuvėje, esančioje Centre, prekiaujama vyriškoms prekėmis; kokių principu rengiamos akcijos, t.y., ar akcijos rengiamos tik moteriškoms prekėms, ar rengiamos ir vyriškoms prekėms, kaip dažnai rengiamos akcijos prekėms vienos ar kitos lyties atstovams; ar tuo pačiu metu gali būti skelbiamos akcijos ir moteriškoms, ir vyriškoms prekėms; ar rengiamos akcijos yra derinamos su Centro administracija.

Lygių galimybių kontrolierė

n u s t a t ė:

1. UAB „Saulės miestas“ 2016 m. gegužės 31 d. rašte Nr. SD-87 „Dėl UAB „Saulės miestas“ lankstinuko/kvietimo“ paaiškino, kad akcijos pavadinimas buvo parinktas pagal panašaus pavadinimo kino filmą „Džiaze tik merginos“. Pardavimų skatinimo akcija buvo nukreipta į moteris, merginas, kurios pagal pasaulinę praktiką yra pagrindinės prekybos centrų lankytojos ir pirkėjos. Kadangi akcija buvo nukreipta į tikslinę pirkėjų grupę, būtent moters atvaizdas ir buvo pasirinktas Lankstinuke. Taip buvo siekiama komunikuoti į aiškia pirkėjų grupę, tačiau nebuvo siekiama diskriminuoti kitos pirkėjų grupės, t.y., vyrų. Nuolaidos akcijos metu daugumoje parduotuvių buvo taikomos tiek vyriškoms, tiek moteriškoms prekėms. Tik keliose parduotuvėse buvo taikomos nuolaidos tik moteriškai kolekcijai, tačiau nebuvo jokių ribojimų moteriškas prekes įsigyti vyrams. Centre nėra parduotuvių, prekiaujančių prekėmis, skirtomis išskirtinai vyrams.

2. UAB „New Yorker Lietuva“ 2016 m gegužės 27 d. rašte Nr. 2016-01 „Dėl akcijų moteriškoms prekėms“ nurodė, jog „New Yorker“ parduotuvėje prekiaujama ir vyriškoms prekėmis. Akcijos rengiamos visoms prekėms arba tam tikroms prekių grupėms. Centre akcijos rengiamos 3-4 kartus per metus. Šiuo atveju nuolaida buvo taikoma moteriškų prekių grupei, kurias taip pat galėjo įsigyti ir vyrai.

3. LPP Lithuania, UAB 2016 m. gegužės 27 rašte „Dėl prašymo pateikti informaciją“ nurodė, jog akcija buvo orientuota į moterišką segmentą, parduotuvėje „HOUSE“ buvo taikoma nuolaida, pateikus akcijos kuponą. Parduotuvėje gegužės 19 d. - 25 d. buvo vykdomos akcijos ir vyriškoms prekėms. Pažymėjo, jog vienos ar kitos grupės prekės yra nukainojamos dėl sezoniškumo, šventinių dienų, pardavimų rezultatų, prekių likučio ir prekybos centrų organizuojamų akcijų, tačiau tokiomis akcijomis nesiekama diskriminuoti asmenis dėl lyties.

4. UAB „Deichmann avalynė“ 2016 m. gegužės 30 d. rašte „Dėl akcijų moteriškai avalynei“ paaiškino, kad „Deichmann“ parduotuvėje prekiaujama ir vyriška avalyne. Akcijos rengiamos tokiu santykiu: 2-3 akcijos visai avalynei, t.y., moteriškai ir vyriškai, ir 1 akcija tik moteriškai avalynei. UAB „Deichmann avalynė“ yra įsipareigojusi du kartus per metus dalyvauti Centro rengiamose akcijose ir lojalumo programoje, todėl akcijos yra suderinamos su Centro administracija, kuri turi teisę atrinkti patraukliausius parduotuvių pasiūlymus pagal vykdomos reklaminės kompanijos koncepciją. Pažymėjo, jog akcijos metu vartotas žodis „moteriška“ pažymi ne pirkėjo, kuriam bus pritaikyta nuolaida, lytį, o parduodamos su nuolaida prekės rūšį, todėl objektyviai nėra pagrindo teigti, jog prekė akcijos metu buvo parduodama išskirtinai moterims.

Lygių galimybių kontrolierė

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

1. Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar Centre platinamas Lankstinukas su užrašu: „Mieste tik merginos“ bei prekių įsigijimo sąlygos Centre veikiančiose parduotuvėse, kuriose 2016 m. gegužės 12-14 dienomis buvo taikomos akcijos moteriškoms prekėms, nėra diskriminacinio pobūdžio bei neprieštarauja Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 5⁽¹⁾ str. 1 p. išdėstytoms nuostatomis, reglamentuojančioms moterų ir vyrų lygių galimybių įgyvendinimą vartotojų teisių apsaugos srityje.

2. Pažymėtina, jog tiek Europos Sąjungos, tiek nacionaliniuose teisės aktuose diskriminacija, pačia bendriausia šio žodžio prasme, reiškia teisių sumažinimą arba atėmimą tam tikrai kategorijai asmenų dėl kokių nors požymių. Diskriminacijos sąvoka paprastai siejama su lygių galimybių, lygiateisiškumo pažeidimu, o nediskriminavimas – su asmenų lygaus traktavimo, lygių galimybių realizavimo kategorijomis. Konstitucinė diskriminacijos samprata atskleidžiama, pasiremiant Lietuvos Respublikos Konstitucijos 29 str., kuriame numatyta, kad įstatymui, teismui ir kitoms valstybės institucijoms ar pareigūnams visi asmenys lygūs ir nurodoma, jog žmogaus teisių negalima varžyti ir teikti jam privilegijų dėl jo lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo,

įsitikinimų ar pažiūrų pagrindu. Konstitucinis visų asmenų lygybės įstatymui principas pažeidžiamas, kai tam tikra grupė asmenų, kuriems yra skiriama teisės norma, palyginti su kitais tos pačios normos adresatais, yra kitaip traktuojama, nors tarp tų grupių nėra tokio pobūdžio ir tokios apimties skirtumų, kad toks nevienodas traktavimas būtų objektyviai pateisintinas. Asmenų lygybės principas iš esmės reiškia diskriminacijos draudimą, o diskriminacija dažniausiai suprantama, kaip žmogaus teisių varžymas ar tam tikrų privilegijų teikimas atsižvelgiant į lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų požymius.

3. Direktyva 2004/113/EB, įgyvendinanti vienodo požiūrio į moteris ir vyrus principą dėl galimybės naudotis prekėmis bei paslaugomis ir prekių tiekimo bei paslaugų teikimo, kurios tikslas – sukurti sistemą kovai su diskriminacija dėl lyties galimybės naudotis prekėmis bei paslaugomis ir tiekti prekes bei teikti paslaugas srityje, siekiant valstybėse narėse įgyvendinti vienodo požiūrio į vyrus ir moteris principą, pažymi, jog vyrų ir moterų lygybė yra vienas iš Europos Sąjungos pagrindinių principų. Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 21 ir 23 straipsniai draudžia bet kokią diskriminaciją dėl lyties ir nustato reikalavimą užtikrinti vyrų ir moterų lygybę visose srityse. Lygybė prieš įstatymą teisė ir teisė į apsaugą nuo diskriminacijos visiems asmenims yra visuotinė teisė, pripažįstama pagal Visuotinę žmogaus teisių deklaraciją.

4. Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 5⁽¹⁾ str. 1 p. nustato pareigą prekių pardavėjui, gamintojui ar paslaugų teikėjui, įgyvendinti moterų ir vyrų lygias teises: visiems vartotojams, nesvarbu kokia jų lytis, taikyti vienodas apmokėjimo sąlygas ir garantijas už tokius pačius ir vienodos vertės gaminius, prekes ir paslaugas. Nagrinėjamu atveju Centras kartu su nuomininkais, vykdydamas pardavimų skatinimo akcijas, išleido Lankstinuką su užrašu: „Mieste tik merginos“, kuriame buvo nurodyta informacija, kuriose Centro parduotuvėse vykdomos akcijos moteriškoms prekėms, nurodant parduotuvės pavadinimą bei taikomos akcijos dydį. Pagal Centro ir jame esančių parduotuvių administracijos paaiškinimus, parduotuvių, skelbiančių nuolaidas moteriškoms prekėms, tikslas buvo – parduoti prekę, skirtą moterims, pigiau, tačiau, ar tą prekę pirktų vyras ar moteris, prekės įsigijimo kaina nuo asmens lyties, ketinančio ją įsigyti, nepakistų. Darytina išvada, jog taikant nuolaidą akcentuojamas ne subjektas, ketinantis įsigyti prekę, o prekė, kurios įsigijimo sąlygos vienodos visiems subjektams. Taip pat pažymėtina, jog žodis „moteriška“ apibūdina prekės rūšį, o ne subjektą, kuris gali ją įsigyti.

5. Pagal Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 8 str. 1 p., prekių pardavėjas, gamintojas ar paslaugų teikėjas, nepaisydamas lyties, rasės, tautybės, kilmės, socialinės padėties, tikėjimų, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, etninės priklausomybės, religijos, privalo visiems vartotojams sudaryti vienodas sąlygas gauti tokius pačius gaminius, prekes ir

paslaugas, įskaitant aprūpinimą būstu, bei taikyti vienodas apmokėjimo sąlygas ir garantijas už tokius pačius ir vienodos vertės gaminius, prekes ir paslaugas. Nagrinėjamu atveju visos parduotuvės, nepriklausomai nuo to, ar dalyvavo akcijoje taikant nuolaidas, ar nedalyvavo, pardavinėjo prekes visiems pirkėjams, pareiškusiems norą jas įsigyti, vienodomis sąlygomis, t.y., taikė vienodas apmokėjimo sąlygas ir garantijas už tokius pačius ir vienodos vertės prekes.

6. Pagal Lietuvos antidiskriminaciniuose įstatymuose įtvirtintą teisinį reguliavimą diskriminacija siejama su konkrečiu asmeniu, kuris buvo traktuojamas mažiau palankiai tam tikroje situacijoje nei kitas asmuo dėl lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, etninės priklausomybės, religijos. Tariant diskriminacijos fakto buvimą ar nebuvimą, yra lyginami keli žmonės, kurie skiriasi savo tapatybės požymiais, kitais požymiais ir vertinama, ar tokiose pačiose, ar panašiose aplinkybėse jie traktuojami vienodai.

Aplinkybė, jog nuolaidos buvo taikomos tik moteriškoms prekėms, nesudaro pagrindo teigti, jog minėtas prekes galėjo įsigyti tik moteriškos lyties atstovės. Sutiktina su skunde nurodytu argumentu, jog taikant akcijas vienai lyčiai ta lytis skatinama įsigyti prekes už mažesnę kainą. Tačiau skatinimas įsigyti prekes nėra draudžiamas. Remiantis Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymu, pardavėjai privalo vadovautis sąžiningos verslo praktikos principu, t.y., siūlydami įsigyti ir teikdami prekes ir paslaugas vartotojams, privalo laikytis sąžiningos verslo praktikos. Prekės ir paslaugos turi būti siūlomos taip, kad vartotojui būtų aiškus pasiūlymo komercinis pobūdis. Nagrinėjamu atveju prekių pardavėjai nurodė aiškias pasiūlymo, t.y., prekių įsigijimo sąlygas, todėl nėra pagrindo teigti, jog prekių pardavėjai elgiasi nesąžiningai pirkėjų atžvilgiu. Be to, atkreiptinas dėmesys, jog parduotuvėse, kurios dalyvavo Centro akcijoje, su nuolaida galima buvo įsigyti ir vyriškų prekių, tiesiog Centro akcija buvo skirta moteriškoms prekėms, todėl ir akcentuojamos buvo šios rūšies prekės.

7. Skunde teigiama, jog Lankstinuko turinys skatina į Centrą eiti vienos lyties atstovus, paliekant namuose kitos lyties atstovus. Už Lankstinuko turinį atsakinga Centro administracija rašte Nr. SD-87 „Dėl UAB „Saulės miestas“ lankstinuko/kvietimo“ paaiškino, kad akcijos pavadinimas buvo parinktas pagal panašaus pavadinimo kino filmą „Džiaze tik merginos“. Pardavimų skatinimo akcija buvo nukreipta į moteris, merginas, kurios pagal pasaulinę praktiką yra pagrindinės prekybos centrų lankytojos ir pirkėjos. Taip buvo siekiama komunikuoti į aiškia pirkėjų grupę, tačiau nebuvo siekiama diskriminuoti kitos pirkėjų grupės, t.y., vyrų. Nuolaidos akcijos metu daugumoje parduotuvių buvo taikomos tiek vyriškoms, tiek moteriškoms prekėms.

Atsižvelgiant į tai, kad Lankstinukas nėra reklaminio pobūdžio ir neatitinka Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 5⁽¹⁾ str. 2 p. nuostatų, reglamentuojančių vartotojų informaciją apie gaminius, tirti Lankstinuko turinį minėtu aspektu nėra teisinio pagrindo. Tačiau pažymėtina, jog Lankstinuke esantis užrašas: „Mieste tik merginos“ nėra taktiškas vyriškos lyties atstovų atžvilgiu. Kitiškai vertintinas Centro administracijos paaiškinimas, jog akcijos pavadinimas buvo parinktas pagal panašaus pavadinimo kino filmą „Džiaze tik merginos“, kadangi Centras ir džiazas orkestras neatlieka panašių funkcijų bei nesukelia panašių asociacijų.

8. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, konstatuotina, jog Centro parduotuvės, dalyvaujančios akcijoje, taikant nuolaidas moteriškoms prekėms, nepažeidė Moterų ir vyrų įstatymo 5⁽¹⁾ 1 p. nuostatų, kadangi visiems vartotojams, nesvarbu kokia jų lytis, buvo taikomos vienodos apmokėjimo sąlygos ir garantijos už tokius pačius ir vienodos vertės gaminius, prekes ir paslaugas.

Pažymėtina, jog vadovaujantis Konstitucine nuostata, jog žmogaus teisių negalima varžyti ir teikti jam privilegijų dėl jo lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų pagrindu bei Lietuvos ir tarptautiniais teisės aktais, draudžiančiais diskriminaciją, siūlome informaciniuose Centro ir jo parduotuvių leidiniuose neakcentuoti norą matyti pirkėjus Centre, atsižvelgiant į jų lytį.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta, bei vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 24 str. 1 d. 6 p. bei Lygių galimybių įstatymo 14 str. ir 15 str.,

Lygių galimybių kontrolierė

n u s p r e n d ž i a:

1. Baigti (16)SN-77 skundo tyrimą, nepasitvirtinus skunde nurodytiems pažeidimams.
2. Su sprendimu supažindinti pareiškėją, UAB „Saulės miestas“ administraciją.

Sprendimas gali būti skundžiamas Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Lygių galimybių kontrolierė

Agneta Lobačevskytė