



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL VYKDOMO NEKILNOJAMOJO TURTO PROJEKTO „SMILGOS II“ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS

2018 m. rugsėjo 5 d. Nr. 2S-4 (2018)
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, susidedanti iš Konkurencijos tarybos narių: Jūratės Šovienės, Elono Šato, Jolantos Ivanauskienės, sekretoriaujant Aurelijai Budrytei-Balkienei, 2018 m. rugsėjo 5 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl vykdomo nekilnojamojo turto projekto „Smilgos II“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Konkurencijos taryba 2018 m. sausio 23 d. gavo vartotojo pranešimą¹, o 2018 m. vasario 13 d. – pranešimo papildymą² dėl interneto svetainėje www.smilgos.lt skleidžiamos galimai klaidinančios vykdomo nekilnojamojo turto projekto „Smilgos II“ (toliau – projektas „Smilgos II“) reklamos, kuriuose vartotojas nurodė, kad interneto svetainėje www.smilgos.lt pateikiami galimai netikri vartotojų atsiliepimai. Pasak vartotojo, viename iš atsiliepimų teigiama, kad: „Šiuo metu labai keblu su automobilių stovėjimo aikštelėmis šiame mikrorajone. Tikrai nėra kur statyti automobilių, o namų aplink vis daugėja. Privalumas, kad Smilgose didelis parkingas prie namo ir galėjome išsirinkti automobilio stovėjimo vietą kur mums patogiau. Esame nusipirkę tris – kiekvienam šeimos nariui. Gera žinoti, kad nėra taip, jog vienam butui priklauso tik viena stovėjimo aikštelė. Smilgu gyventojas“³.

(3) Siekdama gauti turimos medžiagos vertinimui reikšmingos informacijos, Konkurencijos taryba kreipėsi į projekto „Smilgos II“ nekilnojamojo turto (daugiabučio) statytoją KŪB „Smilgos“ ir interneto svetainės www.smilgos.lt domeno valdytoją UAB „MILITA“⁴ bei paprašė pateikti informaciją, susijusią su nagrinėjama situacija⁵.

(4) KŪB „Smilgos“ nurodė, kad yra du atskiri projektai: daugiabučio „Smilgos“, esančio Perkūnkiemio g. 55, Vilniuje, (statytoja KŪB „Gabija Residence“, atstovai tikrieji nariai UAB „D-Salt“ ir UAB „D-Pepper“) (toliau – daugiabutis „Smilgos“) projektas (toliau – projektas „Smilgos“) ir daugiabučio „Smilgos II“, esančio Perkūnkiemio g. 49, Vilniuje, (statytoja KŪB „Smilgos“, atstovas tikrasis narys UAB „D-Pepper“) (toliau – daugiabutis „Smilgos II“) projektas.

(5) Anot KŪB „Smilgos“, šiuo metu interneto svetainėje www.smilgos.lt yra siūloma įsigyti butus antrame, dar nebaigtame statyti, daugiabutyje „Smilgos II“. KŪB „Smilgos“ teigimu, kadangi antrasis daugiabutis „Smilgos II“ yra panašioje vietoje kaip pirmasis daugiabutis „Smilgos“, jis statomas atsižvelgiant į šio pirmojo daugiabučio „Smilgos“ sėkmę bei gyventojų atsiliepimus, o siekiant pritraukti potencialius antrojo daugiabučio „Smilgos II“ gyventojus, yra remiamasi pirmojo daugiabučio „Smilgos“ patirtimi ir sėkme – yra pateikiama ne tik išsami informacija apie patį

¹ Bylos 1 tomas, 1–3 lapai.

² Bylos 1 tomas, 36–38 lapai.

³ Bylos 1 tomas, 2–3 lapai.

⁴ Konkurencijos tarybos faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolai (bylos 1 tomas, 5–6 lapai).

⁵ Konkurencijos tarybos 2018 m. sausio 24 d. raštas (bylos 1 tomas, 7–9 lapai).

projektą, jo planai, vizualizacijos bei statybų nuotraukos, bet ir pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonė⁶.

(6) KŪB „Smilgos“ pažymėjo, jog daugiabutis „Smilgos II“ dar nėra apgyvendintas, todėl joks daugiabučio „Smilgos II“ gyventojas objektyviai negalėjo pateikti atsiliepimo apie gyvenimą šiame dar nebaigtame statyti daugiabutyje nekilnojamojo turto agentams⁷.

(7) KŪB „Smilgos“ teigimu, apibendrinus faktinę informaciją bei gautus žodinius atsiliepimus, kad pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojai turėjo realią galimybę įsigyti daugiau nei po vieną automobilio stovėjimo vietą, buvo parengtas ir interneto svetainėje *www.smilgos.lt* patalpintas skleidžiamos reklamos tekstas. Tokiu būdu buvo siekiama potencialiems daugiabučio „Smilgos II“ gyventojams perduoti apibendrintas pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomones⁸.

(8) Konkurencijos taryba užfiksavo⁹, kad pagrindiniame interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „Gyventojai apie smilgas“, pateikiami penki atsiliepimai apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamojį turtą.

(9) Siekiant gauti turimos medžiagos vertinimui reikšmingos informacijos, Konkurencijos taryba paprašė KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ pateikti papildomą informaciją, susijusią su nagrinėjama situacija¹⁰.

(10) KŪB „Smilgos“ nurodė, kad penki pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimai, skleidžiami interneto svetainėje *www.smilgos.lt*, nėra konkrečių gyventojų citatos, o daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonių pagrindu parengti apibendrinti komentarai. Anot KŪB „Smilgos“, interneto svetainėje *www.smilgos.lt* skleidžiamų daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimų turinį, remiantis gautų daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonių tendencija, parengė UAB „MILITA“ nekilnojamojo turto agentas¹¹.

(11) UAB „MILITA“ patvirtino, jog KŪB „Smilgos“ pateikta informacija¹² yra teisinga¹³.

(12) Įvertinusi surinktą informaciją bei turėdama pagrindo įtarti galimą Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą, Konkurencijos taryba 2018 m. kovo 8 d. nutarimu Nr. 1S-29 (2018)¹⁴ pradėjo nagrinėjimo procedūrą dėl projekto „Smilgos II“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams (toliau – tyrimas).

(13) Konkurencijos taryba, siekdama gauti tyrimui reikšmingos informacijos, susirašinėjo su UAB „MILITA“ ir KŪB „Smilgos“.

(14) KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ (toliau taip pat – Bendrovės) teigimu, nutarimo (8) pastraipoje minėti, pagrindiniame interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „Gyventojai apie smilgas“, pateikti vartotojų atsiliepimai apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamojį turtą nėra išgalvoti, kadangi jie paremti pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomone, kurią gyventojai neformalaus bendravimo metu išsakė UAB „MILITA“ nekilnojamojo turto agentui¹⁵.

(15) Bendrovės atkreipė dėmesį, kad nekilnojamojo turto agentų veikloje yra įprasta praktika periodiškai neformaliai bendrauti su gyventojais, teirautis, ar gyventojai patenkinti įsigytu nekilnojamoju turtu. Pažymėjo, kad dažniausiai tokie pokalbiai įvyksta spontaniškai, o jų metu gyventojai pasidalina nuomone apie įsigyto turto privalumus ar pastebėjimais, ką reikėtų tobulinti. Atitinkamai ir nutarimo (8) pastraipoje minėti vartotojų atsiliepimai yra parengti atsižvelgiant į pirmojo

⁶ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 5 d. raštas su priedu (bylos 1 tomas, 16–17 lapai).

⁷ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 5 d. raštas su priedu (bylos 1 tomas, 17 lapas).

⁸ Ten pat.

⁹ Konkurencijos tarybos faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolai (bylos 1 tomas, 20–25 lapai).

¹⁰ Konkurencijos tarybos 2018 m. vasario 13 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 26–33 lapai).

¹¹ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 21 d. raštas (bylos 1 tomas, 39–40 lapai).

¹² KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 21 d. raštas (bylos 1 tomas, 39–41 lapai).

¹³ UAB „MILITA“ 2018 m. vasario 21 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 42–45 lapai).

¹⁴ Konkurencijos tarybos 2018 m. kovo 8 d. nutarimas Nr. 1S-29 (2018) „Dėl vykdomo nekilnojamojo turto projekto „Smilgos II“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams nagrinėjimo procedūros pradėjimo“ (bylos 1 tomas, 50–52 lapai).

¹⁵ Bendrovių 2018 m. balandžio 6 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 73 lapas).

daugiabučio „Smilgos“ gyventojų žodinius komentarus, pateiktus UAB „MILITA“ nekilnojamojo turto agentui¹⁶.

(16) Siekdama patvirtinti, kad nutarimo (8) pastraipoje minėti interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“, pateikti penki atsiliepimai apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamąjį turtą atitinka pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonę, UAB „MILITA“ kreipėsi į šio daugiabučio gyventojus ir paprašė jų atsakyti į pateiktus klausimus, susijusius su projekto „Smilgos“ nekilnojamuoju turtu. Bendrovių teigimu, gauti gyventojų atsakymai patvirtina daugiabučio „Smilgos“ gyventojų išsakytas nuomones, kurių pagrindu ir buvo suformuluota bei interneto svetainėje *www.smilgos.lt* pateikta informacija¹⁷.

(17) Bendrovės nurodė, kad nors interneto svetainėje *www.smilgos.lt* ir nėra pateikiamos tikslios daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimų, kurie buvo išsakyti žodžiu, citatos, tai nereiškia, kad ši informacija yra klaidinanti. Tai patvirtina faktinės aplinkybės¹⁸, kad dalis pirmojo daugiabučio gyventojų yra įsigiję daugiau nei po vieną automobilio stovėjimo vietą¹⁹. Taip pat atkreipė dėmesį, kad nei teisės aktai, nei Konkurencijos tarybos praktika nedraudžia tokio pobūdžio veiklos, kuomet objektyviai egzistuojančios informacijos pagrindu yra parengiamas rišlus tekstas ir pateikiamas kaip reklama²⁰.

1. Nagrinėta informacija ir su ja susijusios aplinkybės

(18) Tyrimo metu pagrindiniame interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“, buvo užfiksuoti²¹ penki atsiliepimai apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamąjį turtą. Kiekviename iš minėtų atsiliepimų buvo nurodyta teigiama asmeninė autoriaus patirtis ir nuomonė apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamąjį turtą, taip pat po atsiliepimu buvo nurodytas atsiliepimo autorius – „*Smilgų gyventoja*“ arba „*Smilgų gyventojas*“:

- (a) „*Butas išplanuotas taip kaip ir norėjau, patogiai ir labai protingai. Kiekvienas daiktas rado savo vietą! Smilgų gyventoja*“;
- (b) „*Šiuo metu labai keblu su automobilių stovėjimo aikštelėmis šiame mikrorajone. Tikrai nėra kur statyti automobilių, o namų aplink vis daugėja. Privalumas, kad Smilgose didelis parkingas prie namo ir galėjome išsirinkti automobilio stovėjimo vietą kur mums patogiau. Esame nusipirkę tris – kiekvienam šeimos nariui. Gera žinoti, kad nėra taip, jog vienam butui priklauso tik viena stovėjimo aikštelė. Smilgų gyventojas*“;
- (c) „*Kadangi esame jauna šeima ir mums kiekviena išlaidų suma yra svarbi, šilumos kainos labai mustebino. Net šalčiausiu metu mokame mažai <...>. Smilgų gyventoja*“;
- (d) „*Apšviesta teritorija, draugiški kaimynai, draugiška bendruomenė. Tai daugiau nei bendruomenė, mes kaip viena šeima – kuri vieni kitus saugo, padeda! Smilgų gyventoja*“;
- (e) „*Patogi vieta, puikus susisiekimas tiek viešuoju, tiek nuosavu transportu. Susisiekimą labai pagerino Vakarinis aplinkelis. Smilgų gyventojas*“.

(19) Bendrovės nurodė, kad nutarimo (18) pastraipoje nurodyta informacija buvo skleidžiama tik interneto svetainėje *www.smilgos.lt*²².

(20) KŪB „Smilgos“ nurodė, kad nutarimo (18) pastraipoje nurodyta informacija buvo skleidžiama laikotarpiu nuo 2017 m. liepos 24 d. iki 2018 m. kovo 6 d.²³

(21) KŪB „Smilgos“ pateiktais duomenimis, laikotarpiu nuo 2017 m. liepos 24 d. iki 2018 m. kovo 6 d. interneto svetainėje *www.smilgos.lt* iš viso apsilankė 14 154 vartotojai, tačiau,

¹⁶ Bendrovių 2018 m. balandžio 6 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 73–74 lapai).

¹⁷ Bendrovių 2018 m. balandžio 6 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 74, 78–89 lapai).

¹⁸ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 5 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 19 lapas).

¹⁹ Bendrovių 2018 m. balandžio 6 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 75 lapas).

²⁰ Ten pat.

²¹ Konkurencijos tarybos faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 1 tomas, 20–25 lapai).

²² Bendrovių 2018 m. balandžio 6 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 73 lapas).

²³ Ten pat.

KŪB „Smilgos“ teigimu, nėra duomenų, koks yra minėtos interneto svetainės unikalių vartotojų lankomumas²⁴.

(22) KŪB „Smilgos“ nurodė, kad yra projekto „Smilgos II“ daugiabučio statytoja²⁵.

(23) KŪB „Smilgos“ teigimu, informacija, skleidžiama interneto svetainėje *www.smilgos.lt*, buvo ir yra skleidžiama KŪB „Smilgos“ interesais²⁶.

(24) KŪB „Smilgos“ pažymėjo, kad dėl vykdomo projekto „Smilgos II“ reklamos bei daugiabučio „Smilgos II“ patalpų pardavimo 2016 m. rugpjūčio 25 d. sudarė tarpininkavimo paslaugų sutartį Nr. 16/08/25-1 (toliau – Tarpininkavimo sutartis) su nekilnojamojo turto brokerių įmone – UAB „MILITA“, kuri ir administruoja interneto svetainę *www.smilgos.lt*²⁷.

(25) Tarpininkavimo sutartimi KŪB „Smilgos“ pavedė UAB „MILITA“ vykdyti pirkėjų paiešką projekto „Smilgos II“ gyvenamajam namui Perkūnkiemio g. (toliau – Objektas) ir įsipareigojo už šią paslaugą sumokėti Tarpininkavimo sutartyje numatyta tvarka ir terminais (Tarpininkavimo sutarties 3.1. punktas)²⁸.

(26) Tarpininkavimo sutartimi UAB „MILITA“, kaip Tarpininkavimo sutarties vykdytoja, be kita ko, įsipareigojo²⁹:

(a) sąžiningai ir rūpestingai vykdyti Objekto pirkėjų paiešką Tarpininkavimo sutartyje nurodytomis sąlygomis, būti lojalus KŪB „Smilgos“ ir veikti išimtinai KŪB „Smilgos“ interesais, susijusiais su Objekto pardavimu (Tarpininkavimo sutarties 4.1.1. punktas);

(b) savo nuožiūra vykdyti Objekto pardavimo reklaminę kampaniją. Esant KŪB „Smilgos“ pageidavimui, pagal susitarimą vykdyti Objekto pardavimo reklaminę kampaniją KŪB „Smilgos“ pageidaujama būdais ir priemonėmis. Tais atvejais, kai reklaminė kampanija vykdoma KŪB „Smilgos“ lėšomis, savo veiksmus iš anksto suderinti su KŪB „Smilgos“ (Tarpininkavimo sutarties 4.1.3. punktas).

(27) KŪB „Smilgos“, kaip Tarpininkavimo sutarties užsakovas, be kita ko, įsipareigojo³⁰:

(a) sumokėti UAB „MILITA“ už suteiktą tarpininkavimo paslaugą Tarpininkavimo sutartyje nustatyta tvarka, terminais ir sąlygomis (Tarpininkavimo sutarties 5.1.2. punktas);

(b) objekto pardavimo organizavimą perleisti išimtinai UAB „MILITA“, suteikiant jai išimtinės Objekto pirkėjų paieškos teises (Tarpininkavimo sutarties 5.2. punktas).

(28) KŪB „Smilgos“ nurodė³¹, o UAB „MILITA“ patvirtino³², kad UAB „MILITA“ projekto „Smilgos II“ reklamos kampaniją vykdo savo nuožiūra – UAB „MILITA“ administruoja interneto svetainę *www.smilgos.lt* ir yra atsakinga už joje teikiamos informacijos turinį. Anot KŪB „Smilgos“, visa interneto svetainėje *www.smilgos.lt* pateikiama informacija, įskaitant ir penkis vartotojų atsiliepimų pavyzdžius, yra skleidžiama UAB „MILITA“ iniciatyva, t. y. UAB „MILITA“ pasirinko tokią reklamos formą bei parengė atitinkamą turinį³³. KŪB „Smilgos“ teigimu, KŪB „Smilgos“ neturėjo ir neišreiškė UAB „MILITA“ konkrečių pageidavimų dėl daugiabučio „Smilgos II“ reklamos formos³⁴.

(29) KŪB „Smilgos“ nurodė, kad jai buvo žinoma, jog daugiabučio „Smilgos II“ reklamoje, kuri pateikta pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimų forma, naudojami atsiliepimai nėra tikslios gyventojų citatos. Taip pat, kad dar prieš šių atsiliepimų paskelbimą interneto svetainėje

²⁴ Bendrovių 2018 m. balandžio 6 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 76 lapas).

²⁵ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 5 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 16 lapas).

²⁶ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 5 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 15 lapas).

²⁷ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 21 d. raštas (bylos 1 tomas, 39–40, 99–100 lapai).

²⁸ Bylos 1 tomas, 99 lapas.

²⁹ Ten pat.

³⁰ Bylos 1 tomas, 99 lapas.

³¹ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 21 d. raštas (bylos 1 tomas, 39–40 lapai).

³² UAB „MILITA“ 2018 m. vasario 21 d. raštas (bylos 1 tomas, 42–44 lapai).

³³ KŪB „Smilgos“ 2018 m. vasario 21 d. raštas (bylos 1 tomas, 40 lapas).

³⁴ KŪB „Smilgos“ 2018 m. birželio 7 d. raštas su priedais (bylos 1 tomas, 104 lapas).

www.smilgos.lt, KŪB „Smilgos“ žinojo, kad daugiabučio „Smilgos“ gyventojų žodinius atsiliepimus gavo ir jų pagrindu parengė informaciją, skelbtą interneto svetainėje *www.smilgos.lt*, UAB „MILITA“ nekilnojamojo turto agentai. KŪB „Smilgos“ teigimu, UAB „MILITA“ iš anksto, dar prieš gyventojų atsiliepimus paskelbiant interneto svetainėje *www.smilgos.lt*, juos suderino su KŪB „Smilgos“³⁵.

2. Tyrimo išvados ir šalių paaiškinimai

(30) Tyrimo metu nustatytos aplinkybės bei jų pagrindu padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesažiningos komercinės veiklos tyrimo skyriaus 2018 m. liepos 10 d. pranešime Nr. 6S-10 (2018) apie įtariamą pažeidimą „Dėl vykdomo nekilnojamojo turto projekto „Smilgos II“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams“ (toliau – Pranešimas)³⁶.

(31) Pranešime padaryta išvada, kad KŪB „Smilgos“ iniciatyva ir interesais pagrindinio interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapio dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“ skleistoje projekto „Smilgos II“ reklamoje pateikta informacija apie projekto „Smilgos“ nekilnojamojo turto (daugiabučio „Smilgos“) gyventojų atsiliepimus pasireiškė kaip apgaulingas prisistatymas vartotoju, todėl skleista projekto „Smilgos II“ reklama turi Lietuvos Respublikos nesažiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 20 punkte nurodytos klaidinančios komercinės veiklos požymių ir yra laikytina klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(32) Pranešime taip pat konstatuota, kad KŪB „Smilgos“ yra atsakinga už projekto „Smilgos II“ reklamos naudojimą, nes yra šios reklamos davėja ir nepateikė įrodymų, kad Reklamos 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl jos kaltės, o UAB „MILITA“, būdama reklamos paslaugų teikėja, yra atsakinga už projekto „Smilgos II“ reklamos naudojimą, nes žinojo apie klaidinančios reklamos naudojimą. Pranešime siūloma KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ skirti Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje numatytą sankciją už klaidinančios reklamos naudojimą.

(33) Konkurencijos taryba KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ sudarė sąlygas susipažinti su tyrimo medžiaga bei dėl Pranešime padarytų tyrimo išvadų pateikti paaiškinimus³⁷.

(34) KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ 2018 m. liepos 27 d. pateikė paaiškinimus³⁸, kuriuose nurodė, kad Bendrovių skleistoje projekto „Smilgos II“ reklamoje pateikti pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimai atspindi realią gyventojų nuomonę ir patirtį, todėl atitinka Europos Komisijos 2016 m. gegužės 25 d. priimtose Gairėse dėl Nesažiningos komercinės veiklos direktyvos (2005/29/EB) įgyvendinimo / taikymo (SWD(2016) 163) (toliau – Gairės) nustatytus reikalavimus. Pasak Bendrovių, pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonės nekilnojamojo turto agentas gavo žodžiu, neformalių susitikimų su gyventojais metu. Anot Bendrovių, nekilnojamojo turto agento domėjimasis, ar jo parduotas nekilnojamas turtas atitiko gyventojų lūkesčius, yra įprasta nekilnojamojo turto agentų tarpininkavimo paslaugų veiklos praktika, taigi reklamos turinys nebuvo išgalvotas. Bendrovių teigimu, aplinkybė, kad galėjo būti asmenų, kurie nepitaria skleistos reklamos teiginiais, nepaneigia reklamos teisingumo ir aplinkybės, kad reklama atitiko bent dalies gyventojų nuomonės. Pasak Bendrovių, skleistoje reklamoje nebuvo pateikta nuoroda į konkrečius asmenis, nes Bendrovės neturėjo tikslo atsiliepimus pateikti kaip konkrečių gyventojų citatas – reklamoje buvo nurodoma „Smilgų gyventojas“ arba „Smilgų gyventoja“, kas akivaizdžiai parodo, kad reklamos tikslas buvo atspindėti gyventojų nuomonių tendenciją. Anot Bendrovių, pradėjus vertinti projekto „Smilgos II“ reklamos atitiktį Reklamos įstatymo reikalavimams, siekiant išsklaidyti abejones, buvo kreiptasi į daugiabučio „Smilgos“ gyventojus ir paprašyta atsakyti į užduotus klausimus, kurie buvo suformuluoti taip, kad gauti atsakymai galėtų pagrįsti arba paneigti reklamoje naudojamus teiginius. Anot Bendrovių, gauti atsakymai akivaizdžiai parodė reklamoje naudotų teiginių pagrįstumą. Be to,

³⁵ Ten pat.

³⁶ Bylos 1 tomas, 112–121 lapai.

³⁷ Konkurencijos tarybos 2018 m. liepos 10 d. raštai UAB „MILITA“ ir KŪB „Smilgos“ (bylos 1 tomas, 125–128 lapai).

³⁸ Bylos 1 tomas, 130–134 lapai.

pasak Bendrovių, reklamoje naudoto atsiliepimo apie pakankamą automobilių stovėjimo vietų skaičių pagrįstumą rodo pateiktas VĮ Registrų centras Nekilnojamojo turto registro išrašas. Pasak Bendrovių, šios aplinkybės parodo, kad reklamoje pateikti atsiliepimai visiškai atitiko realią dalies daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonę ir patirtį, todėl negali būti laikomi klaidingu prisistatymu vartotoju, o aplinkybė, kad atsiliepimai raštu buvo surinkti jau gavus Konkurencijos tarybos paklausimus dėl skleidžiamos reklamos, savaime neleidžia daryti išvados dėl skleistos reklamos neteisėtumo.

(35) Be to, Bendrovių teigimu, nei teisės aktuose, nei ankstesnėje Konkurencijos tarybos ar teismų praktikoje nėra nustatyta, kad reklamą reikėtų laikyti klaidinančia, jeigu joje pateikiami vartotojų atsiliepimai (realių atsiliepimų apibendrinimai, tendencijos) nėra tikslios konkrečių asmenų citatos. Tokia pozicija, anot Bendrovių, akivaizdžiai nepagrįstai apribotų reklamos rengėjų kūrybos laisvę. Atitinkamai, Bendrovių įsitikinimu, būtų visiškai nepagrįsta reklamos tekstui taikyti tokius reikalavimus, kokie taikomi literatūros kūriniams, kur yra gana griežtai apibrėžiamos citavimo taisyklės. Anot Bendrovių, tokiu atveju, jokia prekė ar paslauga negalėtų būti reklamuojama vartotojo prieš tai vartotojui jos iš tiesų neįsigijus ar neišbandžius, o net ir tokiais atvejais būtų reikalingas įsigijimo ar išbandymo fakto įrodymas. Be to, visi reklamose naudojami atsiliepimai turėtų būti tikslios konkrečių asmenų citatos.

(36) Pateiktuose paaiškinimuose Bendrovės taip pat teigė, kad Konkurencijos tarybai pripažinus, jog projekto „Smilgos II“ reklama yra klaidinanti (su kuo Bendrovės nesutinka), egzistuojant Reklamos įstatyme numatyta atsakomybę lengvinanti aplinkybė – savanoriškas žalingų padarinių užkirtimas. Pasak Bendrovių, nepaisant to, kad, Bendrovių nuomone, projekto „Smilgos II“ reklama nėra klaidinanti, dar iki Konkurencijos tarybos galutinio sprendimo priėmimo, projekto „Smilgos II“ reklama buvo pašalinta iš interneto svetainės www.smilgos.lt, o tokie veiksmai, Bendrovių teigimu, turėtų būti vertinami kaip savanoriškas žalingų padarinių užkirtimas pagal Reklamos įstatymo 24 straipsnio 7 dalį.

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

(37) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis draudžia klaidinančią reklamą.

(38) Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 3 dalį klaidinančia reklama pripažįstama tokia reklama, kuri bet koku būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominę elgesį, arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti.

(39) Vadovaujantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Nešąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 1–21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių.

3. Dėl skleistos informacijos pripažinimo reklama

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

(41) Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas yra pažymėjęs, kad: „<...> reklama paprastai laikoma tam tikra informacija, kurią skleidžiant siekiama daryti poveikį asmenų pasirinkimui, skatinti norimą elgesį“³⁹. Konstitucinio Teismo teigimu, esminis reklamos požymis yra siekimas daryti kitiems asmenims poveikį jiems renkantis ar įsigyjant tam tikrus produktus, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Skatinimas įsigyti ar vartoti produktus ir rodo komercinį tokios informacijos tikslą⁴⁰.

³⁹ Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo 2004 m. sausio 26 d. nutarimas byloje Nr. 3/02-7/02-29/03.

⁴⁰ Ten pat.

(42) Kaip nurodyta nutarimo (22), (24)–(27) pastraipose, daugiabučio „Smilgos II“ statytoja KŪB „Smilgos“ su UAB „MILITA“ yra sudariusi Tarpininkavimo sutartį dėl daugiabučio „Smilgos II“ reklamos kampanijos vykdymo ir pirkėjų paieškos.

(43) Tyrimo metu nustatyta, kad siekiant pritraukti potencialius antrojo daugiabučio „Smilgos II“, kuris yra statomas panašioje vietoje kaip ir baigtas statyti ir apgyvendintas daugiabutis „Smilgos“, pirkėjus, pagrindiniame interneto svetainės www.smilgos.lt puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“, buvo pateikti penki atsiliepimai, t. y. asmeninės autorių patirtys ir nuomonės, apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamąjį turtą, po kiekvienu atsiliepimu nurodant atsiliepimo autorių – „*Smilgų gyventoja*“ arba „*Smilgų gyventojas*“ (nutarimo (5) ir (18) pastraipos). Atsiliepimuose pateikta informacija buvo susijusi su daugiabučių namų gyventojams aktualiais klausimais – butų išplanavimu, automobilių stovėjimo vietomis, mažomis šildymo kainomis, saugia kaimynyste, geru susisiekimu su miesto centru, kuri skatino vartotojus domėtis šiuo projektu, siekiant priimti sprendimą dėl nekilnojamojo turto įsigijimo.

(44) Atsižvelgusi į visa tai, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad pagrindiniame interneto svetainės www.smilgos.lt puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“, skleista informacija, nurodyta nutarimo (18) pastraipoje, yra susijusi su KŪB „Smilgos“ ūkine komercine veikla, be to, ji skatino vartotojus įsigyti nekilnojamąjį turtą daugiabutyje „Smilgos II“, todėl laikytina reklama (toliau – projekto „Smilgos II“ reklama), kaip tai apibrėžiama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje.

4. Dėl reklamos davėjo ir reklamos paslaugų teikėjo

(45) Reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 10 dalis).

(46) Kaip nustatyta tyrimo metu, daugiabučio „Smilgos II“ statytoja KŪB „Smilgos“, siekdama parduoti minėtą nekilnojamąjį turtą, su UAB „MILITA“ sudarė Tarpininkavimo sutartį dėl daugiabučio „Smilgos II“ reklamos kampanijos vykdymo bei pirkėjų paieškos (nutarimo (22), (24) ir (25) pastraipos). Taigi, KŪB „Smilgos“, sudarydama Tarpininkavimo sutartį, veikė kaip užsakovas, užsakantis iš UAB „MILITA“ reklamos kampanijos vykdymo bei pirkėjų paieškos paslaugas, parduodant minėtą nekilnojamąjį turtą. KŪB „Smilgos“ patvirtino, kad projekto „Smilgos II“ reklama buvo skleidžiama jos interesais (nutarimo (23) pastraipa). Tariamus gyventojų atsiliepimus, kuriais buvo reklamuojamas projektas „Smilgos II“, UAB „MILITA“ suderino su KŪB „Smilgos“ (nutarimo (28) pastraipa).

(47) UAB „MILITA“, veikdama Tarpininkavimo sutarties pagrindu, vykdė projekto „Smilgos II“ reklamos kampaniją bei pirkėjų paiešką, interneto svetainėje www.smilgos.lt skleisdama projekto „Smilgos II“ reklamą (nutarimo (7), (8), (10), (24), (26) ir (44) pastraipos).

(48) Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad UAB „MILITA“ projekto „Smilgos II“ reklamą skleidė KŪB „Smilgos“ iniciatyva ir interesais, todėl KŪB „Smilgos“ yra projekto „Smilgos II“ reklamos davėja Reklamos įstatymo 2 straipsnio 10 dalies prasme.

(49) Reklamos paslaugų teikėjas – Lietuvos Respublikos, kitos Europos Sąjungos valstybės narės ar Europos ekonominės erdvės valstybės (toliau – valstybė narė) pilietis, kitas fizinis asmuo, kuris naudojasi Europos Sąjungos teisės aktuose jam suteiktomis judėjimo valstybėse narėse teisėmis, Lietuvos Respublikoje įsteigtas juridinis asmuo arba kitoje valstybėje narėje įsteigtas juridinis asmuo, kita organizacija ar jų filialai, užsienio valstybės juridinio asmens ar kitos organizacijos filialas, įsteigtas Lietuvos Respublikoje, teikiantys reklamos gamintojo, reklamos skleidėjo ar (ir) reklamos tarpininko paslaugas (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 13 dalis).

(50) Reklamos skleidėjas – reklamos paslaugų teikėjas, skleidžiantis reklamą bet kokiomis informacijos perteikimo priemonėmis (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 15 dalis). Reklamos tarpininkas – reklamos paslaugų teikėjas, tarpininkaujantis užsakant reklamos skleidimo arba reklamos gamybos ir skleidimo paslaugas (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 16 dalis). Reklamos gamintojas – reklamos paslaugų teikėjas, teikiantis reklamos gamybos paslaugas (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 11 dalis).

(51) Kaip nurodyta nutarimo (10) ir (24) pastraipose, UAB „MILITA“, administruojančios interneto svetainę *www.smilgos.lt.*, nekilnojamojo turto agentas daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonių pagrindu parengė daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimus apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamąjį turtą, kuriuos UAB „MILITA“ skleidė interneto svetainėje *www.smilgos.lt.*

(52) Atsižvelgus į nutarimo (46) – (51) pastraipose pateiktą informaciją bei įvertinus aplinkybę, kad projekto „Smilgos II“ reklamos skleidimas ir jos gamyba buvo vykdoma KŪB „Smilgos“ užsakymu, siekiant parduoti projekto „Smilgos II“ nekilnojamąjį turtą, darytina išvada, kad UAB „MILITA“ teikė projekto „Smilgos II“ reklamos skleidėjo ir šios reklamos gamintojo paslaugas, todėl pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 13 dalį yra laikytina projekto „Smilgos II“ reklamos paslaugų teikėja.

(53) Pažymėtina, kad nors tyrimo metu KŪB „Smilgos“ nurodė, kad visa interneto svetainėje *www.smilgos.lt* pateikiama informacija, įskaitant ir penkis vartotojų atsiliepimų pavyzdžius, buvo skleidžiama UAB „MILITA“ iniciatyva, t. y. UAB „MILITA“ pasirinko tokią reklamos formą bei parengė atitinkamą turinį, o KŪB „Smilgos“ neturėjo ir neišreiškė UAB „MILITA“ konkrečių pageidavimų dėl daugiabučio „Smilgos II“ reklamos formos (nutarimo (28) pastraipa), atsižvelgiant į aukščiau išdėstytas aplinkybes, tokie KŪB „Smilgos“ teiginiai vertintini kaip nepagrįsti ir nekeičiantys Konkurencijos tarybos išvados dėl UAB „MILITA“ pripažinimo reklamos paslaugų teikėja.

5. Dėl skleistos reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams

(54) Kaip nurodyta nutarimo (39) pastraipoje, reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių.

(55) Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (toliau – LVAT) yra pažymėjęs, kad: „<...> *nustačius, jog vertinama reklama turi nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių, nėra teisinio pagrindo ir faktinio poreikio aptariamoms reklamoms turinį papildomai vertinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje įtvirtintų teisingumo, išsamumo ir pateikimo kriterijų požiūriu, nes įstatymų leidėjas, priimdamas Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį, expressis verbis nurodė, kad šioje teisės normoje nurodyta reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia. Ši nuostata taip pat reiškia, kad tokiais atveju preziumuojama, jog ekonominis vartotojo elgesys yra paveiktas*“⁴¹.

(56) Atsižvelgus į šias Reklamos įstatymo nuostatas ir LVAT praktiką, darytina išvada, kad nustačius, jog reklama atitinka Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytus klaidinančios komercinės veiklos požymius, yra pakankamas pagrindas tokią reklamą pripažinti klaidinančia reklama.

(57) Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 20 punkte numatyta, kad komercinė veikla yra klaidinanti, jei ji pasireiškia kaip apgaulingas tvirtinimas arba įspūdis, kad komercinės veiklos subjektas veikia ne su savo prekyba, verslu, amatu arba profesija susijusiais tikslais, sudarymas ar apgaulingas prisistatymas vartotoju.

(58) Panašiai ši nuostata apibrėžiama ir 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje⁴² (toliau – Direktyva 2005/29/EB) I priedo 22 punkte, kuriame nurodoma, kad klaidinančia komercine veikla yra laikomas 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.

⁴¹ LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ v Konkurencijos taryba.

⁴² Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB 2005 m. gegužės 11 d. dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 („Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva“) (OL 2005 L 149, p. 22).

(59) Kaip nurodyta Gairėse⁴³, jeigu prekiaujantis trečiasis asmuo paskelbia netikrus atsiliepimus vartotojų vardu, jis pažeidžia Direktyvos 2005/29/EB I priedo 22 punktą, kuriame draudžiamas apgaulingas prisistatymas vartotoju. Todėl prekybininko kaip vartotojo pateikta informacija pristatytas atsiliepimas turi tikrai atspindėti realią vartotojo nuomonę, išvadas, įsitikinimus ar patirtį⁴⁴.

(60) Nagrinėjamu atveju, atliekant vertinimą, ar yra pagrindas pripažinti, jog pagrindiniame interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“, skleista projekto „Smilgos II“ reklama turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 20 punkto požymių, turi būti nustatyta, ar reklamoje yra pateikiamas apgaulingas prisistatymas vartotoju.

(61) Tyrimo metu nustatyta, kad pagrindiniame interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“, buvo pateikti penki atsiliepimai apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamąjį turtą. Kiekviename iš minėtų atsiliepimų buvo nurodyta teigiama asmeninė tariamo autoriaus patirtis ir nuomonė apie projektą „Smilgos“ bei jame esantį nekilnojamąjį turtą, taip pat po kiekvienu atsiliepimu nurodytas atsiliepimo tariamas autorius – „*Smilgų gyventoja*“ arba „*Smilgų gyventojas*“ (nutarimo (18) pastraipa). Informacija, pateikta tokia forma, kaip nurodyta šio nutarimo (18) pastraipoje, vidutiniam vartotojui sudarė įspūdį, kad šią informaciją pateikė būtent projekto „Smilgos“ nekilnojamojo turto (daugiabučio „Smilgos“) gyventojai, t. y. vartotojai, kurie savanoriškai atskleidė minėtą informaciją.

(62) Tačiau, kaip nurodyta šio nutarimo (10) pastraipoje, projekto „Smilgos II“ reklamoje nurodyti penki daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimai nėra konkrečių gyventojų citatos, o, kaip nurodė KŪB „Smilgos“ ir kaip patvirtino UAB „MILITA“ (nutarimo (11) pastraipa), daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonių pagrindu parengti apibendrinti komentarai, kuriuos parengė UAB „MILITA“.

(63) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad projekto „Smilgos II“ reklamoje pateikta informacija apie projekto „Smilgos“ nekilnojamojo turto (daugiabučio „Smilgos“) gyventojų atsiliepimus pasireiškė kaip apgaulingas prisistatymas vartotoju, todėl skleista reklama turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 20 punkte nurodytos klaidinančios komercinės veiklos požymių ir yra laikytina klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(64) Pažymėtina, kad šios išvados nekeičia Bendrovių Konkurencijos tarybai nurodyti teiginiai, kad siekiant išsklaidyti abejones dėl projekto „Smilgos II“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams, buvo kreiptasi į daugiabučio „Smilgos“ gyventojus ir paprašyta atsakyti į tokius užduotus klausimus, į kuriuos gauti atsakymai galėtų pagrįsti arba paneigti projekto „Smilgos II“ reklamoje naudojamus teiginius, o gauti atsakymai, anot Bendrovių, patvirtino projekto „Smilgos II“ reklamoje naudotų teiginių pagrįstumą (nutarimo (16) ir (34) pastraipos), taip pat, kad atsiliepimų raštu surinkimas jau gavus Konkurencijos tarybos paklausimus dėl skleidžiamos projekto „Smilgos II“ reklamos savaimė neleidžia daryti išvados dėl tokios reklamos neteisėtumo (nutarimo (34) pastraipa).

(65) Kaip jau minėta nutarimo (59) pastraipoje, prekybininko kaip vartotojo pateikta informacija pristatytas atsiliepimas turi tikrai atspindėti realią vartotojo nuomonę, išvadas, įsitikinimus ar patirtį, o nagrinėjamu atveju į pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojus kreiptasi ir paprašyta jų atsakyti į pateiktus klausimus tik po tyrimo pradėjimo, kas leidžia daryti pagrįstą išvadą, jog projekto „Smilgos II“ reklamos skleidimo metu Bendrovės neturėjo patvirtinančių įrodymų, kad pateikti atsiliepimai yra tikrų vartotojų atsiliepimai. Be to, pažymėtina, kad gauti vartotojų atsakymai į suformuluotus klausimus nepatvirtina fakto, kad skleistoje projekto „Smilgos II“ reklamoje pateikti atsiliepimai yra konkrečių vartotojų, t. y. pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų, atsiliepimai, todėl tokie gauti vartotojų atsakymai negali būti vertintini kaip atspindintys realią projekto „Smilgos

⁴³ LVAT yra pripažinęs, kad į Gaires galima atsižvelgti ir remtis jomis kaip doktrininiu (pagalbinu) ES teisės aiškinimo šaltiniu (2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ v Konkurencijos taryba).

⁴⁴ Gairių 5.2.8 dalyje (137 psl.) yra pateiktas paaiškinimas dėl Direktyvos 2005/29/EB I priedo 22 punkto, kurį įgyvendina Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 20 punktas.

II“ reklamoje pateiktą pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų nuomonę ir tokiu būdu patvirtinantys projekto „Smilgos II“ reklamoje nurodytą informaciją.

(66) Be to, Konkurencijos tarybos išvados dėl projekto „Smilgos“ reklamos klaidinančio pobūdžio taip pat nekeičia ir visi kiti nutarimo (34) pastraipoje nurodyti Bendrovių teiginiai, kurie, pasak Bendrovių, patvirtina aplinkybę, jog projekto „Smilgos“ reklamos turinys nebuvo išgalvotas. Pažymėtina, kad nagrinėjamu atveju Reklamos įstatymo pažeidimas yra susijęs ne su Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies 2 punkte įtvirtintu teisingumo kriterijumi, t. y. nutarimo (18) pastraipos (a) – (e) punktuose nurodytų projekto „Smilgos“ reklamos teiginių apie tai, kad dalis gyventojų yra patenkinti buto išplanavimu, susiekimu, automobilių stovėjimo vietų skaičiumi ir kt., pagrįstumu, o su Bendrovių veiksmais, pasirenkant tokios reklamos formą, t. y. apgaulingu prisistatymu vartotojais, projekto „Smilgos II“ reklamoje pateikiant informaciją apie daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimus (citatų forma), nors patys daugiabučio „Smilgos“ gyventojai tokių atsiliepimų pateikė nebuvo (nutarimo (61) – (62) pastraipos).

(67) Kaip nepagrįsti vertintini ir Bendrovių nurodyti teiginiai, kad nei teisės aktuose, nei ankstesnėje Konkurencijos tarybos ar teismų praktikoje nėra nustatyta, jog reklamą reikėtų laikyti klaidinančia, jeigu joje pateikiami vartotojų atsiliepimai nėra tikslios konkrečių asmenų citatos, taip pat, kad tokia pozicija, anot Bendrovių, akivaizdžiai nepagrįstai apribotų reklamos rengėjų kūrybos laisvę ir jokia prekė ar paslauga negalėtų būti reklamuojama vartotojo prieš tai vartotojui jos iš tiesų neįsigijus ar neišbandžius, o net ir tokiais atvejais būtų reikalingas įsigijimo ar išbandymo fakto įrodymas (nutarimo (17) ir (35) pastraipos).

(68) Akcentuotina, kad ne visais atvejais galima teigti, kad reklamose naudojamas vartotojo vaidmuo yra suvokiamas tiesiogiai, t. y., kad tai yra realus produkto ar paslaugos vartotojas. Tačiau nagrinėjamu atveju skleista projekto „Smilgos II“ reklama vidutiniam vartotojui buvo sudaromas toks įspūdis, kad atsiliepimai yra pateikti būtent pačių daugiabučio „Smilgos“ gyventojų, t. y. vartotojų: atsiliepimai pateikti citatų forma, atsiliepimuose kalbama pirmuoju asmeniu, po citatomis yra pateikiamos kabutės, nurodomi atsiliepimų autoriai. Todėl, pamačius tokią projekto „Smilgos II“ reklamą, vidutinis vartotojas pagrįstai galėjo tikėtis, kad atsiliepimus pateikė būtent daugiabučio „Smilgos“ gyventojai, o ne, kaip nurodyta nutarimo (62) pastraipoje, UAB „MILITA“.

6. Išvados

(69) Apibendrinusi šio nutarimo 5 dalyje išdėstytas aplinkybes bei pateiktą jų vertinimą, Konkurencijos taryba konstatuoja, kad laikotarpiu nuo 2017 m. liepos 24 d. iki 2018 m. kovo 6 d. KŪB „Smilgos“ iniciatyva ir interesais pagrindinio interneto svetainės www.smilgos.lt puslapiu dalyje „Gyventojai apie smilgas“ skleista projekto „Smilgos II“ reklama, kurioje buvo pateikiami netikri teigiami penkių vartotojų atsiliepimai apie projektą „Smilgos“ ir jame esantį nekilnojamąjį turtą, sudarant įspūdį, kad minėti atsiliepimai yra pateikti būtent pačių projekto „Smilgos“ nekilnojamojo turto (daugiabučio „Smilgos“) gyventojų, t. y. vartotojų, tokiu būdu apgaulingai prisistatant vartotoju, turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 20 punkte nurodytos klaidinančios komercinės veiklos požymių, todėl yra laikytina klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

7. Dėl atsakomybės už projekto „Smilgos II“ reklamos naudojimą

(70) Reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalyje yra numatyta, kad reklamos davėjas už klaidinančios reklamos naudojimą atsako tuo atveju, jeigu jis neįrodo, kad šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti ne dėl jo kaltės.

(71) Reklamos įstatymo 23 straipsnio 2 dalyje yra numatyta, kad reklamos paslaugų teikėjas atsako už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą tik tuo atveju, jeigu jis žinojo ar turėjo žinoti, kad naudojama šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkanti reklama arba šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti dėl jo veiksmų gaminant ar skelbiant reklamą, arba reklamos paslaugų teikėjas negali pateikti įrodymų, leidžiančių nustatyti reklamos davėją (reklamos gamintoją).

(72) Kaip nustatyta tyrimo metu, KŪB „Smilgos“ yra projekto „Smilgos II“ reklamos davėja (nutarimo (48) pastraipa), o UAB „MILITA“ – šios reklamos paslaugų teikėja (nutarimo (52) pastraipa).

(73) Įvertinus KŪB „Smilgos“ nurodytą aplinkybę, kad UAB „MILITA“ iš anksto, dar prieš paskelbiant daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimus interneto svetainėje *www.smilgos.lt*, juos suderino su KŪB „Smilgos“ ir KŪB „Smilgos“ buvo žinoma, kad projekto „Smilgos II“ reklamoje, kuri pateikta pirmojo daugiabučio „Smilgos“ gyventojų atsiliepimų forma, naudojami atsiliepimai nėra tikslios gyventojų citatos, o UAB „MILITA“ parengta informacija (nutarimo (29) pastraipa), darytina išvada, kad KŪB „Smilgos“ žinojo, kad projekto „Smilgos II“ reklamoje naudoti vartotojų atsiliepimai yra ne vartotojų, o UAB „MILITA“ pateikti atsiliepimai, ir nesiėmė jokių veiksmų dėl tokios reklamos naudojimo nutraukimo. Įvertinus visa tai, laikytina, kad KŪB „Smilgos“ nepateikė įrodymų, jog Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl jos kaltės, todėl yra pripažįstama atsakinga už klaidinančios reklamos naudojimą pagal Reklamos įstatymo 23 straipsnio 1 dalį.

(74) Kadangi UAB „MILITA“ parengė projekto „Smilgos II“ reklamoje naudotus vartotojų atsiliepimus ir juos paskelbė (nutarimo (10) pastraipa), laikytina, kad UAB „MILITA“ žinojo apie klaidinančios reklamos naudojimą, todėl UAB „MILITA“ yra atsakinga už projekto „Smilgos II“ reklamos naudojimą pagal Reklamos įstatymo 23 straipsnio 2 dalį.

(75) Pagal Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalį, už klaidinančios reklamos pažeidimus reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo 289 eurų iki 8688 eurų.

(76) Reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalyje įtvirtinta, kad skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį, atsižvelgiant į atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

(77) Vertindama KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ padarytų pažeidimų pobūdį, Konkurencijos taryba atsižvelgia į tai, kad pagrindiniame interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“, buvo skleista klaidinanti reklama, kurioje pateikti netikri teigiami vartotojų atsiliepimai apie projektą „Smilgos“ ir jame esantį nekilnojamojį turta, sudarant įspūdį, kad minėti atsiliepimai yra pateikti būtent pačių projekto „Smilgos“ nekilnojamojo turto (daugiabučio „Smilgos“) gyventojų, t. y. vartotojų (nutarimo (61) ir (62) pastraipos). Tokie veiksmai laikytini apgaulingu prisistatymu vartotojų.

(78) Vertinant padaryto pažeidimo pobūdį, taip pat atsižvelgiama ir į tai, kad skleista projekto „Smilgos II“ reklama turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 20 punkte nurodytos nesąžiningos komercinės veiklos požymių ir yra vertintina kaip bet kuriomis aplinkybėmis klaidinanti (nutarimo (54), (55) ir (63) pastraipos).

(79) Kaip nurodyta nutarimo (20) pastraipoje, projekto „Smilgos II“ reklama buvo skleista laikotarpiu nuo 2017 m. liepos 24 d. iki 2018 m. kovo 6 d. Taigi, reklamos skleidimo trukmė laikytina labai ilga.

(80) Atsižvelgiant į tai, kad projekto „Smilgos II“ reklama buvo skleidžiama pagrindiniame interneto svetainės *www.smilgos.lt* puslapyje, dalyje „*Gyventojai apie smilgas*“ (nutarimo (18) ir (19) pastraipos), taigi, tik viena reklamos sklaidos priemone – vienoje interneto svetainėje, laikytina, kad reklamos sklaidos mastas labai mažas.

(81) Tyrimo metu KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ atsakomybę lengvinančių ir / ar sunkinančių aplinkybių nustatyta nebuvo.

(82) Pažymėtina, kad nors Bendrovės paaiškinimuose nurodė, jog aplinkybė, kad dar iki Konkurencijos tarybos galutinio sprendimo priėmimo projekto „Smilgos II“ reklama buvo pašalinta iš interneto svetainės *www.smilgos.lt*, turėtų būti vertintina kaip atsakomybę lengvinanti aplinkybė, numatyta Reklamos įstatymo 24 straipsnio 7 dalyje – savanoriškas žalingų padarinių užkirtimas (nutarimo (36) pastraipa), tačiau nėra pagrindo su tuo sutikti. Akcentuotina, kad nurodyta atsakomybę lengvinanti aplinkybė suponuoja, jog reklaminės veiklos subjektas, kuriam gali būti taikoma minėta atsakomybę lengvinanti aplinkybė, turi atlikti aktyvius veiksmus, siekdamas užkirsti kelią žalingų padarinių atsiradimui ateityje, t. y. žalingi padariniai dar neturi būti kilę. Kaip minėta šio nutarimo (79) pastraipoje, klaidinanti projekto „Smilgos II“ reklama buvo skleista nuo 2017 m. liepos 24 d. ir nutraukta tik 2018 m. kovo 6 d., taigi, dar iki klaidinančios projekto „Smilgos II“ reklamos

nutraukimo ši reklama buvo skleista bei klaidino vartotojus pakankamai ilgą laiką. Vien tai, kad klaidinanti projekto „Smilgos II“ reklama buvo nutraukta dar iki Konkurencijos tarybos galutinio sprendimo priėmimo, nesudaro pagrindo teigti, kad Bendrovės savo noru užkirto kelią žalingiems pažeidimo padariniams, kadangi žala dėl klaidinančios projekto „Smilgos II“ reklamos vartotojams jau yra atsiradusi (vartotojų ekonominis elgesys jau paveiktas) ir ji savaime negali būti panaikinta nutraukus minėtą reklamą⁴⁵.

(83) Atsižvelgus į aukščiau išdėstytas aplinkybes, už klaidinančios reklamos naudojimą KŪB „Smilgos“ skiriama 4700 (keturių tūkstančių septynių šimtų) eurų pinigine bausme ir UAB „MILITA“ skiriama 4700 (keturių tūkstančių septynių šimtų) eurų pinigine bausme.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 5 straipsniu, 21 straipsnio 1 dalies 7 punktu, 24 straipsnio 1 ir 5 dalimis, 25 straipsnio 17 dalimi,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

1. Pripažinti, kad laikotarpiu nuo 2017 m. liepos 24 d. iki 2018 m. kovo 6 d. KŪB „Smilgos“ iniciatyva ir interesais bendrovės UAB „Milita“ skleista projekto „Smilgos II“ reklama, kurioje buvo pateikiami netikri vartotojų atsiliepimai, yra klaidinanti ir pažeidžianti Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą KŪB „Smilgos“ skirti 4700 (keturių tūkstančių septynių šimtų) eurų pinigine bausme ir UAB „MILITA“ skirti 4700 (keturių tūkstančių septynių šimtų) eurų pinigine bausme.

3. Įpareigoti KŪB „Smilgos“ ir UAB „MILITA“ per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nustatytos baudos sumokėjimo informuoti apie tai Konkurencijos tarybą ir pateikti tai patvirtinančius įrodymus.

Nutarimas per 30 dienų nuo jo priėmimo dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui. Skundo padavimas nesustabdo Konkurencijos tarybos nutarimo vykdymo.

Vadovaujantis Reklamos įstatymo 26 straipsniu, paskirta bausme ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos turi būti sumokėta į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą⁴⁶ (įmokos kodas 6920, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas 188659752).

Pirmininko pavaduotojas,
pavaduojantis pirmininką

Elonas Šatas

⁴⁵ LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ v Konkurencijos taryba.

⁴⁶ Nr. LT78 7290 0000 0013 0151 (AB „Citadele“ bankas); Nr. LT74 4010 0510 0132 4763 (Luminor Bank AB); Nr. LT05 7044 0600 0788 7175 (AB SEB bankas); Nr. LT32 7180 0000 0014 1038 (AB Šiaulių bankas); Nr. LT74 7400 0000 0872 3870 (Danske Bank A/S Lietuvos filialas); Nr. LT12 2140 0300 0268 0220 (Luminor Bank AB); Nr. LT24 7300 0101 1239 4300 („Swedbank“, AB); LT42 7230 0000 0012 0025 (UAB Medicinos bankas).