



## LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

### NUTARIMAS

#### DĖL ATSISAKYMO PRADĖTI TYRIMĄ DĖL UAB „SOHO GROUP“, UAB „NORDECUM“ IR UAB „VIA SMS LT“ VEIKSMŲ ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS ĮSTATYMO 16 STRAIPSNIO BEI LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO 5 STRAIPSNIO REIKALAVIMAMS

2011 m. lapkričio 17 d. Nr. 1S - 231

Vilnius

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) 2011 m. lapkričio 17 d. tvarkomajame posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl atsisakymo pradėti tyrimą dėl UAB „Soho group“, UAB „Nordecum“ bei UAB „VIA SMS LT“ veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo (toliau – Konkurencijos įstatymo) 16 straipsnio bei Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo (toliau – Reklamos įstatymo) 5 straipsnio reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(1) Konkurencijos taryba 2011 m. birželio 27 d. gavo UAB „SMScredit.lt“ (toliau – Pareiškėja) prašymą nustatyti, ar UAB „Soho group“, UAB „Nordecum“ bei UAB „VIA SMS LT“ (toliau – Bendrovės) atlikti veiksmai neprieštaruoja Konkurencijos įstatymo nuostatomis.

(2) UAB „SMScredit.lt“ pareiškime nurodė, jog Pareiškėja nuo 2008 m. rugsėjo 24 d. teikia greitųjų kreditų paslaugą naudodama ir populiarindama UAB „SMScredit.lt“ pavadinimą, interneto svetainę [www.smscredit.lt](http://www.smscredit.lt) bei prekės ženklą „SMSCREDIT.LT pinigai žinutės atstumu“. Kaip nurodo Pareiškėja, 2011 m. gegužės 25 d. pastebėjo, kad paieškos sistemoje į paieškos lauką įvedus raktažodį „smscredit.lt“ arba „smscredit“, reklamuojamų tinklalapių viršuje yra pateikiamos nuorodos į: (i) UAB „Soho group“ tinklalapį [www.sohocredit.lt](http://www.sohocredit.lt); (ii) UAB „Nordecum“ tinklalapį [www.smpinigai.lt](http://www.smpinigai.lt); ir (iii) UAB „VIA SMS LT“ tinklalapius [www.smscredit.viasms.lt](http://www.smscredit.viasms.lt) ir [www.viasms.lt](http://www.viasms.lt). UAB „SMScredit.lt“ šioms Bendrovėms jokia forma nėra suteikusi leidimo naudoti savo pavadinimą ir prekių ženklą Bendrovių veikloje.

(3) UAB „SMScredit.lt“ pareiškime pažymi, jog Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalies 1 punktas ūkio subjektams draudžia atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti, įskaitant savavališką naudojimą žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, jeigu tai sukelia ar tikėtina, kad gali sukelti painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla arba jeigu siekiama nesąžiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis.

(4) Pareiškėja mano, jog aukščiau minėtos Bendrovės, naudodamos savo reklamoje žymenis (reklaminius raktažodžius „smscredit.lt“ ir „smscredit“), kurie yra tapatūs ar klaidinamai panašūs į UAB „SMScredit.lt“ pavadinimą ir registruotą prekės ženklą, klaidina visuomenę ir pažeidžia sąžiningos konkurencijos principus.

(5) Atsižvelgus į tai, kad Pareiškėja pateikė tik nuomonę, jog minėtais veiksmais Bendrovės sąžiningai ir nesąžiningai siekia suklaidinti vartotojus, tačiau minėtos nuomonės nepagrindė jokiais įrodymais, 2011 m. liepos 26 d. UAB „SMScredit.lt“ buvo išsiųstas Konkurencijos tarybos raštas Nr. (2.16-26) 6V-1634, kuriuo Pareiškėja buvo informuotas, kad pagal

Konkurencijos įstatymo 25 straipsnio 1 dalį ir pagal Konkurencijos tarybos darbo reglamento (Žin., 2002, Nr. 114-5127; 2004, Nr. 149-5453) 25 punktą ūkio subjektas, pateikdamas Konkurencijos tarybai prašymą atlikti tyrimą, be Pareiškėjui žinomų skundžiamų veiksmų faktinių aplinkybių, kuriomis jis grindžia savo reikalavimus, be kita ko, turi pateikti ir tas aplinkybes patvirtinančius dokumentus. Dėl to Pareiškėjos buvo paprašyta iki 2011 m. rugpjūčio 12 d. pašalinti pareiškimo trūkumus, t.y. buvo paprašyta UAB „SMScredit.lt“ pateikti įrodymus, jog minėtais veiksmais UAB „Soho Group“, UAB „Nordecum“ ir UAB „VIA SMS LT“ pažeidė daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus.

(6) 2011 m. rugpjūčio 16 d. Konkurencijos taryba gavo UAB „SMScredit.lt“ raštą Nr. 20110811/01, kuriuo Pareiškėja, papildydama 2011 m. birželio 22 d. pareiškimą, pažymėjo, jog UAB „Soho Group“, UAB „Nordecum“ ir UAB „VIA SMS LT“, klaidindami visuomenę dėl vartojimo kredito paslaugos teikėjo, pažeidžia daugelio vartotojų interesus. Kaip šią nuomonę pagrindžiančius įrodymus, Pareiškėja pateikė statistinius duomenis, kurie nurodo, kokį kiekį kreditų yra suteikusios visos bendrovės, kiek per 2011 m. pirmąjį pusmetį buvo suteikta paskolų vienetais bei pateikė statistinius duomenis apie UAB „SMScredit.lt“. Be to, Pareiškėja nurodė, jog UAB „Soho Group“, UAB „Nordecum“ ir UAB „VIA SMS LT“, turinčios tik po kelis darbuotojus ir iš esmės rizikuojančios tik 10 000 Lt įstatiniu kapitalu (UAB „SMScredit.lt“ įstatinis kapitalas yra 5 000 000 Lt), sąmoningai siekia pasinaudoti UAB „SMScredit.lt“ sukurtu įvaizdžiu ir reputacija, norėdamos suklaidinti vartotojus dėl paslaugos teikėjo. UAB „SMScredit.lt“ nuomone, vartotojas, nusprendęs prašyti smulkaus vartojimo kredito iš UAB „SMScredit.lt“ ir tuo tikslu pasinaudojęs „Google“ paieškos sistema, gali būti suklaidintas aukščiau minėtų Bendrovių reklama. Tokiu būdu, Pareiškėjos nuomone, vartotojas gali suklysti dėl kredito davėjo patikimumo ir paskolos sutarties sąlygų atitikimo griežtiems reikalavimams.

(7) Atsižvelgdama į UAB „SMScredit.lt“ pateiktus argumentus, Konkurencijos taryba 2011 m. rugsėjo 8 d. raštu Nr. (2.16-26)6V-1924 informavo Pareiškėją, jog pateikti paaiškinimai nepagrindžia Pareiškėjos pozicijos, kad UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ paieškos sistemoje „Google“ naudodamos raktažodį „smscredit“ bei „smscredit.lt“, pateikdamos nuorodą į šių Bendrovių valdomus tinklalapius, pažeidžia daugelio vartotojų interesus, kadangi UAB „SMScredit.lt“ pateikė tik savo nuomonę, jog vartotojas, įrašęs į paieškos sistemą raktažodį „smscredit“, gali būti suklaidintas paieškos sistemoje pateikiamų nuorodų į aukščiau minėtų Bendrovių interneto tinklalapius ir tokiu būdu vartotojas gali suklysti dėl kredito davėjo patikimumo ir paskolos sutarties sąlygų atitikimo griežtiems reikalavimams. Konkurencijos taryba pažymėjo, kad prašymas ištirti Konkurencijos įstatymo nuostatų (įskaitant 16 straipsnio) laikymąsi negali būti abstraktus, t. y. pateikiami įrodymai dėl daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesų turi būti ne teoriniai, pagrįsti prielaidomis, o paremti faktais. Tuo tarpu Pareiškėjos pateiktos prielaidos, jog vartotojai gali nepastebėti skirtumo tarp UAB „SMScredit.lt“ paieškos sistemoje „Google“ pateikiamos nuorodos ir UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ pateikiamų nuorodų bei dėl to būtų pakenkta vartotojų interesams, nėra paremta jokiais faktiniais duomenimis. Be to, Pareiškėja buvo informuota, jog vertinant minėtų Bendrovių paieškos sistemoje „Google“ pateikiamas nuorodas į jų valdomus internetinius puslapius vidutinio vartotojo, kuris yra pakankamai informuotas, protingai apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius (Reklamos įstatyme vartojama „vidutinio vartotojo“ sąvoka yra suprantama taip, kaip ji apibrėžta Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalyje), požiūriu, akivaizdu, jog vartotojas, pamatęs nagrinėjamas nuorodas bei aktyvavęs minėtas nuorodas, supras, jog pateko ne į UAB „SMScredit.lt“ valdomą interneto tinklalapį.

(8) Taip pat UAB „SMScredit.lt“ buvo informuota, kad ūkio subjektas, kurio teisėti interesai pažeidžiami nesąžiningos konkurencijos veiksmais, turi teisę kreiptis į teismą su ieškiniu dėl *inter alia* neteisėtų veiksmų nutraukimo ar padarytos žalos atlyginimo (Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 1 dalis), o Konkurencijos taryba tiria nesąžiningos konkurencijos veiksmus tik tais atvejais, jeigu šie veiksmai pažeidžia daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus (Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 4 dalis), t. y. Konkurencijos tarybos, kaip institucijos, vykdančios

Konkurencijos įstatymo kontrolę, tikslas yra apsaugoti viešąjį interesą (sąžiningą konkurencijos laisvę), o ne ginti ir atkurti dėl nesąžiningos konkurencijos pažeistas pavienių ūkio subjektų ar vartotojų teises (tokią išvadą, be kita ko, patvirtina ir suformuota teisminė praktika, pvz., Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2003 m. balandžio 1 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>3</sup>-355/2003, Vilniaus apygardos administracinio teismo 2008 m. sausio 31 d. sprendimas administracinėje byloje Nr. I-2340-426/2008).

(9) Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytas aplinkybes bei į Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 4 dalį, 25 straipsnio 1 dalį, Konkurencijos tarybos darbo reglamento 25 ir 26 punktus, Pareiškėja buvo paprašyta iki 2011 m. rugsėjo 19 d. pateikti įrodymus, kad skundžiami UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ veiksmai pažeidžia daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus arba buvo pasiūlyta dėl galimų nesąžiningos konkurencijos veiksmų, pažeidžiančių tik UAB „SMScredit.lt“ interesus, kreiptis į teismą.

(10) 2011 m. rugsėjo 19 d. Konkurencijos taryba gavo UAB „SMScredit.lt“ raštą Nr. 01, kuriuo Bendrovė papildydama 2011 m. birželio 22 d. pareiškimą nurodė, jog UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“, klaidindami vartotojus dėl vartojimo kredito teikėjo, pažeidžia daugelio vartotojų interesus. Kaip šią nuomonę pagrindžiančius įrodymus, Pareiškėja nurodė, kad minėtų Bendrovių paieškos svetainėje „Google“ skleidžiamoje reklamoje yra naudojamas žymuo, kuris yra tapatus ar panašus į UAB „SMScredit“ pavadinimą ar registruotą ženklą. Tokiu būdu vidutinis vartotojas aktyvuodamas nuorodą, yra klaidinamas dėl paslaugos (vartojimo kredito) tiekėjo. Toks reklamos teisingumo ir pateikimo būdas, Pareiškėjos nuomone, įrodo, jog minėtų Bendrovių skleidžiama reklama turi klaidinančios reklamos požymių. Taip pat rašte pažymima, jog esminis reklamos internete tikslas yra būtent nuorodos aktyvavimas, nes už tai yra mokamas atlygis „Google“ paieškos sistemai. UAB „SMScredit.lt“ nuomone, vidutinis vartotojas, aktyvavęs klaidinančią nuorodą, gali nuspręsti tęsti vartojimo kredito gavimo procedūras net ir supratęs, kad pateko ne į UAB „SMScredit.lt“ valdomą tinklapį. Tokiu atveju, Pareiškėja mano, jog vartotojas yra suklaidintas.

(11) Atsižvelgdama į UAB „SMScredit.lt“ pateiktus argumentus, Konkurencijos taryba 2011 m. spalio 5 d. raštu Nr. (2.16-26)6V-2106 informavo Pareiškėją, jog pateikti paaiškinimai nepagrindžia aplinkybės, kad UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ paieškos sistemoje „Google“ naudodamos raktažodį „*smscredit*“, pateikdamos nuorodą į šių Bendrovių valdomus tinklalapius, pažeidžia daugelio vartotojų interesus, nes UAB „SMScredit.lt“ pateikė tik savo nuomonę, jog vartotojas, įrašęs į paieškos sistemą raktažodį „*smscredit*“, gali būti suklaidintas paieškos sistemoje pateikiamų nuorodų į minėtų Bendrovių interneto tinklalapius. Be to, Konkurencijos taryba pažymėjo, jog vien tai, kad vidutinis vartotojas, aktyvavęs klaidinančią nuorodą, gali nuspręsti tęsti vartojimo kredito gavimo procedūras net ir supratęs, kad pateko ne į UAB „SMScredit.lt“ valdomą tinklapį, neparodo, kad vartotojas minėtos reklamos galėjo būti suklaidintas.

(12) Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytas aplinkybes bei į Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 4 dalį, 25 straipsnio 1 dalį, Konkurencijos tarybos darbo reglamento 25 ir 26 punktus, Pareiškėja buvo paprašyta iki 2011 m. spalio 17 d. pateikti įrodymus, kad skundžiami UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ veiksmai pažeidžia daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus arba buvo pasiūlyta dėl galimų nesąžiningos konkurencijos veiksmų, pažeidžiančių tik UAB „SMScredit.lt“ interesus, kreiptis į teismą.

(13) 2011 m. spalio 17 d. Konkurencijos taryba gavo UAB „SMScredit.lt“ raštą, kuriame nurodė, jog UAB „SMScredit.lt“ palaiko nuomonę, jog UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ klaidindami vartotojus dėl vartojimo kredito paslaugos teikėjo pažeidžia daugelio vartotojų interesus. Pareiškėja taip pat informavo, jog jau yra pateikusi visus turimus įrodymus ir argumentus dėl Bendrovių padarytų ir toliau daromų Konkurencijos įstatymo bei Reklamos įstatymų pažeidimus. Be to, UAB „SMScredit.lt“ pažymėjo, jog nustatyti, koku mastu minėta „Google“ paieškos sistemoje skleidžiama reklama pažeidžia teisės aktų nuostatas, iš esmės įmanoma tik pradėjus tyrimą.

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

(14) Konkurencijos įstatymo tikslas – saugoti sąžiningos konkurencijos laisvę Lietuvos Respublikoje. Šis įstatymas, be kita ko, reglamentuoja ūkio subjektų nesąžiningos konkurencijos veiksmus, taip pat ir nesąžiningos konkurencijos kontrolės Lietuvos Respublikoje teisinius pagrindus (Konkurencijos įstatymo 1 straipsnio 2 dalis).

(15) Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalis draudžia ūkio subjektams atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, jei tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti, įskaitant savavališką naudojimą žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, jeigu tai sukelia ar tikėtina, kad gali sukelti painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla arba jeigu siekiama nesąžiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis (Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalies 4 punktas).

(16) Ūkio subjektas, kurio teisėti interesai pažeidžiami nesąžiningos konkurencijos veiksmais, turi teisę kreiptis į teismą su ieškiniu dėl *inter alia* neteisėtų veiksmų nutraukimo ar padarytos žalos atlyginimo (Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 1 dalis), o Konkurencijos taryba tiria nesąžiningos konkurencijos veiksmus tik tais atvejais, jeigu šie veiksmai pažeidžia daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus (Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 4 dalis). Kitaip tariant, Konkurencijos tarybos, kaip institucijos, vykdančios Konkurencijos įstatymo kontrolę, tikslas yra apsaugoti viešąjį interesą (sąžiningą konkurencijos laisvę), o ne ginti ir atkurti dėl nesąžiningos konkurencijos pažeistas pavienių ūkio subjektų ar vartotojų teises (tokią išvadą, be kita ko, patvirtina ir suformuota teisminė praktika, pvz., Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2003 m. balandžio 1 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>3</sup>-355/2003, Vilniaus apygardos administracinio teismo 2008 m. sausio 31 d. sprendimas administracinėje byloje Nr. I-2340-426/2008).

(17) Nagrinėjamu atveju, įvertinus Pareiškėjos prašyme išdėstytas aplinkybes bei pateiktus dokumentus, yra pagrindo manyti, kad UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ savo veiksmais galimai atliko nesąžiningos konkurencijos veiksmus. Tačiau šiuo aspektu pabrėžtina, kad nors Bendrovių veiksmai galimai ir atitinka Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio pažeidimą, tai dar nėra besąlygiškas pagrindas Konkurencijos tarybai pradėti tyrimą.

(18) Kaip jau minėta, nesąžiningos konkurencijos veiksmų tyrimas Konkurencijos taryboje inicijuojamas tik tais atvejais, jei šie veiksmai pažeidžia daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus. Taigi, Pareiškėja kartu su prašymu turėjo pateikti ir tokius įrodymus, kurie bent jau leistų įtarti daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesų pažeidimą.

(19) Kaip matyti iš pareiškimo bei vėliau pateiktų pareiškimo papildymų, Pareiškėja teigia, kad, atsižvelgus į tai, kad naudojamos savo reklamoje („Google“ paieškos sistemoje) žymenis (reklaminius raktažodžius „*smscredit.lt*“ ir „*smscredit*“), kurie yra tapatūs ar klaidinamai panašūs į UAB „SMScredit.lt“ pavadinimą ir registruotą ženklą, UAB „Soho group“, UAB „Nordecum“ ir UAB „VIA SMS LT“ klaidina visuomenę. Tokiu būdu vidutinis vartotojas aktyvuodamas nuorodą, yra klaidinamas dėl paslaugos (vartojimo kredito) tiekėjo, kas Pareiškėjos nuomone suponuoja, jog taip yra pažeidžiama sąžininga konkurencija.

(20) Šiuo aspektu visų pirma atkreiptinas dėmesys, kad pateikiami įrodymai dėl Konkurencijos įstatymo pažeidimų turi būti ne teoriniai, pagrįsti prielaidomis, o paremti faktais. Kitaip tariant, prašymas ištirti Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio nuostatų laikymąsi negali būti abstraktus.

(21) Pareigą pareiškėjams pateikti bent minimalią informaciją pabrėžia ir Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas, kuris 2004 m. gruodžio 28 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A<sup>11</sup> – 1055/2004 pažymėjo, kad „prašymas ištirti Konkurencijos įstatymo <...> nuostatų laikymąsi negali būti tik abstraktaus pobūdžio“. Taip pat Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas pažymėjo, kad „aplinkybių nurodymas savaime nenulemia būtinumo pradėti tyrimą, nes

jose yra reiškiamas subjektyvus prašančio atlikti tyrimą asmens požiūris. Šitos aplinkybės kiekvienu konkrečiu atveju Konkurencijos tarybos (atsakovo) turi būti įvertinamos siekiant nustatyti minėtų pažeidimų požymius, pakankamus pradėti tyrimą. Konkurencijos įstatyme nesant tiksliai apibūdintų tokių požymių nustatymo kriterijų, kiekvienu konkrečiu atveju būtina atlikti prašomo ištirti teisės akto ar sprendimo preliminarią (turinio, konstrukcijos ir pan.) analizę bei įvertinti, kiek šitie požymiai (juos nustatčius) gali turėti įtakos prašymą padavusio asmens Konkurencijos įstatymo ginamoms teisėms“.

(22) Taigi, atsižvelgus į šiuos Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo išaiškinimus, darytina išvada, kad tam, jog Konkurencijos taryba turėtų pagrindą pradėti tyrimą dėl galimo Konkurencijos įstatymo pažeidimo, turi būti tenkinami bent minimalūs reikalavimai. Tuo tarpu Pareiškėjos atveju faktinių įrodymų, kad UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ savo veiksmais pakenkė daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesams vis dėlto nebuvo pateikta. Todėl, šiuo atveju laikytina, kad Pareiškėjos prašymas Konkurencijos tarybai netenkina minimalių įrodymų pakankamumo tyrimui dėl galimo Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio reikalavimų pažeidimo pradėjimo reikalavimų.

(23) Pareiškėja vėlesniuose savo raštuose taip pat nurodė, kad skleista reklama taip pat yra laikytina klaidinančia reklama pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnyje teisingumo ir pateikimo būdo kriterijus.

(24) Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 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.

(25) Pažymėtina, kad Pareiškėja nepateikė jokių argumentų ir įrodymų, kodėl minėta reklama gali klaidinti vartotojus. Pareiškėja nurodė tik prielaidą, jog vartotojai gali nepastebėti skirtumo tarp UAB „SMScredit.lt“ paieškos sistemoje „Google“ pateikiamos nuorodos ir UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ pateikiamų nuorodų bei dėl to būtų pakenkta vartotojų interesams. Pažymėtina, kad nors Pareiškėja grindžia savo argumentus nuostatomis dėl klaidinančios reklamos, tačiau iš esmės Pareiškėjos skunde nurodyti argumentai yra labiau susiję su galimais supainiojimo ir nesąžiningo naudojimosi konkurento prekių ženklu atvejais, t. y. su Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalies 1 punkto ar Reklamos įstatymo 6 straipsnio 1 dalies 4 ir 7 punkto galimu pažeidimu. Vis dėlto, pažymėtina, jog nėra pagrindo įtarti, jog vidutiniai vartotojai, kurie yra pakankamai informuoti, protingai apdairūs, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius, patekę į kitą tinklalapį galėtų nesuprasti, kad tai nėra Pareiškėjos interneto tinklalapis. Be to, manytina, jog ir iš paieškos svetainėje Google (įvedus raktažodžius „smscredit“ ar „smscredit.lt“) pateiktų nuorodų, vidutinis vartotojas gali suprasti, kad tam tikros pateiktos nuorodos nėra į UAB „SMScredit.lt“ valdomą internetinę svetainę [www.smscredit.lt](http://www.smscredit.lt), nes prie nuorodų yra pateikiami kitų internetinių puslapių adresai. Todėl laikytina, kad šiuo atveju nėra duomenų, kurie leistų teigti, jog vartotojams galėjo atsirasti tiesioginės žalos dėl skundžiamos reklamos. Tuo tarpu nesąžiningas naudojimas konkurento prekių ženklu, nesant jokių kitaip rodančių duomenų, iš esmės pažeidžia tik pačios Pareiškėjos interesus. Šiuo atžvilgiu taip pat pažymėtina, jog, vadovaujantis Konkurencijos tarybos 2011 m. gegužės 25 d. nutarimo Nr. 1S-98 „Dėl Konkurencijos tarybos paaiškinimų dėl mažareikšmiškumo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo bylose“ (toliau – Paaiškinimai) 2.10 punktu, minėtų Bendrovių veiksmai būtų pripažįstami mažareikšmiais, nes dėl reklamoje (klaidinančioje bei neleistinoje lyginamojoje) pateikiamos informacijos vartotojų interesai iš esmės nėra pažeidžiami, o daroma žala tik pareiškėjui.

(26) Taigi, atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, nėra pagrindo įtarti iš pateiktų duomenų, jog Pareiškėjos nurodytais veiksmais galėjo būti pažeisti daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesai. Taip pat nėra pagrindo įtarti, jog minėta reklama gali suklaidinti vartotojus ar kitaip iš esmės pažeisti Reklamos įstatymo reikalavimus. Todėl Konkurencijos taryba, neturi pagrindo inicijuoti tyrimo dėl Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio bei Reklamos įstatymo pažeidimo.

(27) Konkurencijos taryba, be kita ko pažymi, jog nepaisant to, kad šiame nutarime konstatuota, jog Konkurencijos tarybai nėra pagrindo pradėti Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio pažeidimo tyrimą, tai neužkerta kelio ūkio subjektui, manančiam, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmams pažeidžiami jo teisėti interesai, kreiptis į teismą (Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 1 dalis).

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 17 straipsnio 2 dalimi, 19 straipsnio 1 dalimi, Konkurencijos įstatymo 17 straipsnio 4 dalimi bei 25 straipsnio 4 dalies 4 bei 5 punktais,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

Atsisakyti pradėti tyrimą dėl UAB „Nordecum“, UAB „VIA SMS LT“ ir UAB „Soho Group“ veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 16 straipsnio bei Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams.

Nutarimas per 20 dienų nuo jo įteikimo dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui.

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas