



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL ATSIKALBYMO PRADĖTI UAB „TELE2“ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS NAGRINĖJIMO PROCEDŪRĄ

2014 m. balandžio 1 d. Nr. 1S-51/2014

Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2014 m. balandžio 1 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl atsisakymo pradėti UAB „TELE2“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams nagrinėjimo procedūrą.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Konkurencijos taryba 2014 m. vasario 19 d. gavo UAB „EUROCOM“ (kodas 301673440, registracijos adresas Žemaitės g. 15, Vilnius) ir UAB „Bitė Lietuva“ (kodas 110688998, registracijos adresas Žemaitės g. 15, Vilnius) (toliau kartu – Pareiškėjai) skundus dėl UAB „TELE2“ (kodas 111471645, registracijos adresas Sporto g. 7A, Vilnius; toliau taip pat – Bendrovė) reklamos¹. Pareiškėjai 2014 m. kovo 6 d. skundus papildė².

(3) Pateiktame skunde UAB „EUROCOM“ nurodė, kad masinės informacijos priemonėse jos užsakymu buvo skelbiama mobiliojo ryšio paslaugos „Labas kontraktas“ reklama, kurioje studentė Ugnė apibūdino savo patirtį atsisakius mobiliojo ryšio operatoriaus UAB „TELE2“ paslaugų ir pradėjus naudoti UAB „EUROCOM“ paslaugą „Labas kontraktas“ (toliau – „Labas kontraktas“ reklama).

(4) Pareiškėjai nurodė, kad 2014 m. vasario 11 d. televizijos kanalu TV3, TV6, TV8 ir galimai kituose kanaluose, o taip pat ir internete bei atskiruose spaudos portaluose buvo pradėta transliuoti tokio turinio UAB „TELE2“ reklama: „*Neapsigaukite: eteryje rodoma BITĖS grupės reklama yra klaidinanti. Ugnė teigia, kad perėjusi iš TELE2 į „Labas kontraktas“ sutaupė 70 Lt. Melas. Pagal Ugnės sąskaitas, kurias vis dar turime, per paskutinius tris mėnesius už mobiliojo ryšio paslaugas TELE2 ji sumokėjo 29,62 Lt. Kaip iš jų sutaupyti 70 Lt? Mes nežinome. Bet dėl vieno esame tikri – ieškantys geriausios kainos renkasi TELE2*“ (toliau – Reklama).

(5) UAB „EUROCOM“ teigimu, minėta Reklama neatitinka Reklamos įstatyme nustatytų imperatyvų ir dėl to yra neteisėta. Anot pareiškėjo UAB „EUROCOM“, Reklama netenkina Reklamos įstatymo 6 straipsnio 5 punkte įtvirtinto reikalavimo³. Šiuo aspektu UAB „EUROCOM“ paaiškino, jog UAB „TELE2“ užsakė lyginamąją Reklamą, kurioje naudojo žodį „MELAS“, iš esmės turintį neigiamą reikšmę⁴. Tokiu būdu, UAB „EUROCOM“ nuomone, Reklama buvo daroma neatitaisoma žala UAB „EUROCOM“, menkinamas „Labas kontraktas“ paslaugos įvaizdis, formuojamas neigiamas vartotojų vertinimas šios paslaugos ir jos teikėjo atžvilgiu.

(6) Be to, Pareiškėjai nurodė⁵, kad, šiuo atveju, mobiliojo ryšio operatorius UAB „TELE2“, teigdamas, jog būtent jo siūlomos paslaugos garantuoja mažiausią kainą, nepateikė nė vieno tai patvirtinančio ir objektyviai pagrindžiančio įrodymo. Anot Pareiškėjų, akivaizdu, jog nėra net teoriškai įmanoma, kad vienas telekomunikacijų operatorių visada galėtų siūlyti „geriausią kainą“,

¹ Bylos 1 tomas, 1-21 lapai.

² Bylos 1 tomas, 58-114 lapai.

³ Bylos 1 tomas, 3 lapas.

⁴ EUROCOM teigimu, lietuvių kalbos žodynai, pavyzdžiui, www.zodynas.lt, pateikia žodžio „melas“ reikšmę kaip tyčinią sakymą neteisybės.

⁵ Bylos 1 tomas, 5, 14-15 lapai.

nes, Pareiškėjų nuomone, visi vartotojai ir rinktusi minėtą operatorių, o kitiems operatoriams netektų prasmės toliau vykdyti komercinę veiklą. Tokiu būdu, kaip nurodyta Pareiškėjų skunduose, UAB „TELE2“ nepagrįstai savo Reklamoje paskelbė, kad ji visada teikia „geriausias kainas“, tuo pažeisdama ne tik UAB „EUROCOM“ ir UAB „Bitė Lietuva“, bet ir kitų telekomunikacijų operatorių teises.

(7) UAB „Bitė Lietuva“ skunde papildomai pažymėjo⁶, kad, jos nuomone, Reklama galimai klaidina ir tuo aspektu, jog UAB „TELE2“ užsakytoje Reklamoje teigiama, kad klaidina „BITĖS grupės“ reklama. Tačiau, kaip nurodė UAB „Bitė Lietuva“, „Labas kontraktas“ reklamos autorius ir savininkas yra UAB „EUROCOM“, o „BITĖS grupė“ kaip juridinis asmuo nėra įregistruotas Lietuvos Respublikos juridinių asmenų registre. Todėl, UAB „Bitė Lietuva“ nuomone, atsižvelgiant į tai, kad įmonė niekaip nedalyvavo nei „Labas kontraktas“ reklamoje, nei UAB „TELE2“ Reklamoje, Bendrovė negali pagrįsti teiginio „Bitė meluoja“ teisingumo. Atsižvelgiant į tai, UAB „Bitė Lietuva“ manymu, skleista UAB „TELE2“ Reklama pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje įvardintą teisingumo kriterijų.

(8) Be to, UAB „Bitė Lietuva“ teigimu, nagrinėjama Reklama galėjo daryti įtaką ir vartotojų ekonominiam elgesiui. Tokią išvadą skunde UAB „Bitė Lietuva“ grindžia tuo, kad vidutinis vartotojas pamatęs Reklamą, kurioje UAB „Bitė Lietuva“ charakterizuojama neigiamai, bus linkęs atsisakyti ar nesirinkti UAB „Bitė Lietuva“ siūlomų paslaugų.

(9) Siekdama visapusiškai įvertinti susidariusią situaciją, Konkurencijos taryba kreipėsi į UAB „TELE2“ prašydama pateikti paaiškinimus bei informaciją.

(10) Paaiškinimuose⁷ UAB „TELE2“ nurodė, kad ji yra skundžiamos Reklamos davėja. Taip pat pažymėjo, kad Reklama buvo skleidžiama laikotarpiu nuo 2014 m. vasario 12 d. iki 2014 m. vasario 18 d. įvairiais televizijos kanalais.

(11) UAB „TELE2“ taip pat pateikė paaiškinimus, kad, jos nuomone, skleista Reklama nėra nei menkinanti, nei diskredituojanti konkurentus. Be to, UAB „TELE2“ nuomone, jos skleista Reklama yra visiškai teisinga.

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

(12) Reklamos įstatymo 1 straipsnio 1 dalyje nustatyta, jog šio įstatymo tikslas – gerinti vartotojų informavimą apie prekes ir paslaugas, ginti vartotojų teises ir teisėtus interesus, saugoti sąžiningą konkurencijos laisvę.

(13) Reklamos įstatymo 5 straipsnis draudžia naudoti klaidinančią reklamą. Tuo tarpu lyginamosios reklamos, kuri apibūdinama kaip reklama, kurioje tiesiogiai arba netiesiogiai nurodomas reklamos davėjo konkurentas, jo prekės ar paslaugos⁸, naudojimo Reklamos įstatymas savaime nedraudžia. Vis dėlto norint, kad lyginamoji reklama būtų teisėta, ji privalo tenkinti visas Reklamos įstatymo 6 straipsnyje numatytas sąlygas.

(14) Pareiškėjai kreipėsi į Konkurencijos tarybą, prašydami pradėti tyrimą dėl Reklamos atitikties Reklamos įstatymo nustatytiems reikalavimams, nurodydami, kad Reklama diskredituoja konkurentą. Taip pat, atsižvelgus į tai, kad Reklamoje nebuvo nurodyta, kuo grindžiamas teiginys „*Bet dėl vieno esame tikri – ieškantys geriausios kainos renkasi TELE2*“, ji, kaip teigiama skunduose, yra neteisinga ir neišsami, todėl klaidinanti. Be to, UAB „Bitė Lietuva“ nuomone, Reklama klaidina ir tuo aspektu, kad joje minima „BITĖS grupė“, kuri nėra registruota Lietuvos Respublikos juridinių asmenų registre.

(15) Reklamos įstatymo 25 straipsnio 7 dalyje yra nurodyta, jog Konkurencijos taryba gali atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, jeigu pranešime (skunde) nurodyto šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo nagrinėjimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioritetų. Ši nuostata netaikoma, jeigu pranešime (skunde) yra faktinių duomenų, leidžiančių pagrįstai įtarti, kad pažeidimas daro esminę žalą šio įstatymo saugomiems asmenų interesams.

⁶ Bylos 1 tomas, 13-14 lapas.

⁷ Bylos 1 tomas, 27 lapas.

⁸ Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalis.

(16) Konkurencijos taryba 2013 m. rugsėjo 24 d. nutarimu Nr. 1S-135 „Dėl Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos veiklos, atliekant reklamos naudojimo priežiūrą, prioriteto“ patvirtino savo veiklos prioritetą – atlikti Reklamos įstatymo 5 ir 6 straipsniuose nurodytų reikalavimų, draudžiančių naudoti klaidinančią ir neleidžiamą lyginamąją reklamą pažeidimų nagrinėjimo procedūrą ar pagal kompetenciją imtis kitokio pobūdžio veiksmų, jei tokie Konkurencijos tarybos veiksmai galėtų reikšmingai prisidėti prie veiksmingos vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugos.

(17) Tuo pačiu nutarimu patvirtintame Konkurencijos tarybos veiklos, atliekant reklamos naudojimo priežiūrą, prioriteto įgyvendinimo principų apraše (toliau – Aprašas) buvo įtvirtinti principai, kuriais vadovaujantis Konkurencijos taryba sprendžia klausimą dėl nagrinėjimo procedūros atlikimo tikslingumo ir apimties. Vertinant, ar nagrinėjimo procedūra atitinka veiklos prioritetą, vadovaujamasi Apraše nustatytais įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai, strateginės reikšmės bei racionalaus išteklių naudojimo principais. Kaip nurodyta Aprašo 5 punkte, nė vienas iš šių principų neturi iš anksto nustatytos lemiamos įtakos Konkurencijos tarybos sprendimui dėl konkrečios nagrinėjimo procedūros atlikimo, tačiau Konkurencijos tarybai gali pakakti įvertinti reikšmingas aplinkybes pagal vieną iš principų, kad galėtų priimti sprendimą dėl nagrinėjimo procedūros atlikimo tikslingumo.

(18) Vertinant pareiškėjų Konkurencijos tarybai pateiktus prašymus pradėti tyrimą bei šio prašymo atitiktį Konkurencijos tarybos veiklos prioritetui, atsižvelgtina į šiame Apraše įtvirtintą veiklos prioriteto vertinimo principą – įtaką veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai (Aprašo 8.1 punktas). Aprašo 9 punkte nurodoma, kad įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai vertinimas paprastai apima, bet nebūtinai apsiriboja, galimo pažeidimo pobūdžio bei aplinkybės, ar reklamoje pateikiama informacija gali pažeisti reikšmingos dalies vartotojų interesus, vertinimą. Taip pat, kaip paaiškinama Aprašo 10.1 punkte, paprastai didžiausią neigiamą įtaką vartotojų teisėms ir teisėtiems interesams gali daryti galimi pažeidimai, kurie susiję su ypač vartotojų ekonominę elgesį veikiančia reklama.

(19) Analizuojant Pareiškėjų skunde išdėstytas aplinkybes įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugos kontekste, visų pirma pažymėtina, kad skundžiama UAB „TELE2“ Reklama iš esmės buvo siekiama pateikti informaciją apie konkurento mobiliojo ryšio paslaugos „Labas kontraktas“ reklamoje esančią informaciją. Be to, kaip matyti iš skundų, Pareiškėjų įsitikinimu, Reklama diskredituoja UAB „Bitė Lietuva“ ir UAB „EUROCOM“ veiklą, taip pat Reklamoje nepagrįstai nurodyta, kad klaidina „BITĖS grupės“ reklama. Tačiau Pareiškėjai yra komercinę veiklą vykdančios subjektais, o galimai padarytas jų interesų pažeidimas savaime nereiškia vartotojų teisių ir teisėtų interesų pažeidimo. Šiuo atveju Pareiškėjai niekaip nepagrindė, kodėl apie „BITĖS grupę“ Reklamoje pateikiama informacija, net jei ji būtų klaidinanti ar neleidžiama lyginamoji reklama, galėtų ypač paveikti vartotojų ekonominę elgesį ir tuo reikšmingai pažeisti jų teises ir teisėtus interesus.

(20) Vertinant Pareiškėjų skunduose nurodytas aplinkybes, kad teiginys „*Bet dėl vieno esame tikri – ieškantys geriausias kainas renkasi TELE2*“ pačioje Reklamoje nebuvo pagrįstas jokiais įrodymais, pastebėtina, kad, priešingai nei teigia Pareiškėjai, ši Reklamoje pateikta informacija nesudaro pagrindo teigti, kad UAB „TELE2“ siūlo ir garantuoja mažiausias kokių nors prekių ar paslaugų kainas. Reklamoje išreiškiama UAB „TELE2“ nuomonė dėl vartotojų elgesio šiems ieškant geriausių kainų. Atitinkamai nėra pagrindo išvadai, kad toks abstraktus pobūdžio reklamos teiginys, net jei Reklamoje nenurodyti jį patvirtinantys įrodymai, galėjo sukurti konkrečius vartotojų lūkesčius. Todėl nėra pagrindo teigti, kad dėl tokio neapibrėžto teiginio naudojimo Reklama galėjo ypač paveikti vartotojų ekonominę elgesį bei reikšmingai pažeisti jų teises ir teisėtus interesus.

(21) Įvertinus šias aplinkybes konstatuotina, kad Pareiškėjų nurodytų faktinių aplinkybių tyrimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioriteto ir sudaro pagrindą atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą.

(22) Pažymėtina, kad, kaip nurodyta Aprašo 6 punkte, Konkurencijos tarybos sprendimas atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl to, kad ji neatitinka veiklos prioriteto, nereiškia, kad UAB „TELE2“ Reklama negali pažeisti Reklamos įstatymo reikalavimų.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 25 straipsnio 7 dalimi,

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

Atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl UAB „TELE2“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams.

Nutarimas per 30 dienų nuo jo priėmimo dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui.

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas