



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL ATSAKYMŲ PRADĖTI UAB „TELE-3“ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS NAGRINĖJIMO PROCEDŪRĄ

2015 m. spalio 30 d. Nr. 1S-115/2015
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2015 m. spalio 30 d. išnagrino klausimą dėl atsakymo pradėti UAB „Tele-3“ reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams nagrinėjimo procedūrą.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) 2015 m. birželio 11 d. Konkurencijos taryba gavo DELFI, UAB (kodas 125483974, registracijos adresas Gynėjų g. 16, LT-01109 Vilnius) (toliau – Pareiškėja) skundą dėl uždarnosios akcinės bendrovės „Tele-3“ (kodas 121393020, registracijos adresas Kalvarijų g. 135, LT-08221 Vilnius) (toliau – UAB „Tele-3“, Bendrovė) reklamos¹ (toliau – Skundas). Pareiškėja 2015 m. liepos 27 d., 2015 m. rugsėjo 1 d. bei 2015 m. spalio 1 d. raštais Skundą papildė².

(3) Pareiškėja nurodė, kad 2015 m. birželio 3 d. dienraštyje „Verslo žinios“ buvo skleidžiama interneto svetainės *www.tv3.lt* reklama. Šioje reklamoje yra vaizduojami trys oro balionai: ant kairiojo baliono užrašyta „15min.lt 1.0 mln.*“, ant dešiniojo – „delfi.lt 1.2 mln.*“, o ant centre esančiojo – „tv3.lt Naujienų ir pramogų portalas 900 000 lankytojų**“, šalia paašškinta žvaigždutė: „*Realūs vartotojai „Gemius Audience“ 2015 m. balandžio mėn. duomenimis“ (toliau – Reklama). DELFI, UAB manymu, taip pateikta Reklama gali sudaryti vartotojams neteisingą įspūdį apie joje minimas interneto svetaines bei jų lankomumą. Šią išvadą Pareiškėja grindžia toliau nurodomais argumentais.

(4) DELFI, UAB teigimu, pagal lankytojų skaičių svetainė *www.tv3.lt* yra mažiausia iš visų Reklamoje nurodytų. Tačiau, kaip teigia Pareiškėja, minėtą interneto svetainę vaizduojantis oro balionas pateiktas kaip pats didžiausias bei pavaizduotas aukščiau už likusius, tarsi užimantis pirmą vietą ant sporto ir kitokių varžybų nugalėtojų pakylės. Be to, šis balionas pavaizduotas būtent centre, o ne šone.

(5) Taip pat, anot DELFI, UAB, svetainės *www.tv3.lt* lankytojų skaičius yra nurodomas susidedantis iš šešių skaitmenų – 900 000. Tačiau didesnių interneto svetainių lankytojų skaičius nurodomas sutrumpintai, t. y. iš dviejų skaitmenų: *15min.lt* – 1.0 mln., o *delfi.lt* – 1.2 mln. Be to, kaip nurodo Pareiškėja, *tv3.lt* vaizduojančiame oro balione nurodytas lankytojų skaičius viršija faktinį, nes vietoj nurodytų 900 000 lankytojų 2015 m. balandį minėtą svetainę aplankė tik 892 392 lankytojai. Tuo tarpu *delfi.lt* svetainės lankomumas sumažintas nuo 1 203 244 iki 1.2 mln. lankytojų, o *15min.lt* lankytojų skaičius sumažintas nuo 1 007 514 iki 1.0 mln. Tokiu būdu, Pareiškėjos nuomone, dirbtinai yra siekiama sukelti skaitytojams įspūdį apie neva didesnę lankytojų skaičių.

(6) Pareiškėjos manymu, vartotojams neteisingą įspūdį apie Reklamoje minimas interneto svetaines bei jų lankomumą taip pat gali sukelti ir užrašas „tv3.lt“. Pastarasis, kaip teigia DELFI, UAB, ant centrinio baliono užrašytas ne tik ženkliai didesniu šrifto dydžiu nei užrašai „delfi.lt“ ar „15min.lt“, bet ir vienintelis užrašytas spalvotai. Be to, tik ant „tv3.lt“ oro baliono yra užrašas „Naujienų ir pramogų portalas“. Kadangi ant kitų balionų šio užrašo nėra, Pareiškėjos manymu,

¹ DELFI, UAB 2015 m. birželio 5 d. skundas (bylos 1 tomas, 1-13 lapai).

² Bylos 1 tomas, 32-40, 56-62, 65-69 lapai.

vartotojams sudaromas klaidingas įspūdis apie tariamą portalo *tv3.lt* išskirtinumą, unikalumą, jo tariamus pranašumus prieš konkurentus.

(7) Papildydama Skundą DELFI, UAB 2015 m. liepos 20 d. rašte, be kita ko, nurodė, jog Reklamoje teigiama, kad interneto svetainę *tv3.lt* aplanko 900 000 lankytojų. Tačiau, kaip teigia Pareiškėja, realiai minėtą svetainę per mėnesį aplankė kiek daugiau nei 120 000 lankytojų. Anot Pareiškėjos, daugiau nei 700 000 lankytojų lanko visai kitas, pavyzdžiui, *demotyvacija.lt* ar *banga.lt*, svetaines, kurios yra valdomos Bendrovės. DELFI, UAB nurodymu, vartotojui surinkus adresą *demotyvacija.lt*, jis yra peradresuojamas į interneto puslapį *demotyvacija.tv3.lt*, t. y. vartotojams lankantis kitose svetainėse, jie nukreipiami į *tv3.lt* svetainę. Dėl šių priežasčių, DELFI, UAB nuomone, Reklama klaidina vartotojus, nes joje nėra paaiškinta, kad 900 000 lankytojų – tai ne tik *tv3.lt* svetainės lankytojai, bet visų UAB „Tele-3“ valdomų svetainių lankytojų skaičius. Taip pat, Pareiškėjos nuomone, tokiu būdu yra neobjektyviai lyginami interneto svetainių lankytojų skaičiai, nes nurodydama bendrą visų UAB „Tele-3“ valdomų interneto svetainių lankytojų skaičių, Bendrovė turėtų nurodyti ir bendrą DELFI, UAB valdomų svetainių lankytojų skaičių. Tačiau, kaip teigia Pareiškėja, Reklamoje nurodytas tik svetainės *delfi.lt* lankytojų skaičius.

(8) Apibendrinus, Pareiškėjos manymu, Bendrovė Reklamoje klaidina reklamos gavėjus, joje nėra objektyviai lyginamos konkuruojančios interneto svetainės. Be to, anot DELFI, UAB, Reklama diskredituoja ir menkina konkurentus ir skirta sukelti painiavą ir faktiškai ją sukelti. Tuo pačiu, kaip pažymi Pareiškėja, UAB „Tele-3“ bando prisiskirti sau *delfi.lt* populiarumą. Atsižvelgdama į aukščiausiai išdėstytas aplinkybes, DELFI, UAB prašo paskirti UAB „Tele-3“ baudą už padarytus Reklamos įstatymo 5 ir 6 straipsniuose numatytus pažeidimus.

(9) Siekdama visapusiškai įvertinti susidariusią situaciją, Konkurencijos taryba kreipėsi į UAB „Tele-3“ prašydama pateikti paaiškinimus bei informaciją.

(10) Atsakydama Bendrovė nurodė³, kad ji yra skundžiamos Reklamos davėja. Taip pat pažymėjo, kad Reklama buvo skleidžiama labai trumpą laikotarpį bei labai mažu mastu, t. y. tik dienraštyje „Verslo žinios“ 2015 m. birželio 3 d. bei birželio 10 d. ir dienraštyje „Vakaro žinios“ 2015 m. gegužės 30 d.

(11) Taip pat UAB „Tele-3“ paaiškino, kad, jos nuomone, skleistoje Reklamoje nėra diskredituojama ar menkinama nei viena iš interneto svetainių. Be to, Bendrovės manymu, Reklamoje pateikiama informacija yra faktiškai teisinga ir vidutiniam vartotojui tinkamomis priemonėmis ir maksimaliai išsamiai yra pateikiama visa esminė informacija. Taip pat UAB „Tele-3“ pažymėjo, jog Reklamoje pateikiama informacija yra paremta interneto svetainių stebėsenos įmonės „Gemius Audience“ 2015 m. balandžio 22 d. pateikiamais duomenimis, pagal kuriuos interneto svetainės *tv3.lt* lankomumas kovo mėn. buvo 909 931 lankytojai per mėnesį, o tai leido minėtai interneto svetainei pakilti į lankomiausių svetainių Lietuvoje 3 vietą. Tai, jog Reklamoje pateikiami duomenys yra paremti „Gemius Audience“ duomenimis yra nurodyta ir pačioje Reklamoje prie žvaigždutės: „*Realūs vartotojai „Gemius Audience“ 2015 m. balandžio mėn. duomenimis*“.

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 paslaugos⁴, naudojimo Reklamos įstatymas savaime nedraudžia. Vis dėlto norint, kad lyginamoji reklama būtų teisėta, ji privalo tenkinti visas Reklamos įstatymo 6 straipsnyje numatytas sąlygas.

(14) Pareiškėja kreipėsi į Konkurencijos tarybą, prašydama pradėti tyrimą dėl UAB „Tele-3“ Reklamos atitikties Reklamos įstatymo nustatytiems reikalavimams, nurodydama, kad Reklama

³ UAB „Tele-3“ 2015 m. birželio 25 d. paaiškinimai (bylos 1 tomas, 17-21 lapai).

⁴ Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalis.

klaidina vartotojus, diskredituoja bei menkina DELFI, UAB. Be to, joje nėra objektyviai lyginamos konkuruojančios interneto svetainės ir Reklama sukelia painiavą.

(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.

(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, vadovaujama 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 Pareiškėjos Konkurencijos tarybai pateiktą skundą pradėti tyrimą bei šio prašymo atitiktį Konkurencijos tarybos veiklos prioritetui, atsižvelgtina į šio Aprašo 8.1 punkte įtvirtintą veiklos prioriteto vertinimo principą – įtaką veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugai. 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, pasireiškiantys reklaminės veiklos subjektų veiksmais skleidžiant draudžiamą reklamą, susijusią su prekių (paslaugų) savybėmis, kainomis, nuolaidomis ar kitomis prekių (paslaugų) įsigijimo ar naudojimo sąlygomis, kurios ypač veikia vartotojų ekonominį elgesį.

(19) Analizuojant Pareiškėjos skunde išdėstytas aplinkybes įtakos veiksmingai vartotojų teisių ir teisėtų interesų apsaugos principo kontekste, visų pirma pažymėtina, kad, kaip yra pastebėjęs Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas⁵, reklama siekiama daryti poveikį asmenų pasirinkimui, skatinti norimą elgesį. Taigi akivaizdu, jog reklama siekiama ne tik pateikti informaciją apie reklamos davėjo prekes ar paslaugas, tačiau ir paskatinti vartotojus jas įsigyti. Tuo tarpu lyginamoji reklama padeda parodyti įvairių panašių prekių privalumus ir tokiu būdu paskatinti konkurenciją tarp prekių tiekėjų⁶. Taip pat svarbu pabrėžti, kad, priklausomai nuo reklamoje pateiktos informacijos pobūdžio, tokia informacija (nepriklausomai ar tai klaidinanti reklama, ar lyginamoji) gali daryti didesnę ar mažesnę įtaką vartotojų ekonomiam elgesiui⁷. Pavyzdžiui, prekės ar paslaugos kaina paprastai turi didelę įtaką vartotojo ekonominiam elgesiui.

⁵ Konstitucinio Teismo 2004 m. sausio 26 d. nutarimas byloje Nr. 3/02-7/02-29/03.

⁶ Europos Sąjungos Teisingumo Teismo 2006 m. rugsėjo 19 d. sprendimas byloje Nr. C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co KG v Etablissements Franz Colruyt NV*, 22 punktas.

⁷ Ekonominis elgesys – reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, ūkine komercine, finansine ar profesine veikla (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 1 dalis).

(20) Šiuo atveju iš skleistos Reklamos turinio matyti, kad Reklamoje pateikiama informacija apie svetainių lankomumą. Konkurencijos tarybos vertinimu, tokia informacija siekiama pabrėžti interneto svetainės *tv3.lt* populiarumą, patrauklumą, lyginant ją su kitomis – *delfi.lt* ir *15min.lt* – interneto svetainėmis. Taigi, Reklama nebuvo skirta informuoti vartotojus apie konkrečias prekių ar paslaugų naudojimo sąlygas, kainas, ar kitas savybes, kurios galėtų itin reikšmingai paveikti vartotojų ekonominę elgesį. Atitinkamai mažai tikėtina, kad kiti asmenys, kuriems galėjo būti skirta arba kuriuos galėjo pasiekti Reklama, šiuo atveju, reklamų interneto svetainėse užsakovai, kaip ūkinės veiklos subjektai, savo sprendimus priimtų pasikliaudami išimtinai Reklamoje pateikta informacija ir palyginimu.

(21) Be to, kaip nurodė Pareiškėja, Reklama klaidina vartotojus, nes joje nėra paaiškinta, kad 900 000 lankytojų – tai ne tik *tv3.lt* svetainės lankytojai, bet visų UAB „Tele-3“ valdomų svetainių lankytojų skaičius. Tačiau nėra pagrindo manyti, kad tokio pobūdžio informacija galėtų ypač paveikti vartotojų ekonominę elgesį bei reikšmingai pažeisti jų teises ir teisėtus interesus, kadangi, kaip minėta, ši Reklama susijusi su interneto svetainės *tv3.lt* ir kitų interneto svetainių populiarumo pabrėžimu, o ne su informacija apie konkrečias prekių ar paslaugų kainas ar kitas sąlygas.

(22) Kita vertus, net jei Reklama ir būtų klaidinanti ar neleidžiama lyginamoji, ji iš esmės galėtų paveikti tik Reklamoje nurodytų konkurentų interesus. Todėl šiuo atveju galimas Pareiškėjos interesų pažeidimas dėl to, kad Reklama galimai klaidina, diskredituoja bei menkina DELFI, UAB ar kad Reklamoje galimai nėra objektyviai lyginamos konkuruojančios interneto svetainės, taip pat, kad Reklama galimai sukelia painiavą, nelaikytina savaime pažeidžiančia vartotojų teises ir teisėtus interesus.

(23) Atsižvelgusi į šias aplinkybes, darytina išvada, kad Reklama negalėtų ypač paveikti vartotojų ekonominę elgesį, tuo padarydama reikšmingą žalą jų interesams. Vadovaujantis Aprašo 8.1 ir 10 punktais tokios Reklamos nagrinėjimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioriteto. Taigi konstatuotina, jog yra pagrindas atsisakyti pradėti Skundo nagrinėjimo procedūrą.

(24) Atkreiptinas dėmesys, kad, kaip nurodyta Aprašo 6 punkte, Konkurencijos tarybos sprendimas atsisakyti pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl to, kad ji neatitinka veiklos prioriteto, nereiškia, kad UAB „Tele-3“ 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 „Tele-3“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams.

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