LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS
DĖL ENERGIJĄ TAUPANČIŲ PRIETAISŲ REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS

2011 m. vasario 24 d. Nr. 2S-7
Vilnius

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) 2010 m. vasario 10 d. bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl energiją taupančių prietaisų reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo[1] (toliau – Reklamos įstatymas) reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė :

Tyrimas dėl energiją taupančių prietaisų atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams pradėtas 2010 m. liepos 1 d. Konkurencijos tarybos nutarimu Nr. 1S-115 (bylos 21 l.), gavus Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos persiųstą Valstybinės ne maisto produktų inspekcijos prie Ūkio ministerijos (toliau – Inspekcija) raštą bei papildomą medžiagą dėl galimai klaidinančios reklamos (bylos 1-16 l.).

Minėtame Inspekcijos rašte nurodoma, jog interneto tinklalapyje *www.taupykelektra.lt* pateikiama informacija, kad energiją taupantys prietaisai *Pioneer SD-001* bei *JS 003*, kuriuos parduoda UAB „Energita“ (juridinio asmens kodas 302313185) (toliau – ir Bendrovė), sutaupo iki 30 proc. elektros energijos. Inspekcija nurodė, kad UAB „Energita“ nepateikė įrodymų dėl energijos taupymo efektyvumo, t.y. Bendrovės pateikti Kauno technologijos universiteto Panevėžio institute atlikti bandymų aktai nepatvirtina gamintojo deklaruojamo elektros energijos taupymo efektyvumo, kadangi bandymai atlikti ant metrologiškai nepatikrinto stendo, atvežto paties importuotojo, neakredituotoje laboratorijoje. Todėl minėta interneto tinklalapyje pateikiama informacija gali klaidinti vartotojus dėl prietaisų naudingumo.

Kartu su Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos raštu Konkurencijos tarybai buvo pateiktas 2010 m. gegužės 8 d. „TV diena“ leidinys, kuriame pateikiama tokia reklama: „*Taupai? Sąskaitas sumažinti gali elektros taupymo prietaisas. <...> Prietaisas gali sutaupyti 5-30 % elektros energijos. <...> padidėja buities prietaisų veikimo efektyvumas, sumažėja elektros energijos sunaudojimas ir pailgėja elektrinių prietaisų eksploatavimo laikas*“.

Atliekant tyrimą buvo susirašinėjama su UAB „Energita“, kuri patvirtino, kad yra aukščiau minėtos reklamos davėja. Bendrovė nurodė, kad nagrinėjama reklama buvo skelbiama ne tik interneto tinklalapyje, bet ir spaudoje, ir pateikė iškarpas iš laikraščių ir žurnalų: „Lietuvos rytas“, „15 min“, „Valstiečių laikraštis“, „Verslo žinios“ priedo „Mano pinigai“, „Obzor“, „Lietuvos žinios“, „TV diena“, „TV Gidas“ (bylos 29-39 l.). Atsakydama į Konkurencijos tarybos klausimus, Bendrovė pažymėjo, jog nėra jokio standarto ar metodikos, kurių pagrindu galima nustatyti prietaisų efektyvumo lygį taupant elektrą. Tai, kaip nurodo Bendrovė, patvirtino ir sertifikuotos laboratorijos UAB „Elektrotechninių gaminių sertifikavimo centras“ vadovai, kurie nurodė, kad nėra jokių reglamentuotų bandymų metodikų dar ir todėl, kad yra labai sudėtinga sumodeliuoti namų elektros ūkį laboratorijoje, nes kiekvienas namų ūkis yra unikalus savo esamais prietaisais, jų panaudojimo, įjungimo-išjungimo periodais ir panašiai. Todėl, Bendrovės nuomone, nagrinėjamą reklamą galima pagrįsti tik elektros teorijos paaiškinimais ir empiriniais bandymais. Atsižvelgusi į tai, UAB „Energita“ pateikė Kauno technologijos universiteto Panevėžio instituto technologijų

[1] Žin., 2000, Nr. 64-1937.

fakulteto elektros inžinerijos katedroje atliktų bandymų aktus su rezultatais. Taip pat Bendrovė pateikė gamintojo apie prietaisus teikiamą informaciją (bylos l29-143 l.).

Atliekant tyrimą, taip pat buvo susirašinėjama su Lietuvos energetikos institutu, Kauno technologijos universitetu, Kauno technologijos universiteto Panevėžio institutu, Nacionaliniu akreditacijos biuru. Kauno technologijos universitetas nurodė, jog, universiteto žiniomis, Lietuvoje nėra akredituotų laboratorijų, kurios galėtų atlikti bandymus, patvirtinančius energijos taupymo efektą (bylos 152-153 l.). Tokią informaciją iš esmės patvirtino ir Nacionalinis akreditacijos biuras, pažymėdamas, jog Lietuvoje nėra Nacionalinio akreditacijos biuro akredituotos bandymų laboratorijos bei produktų sertifikacijos įstaigos, galinčių bandyti ir sertifikuoti elektros energijos taupymo prietaisus (bylos 155 l.). Inspekcija pažymėjo, kad remiantis Lietuvos Respublikos metrologijos įstatymo 13 straipsnio 3 dalimi, matavimo priemonės, neturinčios atitikties metrologiniams reikalavimams įvertinimo, gali būti naudojamos tik asmeniniams tikslams (bylos 159 l.). Kauno technologijos universiteto Panevėžio institutas nurodė, jog šio instituto Elektros inžinerijos katedroje atliktiems matavimams buvo naudojami metrologiškai neatestuoti prietaisai. Taip pat rašte pažymima, jog minėtoje laboratorijoje atlikti matavimai nėra pagrindas teigti, jog minėti prietaisai padeda taupyti energiją (bylos 157 l.).

Remiantis tyrimo metu nustatytomis aplinkybėmis, Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos skyriaus 2010 m. gruodžio 30 d. Pranešime apie atliktą tyrimą dėl energiją taupančių prietaisų reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams (toliau – Pranešimas) (bylos 162-168 l.), daroma išvada, kad UAB „Energita“ nuo 2009 m. gruodžio 10 d. iki 2010 m. liepos 10 d. interneto tinklalapyje *www.taupykelektra.lt* bei įvairiais laikotarpiais spaudoje skleista reklama, kurioje vartotojams nurodoma, jog su elektrą taupančiais prietaisais jie gali sutaupyti 5-30 proc. sunaudojamos elektros energijos, padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą ir pailginti elektrinių prietaisų eksploatavimo laiką, yra neteisinga ir galėjo suklaidinti vartotojus bei paveikti jų ekonominį elgesį, todėl pažeidžia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

Susipažinusi su tyrimo išvadomis UAB „Energita“ nurodė, kad reklamose rėmėsi gamintojo pateikta informacija ir mano, jog frazė „prietaisai gali sutaupyti 5-30 proc.“ negarantuoja, jog būtinai bus tiek sutaupyta, o tik numato galimybę, todėl abejoja, ar reklama galėtų būti laikoma klaidinančia. Inspekcija sutiko su Pranešime pateiktomis išvadomis.

2011 m. vasario 10 d. vykusio bylų nagrinėjimo posėdžio metu UAB „Energita“ atstovas pripažino savo kaltę ir sutiko su tyrimo išvadomis.

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

Reklamos įstatymo 5 straipsnis draudžia naudoti klaidinančią reklamą. Remiantis Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalimi klaidinančia reklama pripažįstama tokia reklama, kuri bet kokiu 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 ekonominį elgesį, arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti.

Siekiant nustatyti, ar reklamos metu pateikta informacija yra klaidinanti reklama, būtina nustatyti, ar pateikta informacija yra reklama pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalį, ar reklama klaidina ar gali suklaidinti reklamos vartotojus ir asmenis, kuriems ji yra skirta ir kuriuos pasiekia, bei ar klaidinanti reklama gali paveikti reklamos vartotojo ekonominį elgesį.

Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama

Remiantis Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalimi, 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. Kaip pažymėjo Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas: *„<...> reklama yra ne bet kokia informacija, o tik tokia, kuria siekiama daryti poveikį vartotojų pasirinkimams, t. y. skatinti juos įsigyti ar vartoti tam tikrus <...>*

produktus“[2]. Iš bylos medžiagos matyti, kad UAB „Energita“ prekiauja, kaip įvardijama Bendrovės interneto svetainėje adresu *http://www.energita.lt/produktai-ir-sprendimai-24/lt/* (bylos 25 l.), elektrą taupančiais prietaisais, todėl interneto puslapyje *www.taupykelektra.lt* ir nustatomojoje dalyje nurodytoje spaudoje skleista informacija apie prietaisus *Pioneer SD-001* bei *JS 003*, šių prietaisų elektros energijos taupymo savybes yra tiesiogiai susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina vartotojus įsigyti jos platinamus produktus. Todėl darytina išvada, kad UAB „Energita“ skleidžiama informacija laikytina reklama, kaip tai apibrėžiama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalyje.

Dėl UAB „Energita“ skleistos reklamos klaidingumo

Atkreiptinas dėmesys, kad pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalies nuostatas, nagrinėjant, ar reklama yra klaidinanti, pakanka nustatyti asmens suklaidinimo galimybę, o ne konkretų suklaidinimo faktą. Vadovaujantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte įtvirtintu teisingumo kriterijumi, reklamoje pateiktus reklaminius teiginius galima pripažinti neteisingais, jeigu reklamos davėjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo reklamos naudojimo metu. 2009 m. balandžio 30 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A822-576/2009 Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas pažymėjo, kad ši Reklamos įstatymo nuostata „*įpareigoja reklaminės veiklos subjektą turėti pakankamus duomenis dėl reklamos teiginių teisingumo reklamos naudojimo metu*“. Be to, Vilniaus apygardos administracinis teismas 2008 m. vasario 15 d. sprendime administracinėje byloje Nr. I-388-473/2008 nurodė, kad „*Ūkio subjektai, prieš naudodami reklamoje tam tikrus teiginius privalo įsitikinti tų teiginių teisingumu*“ (Šis sprendimas patvirtintas Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2008 m. gruodžio 11 d. nutartimi). Ar pakanka reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančių duomenų, sprendžiama atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį.

Įvertinus nagrinėjamos reklamos tyrimo metu nustatytas aplinkybes, konstatuotina, kad UAB „Energita“ skleista reklama neatitiko reklamos teisingumo kriterijaus. Tokia išvada darytina atsižvelgus į tai, kad reklamoje vartotojai buvo informuojami, jog su elektrą taupančiais prietaisais galima sutaupyti 5-30 proc. sunaudojamos elektros energijos, taip pat kad galima padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą ir pailginti elektrinių prietaisų eksploatavimo laiką, tačiau šių teiginių teisingumo Bendrovė nepatvirtino ir pati pripažino, kad nėra jokio standarto ar metodikos, kurių pagrindu galima būtų nustatyti prietaisų efektyvumo lygį taupant elektrą, nes yra labai sudėtinga sumodeliuoti namų elektros ūkį laboratorijoje, kadangi kiekvienas namų ūkis yra unikalus savo esamais prietaisais, jų panaudojimu, įjungimo-išjungimo periodais ir pan. (bylos 29 l.).

Bendrovė reklaminių teiginių apie elektrą taupančius prietaisus teisingumą grindė įvairiais sertifikatais, prietaisų atitikties deklaracijomis, prietaisų gamintojo pateikta informacija, Lietuvos Respublikos ryšių reguliavimo tarnybos aparatūros ir įrenginių elektromagnetinio suderinamumo kontrolės skyriaus (toliau – RRT) bandymų protokolais bei Kauno technologijos universiteto Panevėžio instituto Technologijų fakulteto Elektros inžinerijos katedroje atliktų bandymų aktais. Atsižvelgus į atliekant tyrimą vykdyto susirašinėjimo su įvairiomis įstaigomis metu gautą informaciją ir pačios Bendrovės paaiškinimus, pripažintina, kad Bendrovės pateikti įrodymai nėra pakankami reklaminių teiginių, kuriais vartotojams pateikiamas pažadas sutaupyti elektros energiją, padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą bei pailginti prietaisų eksploatavimo laiką, teisingumui įrodyti.

Pažymėtina, kad visi pateikti sertifikatai, atitikties deklaracijos tik įrodo, kad toks gaminys yra įregistruotas, kad patentuotas ir galimas naudoti, tačiau jokiu būdu nepatvirtina, jog elektrą taupantys prietaisai *Pioneer SD-001* bei *JS 003* padeda sutaupyti 5-30 proc. sunaudojamos elektros energijos, padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą ar pailginti elektrinių prietaisų eksploatavimo laiką. Analogiškai vertintini ir kiti bendrovės pateikti dokumentai. Dėl RRT bandymų protokolų pasakytina, jog šiuose protokoluose yra nurodoma, kad išbandytos priemonės atitinka teisės aktuose

[2] 2004 m. sausio 26 d. Lietuvos Respublikos Konstitucinio teismo nutarimo, konstatuojamosios dalies 8 p., Žin., 2004, Nr. 15-465.

(Elektromagnetinio suderinamumo techninio reglamento) keliamus reikalavimus, tačiau šiuose bandymuose nebuvo tiriama ar prietaisai gali padėti sutaupyti, padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą ar pailginti elektrinių prietaisų eksploatavimo laiką.

Bendrovės nuomone, vienintelis būdas nagrinėjamai reklamai pagrįsti yra elektros teorijos paaiškinimai ir empiriniai bandymai. Atsižvelgdama į tai, UAB „Energita“ kaip reklamą pagrindžiančius įrodymus yra pateikusi ir Kauno technologijos universiteto Panevėžio instituto Technologijų fakulteto Elektros inžinerijos katedroje atliktų bandymų aktus, kuriuose yra daroma išvada, jog tam tikrais atvejais yra galima sutaupyti energijos. Tačiau atkreiptinas dėmesys, jog Kauno technologijos universiteto Panevėžio institutas Konkurencijos tarybai yra nurodęs, jog instituto laboratorijos atlikti matavimai nėra pagrindas teigti, kad prietaisai *Pioneer SD-001* bei *JS 003* padeda taupyti energiją (bylos 157 l.). Taip pat institutas pažymėjo ir tai, kad matavimams buvo naudojami prietaisai, kurie nebuvo metrologiškai atestuoti, o remiantis Lietuvos Respublikos metrologijos įstatymo 13 straipsnio 3 dalimi, „matavimo priemonės, neturinčios atitikties metrologiniams reikalavimams įvertinimo, gali būti naudojamos tik asmeniniams tikslams“ (bylos 159 l.). Kauno technologijos universiteto Panevėžio instituto Technologijų fakulteto Elektros inžinerijos katedroje atliktų bandymų aktų nėra pagrindo laikyti reklamos teisingumą pagrindžiančiais įrodymais dar ir dėl to, kad ši įstaiga nėra akredituota atlikti bandymus dėl elektros energijos taupymo. Minėta, kad Nacionalinis akreditacijos biuras prie Lietuvos Respublikos aplinkos ministerijos yra nurodęs, kad Lietuvoje nėra akreditacijos biuro akredituotos bandymų laboratorijos bei produktų sertifikacijos įstaigos, galinčios bandyti bei sertifikuoti elektros energijos taupymo prietaisus (bylos 155 l.). Todėl darytina išvada, kad pateikti bandymų aktai nepagrindžia nagrinėjamos reklamos teisingumo, nes bandymai atlikti neakredituotoje įstaigoje naudojant metrologiškai neatestuotus prietaisus bei, kaip nurodė pati bandymus atlikusi įstaiga, tokių bandymų metu surašyti aktai nėra pagrindas teigti, jog minėti prietaisai padeda taupyti energiją.

Pažymėtina, kad UAB „Energita“ pateikta medžiaga apie elektros instaliacijos ir energijos vartojimo efektyvumą tik paaiškina, kaip prietaisai naudoja elektros energiją, elektros energijos veikimo principus bei kaip gali būti sutaupoma elektros energija, tačiau ši medžiaga nėra susijusi su UAB „Energita“ parduodamais elektrą taupančiais prietaisais Pioneer SD-001 bei JS 003. Be to, prietaisų gamintojo pateiktoje medžiagoje yra pateikta Jungtinėse Amerikos Valstijose galimai gyvenančių asmenų nuomonė apie minėtus prietaisus bei jų galimybes sutaupyti naudojantis jais. Atkreiptinas dėmesys, jog minėtoje gamintojo medžiagoje iš esmės yra pateikiama tik minėtų asmenų nuomonė, kuri nėra patvirtinta jokiais moksliniais tyrimais. Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkto nuostatomis, pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančiais duomenimis nepripažįstami liudijimai ir rekomendacijos asmenų, kurių kompetencija nėra susijusi su pateikiamos informacijos turiniu. Taigi, ir šiuo atveju asmenų, t.y. prietaisų naudotojų, nuomonė nėra tinkamas įrodymas nagrinėjamoje reklamoje nurodomų teiginių dėl elektros energijos 5-30 proc. sutaupymo, buities prietaisų veikimo efektyvumo padidinimo bei prietaisų eksploatavimo laiko pailginimo teisingumui pagrįsti.

Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad UAB „Energita“ pateikti duomenys nepagrindžia nagrinėjamų reklamos teiginių teisingumo, nes bendrovė remiasi dokumentais, kurie nepatvirtina, kad naudojant energijos taupymo prietaisus galima sutaupyti 5-30 proc. elektros energijos, padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą ir pailginti elektrinių prietaisų eksploatavimo laiką.

Remiantis, Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo praktika, „*vertinant, ar tam tikrais veiksmais buvo pažeistas Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalyje įtvirtintas draudimas naudoti klaidinančią reklamą, būtina nustatyti bent vieną Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje nurodytą kriterijų, apibūdinantį klaidinančią reklamą, ir įvertinti tą kriterijų paprasto reklamos vartotojo požiūriu*.“ (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2005 m. lapkričio 17 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A1 -930/2005). Taigi, nustačius, kad nagrinėjama UAB „Energita“ reklama yra klaidinanti, nes neatitinka Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte įtvirtinto teisingumo kriterijaus, nėra būtina nagrinėti šios reklamos pagal išsamumo ir pateikimo kriterijus, nes tai nekeistų išvadų dėl reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams.

Dėl poveikio vartotojų ekonominiam elgesiui

Vadovaujantis Reklamos įstatymo 2 str. 2 d., ekonominis elgesys – reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, ūkine komercine, finansine ar profesine veikla. Vertinant poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalį Konkurencijos tarybai užtenka nustatyti vartotojų suklaidinimo galimybę. Kaip yra pažymėjęs Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2010 m. spalio 11 d. nutartyje administracinėje byloje *Nr. A858-1235/2010*, *„Konstatuojant, kad reklama yra klaidinanti, nėra būtina įrodyti, kad buvo realiai paveikti vartotojai, nes tokia įrodinėjimo pareiga nepagrįstai apsunkintų Konkurencijos tarybos funkcijų vykdymą, neleistų nustatyti tinkamos pusiausvyros tarp vartotojų ir ūkio subjektų interesų, iškreiptų vartotojų teisių apsaugos sistemos prasmę bei tikslus. Reklamos klaidinantis pobūdis gali būti įrodytas ir tikėtinu poveikiu vartotojams, vertinant jį vidutinio vartotojo atžvilgiu*.“

Atkreiptinas dėmesys, kad nagrinėjama reklama yra specifinė ir reikalaujanti atitinkamų specialių žinių, kad reklamos vartotojas galėtų patikrinti bendrovės skleidžiamą informaciją ar bent ja suabejoti. Vidutiniam vartotojui reklamos teiginiai leidžia susidaryti nuomonę, kad naudojantis minėtais prietaisais vartotojas sutaupys sunaudojamos elektros energijos, todėl sumažės išlaidos, taip pat vartotojas tikisi, kad pailgės elektrinių prietaisų eksploatavimo laikas, kas taip pat vartotojui gali asocijuotis su išlaidų, susijusių su elektrinių prietaisu pirkimu, sumažėjimu ateityje. Taigi, poveikis vartotojų ekonominiam elgesiui galėjo būti.

Apibendrinant tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad UAB „Energita“ nepagrindė nagrinėtos reklamos teisingumo, todėl laikytina, jog bendrovė skleidė neteisingą reklamą, kuri galėjo daryti įtaką reklamos vartotojų elgesiui priimant sprendimus, susijusius su elektrą taupančių prietaisų (*Pioneer SD-001* bei *JS 003*) įsigijimu. Todėl pripažintina, kad nagrinėjama reklama yra klaidinanti Reklamos įstatymo 5 straipsnio prasme.

Dėl UAB „Energita“ taikytinų sankcijų

Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nurodyta, kad reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama. Tyrimo metu surinkta informacija, kurią patvirtino ir pati Bendrovė, rodo, jog UAB „Energita“ iniciatyva ir interesais buvo skelbta nagrinėjama reklama, todėl minėta bendrovė laikytina nagrinėjamos reklamos davėja (bylos 29 l.).

Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalyje yra numatyta, kad reklamos davėjas už klaidinančios reklamos naudojimą atsako tuo atveju, jei jis neįrodo, kad šio įstatymo nuostatos buvo pažeistos ne dėl jo kaltės. Atsižvelgus į tai, kad UAB „Energita“ nepateikė įrodymų, kad Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl bendrovės kaltės, konstatuotina, kad ši bendrovė yra atsakinga už klaidinančių reklaminių teiginių skleidimą.

Vadovaudamasi Reklamos įstatymo 22 straipsnio 1 ir 7 dalių nuostatomis, Konkurencijos taryba už klaidinančios reklamos naudojimą gali skirti baudą, kurios dydis priklauso nuo pažeidimo pobūdžio, pažeidimo trukmės ir masto, atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių, ir skiriamas pagal baudos minimumo ir maksimumo vidurkį.

Vertinant pažeidimo pobūdį, nustatyta, kad reklama yra klaidinanti. Pažeidimo trukmė buvo labai ilga. Tokia išvada darytina atsižvelgus į tai, kad reklama buvo skleidžiama internetiniame puslapyje *www.taupykelektra.lt* nuo 2009 m. gruodžio 10 d. iki 2010 m. liepos 10 d., tai yra 8 mėnesius (bylos 145 l.) Reklama buvo skelbiama ir spaudoje: dienraštyje „Lietuvos rytas“ 2009 m. gruodžio 12 d., 2009 gruodžio 15 d., 2010 m. sausio 23 d., dienraštyje „15 min.“ 2009 m. gruodžio 14 d., 2010 m. vasario 8 d., 2010 m. kovo 15 d., savaitraštyje „Valstiečių laikraštis“ 2010 gruodžio 23 d., 2010 sausio 23 d., 2010 m. kovo 3 d., dienraščio „Verslo žinios“ priede „Mano pinigai“ 2009 m. gruodžio 18 d., savaitraštyje „Obzor“ 2010 m. vasario 11 d., 2010 m. birželio 1 d., dienraštyje

„Lietuvos žinios“ 2010 m. balandžio 13 d., savaitraštyje „TV diena“ 2010 m. vasario 6 d., 2010 m. kovo 6 d., 2010 m. kovo 27 d., 2010 m. gegužės 8 d. bei žurnale „TV Gidas“ 2010 n. birželio 4 d. (bylos 31-39 l.). Atsižvelgiant į šias aplinkybes pripažintina, kad reklamos skleidimo mastas yra didelis.

Tyrimo metu yra nustatyta Reklamos įstatymo 22 straipsnio 10 dalyje numatytų lengvinančių aplinkybių – reklaminės veiklos subjektas, padaręs pažeidimą, savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms, t.y. UAB „Energita“ savo iniciatyva nuo 2010 m. liepos 10 d. nutraukė klaidinančios reklamos, kurioje vartotojas informuojamas, jog su prietaisais *Pioneer SD-001* bei *JS 003* gali sutaupyti 5-30 proc. sunaudojamos elektros energijos, padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą ir pailginti elektrinių prietaisų eksploatavimo laiką, platinimą (bylos 145 l.). Be to, bendrovė viešame bylų nagrinėjimo posėdyje pripažino Reklamos įstatymo pažeidimą. Atsakomybę sunkinančių aplinkybių nenustatyta.

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsniu, 19 straipsnio 2 dalies 1 ir 6 punktais, 22 straipsnio 1, 7, 8 ir 10 dalimis

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Pripažinti UAB „Energita“ skleistą reklamą, kurioje vartotojams buvo nurodoma, jog su elektrą taupančiais prietaisais jie gali sutaupyti 5-30 proc. sunaudojamos elektros energijos, padidinti buities prietaisų veikimo efektyvumą ir pailginti elektrinių prietaisų eksploatavimo laiką, klaidinančia reklama.
2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą skirti UAB „Energita“ 5 000 (penki tūkstančiai) litų baudą.
3. Įpareigoti UAB „Energita“ per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nurodytos baudos sumokėjimo pranešti apie tai Konkurencijos tarybai ir pateikti tai patvirtinančius įrodymus.

Šis nutarimas per 20 dienų nuo jo įteikimo dienos ar rezoliucinės dalies paskelbimo leidinio „Valstybės žinios“ priede „Informaciniai pranešimai“ dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui. Skundo padavimas nesustabdo Konkurencijos tarybos nutarimo vykdymo.

Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 44 straipsniu, paskirta piniginė bauda per tris mėnesius nuo nutarimo gavimo dienos turi būti sumokėta į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą LT24 7300 0101 1239 4300, įmokos kodas 6920.

L. e. pirmininko pareigas Jūratė Šovienė