

**LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA****NUTARIMAS****DĖL AKCIJOS „PIRK IR GAUK KINO BILIETĄ Į FILMĄ „MADAGASKARAS 3“  
REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO  
REIKALAVIMAMS**

2013 m. balandžio 29 d. Nr. 2S-5

Vilnius

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) 2013 m. balandžio 29 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl akcijos „*Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“* reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo (toliau – Reklamos įstatymas) reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(1) Tyrimas dėl akcijos „*Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“* (toliau – Akcija) reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams pradėtas Konkurencijos tarybos 2012 m. spalio 16 d. nutarimu Nr. 1S-141 (I tomas, b. l. 15-16) Konkurencijos tarybos iniciatyva, atkreipus dėmesį į prekybos ir pramogų centro „Ozas“ (toliau – PPC „Ozas“) reklamą, kurioje vartotojams buvo siūloma 2012 m. birželio 8-15 d. pirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt ir gauti bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ dovanų „Multikino“ kino teatre, tačiau galimai jau nuo 2012 m. birželio 10 d. vartotojai nebegalėjo pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu.

(2) Konkurencijos taryba, siekdama įvertinti, ar Akcijos reklamoje naudoti teiginiai nėra klaidinantys, nustatyti reklamos davėją, sklaidos mastą bei kitas tyrimui reikšmingas aplinkybes, susirašinėjo su UAB „Ozantis“, UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“, UAB „Multikino Lietuva“ bei reklamos sklaidos priemonėmis.

*1. Akcijos „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ taisyklės*

(3) Nustatyta, kad pagal Akcijos taisykles, skelbtas interneto tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) (toliau – Taisyklės) (I tomas, b. l. 11), nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 15 d. (imtinai) PPC „Ozas“ turėjo būti vykdoma Akcija „*Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“*“. Akcijos organizatorius – UAB „Ozantis“ (Taisyklių 2 punktas).

(4) Akcijos Taisyklėse numatyta, kad fiziniai asmenys, nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 15 d. (imtinai) PPC „Ozas“ Akcijos dieną nupirkę prekių ar paslaugų už 120 Lt ar didesnę sumą (Taisyklių 5 punktas) galėjo gauti pakvietimą į filmą „Madagaskaras 3“ kino centre „Multikino“<sup>1</sup>. Bilietas galiojo iki 2012 m. liepos 31 d. Taip pat vartotojai buvo informuojami apie ribotą bilietų kiekį (Taisyklių 7 punktas).

(5) Akcijoje galėjo dalyvauti pirkėjai PPC „Ozas“ informacijos centre pateikę tos pačios dienos pirkinio kvitą (kvitus) su 120 Lt arba didesne pirkinio verte. Pirkus už mažiau kaip 120 Lt, tos pačios dienos kvitai buvo sumuojami. Tokiu atveju pirkėjas informacijos centre turėjo pateikti

---

<sup>1</sup> Pagal „Multikino“ kino teatro tinklalapyje [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) skelbtą kainoraštį (I tomas, b. l. 121-122) Akcijos reklamoje siūlytos dovanos – bilieto į filmą „Multikino“ kino teatre – vertė (priklausomai nuo kino teatro, seanso, konkretaus filmo, nuolaidų, kt.) – buvo nuo 10 Lt (senjorams, neįgaliesiems) iki 18 Lt (jei perka suaugęs žmogus savaitgalio dienomis).

kelis tos pačios dienos kvitus, kurių suma sudaro lygiai arba daugiau kaip 120 Lt (Taisyklių 8-9 punktai). Akcijos dalyvis laimėjęmą turėjo atsiimti iš karto, pateikęs organizatoriui pirkimo kvito originalą (Taisyklių 11 punktas). Buvo nurodyta, kad Akcijoje nedalyvauja pirkinii kvitai: a) už tabaką ir alkoholį, išskyrus tuos atvejus, jeigu pirkėjas be minėtų prekių pirko ir kitas, Akcijos Taisykles atitinkančias prekes; b) už dovanų kuponus, loterijos bilietus ir statymus lažybų punktuose; c) visi Akcijoje jau dalyvavę bei PPC „Ozas“ žyma pažymėti kvitai (Taisyklių 13 punktas).

(6) Taisyklėse taip pat buvo nurodyta, kad Akcijos organizatoriai pasilieka teisę keisti Akcijos sąlygas ir įsipareigoja iš anksto apie tai informuoti interneto tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) (Taisyklių 18 punktas).

(7) Pagal Taisykles informacija apie Akciją turėjo būti skelbiama interneto tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) bei teikiama telefonu 8-5-2100150 (Taisyklių 19 punktas).

## 2. Akcijos reklama

(8) Tyrimo metu nustatyta, kad įvairiomis sklaidos priemonėmis nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. liepos 3 d. buvo skleidžiamos toliau nurodytos Akcijos reklamos.

(9) Internete Akcijos reklama buvo skleista:

1) UAB „Ozantis“ administruojamame interneto tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre / Nuo birželio 8 d. / Bilietų kiekis ribotas / Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt)“) reklama skleista nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. (I tomas, b. l. 4, 12, 41). Unikalių vartotojų, apsilankiusių tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) nurodytu laikotarpiu skaičius – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (II tomas, b. l. 83). Šiame tinklalapyje adresu [http://www.ozas.lt/gallery/akcijos/Madagaskaras\\_taisykles.pdf](http://www.ozas.lt/gallery/akcijos/Madagaskaras_taisykles.pdf) taip pat buvo paskelbtos ir Akcijos Taisyklės (I tomas, b. l. 4);

2) UAB „Multikino Lietuva“ administruojamame interneto tinklalapyje [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) buvo skelbiamas tekstas: „Pirk birželio 8-15 d. prekybos ir pramogų centre Ozas už 120 Lt ir gauk bilietą į filmą Madagaskaras 3 dovanų Multikino kino centre. Bilietų kiekis ribotas. Filmo išankstinės premjeros nuo birželio 8 d.“, taip pat pateiktas filmo „Madagaskaras 3“ aprašymas bei filmo anonsas (I tomas, b. l. 70, 84). Ši Akcijos reklama skleista nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 15 d. (I tomas, b. l. 70), unikalių vartotojų skaičius šios Akcijos reklamos skleidimo metu – 11 751 (I tomas, b. l. 82-83);

3) interneto tinklalapyje [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt) buvo rodomas videoklipas, kuriame buvo rodomas filmo „Madagaskaras 3“ anonsas, o garso įrašė teigiama: „Pirk „Oze“ birželio 8-15 dienomis už 120 litų ir gauk bilietą dovanų į lietuviškai dubliuotą kiną „Madagaskaras 3“ Multikino kino teatre. Bilietų kiekis ribotas. Daugiau informacijos [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) ir [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) <...>“, taip pat pateiktas tekstas: „Madagaskaras 3 / Dubliuota lietuviškai / Ozas „Prekybos ir pramogų centras“ / 8-15 d. / už 120 Lt / Madagaskaras 3 / Dubliuota lietuviškai“ (I tomas, b. l. 40, 60-61). Vartotojai, paspaudę šio reklaminio videoklipo skydelį, automatiškai buvo nukreipiami į interneto tinklalapį adresu <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d><sup>2</sup> (I tomas, b. l. 60). Ši reklama buvo skleista nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. liepos 3 d.;

4) reklaminiais skydeliais mobiliesiems telefonams skirtuose interneto tinklalapiuose ([m.15min.lt](http://m.15min.lt); [m.alfa.lt](http://m.alfa.lt); [m.balsas.lt](http://m.balsas.lt); [m.basketnews.lt](http://m.basketnews.lt); [m.diena.lt](http://m.diena.lt); [m.ekonomika.lt](http://m.ekonomika.lt); [m.f-1.lt](http://m.f-1.lt); [m.iq.lt](http://m.iq.lt); [m.krepsinis.net](http://m.krepsinis.net); [m.lrytas.lt](http://m.lrytas.lt); [m.vz.lt](http://m.vz.lt)). Reklaminis skydelis buvo sudarytas iš dviejų dalių. Pirmąją reklaminio skydelio dalį sudarė 320x108 maketas, matomas atvertus interneto tinklalapį (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „Lietuviškai įgarsino Karina Krisko, Giedrius Savickas, Marius Jampolskis, Vytautas Rumšas jaunesnysis, Rimantė Valiukaitė ir kiti“), kuri

<sup>2</sup> Pastebėtina, jog tyrimo metu kai kuriuose atsakymuose buvo nurodoma [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt), o kai kuriuose <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d>, tačiau laikytina, kad tai tas pats UAB „Multikino Lietuva“ administruojamas interneto tinklalapis [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt).

paspaudus, atsidarydavo antrasis reklamos skydelis, kurį sudarė 320x480 maketas (vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „<...> Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre / Nuo birželio 8 d. / Bilietų kiekis ribotas / Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)“) (I tomas, b. l. 55-66). Unikalių vartotojų pamačiusių pirmąją reklamos skydelio dalį reklamos skleidimo metu buvo 41 184, o unikalų vartotojų pamačiusių antrąją reklamos skydelio dalį buvo 743 (I tomas, b. l. 66). Antrojo skydelio paspaudimo nuoroda nukreipdavo į PPC „Ozas“ tinklalapį adresu <http://m.ozas.lt/renginys?id=4541><sup>3</sup>. Reklama skleista nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. (I tomas, b. l. 12, 66);

5) reklaminius skydeliais interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) su aktyvia nuoroda į tinklalapį <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> (I tomas, b. l. 50), kurie buvo dviejų tipų. Pirmas reklaminis skydelis – dinaminis skydelis, kurį sudarė 4 besikeičiantys vaizdai su filmo „Madagaskaras 3“ veikėjais, formatas – 1000x200, nurodytas tekstas: „Jie turi vienintelę viltį grįžti namo“ / „Madagaskaras 3 ir 3D“ / „Nuo birželio 8 d. ir Multikino“ / „Pirk PPC „Ozas“ už 120 Lt ir gauk bilietą dovanų!“ (I tomas, b. l. 52, 54). Antro reklaminių skydelio formatas „vartai“, vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „Madagaskaras 3 ir 3D/Pirk PPC „Ozas“ už 120 Lt ir gauk bilietą dovanų!//Nuo birželio 8 d. ir Multikino kinoteatre“ (I tomas, b. l. 53, 55); viso unikalų parodymų – 423 218 (I tomas, b. l. 50). Ši reklama skleista nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 17 d. Tačiau, nuo 2012 m. birželio 16 d. papildoma informacija apie vykdytą Akciją (Akcijos pabaigos datą, sąlygą dėl riboto bilietų kiekio), aktyvavus reklamoje esančią nuorodą į <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d>., nebuvo nurodoma.

(10) Spauldoje Akcijos reklama buvo skleista:

1) savitiraštyje „Laisvalaikis“ (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „<...> Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre / Nuo birželio 8 d. / Bilietų kiekis ribotas / Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)“). Reklama skleista nuo 2012 d. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 14 d., tiražas: 20 000 (I tomas, b. l. 88-95);

2) savitiraštyje „Ekspress Nedelia“ (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, reklamos tekstas rusų kalba: „<...> Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre / Nuo birželio 8 d. / Bilietų kiekis ribotas / Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)“), reklama skleista nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 15 d., tiražas: 68 000 (I tomas, b. l. 39, 85).

(11) Akcijos reklama taip pat buvo skleista reklaminiuose stenduose prie PPC „Ozas“ parduotuvių kasų (A4 formatas, 100 vnt.) (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „<...>Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre / Nuo birželio 8 d. / Bilietų kiekis ribotas / Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)“). Šiuose stenduose reklama skleista nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. (I tomas, b. l. 104, 111, 113).

### 3. Akcijos reklamos organizavimas

(12) Tyrimo metu iš UAB „Ozantis“, atstovaujama UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“<sup>4</sup>, pateiktų paaiškinimų (I tomas, b. l. 3-4, 23-24) nustatyta, kad PPC „Ozas“ pastato savininkas yra UAB „Ozantis“, kurio veikla yra nekilnojamojo turto projektų vystymas (I tomas, b. l. 63). UAB „Ozantis“, atstovaujama UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“, nuomoja PPC

<sup>3</sup> Pastebėtina, jog tyrimo metu kai kuriuose atsakymuose buvo nurodoma [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt), o kai kuriuose <http://m.ozas.lt/renginys?id=4541>, tačiau laikytina, kad tai tas pats interneto tinklalapis [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt).

<sup>4</sup> UAB „Ozantis“ įgaliojo „UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ valdyti PPC „Ozas“, taip pat teikti informaciją, susijusią su PPC „Ozas“ veikla (įgaliojimai I tomas, b. l. 11-16), atsižvelgiant į tai toliau Nutarime, tuo atveju, kai nurodoma UAB „Ozantis“, atstovaujama UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“, arba UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“, kai ji veikė UAB „Ozantis“ vardu, nurodomas UAB „Ozantis“.

„Ozas“ prekybos plotus komercinę-prekybinę veiklą vykdančiams subjektams (nuomininkams), o prekybos centro administravimo/valdymo bei su tuo susijusių funkcijų (įskaitant ir reklaminių akcijų/projektų organizavimą) vykdymą yra pavedusi PPC „Ozas“ valdytojui UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“.

(13) PPC „Ozas“ valdytojas UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ sudarytos valdymo paslaugų teikimo sutarties (toliau – Valdymo sutartis) pagrindu bei PPC „Ozas“ pastato savininko UAB „Ozantis“ pavedimu bei jo vardu, vykdo prekybos centro valdymo bei administravimo paslaugas, organizuoja reklamines akcijas/projektus.

(14) Tyrimo metu pagal Valdymo sutarties, sudarytos UAB „Ozantis“ su UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“, nuostatas nustatyta, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(15) PPC „Ozas“ prekybos plotų nuomininkai vykdo prekybos centre reklaminėse akcijose/projektuose reklamuojamą komercinę-prekybinę veiklą. PPC „Ozas“ reklaminės akcijos/projektai yra vykdomi prekybos centro savininko UAB „Ozantis“ ir prekybos plotų nuomininkų sudarytų nuomos sutarčių pagrindu.

(16) Tyrimo metu pagal PPC „Ozas“ komercinių patalpų nuomos standartinės sutarties (toliau – Nuomos sutartis) (I tomas, b. l. 32-33; II tomas, b. l. 29-75) nuostatas, nustatyta, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(17) Tyrimo metu pagal nuomos sutarties, sudarytos tarp UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“, kuri yra „Multikino“ kino teatro valdytoja<sup>5</sup> (II tomas, b. l. 76-81; III tomas b. l. 4) nuostatas nustatyta, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(18) UAB „Ozantis“ teigimu, vykdomų akcijų (taip pat ir Akcijos „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“) specifika lemia, jog PPC „Ozas“ vykdomas akcijas inicijuoja, jų vykdymu yra suinteresuoti ir naudą iš vykdomos reklaminės akcijos gauna šie subjektai: PPC „Ozas“ pastato savininkas UAB „Ozantis“, PPC „Ozas“ valdytojas UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ bei PPC „Ozas“ prekybos plotų nuomininkai.

(19) UAB „Multikino Lietuva“ dėl Akcijos „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ nurodė, kad reklamos naudos gavėjai yra PPC „Ozas“ ir visi PPC „Ozas“ nuomininkai, dirbantys šiame prekybos centre, kadangi skleista reklama vartotojas buvo skatinamas pirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt. UAB „Multikino Lietuva“ teigimu, Akcijos reklama nedarė įtakos UAB „Multikino Lietuva“ komercinei veiklai, nes visi Akcijos bilietai-kvietimai jau buvo parduoti UAB „Ozantis“ dar iki Akcijos pradžios ir todėl vartotojų elgesys, kurį skatino reklama, neturėjo įtakos UAB „Multikino Lietuva“ veiklai ir daugiau nedidino kino teatro pajamų (I tomas, b. l. 127-128).

(20) UAB „Multikino Lietuva“ pažymėjo, kad šioje konkrečioje Akcijoje bendrovė buvo reklamos tarpininkas, nes Reklamos gaminimui ir užsakymui tarpininkavo pagal nuomos su UAB „Ozantis“ sutartį, kuri įpareigojo UAB „Multikino Lietuva“ didinti prekybos centro patrauklumą. Todėl bendrovės teigimu, Akcijos reklamos tikslas buvo didinti PPC „Ozas“ patrauklumą, skatinant vartotoją pirkti PPC „Ozas“ parduotuvėse ir už tai gauti PPC „Ozas“ dovanų – bilietą į kino filmą „Madagaskaras 3“. UAB „Multikino Lietuva“ taip pat nurodė, kad reklamos tarpininkavimą vykdė ir dėl to, kad PPC „Ozas“ sutiko apmokėti visą reklamą, kurioje, be Akcijos reklamos teksto, būtų ir „Multikino“ kino teatro logotipas bei filmo „Madagaskaras 3“ fonas, kas skatintų bendrą kino teatro ir filmo prekės ženklų žinomumą (I tomas, b. l. 128).

(21) Kaip nustatyta tyrimo metu iš Akcijos Taisyklių, Akcijos „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ organizatorius – UAB „Ozantis“ (Nutarimo 3 pastraipa).

(22) Nustatyta, kad UAB „Ozantis“ žodžiu susitarė su UAB „Multikino Lietuva“, jog ši užtikrins UAB „Ozantis“ [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų į kino filmą „Madagaskaras 3“ pardavimą, parengs vykdytos Akcijos reklaminę medžiagą, suderins ją su UAB „Ozantis“, užtikrins reklaminės medžiagos sklaidą, o reklaminės medžiagos parengimo, spausdinimo ir sklaidos kaštus apmokės UAB „Ozantis“ pagal nuomos sutarties, sudarytos su UAB „Multikino Lietuva“ nuostatas (I tomas, b. l. 70).

---

<sup>5</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(23) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „Ozantis“ iš UAB „Multikino Lietuva“ Akcijos pradžioje įsigijo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų<sup>6</sup>, o Akcijos eigoje buvo įsigyti papildomi [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų. Iš viso Akcijai panaudoti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietai (I tomas, b. l. 27-28). Bilietų į filmą „Madagaskaras 3“, skirtų Akcijai, sąskaitas faktūras apmokėjo UAB „Ozantis“ (I tomas, b. l. 9-10).

(24) Iš UAB „Multikino Lietuva“ paaiškinimų nustatyta, kad bendrovė parengė Akcijos reklaminės medžiagos vaizdą (su filmo „Madagaskaras 3“ vaizdais), o Akcijos reklamos tekstą sukūrė (vėliau patikslino) UAB „Ozantis“, kuri taip pat patvirtino visą galutinį reklamos paketą (I tomas, b. l. 70). [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(25) UAB „Multikino Lietuva“ [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(26) Dėl Akcijos reklamos skelbimo interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) su UAB „15 min“ bendravo UAB „Multikino Lietuva“ (I tomas, b. l. 133), tačiau UAB „Ozantis“ žinojo, kad Akcijos reklamos sklaidos trukmė [www.15min.lt](http://www.15min.lt) (iki 2012 m. birželio 17 d.) galėjo viršyti Akcijos vykdymo laikotarpį (iki 2012 m. birželio 15 d.) (I tomas, b. l. 36). UAB „Ozantis“ pažymėjo, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Nurodė, kad negali nurodyti priežasčių, kodėl faktinis Akcijos reklamos sklaidos laikas žinių portale [www.15min.lt](http://www.15min.lt) galimai buvo ilgesnis nei planuotas Akcijos laikotarpis (I tomas, b. l. 139-140).

(27) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „Multikino Lietuva“ iš anksto, t. y. 2012 m. gegužės 24 d., siekdama gauti norimą reklamos plotą, užsakė Akcijos reklamą (formatą, jų dienos parodymų skaičių ir savaitės parodymų skaičių) interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt). Pagal parodymų skaičių ir turimas lėšas reklamos skelbėjas, UAB „15 min“, išdėliojo skydelių skelbimą laike. Vėliau reklamos tekstą ir Akcijos vykdymo laiką patvirtino UAB „Ozantis“. UAB „15 min“ sąskaitas už reklamos skelbimą tiesiogiai apmokėjo UAB „Ozantis“ (I tomas, b. l. 132).

(28) Tyrimo metu nenustatyta, kad kiti PPC „Ozas“ nuomininkai būtų dalyvavę organizuojant Akciją.

#### 4. Akcijos eiga

(29) Nors pagal Akcijos reklamą ir Taisyklės Akcija turėjo trukti iki 2012 m. birželio 15 d., 2012 m. birželio 8 d. pradėta vykdyti reklaminė Akcija „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3““ truko tik iki 2012 m. birželio 10 d., kai buvo išdalinti visi UAB „Ozantis“ iš UAB „Multikino Lietuva“ šiai Akcijai įsigyti bilietai – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] vienetų (2012 m. birželio 8-9 d. išdalinti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietai, 2012 m. birželio 9-10 d. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų) (II tomas, b. l. 97, IV tomas, b. l. 1-16).

(30) Nustatyta, kad 2012 m. birželio 11 d. PPC „Ozas“ buvo surinkti reklaminiai stendai su Akcijos reklama (I tomas, b. l. 104), bei tą pačią dieną tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) buvo patalpinta informacija apie Akcijos pabaigą, nurodant tekstą: „Visi bilietai į filmą „Madagaskaras 3“ jau išdalinti! Dėkojame visiems taip aktyviai dalyvavusiems“ (I tomas, b. l. 5, 12).

(31) Kaip nustatyta tyrimo metu, Akcijos reklama interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt), su aktyvia nuoroda į interneto tinklalapį <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> buvo skleidžiama 2012 m. birželio 16 d. ir 17 d., t. y. pasibaigus Akcijos galiojimo laikotarpiui. Tyrimo metu iš UAB „Multikino Lietuva“ paaiškinimų nustatyta, kad interneto tinklalapyje <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> informacija apie Akciją buvo skleidžiama iki 2012 m. birželio 15 d. Minėtame tinklalapyje, be informacijos nurodytos [www.15min.lt](http://www.15min.lt), papildomai nurodyta Akcijos galiojimo pabaigos data (2012 m. birželio 15 d.), taip pat sąlyga dėl riboto bilietų kiekio. Atitinkamai, [www.15min.lt](http://www.15min.lt), papildomą informaciją apie vykdytą Akciją, aktyvavus <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> buvo galima sužinoti tik iki 2012 m. birželio 15 d., tuo tarpu minėta informacija nuo 2012 m. birželio 16 d. interneto tinklalapyje <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> nebuvo nurodoma (I tomas, b. l. 53, 55).

<sup>6</sup> Iš viso įsigyta [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų, iš kurių [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo skirti ne Akcijai, o verslo partneriams (II tomas, b. l. 97).

(32) Nustatyta, kad Akcijos reklama interneto portale [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt) su aktyvia nuoroda į <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> taip pat buvo skleidžiama ir pasibaigus Akcijos galiojimo laikotarpiui, t.y. po 2012 m. birželio 15 d., tačiau [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt) priešingai nei [www.15min.lt](http://www.15min.lt), buvo nurodomas Akcijos galiojimo laikotarpis bei sąlyga dėl riboto bilietų kiekio, kurią vartotojai galėjo matyti visą reklamos skleidimo laikotarpį, t.y. iki 2012 m. liepos 3 d. (I tomas, b. l. 60).

(33) Tyrimo metu, UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ siekdamos paaiškinti susiklosčiusią situaciją dėl bilietų trūkumo dar neįpusėjęs Akcijai, pateikė su Akcijos organizavimu ir eiga susijusią informaciją.

(34) Iš UAB „Ozantis“ paaiškinimų nustatyta, kad Akcijai skirtų kino bilietų kiekis nustatytas, atsižvelgus į turimą patirtį, vykdant marketingo projektus, anksčiau PPC „Ozas“ vykdytų akcijų eigą ir rezultatus. Akcijos, kurios metu PPC „Ozas“ už 120 Lt apsipirkusiems lankytojams buvo dovanojami bilietai į animacinį kino filmą „*Artūro Kalėdos*“, laikotarpiu [KOMERCINĖ PASLAPTIS] akcijai skirtų bilietų buvo išdalinti per 14 dienų (7 b. l. II tomas); akcijai, kurios metu PPC „Ozas“ už 250 Lt apsipirkusiems lankytojams buvo dovanojami bilietai į animacinį kino filmą „*Piratai! Nevykėlių kompanija*“, skirti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų buvo išdalinti per 10 dienų (II tomas, b. l. 7). UAB „Ozantis“ paaiškino, kad taip pat buvo įvertinta bei atsižvelgta į PPC „Ozas“ Akcijos „*Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3*“ vykdymo mėnesį vidutiniškai apsilankančių lankytojų srautą, lankytojų amžių, tikslinę auditoriją, kuri galėjo būti suinteresuota vykdyta Akcija, kitą su Akcija bei susidomėjimu ja susijusią informaciją (I tomas, b. l. 26). UAB „Ozantis“ papildomai nurodė, kad vykdant tam tikrą akciją, be kita ko, yra atsižvelgiama į konkretų metų laiką, PPC „Ozas“ vykdomas akcijas (pvz., nuolaidas, išpardavimus), žaidimus, koncertus, turinčius įtakos PPC „Ozas“ apsilankančių asmenų skaičiui, įsigyjamų prekių ir/ar paslaugų kiekiui. UAB „Ozantis“ teigimu, buvo atsižvelgta ir į UAB „Multikino Lietuva“ turimą patirtį ir žinias – kino teatre „Multikino“ atskirais laikotarpiais apsilankančių asmenų skaičių, daugiausia lankytojų pritraukiantį kino seansų laiką, tikslines kino teatro „Multikino“ lankytojų grupes. UAB „Ozantis“ pažymėjo, jog išskirtinių aplinkybių ar veiksnių, galinčių lemti kur kas didesnę vartotojų susidomėjimą vykdoma Akcija, lyginant su ankstesnėmis analogiškoms PPC „Ozas“ vykdytomis akcijomis (pvz., „*Artūro Kalėdos*“ ar „*Piratai! Nevykėlių kompanija*“) nebuvo nustatyta (I tomas, b. l. 101-103).

(35) UAB „Ozantis“ paaiškino, jog, atsižvelgus į aukščiau nurodytas aplinkybes, buvo užsakyti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietai į filmą „*Madagaskaras 3*“ bei numatyta, jog tuo atveju, jei susidomėjimas Akcija bus didesnis bei nurodytas kiekis nebus pakankamas, Akcijoje bus panaudoti papildomai užsakyti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų. UAB „Ozantis“ teigimu, buvo tikimasi, jog bendras [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Akcijai skirtų kino bilietų kiekis bus pakankamas ir PPC „Ozas“ lankytojų lūkesčiai bus patenkinti (I tomas, b. l. 27-28). Tuo tarpu, bendrovės teigimu, objektyviai nebuvo galima numatyti išaugusio, anksčiau PPC „Ozas“ vykusių akcijų rezultatų neatitinkančio PPC „Ozas“ lankytojų susidomėjimo vykdyta Akcija bei aplinkybės, jog numatytas bei užsakytas kino bilietų skaičius, net ir įskaitant numatytą papildomą kino bilietų kiekį, nebus pakankamas (I tomas, b. l. 28).

(36) Siekiant informuoti vartotojus apie vykdytą Akciją bei jos eigą, Akcijos internetinėse reklamose buvo padarytos aktyvios nuorodos į PPC „Ozas“ tinklalapyje ([www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)) arba kino teatro „Multikino“ tinklalapyje ([www.multikino.lt](http://www.multikino.lt)) patalpintą Akcijos skiltį. Kitose reklamos sklaidos priemonėse (spaudoje, reklaminiuose stenduose) taip pat buvo nurodoma, kad daugiau informacijos apie vykdomą Akciją suinteresuoti asmenys gali gauti apsilankę minėtuose interneto tinklalapiuose (I tomas, b. l. 27). UAB „Ozantis“ teigimu, visoje Akcijos reklaminėje medžiagoje (tiek reklaminiuose maketuose, tiek video medžiagoje), taip pat viešai PPC „Ozas“ interneto tinklalapyje (adresu [http://www.ozas.lt/gallery/akcijos/MADAGASKARAS\\_taisykles.pdf](http://www.ozas.lt/gallery/akcijos/MADAGASKARAS_taisykles.pdf)) paskelbtose Akcijos Taisyklėse buvo nurodyta Akcijos sąlyga: „*Bilietų kiekis ribotas*“ (I tomas, b. l. 4, 26-27).

(37) UAB „Ozantis“ teigimu, vadovaujantis viešai paskelbtų Akcijos Taisyklių nuostatomis dėl Akcijos sąlygų keitimo (Taisyklių 18 punktas), dėl informavimo apie pasikeitusias Akcijos sąlygas (Taisyklių 19-20 punktai), bei atsižvelgus į tai, jog reklaminėje medžiagoje buvo nurodyta bei pranešta, jog detalesnė informacija apie Akciją teikiama tinklalapiuose *www.ozas.lt* ir *www.multikino.lt*, o pasibaigus Akcijai skirtiems bilietams, šiuose tinklalapiuose nedelsiant, t. y. 2012 m. birželio 11 d., buvo patalpinta informacija apie Akcijos pabaigą, suinteresuoti asmenys buvo informuoti, kad Akcijai skirti bilietai jau išdalinti (I tomas, b. l. 27). Apie Akcijai skirtų bilietų pasibaigimą ir Akcijos pabaigą suinteresuoti asmenys taip pat buvo informuojami jiems tiesiogiai susisiekus Akcijos Taisyklėse nurodytu telefonu bei PPC „Ozas“ skyriuose (I tomas, b. l. 27).

(38) UAB „Ozantis“ paaiškino, kad didesnis bilietų kiekis nebuvo užsakytas ir nesiimta kitų papildomų priemonių vartotojų lūkesčiams patenkinti dėl riboto reklamos biudžeto. Nurodė, jog siekiant užtikrinti, kad Akcijai skirtas biudžetas padengtų visas galimas Akcijos organizavimo išlaidas, visų Akcijos dalyvių interesai būtų patenkinti bei išvengti galimos rizikos, papildomai buvo numatytas Akcijos biudžeto rezervas. Akcijos vykdymo metu paaiškėjus, jog Akcijai skirtas biudžetas nėra pakankamas, buvo priimtas sprendimas panaudoti numatytą rezervą ir papildomai įsigyti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų į filmą „Madagaskaras 3“. Panaudojus tiek Akcijai skirtą biudžetą, tiek numatytą rezervą, bei, nesant papildomų lėšų ar kitų Akcijos finansavimo šaltinių, buvo priimtas sprendimas imtis kitų priemonių, t. y. nedelsiant informuoti suinteresuotus asmenis apie Akcijai skirtų kino bilietų pasibaigimą bei Akcijos pabaigą (I tomas, b. l. 103).

(39) UAB „Ozantis“ nuomone, tai, jog suinteresuoti asmenys buvo informuoti bei įspėti reklaminėje medžiagoje nurodant, jog Akcijai skirtų bilietų kiekis yra ribotas, ir tai, jog asmenims nedelsiant tinklalapyje buvo pranešta apie pasibaigusį kino bilietų kiekį bei Akcijos pabaigą, rodo jog Akcijos organizatoriai elgėsi pakankamai atidžiai bei rūpestingai, kiek pagrįstai, vadovaujantis protingumo kriterijumi, galima reikalauti, o vykdyta Akcija bei jos reklama vartotojų neklaidino (I tomas, b. l. 103).

(40) UAB „Multikino Lietuva“ paaiškino, jog, atsižvelgiant į tai, kad reklamos tekstą sukūrė UAB „Ozantis“, UAB „Multikino Lietuva“ negalėjo patikrinti reklamos teksto teisingumo bei negalėjo įvertinti, kiek vartotojų perka PPC „Ozas“ už 120 Lt ir kiek bilietų prireiks Akcijai, kadangi tai UAB „Ozantis“ konfidenciali informacija (I tomas, b. l. 129). Atsižvelgiant į tai, kadskleista reklama buvo apmokėta UAB „Ozantis“, UAB „Multikino Lietuva“ negalėjo reklamos atšaukti, nutraukti ar susigrąžinti už reklamą sumokėtus pinigus (I tomas, b. l. 128).

(41) Dėl Akcijos eigos UAB „Multikino Lietuva“ tyrimo metu paaiškino, kad nebuvo informuota apie tai, kad Akcijos bilietų kiekis buvo išdalintas anksčiau nei reklamoje nurodytas Akcijos galiojimo laikotarpis, todėl reklamos turinys tinklalapyje *www.multikino.lt* nesikeitė visą planuotą Akcijos laikotarpį (I tomas, b. l. 71).

(42) UAB „Multikino Lietuva“ teigimu, bendrovė užtikrino, kad kino filmas „Madagaskaras 3“ bus rodomas „Multikino“ kino teatre nuo 2012 m. birželio 8 d. ir visi vartotojai, pateikę kvietimus į filmą, bus įleisti į kino salę nemokamai. Jokių nesklandumų dėl perpildytų kino salių ar neįleidimo į filmą nebuvo. UAB „Multikino Lietuva“ nurodė, kad Akcijos metu ir po jos UAB „Multikino Lietuva“ užtikrino tinkamą vartotojų aptarnavimą pagal reklamoje pateiktą informaciją (I tomas, b. l. 129).

##### 5. Tyrimo išvados ir UAB „Ozantis“ bei UAB „Multikino Lietuva“ pateikti paaiškinimai

(43) Tyrimas dėl Akcijos „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams buvo baigtas ir tyrimo metu nustatytos aplinkybės bei jų pagrindu padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos skyriaus 2013 m. kovo 15 d. pranešime apie atliktą tyrimą Nr. 5S-6 (toliau – Pranešimas) (I tomas, b. l. 159-185).

(44) Iš pateiktų UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ paaiškinimų bei surinktų tyrimo metu įrodymų, nustatyta, kad Akcijos „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“

reklama skleista UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ iniciatyva ir interesais, todėl šios bendrovės pripažintos Akcijos reklamos davėjomis.

(45) Tyrimo metu padaryta išvada, kad, atsižvelgus į aplinkybę, jog Akcijos „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ laikotarpiu bilietų į filmą „Madagaskaras 3“ jau nebuvo galima įsigyti dar neįpusėjus Akcijai, t. y. nuo 2012 m. birželio 10 d., nors reklamoje buvo nurodyta Akcijos trukmė iki 2012 m. birželio 15 d., reklama, kurioje buvo siūloma 2012 m. birželio 8-15 d. pirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt ir gauti bilietą dovanų į filmą „Madagaskaras 3“ kino teatre „Multikino“, skleista laikotarpiu nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 15 d. interneto tinklalapiuose [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt), [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt); [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt), [www.15min.lt](http://www.15min.lt), taip pat mobiliesiems telefonams skirtuose tinklalapiuose, spaudoje (savaitraštyje „Laisvalaikis“ ir savaitraštyje „Ekspres Nedėlia“) bei reklaminiuose stenduose PPC „Ozas“ parodotuvėse, buvo klaidinanti. Atsižvelgus į aplinkybes, kad už sprendimus, susijusius su bilietų kiekiu nustatymu, taip pats sprendimus reaguojant į Akcijos eigą, kai bilietai buvo išdalinti anksčiau nei įpusėjo Akcijos laikotarpis, buvo atsakinga UAB „Ozantis“, Pranešime buvo padaryta išvada, kad minėta reklama gali pažeisti Reklamos įstatyme nustatytus reikalavimus ne dėl UAB „Multikino Lietuva“, o dėl UAB „Ozantis“ kaltės.

(46) Atsižvelgus į aplinkybę, kad [www.15min.lt](http://www.15min.lt) reklama, kurioje buvo siūloma nuo 2012 m. birželio 8 d. (Akcijos pradžios datos) pirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt ir gauti bilietą dovanų į filmą „Madagaskaras 3“ „Multikino“ kino teatre, skleista ir 2012 m. birželio 16, 17 d., kai oficialus Akcijos galiojimo laikotarpis (iki 2012 m. birželio 15 d.) jau buvo pasibaigęs, o bilietų gauti dovanų nebuvo galima jau nuo 2012 m. birželio 10 d., Pranešime buvo padaryta išvada, kad ši 2012 m. birželio 16 d. ir 17 d. skleista reklama buvo klaidinanti reklama, kuri galėjo suklaidinti vartotojus bei paskatinti juos vykti 2012 m. birželio 16 d. ir 17 d. ar vėliau į PPC „Ozas“ tikintis, jog įvykius reklamoje nurodytą sąlygą (perkant už 120 Lt), jie galės gauti dovanų bilietą į filmą „Madagaskaras 3“. Tyrimo metu, atsižvelgus į aplinkybes, kad abu reklamos davėjai žinojo apie Akcijos reklamos sklaidą, galimai viršijančią Akcijos vykdymo laikotarpį, nebuvo pagrindo daryti išvados, jog Reklamos įstatymas pažeistas ne dėl UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ kaltės.

(47) Tyrimo metu padaryta išvada, kad nėra pagrindo įtarti, jog Akcijos reklama, skleista [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt) nuo 2012 m. birželio 16 d. (iki 2012 m. liepos 3 d.) turėjo klaidinančios reklamos požymių, nepaisant to, jog Akcija turėjo vykti iki 2012 m. birželio 15 d., o Akcijos metu dalinti bilietai į filmą „Madagaskaras 3“ baigėsi dar 2012 m. birželio 10 d. Tyrimo metu nustatyta, jog minėtame interneto tinklalapyje buvo nurodyta, jog Akcija vyksta iki 2012 m. birželio 15 d., todėl vidutinis vartotojas išgirdęs skleistą reklamą po minėtos datos, nesitikėtų, kad dar gali dalyvauti Akcijoje ir gauti dovanų bilietą į filmą „Madagaskaras 3“.

(48) Su tyrimo išvadomis UAB „Ozantis“ bei UAB „Multikino Lietuva“ buvo supažindintos joms išsiuntus Pranešimą (I tomas, b. l. 186-187; VI tomas, b. l. 1-2), taip pat joms buvo sudaryta galimybė susipažinti su tyrimo medžiaga bei raštu pateikti savo paaiškinimus dėl tyrimo išvadų.

(49) UAB „Ozantis“ pateiktuose rašytiniuose paaiškinimuose (I tomas, b. l. 189-197) nurodė, kad nesutinka su tyrimo metu padarytomis išvadomis. Dėl reklamos, skleistos iki 2012 m. birželio 15 d. atitikimo Reklamos įstatymo reikalavimams nurodė, kad vidutinis vartotojas buvo informuojamas apie ribotą bilietų kiekį, todėl suprato, jog susidomėjimas vykdoma Akcija gali būti didesnis nei pagrįstai tikėtasi bei, jog bet kuriuo Akcijos vykdymo metu (tiek Akcijos pradžioje, tiek pabaigoje) Akcijos bilietai gali būti pasibaigę. Be to, vidutinis vartotojas, siekdamas dalyvauti Akcijoje bei gauti dovanų kino bilietą, galėjo bei turėjo Akcijos Taisyklėse nustatytais būdais – apsilankęs internetiniame tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) (kuriame 2012 m. birželio 11 d. buvo atnaujinta informacija bei suinteresuoti asmenys informuoti apie pasibaigusį bilietų kiekį), arba susisiekęs Akcijos Taisyklėse nurodytu telefonu, pasitikslinti, ar Akcijos bilietai nėra pasibaigę.

(50) Taip pat UAB „Ozantis“ nurodė, jog vartotojams yra gerai žinoma praktika, kuomet nurodoma bei šie asmenys įspėjami, jog akcijos prizų/dovanų kiekis ribotas, taigi vartotojas suvokia aplinkybę, jog bet kuriuo akcijos vykdymo metu, bilietai gali būti pasibaigę bei tokia akcijos



reklama neklaidina vartotojo. Tuo atveju, kai reklamos davėjas pagrįstai bei sąžiningai apskaičiuoja ir nustato akcijai reikalingų prizų ar dovanų kiekį bei iš karto įspėja ir informuoja vartotojus apie bilietų pasibaigimo riziką, reklamos davėjas negali būti pripažintas atsakingu už akcijos prizų ar dovanų nepakankamumą, o tokia reklama, pasibaigus akcijos prizams ar dovanoms negali būti laikoma klaidinančia.

(51) UAB „Ozantis“ pažymėjo, kad bendrovė kaip [KOMERCINĖ PASLAPTIS] priėmė sprendimą panaudoti numatytą biudžeto rezervo dalį bei įsigyti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kino bilietų papildomai, taip pat ėmėsi veiksmų vartotojams informuoti: 2012 m. birželio 11 d. UAB „Ozantis“ patalpino/atnaujino informaciją [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt), kad visi Akcijai skirti kino bilietai jau išdalinti. Taip pat nurodė, kad PPC „Ozas“ darbuotojai 2012 m. birželio 11 d. surinko prie PPC „Ozas“ parduotuvių kasų išdėstytus Akcijos reklaminius plakatus bei betarpiškai informavo besikreipiančius asmenis apie Akcijai skirtų kino bilietų pasibaigimą, o UAB „Ozantis“ informavo UAB „Multikino Lietuva“, jog Akcijai skirti kino bilietai jau išdalinti ir dėl to Akcija stabdoma bei pasiūlė tekstą, kaip šią informaciją patalpinti interneto tinklalapyje [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt). Taigi, UAB „Ozantis“ nuomone, bendrovė ėmėsi visų nuo UAB „Ozantis“ priklausančių bei objektyviai įmanomų veiksmų, siekiant informuoti suinteresuotus asmenis apie Akcijos pabaigą bei Akcijai skirtų bilietų pasibaigimą, išvengti bet kokio galimo vartotojų klaidinimo ar jų teisėtų interesų netenkinimo.

(52) UAB „Ozantis“ paaiškino, kad UAB „Multikino Lietuva“ inicijavo, pasiūlė bei organizavo Akcijos reklamą bei taip pat gavo iš jos ir tiesioginę finansinę naudą. UAB „Ozantis“ nuomone, UAB „Multikino Lietuva“ interesai ir iniciatyva lėmė, jog UAB „Ozantis“ Akcijoje „Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ atliko teisiškai bei faktiškai nereikšmingus veiksmus, t. y. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Dėl šių priežasčių, UAB „Ozantis“ nuomone, ji nelaikytina reklamos davėju Reklamos įstatymo prasme, o net ir ją pripažinus reklamos davėja, bendrovės funkcijos tiriamos Akcijos reklamos kontekste laikytinos mažareikšmėmis, neturinčiomis tiesioginio ryšio su galimu vartotojų klaidinimu ar ekonominio jų elgesio paveikimu.

(53) Dėl Akcijos reklamos, skleistos nuo 2012 m. birželio 16 d. interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) UAB „Ozantis“ nurodė, jog nėra atsakinga už minėtos reklamos skleidimą, nes vidutinis vartotojas suvokia, jog dalyvaudamas bet kokioje akcijoje turi vadovautis akcijos taisyklėmis bei laikytis taisyklėse nustatytos tvarkos. Tuo tarpu viešai paskelbtose Akcijos Taisyklėse buvo nurodytas Akcijos vykdymo laikotarpis, kurio metu įsigijus PPC „Ozas“ prekių ir paslaugų už 120 Lt, asmenys gali gauti kino bilietą. Atsižvelgiant į tai, vidutinis vartotojas, susipažinęs su Akcijos Taisyklėmis bei jose nurodytu Akcijos vykdymo laikotarpiu, negalėjo turėti pagrįstų lūkesčių gauti Akcijos kino bilietą 2012 m. birželio 16 d. ar vėlesniu laikotarpiu ir negalėjo būti suklaidintas. Be to paaiškino, jog UAB „Ozantis“ nėra atsakinga už veiksmus, kurių UAB „Ozantis“ neatliko bei už kurių atlikimą nebuvo atsakinga, t. y. už netinkamo sklaidos laikotarpio nustatymą bei reklamos užsakymą, taip pat ir už informacijos apie Akciją patalpinimą interneto tinklalapyje [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt), į kurį buvo nukreipiama iš interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) skelbtos Akcijos reklamos.

(54) UAB „Ozantis“ nurodė, kad nagrinėjama reklama turi būti vertinama kaip mažareikšmė, atsižvelgus į trumpą Akcijos vykdymo trukmę, mažą Akcijos reklamos skleidimo mastą, vartotojų skundų nebuvimą, vartotojų informavimą, Akcijos reklamos skleidimu siekiamus tikslus (nesiekė sąmoningai klaidinti vartotojų), taip pat į tai, kad nedelsiant buvo imtasi visų nuo UAB „Ozantis“ priklausančių bei įmanomų veiksmų, siekiant užkirsti kelią bet kokiam galimam vartotojų klaidinimui; bei UAB „Ozantis“ bendradarbiavimo su Konkurencijos taryba tyrimo metu.

(55) UAB „Multikino Lietuva“ pateiktuose rašytiniuose paaiškinimuose (I tomas, b. l. 189-197) nurodė, kad nesutinka su tyrimo metu padarytomis išvadomis. Bendrovė nurodė, jog pagal Akcijos Taisykles ir nuomos sutartį su UAB „Ozantis“ ji neatsako už pateiktos reklamos teisingumą, kadangi nėra reklamos davėjas. Nurodo, kad dėl šių aplinkybių nepateikė ir negalėjo pateikti argumentų, pagrindžiančių reklamos teisingumą.

(56) Dėl Akcijos reklamos, skleistos 2012 m. birželio 16 d. ir 17 d. interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) UAB „Multikino Lietuva“ nurodė, kad vidutinis vartotojas nei Akcijos metu, nei pasibaigus Akcijai, nebuvo skatinamas priimti sprendimų dėl bilietų įsigijimo ar neįsigijimo „Multikino“ kino teatre. Nurodo, jog UAB „Multikino Lietuva“ neturėjo intereso paveikti vartotojo elgesį dalyvauti Akcijoje, nes vartotojas pagal Akcijos pobūdį negalėjo ateiti į „Multikino“ kino teatrą ir įsigyti bilieto (pavyzdžiui, su nuolaida). Pagal Akcijos esmę bilietas buvo dovana, kurią dovanuoja UAB „Ozantis“, kuri ir priėmė sprendimus dėl bilietų įsigijimo laiko ir kiekio. UAB „Multikino Lietuva“ taip pat pažymėjo, kad reklamos biudžetas buvo ribotas nuomos sutartimi su UAB „Ozantis“, todėl UAB „Multikino Lietuva“ neturėjo pagrindo tikėtis, kad UAB „Ozantis“ įsigis daugiau bilietų nei numatyta nuomos sutartyje, kas ir įvyko – UAB „Ozantis“ neįsigijo daugiau bilietų, nei buvo numatyta pagal nuomos sutartį.

(57) UAB „Multikino Lietuva“ nurodė, kad reklamos tikslas buvo dvejopas, t.y. ne tik skatinti vartotojus dalyvauti Akcijoje (kas galimai klaidino vartotojus dėl pasibaigusio Akcijos laiko ir bilietų kiekio), bet ir skatinti vartotojus atvykti į kino teatrą „Multikino“ pasibaigus akcijai (kas neturėjo įtakos vartotojų elgesiui ir jų suklaidinimui).

(58) UAB „Multikino Lietuva“ nuomone, atsakomybę gali sukletti tik klaidinanti reklama, kuri turi įtakos vartotojų ekonominiam elgesiui bei yra interesas tokią reklamą naudoti. Tuo tarpu UAB „Multikino Lietuva“ neturėjo intereso skleisti klaidinančią reklamą dėl Akcijos laiko interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) (2012 m. birželio 16 d. ir 17 d.), nes Akcija neturėjo įtakos kino teatro „Multikino“ komercinei veiklai. Nurodė, kad bendrovė buvo šios reklamos tarpininkas ir nežinojo, kad bilietai baigėsi jau 2012 m. birželio 10 d., todėl jai negali būti taikoma teisinė atsakomybė už reklamos skleidimą [www.15min.lt](http://www.15min.lt) 2012 m. birželio 16 d. ir 17 d. Pažymėjo, kad jei UAB „Multikino Lietuva“ būtų žinojusi apie Akcijos pabaigą, būtų ėmusi visų įmanomų veiksmų skleisti reklamai nutraukti. UAB „Multikino Lietuva“ teigimu, jos ir UAB „15 min“ bendravimas dėl Akcijos reklamos rodo tarpininkavimą, užsakant reklamą, bet ne reklamos davimo ir galimybės atšaukti reklamą faktą. Tuo tarpu reklamos davimas, kaip ir jos atšaukimas, galimi tik Akcijos organizatoriaus sprendimu, ką patvirtina Akcijos Taisyklės, taip pat UAB „Multikino Lietuva“ susirašinėjimas su UAB „Ozantis“, iš kurių matosi [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Todėl UAB „Multikino Lietuva“ nebūtų galėjusi imtis reklamos atšaukimo veiksmų, jeigu ji nežinojo apie Akcijos pabaigą ir negavo nurodymo iš Akcijos organizatoriaus atšaukti reklamą.

(59) 2013 m. balandžio 3 d. įvykusio Konkurencijos tarybos bylos nagrinėjimo posėdžio metu UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ palaikė rašytiniuose paaiškinimuose išdėstytus argumentus (Konkurencijos tarybos bylos nagrinėjimo posėdžio 2013 m. balandžio 4 d. protokolas Nr. 4S-7, VI tomas, b. l. 6-16).

(60) UAB „Multikino Lietuva“ atstovas papildomai posėdžio metu pažymėjo, kad, skirtingai nei nustatyta tyrimo metu, ji įvykdė UAB „Ozantis“ prašymą pakeisti informaciją [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) apie Akcijos pabaigą, tačiau bylos nagrinėjimo metu Konkurencijos tarybai tai patvirtinančių įrodymų negalėjo pateikti. UAB „Ozantis“ atstovas posėdžio metu nurodė, kad bendrovei nebuvo žinoma, kad UAB „Multikino Lietuva“ savo interneto tinklalapyje [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) taip pat patalpino informaciją, kad Akcija yra pasibaigusi.

(61) Konkurencijos taryba 2013 m. balandžio 9 d. gavo UAB „Multikino Lietuva“ pateiktus papildomus įrodymus bei informaciją (VI tomas, b. l. 17-20), kurioje nurodoma, kad UAB „Multikino Lietuva“ kino komplekso direktorė 2012 m. birželio 11 d. gavo nurodymą iš UAB „Ozantis“ rinkodaros vadovo F.T. interneto tinklalapyje atnaujinti informaciją apie Akciją, patalpinant tekstą: *„Visi bilietai į filmą „Madagaskaras 3“ jau išdalinti! Dėkojame visiems taip aktyviai dalyvavusiems. Primename, kad pigesnių bilietų į kino centre „Multikino“ rodome filmus galite įsigyti su prekybos ir pramogų centro „Ozas“ superkortele! Daugiau informacijos apie superkortelę rasite ČIA“*. UAB „Multikino Lietuva“ kino komplekso direktorė tą pačią dieną davė nurodymą už interneto tinklalapio tvarkymą atsakingam asmeniui išimti informaciją apie Akciją iš UAB „Multikino Lietuva“ interneto tinklalapio. Informacija apie Akciją iš tinklalapio [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) buvo išbraukta 2012 m. birželio 11 d. po pietų, įrašius UAB „Ozantis“ pasiūlytą

tekstą. Tokia informacija interneto tinklalapyje buvo iki 2012 m. birželio 18 d., kada visa informacija apie Akciją buvo išimta. UAB „Multikino Lietuva“ nurodė, kad UAB „Ozantis“ rinkodaros vadovas F. T. informavo UAB „Multikino Lietuva“ kino komplekso direktorę D. G. apie tai, kad Akcija stabdoma, tačiau negavo informacijos apie Akcijos pabaigą ir iš Akcijos organizatoriaus negavo nurodymo nutraukti Akcijos reklamą visose sklaidos priemonėse – *www.15min.lt* ir kitur.

(62) Konkurencijos taryba 2013 m. balandžio 10 d. informavo UAB „Ozantis“ apie UAB „Multikino Lietuva“ pateiktą papildomą informaciją bei įrodymus (VI tomas, b. l. 21).

(63) UAB „Ozantis“ 2013 m. balandžio 16 d. pateikė paaiškinimus dėl papildomos UAB „Multikino Lietuva“ pateiktos informacijos (VI tomas, b. l. 24-27). UAB „Ozantis“ be jau anksčiau pateiktų paaiškinimų papildomai nurodė, kad UAB „Multikino Lietuva“ informacija paneigė iki tol UAB „Multikino Lietuva“ nurodytas aplinkybes, kad UAB „Multikino Lietuva“ nebuvo žinoma apie Akcijai skirtų kino bilietų pasibaigimą bei Akcijos pabaigą, kad Akcijos reklamos visose reklamos sklaidos priemonėse nenutraukė, kadangi negavo nurodymo nutraukti Akcijos reklamą. UAB „Ozantis“ nurodė, jog šios naujos aplinkybės rodo, kad vartotojams buvo pateikiama pilna bei išsami informacija apie Akcijos „*Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“* sąlygas bei eigą, įskaitant Akcijos pabaigą, todėl Akcijos reklama negali būti laikoma klaidinančia.

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

(64) Reklamos įstatymo 5 straipsnis draudžia naudoti klaidinančią reklamą. 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.

(65) Siekiant nustatyti, ar reklamos skleidimo metu pateikta informacija yra klaidinanti reklama, būtina nustatyti šių aplinkybių visumą: 1) ar pateikta informacija yra reklama pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalį; 2) ar reklama klaidina ar gali suklaidinti vartotojus ir asmenis, kuriems ji yra skirta ar kuriuos pasiekia; ir 3) ar klaidinanti reklama gali paveikti reklamos vartotojo ekonominę elgesį.

#### 6. Dėl reklamos ir reklamos davėjo nustatymo

(66) Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalį reklama laikoma 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. Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2004 m. sausio 26 d. nutarime išaiškino: „<...> 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“. Būtent skatinimas įsigyti ar vartoti produktus ir rodo komercinį tokios informacijos tikslą.

(67) Tyrimo metu nustatyta, kad UAB „Ozantis“, kurio veikla yra nekilnojamojo turto projektų vystymas (I tomas, b. l. 63), yra PPC „Ozas“ savininkas, bei atstovaujamas UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ nuomoja PPC „Ozas“ patalpas komercinę veiklą vykdančioms nuomininkams (prekybos centre įsikūrusioms parduotuvėms ir paslaugų teikėjams). UAB „Ozantis“ organizavo Akciją „*Pirk ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“*“, kurios metu vartotojas, apsipirkęs PPC „Ozas“ 2012 m. birželio 8-15 d. už 120 Lt galėjo gauti dovanų bilietą į filmą „*Madagaskaras 3*“ kino teatre „Multikino“, kuris taip pat yra PPC „Ozas“ patalpose. Taigi, nagrinėjamu atveju skleista reklama apie vykdytą Akciją, yra tiesiogiai susijusi su UAB „Ozantis“ vykdoma veikla, kadangi skatino vartotojus atvykti į PPC „Ozas“ ir įsigyti prekių ar paslaugų už ne

mažiau kaip 120 Lt iš jame esančių parduotuvių ar paslaugų teikėjų (PPC „Ozas“ patalpų nuomininkų).

(68) Be to, įvairiomis sklandos priemonėmis (spaudoje, internete bei reklaminiiais stendais) skleistoje Akcijos reklamoje, be tekstinės informacijos apie galimybę perkant PPC „Ozas“ už 120 Lt gauti dovanų bilietą į kino filmą „Madagaskaras 3“, yra pateikiami filmo „Madagaskaras 3“ pagrindinių veikėjų atvaizdai, taip pat filmą „Madagaskaras 3“ pristatantis tekstas: „*Jie turi vienintelę galimybę grįžti namo*“; „*Lietuviškai įgarsino Karina Krisko, Giedrius Savickas, Marius Jampolskis, Vytautas Rumšas jaunesnysis, Rimantė Valiukaitė ir kiti*“; „*Nuo birželio 8 d. ir Multikino*“. Akcijos reklama internetiniame portale [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt) buvo skleidžiama kaip garsinis filmo „Madagaskaras 3“ anonso įrašas, Akcijos reklamoje pateikti kino teatro „Multikino“ ir PPC „Ozas“ logotipai, taip pat papildoma informacija apie Akciją buvo skleidžiama interneto tinklalapiuose [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) ir [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt). Atsižvelgiant į tai, kad be siūlymo vartotojams pirkti prekių PPC „Ozas“ už 120 Lt, buvo pateikiama informacija apie „Multikino“ kino teatrą, kurį valdo UAB „Multikino Lietuva“ ir kuriame nuo 2012 m. birželio 8 d. buvo rodomas filmas „Madagaskaras 3“, skleista informacija apie Akciją taip pat skatino vartotojus naudotis ir UAB „Multikino Lietuva“ paslaugomis (64 b. l., I tomas).

(69) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, laikytina, jog skleista informacija apie Akciją, yra reklama, kaip tai apibrėžta Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalyje.

(70) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nurodyta, kad reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama.

(71) Tyrimo metu surinkta informacija rodo, kad Akcijos reklama skleista UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ iniciatyva ir interesais.

(72) Nagrinėjama Akcijos „Pirk PPC „Ozas“ ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ reklama vartotojai buvo skatinami atvykti į PPC „Ozas“ ir įsigyti prekių ir paslaugų iš bet kurių šiame prekybos centre savo prekes ir paslaugas parduodančių asmenų (pvz., įvairios parduotuvės). Taigi, tokia reklama didina prekybos centro populiarumą, skatina pirkimą, o tai gali turėti įtakos PPC „Ozas“ patalpų patrauklumui esamiems ir potencialiems nuomininkams, nuomos kainai. Be to, ir UAB „Ozantis“ yra nurodžiusi, jog bendrovei yra svarbu, kad PPC „Ozas“ būtų lankomas vartotojų (VI tomas, b. l. 13). Taigi, darytina išvada, kad UAB „Ozantis“ buvo suinteresuotas Akcijos reklamos skleidimu.

(73) Dėl UAB „Multikino Lietuva“ intereso skleidžiant Akcijos reklamą, pažymėtina, jog Akcijos reklamoje buvo reklamuojama „Multikino“ kino teatro veikla (pateikiami filmo „Madagaskaras 3“ vaizdai, nurodoma, kad minėtas filmas nuo 2012 m. birželio 8 d. rodomas „Multikino“ kino teatre, nurodomas „Multikino“ kino teatro logotipas, internetinis tinklalapis [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt)), kas taip pat skatino vartotojus apsilankyti šiame kino teatre, o tai kino teatro valdytojui UAB „Multikino Lietuva“ galėjo būti palanku populiarinant kino teatrą, siekiant pritraukti naujų lankytojų reklaminės Akcijos metu ir nustojus skleisti reklamą. Atkreiptinas dėmesys, kad bilietas į kino filmą „Madagaskaras 3“ buvo dovanojamas ir juo vartotojas galėjo pasinaudoti ne bet kokiam, tačiau būtent UAB „Multikino Lietuva“ valdomame kino teatre. Kita vertus, Akcijoje buvo naudojami bilietai, kuriuos UAB „Ozantis“ įsigijo iš UAB „Multikino Lietuva“.

(74) Atsižvelgus į šias aplinkybes darytina išvada, kad UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ buvo suinteresuotos Akcijos reklamos naudojimu. Be kita ko, tyrimo metu nustatytos aplinkybės patvirtina ir tai, jog Akcijos reklama buvo naudojama šių bendrovių iniciatyva.

(75) Kaip nustatyta tyrimo metu, Akcijos Taisyklėse Akcijos organizatoriumi įvardintas UAB „Ozantis“. Ši bendrovė taip pat dalyvavo Akcijos reklamos rengime [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. UAB „Multikino Lietuva“ taip pat reikšmingai prisidėjo prie Akcijos reklamos organizavimo bei naudojimo. UAB „Multikino Lietuva“ [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Be to, abi bendrovės ir pačios skelbė Akcijos reklamą savo administruojamuose interneto tinklalapiuose [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) ir [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt). Be šių veiksmų tai, jog UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino

Lietuva“ kartu inicijavo Akcijos reklamą, patvirtina ir kitos aplinkybės. Pavyzdžiui, kaip matyti iš nuomos sutarties, sudarytos tarp šių bendrovių, nuostatų, [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(76) Pastebėtina, kad tam tikros naudos iš Akcijos reklamos galėjo turėti ir kiti PPC „Ozas“ nuomininkai. Tačiau nenustatyta, kad jie koku nors būdu būtų buvę tiesiogiai įtraukti į Akcijos reklamos organizavimo procesą. Kita vertus, nė vienas kitas PPC „Ozas“ nuomininkas (jo valdoma parduotuvė ar kitokia įstaiga), nebuvo atskirai tiesiogiai įvardyta Akcijos reklamos medžiagoje. Todėl kitų PPC „Ozas“ patalpų nuomininkų nagrinėjamu atveju nėra pagrindo laikyti Akcijos reklamos davėjais.

(77) Vertinant UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ dalyvavimą Akcijos reklamoje, būtina atkreipti dėmesį į tai, kad UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ veikla, susijusi su PPC „Ozas“ rinkodaros, reklamos akcijų organizavimu, yra vykdoma UAB „Ozantis“ vardu ir interesais (šių bendrovių sudarytos sutarties pagrindu). Be to, tyrimo metu nebuvo nustatyta aplinkybių, kurios galėtų patvirtinti, jog UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ buvo tiesiogiai suinteresuota Akcijos reklamos naudojimu ir būtų ėmusi kokių nors individualių veiksmų (savo, o ne UAB „Ozantis“ vardu ir interesais) susijusių su Akcijos reklamos organizavimu, skleidimu ar kitokiu naudojimu. Dėl šių priežasčių darytina išvada, kad nagrinėjamu atveju nėra pagrindo UAB „ECE Projektmanagement Vilnius“ laikyti Akcijos reklamos davėja.

(78) Apibendrinant šias aplinkybes, darytina išvada, kad Akcijos reklama buvo naudojama UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ iniciatyva ir interesais, todėl šios bendrovės laikytinos nagrinėjamos Akcijos reklamos davėjais.

(79) UAB „Ozantis“ teiginiai, kad jos vaidmuo Akcijos reklamos naudojime buvo nereikšmingas, nes tiesioginę naudą gavo UAB „Multikino Lietuva“, bei priešingi UAB „Multikino Lietuva“ teiginiai, kad būtent UAB „Ozantis“ buvo Akcijos reklamos iniciatorius ir organizatorius, vis dėlto nepaneigia išvados, kad abi šios bendrovės laikytinos nagrinėjamos reklamos davėjais. Pastebėtina, kad nors bendrovės tarpusavyje buvo pasidalinusios tam tikrus atskirus su Akcijos reklamos naudojimu (gamyba, tarpininkavimu, skleidimu) susijusius darbus, tai nepaneigia to, jog vis dėlto jos abi galėjo inicijuoti ir būti suinteresuotos reklamos naudojimu. Viena vertus būtent jų abiejų vykdoma veikla buvo pabrėžiama nagrinėjamoje Akcijos reklamoje (UAB „Ozantis“ priklausantis PPC „Ozas“ bei UAB „Multikino Lietuva“ valdomas kino teatras „Multikino“). Kita vertus, abi bendrovės vis dėlto ir tiesiogiai savo veiksmais prisidėjo prie šios reklamos naudojimo. Taigi, esant tokioms aplinkybėms, kai abi bendrovės buvo suinteresuotos ir rengė bei organizavo reklamos naudojimą, nėra pagrindo teigti, kad šios bendrovės negali būti laikomos nagrinėtos Akcijos reklamos davėjais.

#### *7. Dėl Akcijos reklamos atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies reikalavimams*

(80) Atsižvelgiant į aplinkybę, jog tyrimo metu nenustatyta, jog nuo 2012 m. birželio 16 d. interneto portale *www.tv3play.lt* (Nutarimo 9 pastraipos 3 punktą, 32 pastraipą) skleista Akcijos reklama turėjo klaidinančios reklamos požymių, toliau Nutarime atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams požiūriu vertinama Akcijos reklama, skleista iki 2012 m. birželio 15 d. ir reklama skleista *www.15min.lt* nuo 2012 m. birželio 16 d.

(81) 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 (vidutinio) reklamos vartotojo požiūriu (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2008 m. liepos 3 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A556-997/2008).

(82) Pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte nustatytą teisingumo kriterijų, reklamoje pateikti reklaminiai teiginiai pripažįstami neteisingais, jeigu reklamos davėjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo reklamos naudojimo metu. Šia įstatymo nuostata reklamos davėjui nustatyta pareiga pagrįsti naudojamų reklaminių teiginių teisingumą jų naudojimo metu. Tai reiškia, kad reklamos davėjas turi turėti neginčijamų įrodymų, kad jo skleidžiama reklama skleidimo metu

buvo teisinga. Ar pakanka reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančių duomenų, sprendžiama atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį.

### 7.1. Dėl Akcijos reklamos atitikties reklamos teisingumo kriterijui

(83) Kaip nustatyta tyrimo metu, internetu, spaudoje, reklaminiiais stendais skleista Akcijos reklama, vartotojams buvo siūloma 2012 m. birželio 8 d. – 15 d. pirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt bei gauti dovanų bilietą į kino filmą „Madagaskaras 3“ kino teatre „Multikino“. Vartotojai minėtoje reklamoje taip pat buvo informuojami apie ribotą bilietų kiekį.

(84) Akcijos Taisyklėse, skelbtose [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt), buvo pateikta išsami informacija, susijusi su vykdoma Akcija, t. y. nurodyta, kas gali dalyvauti Akcijoje, nurodytas Akcijos organizatorius, Akcijos laimėjimas (bilietas į kino filmą „Madagaskaras 3“), kaip atsiimti laimėjimą, informuojama, kad bilietų kiekis ribotas, Akcijos Taisyklių keitimo tvarka, nurodoma, kur teikiama informacija apie Akciją (I tomas, b. l. 11).

(85) Pažymėtina, kad vartotojas tiek iš skleistos reklamos, tiek papildomai iš Akcijos Taisyklių, galėjo įvertinti, kokius veiksmus atlikęs (apsipirkęs PPC „Ozas“ bet kurioje parduotuvėje už 120 Lt) bei kokiu laikotarpiu juos atlikęs (2012 m. birželio 8-15 d.), gali gauti dovanų bilietą į kino filmą „Madagaskaras 3“.

(86) Vidutinis vartotojas, pamatęs skleistą reklamą apie vykdomą Akciją, pagrįstai galėjo tikėtis, kad bent didžiąją Akcijos laikotarpio dalį jis galės pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu – nuvykęs apsipirkti į PPC „Ozas“ už 120 Lt, gauti dovanų bilietą į filmą „Madagaskaras 3“. Manytina, jog vidutinis vartotojas, net ir esant reklamoje ir Akcijos Taisyklėse nurodytai informacijai „*bilietų kiekis ribotas*“, turėjo pagrįstą pagrindą manyti, kad reklamos davėjas numatydamas 8 dienų Akcijos trukmę, užtikrins pakankamą bilietų kiekį ir jų nepritrūks dar neįpusėjęs Akcijai. Tuo tarpu, kaip nustatyta tyrimo metu, nuo 2012 m. birželio 10 d. (po pietų) jau nebuvo galima gauti dovanų bilieto į minėtą filmą.

(87) Taigi, vartotojas gauti bilietą dovanų į filmą „Madagaskaras 3“ galėjo tik ne pilnai 3 dienas, tuo tarpu kai visa Akcijos trukmė buvo numatyta 8 dienos. Esant šioms aplinkybėms, darytina išvada, jog vartotojas galėjo būti suklaidintas dėl reklamoje pateikto pasiūlymo, nes nuvykęs į PPC „Ozas“ 2012 m. birželio 10 d. po pietų, negavo dovanų bilieto į filmą „Madagaskaras 3“, dėl kurio buvo nusprendęs atvykti apsipirkti būtent į PPC „Ozas“ ir dalyvauti Akcijoje.

(88) Pažymėtina, jog nagrinėjamos reklamos klaidinantis pobūdis galėjo pasireikšti ne tik tuo, kad tam tikromis sklaidos priemonėmis reklama buvo skleista iki 2012 m. birželio 15 d. (spaudoje), nors Akcijos bilietų jau nebuvo nuo 2012 m. birželio 10 d., tačiau reklamos klaidinantis pobūdis galėjo pasireikšti ir pradėjus skleisti reklamą – nuo 2012 m. birželio 7 d. (kai Akcijos bilietų dar buvo). Tai paaiškinama tuo, jog vidutinis vartotojas, išgirsti ar pamatyti reklamą (kuri buvo skleista internete, spaudoje) bei susidomėti Akcija galėjo dar kai buvo Akcijos bilietų, tačiau nuspręsti dalyvauti Akcijoje vėliau (kai visi bilietai jau buvo išdalinti) dėl tam tikrų priežasčių (laiko, pinigų stokos bei kitų aplinkybių).

(89) Išvadų dėl reklamos klaidingumo nepaneigia ir UAB „Ozantis“ bei UAB „Multikino Lietuva“ tyrimo metu bei po atlikto tyrimo pateikti paaiškinimai.

(90) UAB „Ozantis“, siekdama pagrįsti Akcijos reklamos teisingumą, nurodė, kad visoje Akcijos reklaminiėje medžiagoje (tiek reklaminiuose maketuose, skleistuose įvairiomis sklaidos priemonėmis, tiek video medžiagoje) buvo aiškiai nurodoma sąlyga: „*bilietų kiekis ribotas*“ (I tomas, b. l. 4, 26-27, 103). Pažymėjo, kad vartotojams akcijose nurodoma sąlyga dėl riboto prizų/dovanų kiekio yra gerai žinoma bei įprasta, todėl jau nuo pat akcijos pradžios vartotojas suvokia aplinkybę, jog bet kuriuo akcijos vykdymo metu, bilietai gali būti pasibaigę ir tokia reklama neklaidina vartotojų (I tomas, b. l. 191).

(91) Konkurencijos taryba laikosi pozicijos, jog sąlyga „*bilietų kiekis ribotas*“ negali pateisinti reklamos davėjo veiksmų bet kuriuo reklamos skleidimo metu, priešingu atveju, vidutinis vartotojas jau nuo pat akcijos pradžios rizikuotų dalyvauti tokioje akcijoje, nesijaustų tikras dėl

galimybės pasinaudoti konkrečiu pasiūlymu. Tuo tarpu, Reklamos įstatymas gina reklamos vartotojų interesus ir ūkio subjektams neleidžia manipuluoti reklamos vartotojais, siekiant sau naudoti. Taigi bent protingą laiko tarpą reklamos davėjas, turi užtikrinti vartotojo lūkesčius gauti tam tikrą prekę, paslaugą ar dovaną.

(92) Nagrinėjama atveju Akcijai skirti bilietai baigėsi 2012 m. birželio 10 d. (po pietų), t. y. praėjus nepilnomis 3 dienoms nuo Akcijos pradžios, kai reklamoje nurodoma Akcijos trukmė nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 15 d. (t.y. 8 dienos). Atsižvelgus į tai, darytina išvada, jog nėra pagrįsta reklamos vartotojo atžvilgiu, apriboti jo galimybę pasinaudoti reklamos pasiūlymu dar net neįpusėjęs Akcijai. Ypač, įvertinus, jog vartotojas, išgirdęs ar pamatęs Akcijos reklamą, galėjo nuspręsti dalyvauti Akcijoje ne jos pradžioje, bet vėliau. Nors vidutiniam vartotojui, kuris pagal Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo (toliau – Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas) 2 straipsnio 13 dalį yra pakankamai informuotas, protingai apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius, informacija „*bilietų kiekis ribotas*“ gali sudaryti įspūdį, kad reklamuojama Akcija gali pasibaigti ir anksčiau negu jos numatomas terminas, tačiau, pamatęs bei įvertinęs Akcijos trukmę, nurodytą Akcijos reklamoje (ir Akcijos Taisyklėse), jis nesitikėtų, jog bilietų trūkumas atsirastų jau pirmoje Akcijos pusėje, o ne jos pabaigoje. Be to, vartotojai nežinojo Akcijos statistikos ir negalėjo įvertinti, kiek ji populiarė. Pavyzdžiui, vartotojas, matydamas dar skleidžiamą reklamą ir Akcijos pabaigoje, galėtų tikėtis, kad kiti vartotojai nebuvo suinteresuoti Akcija ir bilietų vis dar yra.

(93) Apibendrinus šiuos paaiškinimus, nėra pagrindo sutikti su UAB „Ozantis“ argumentais, kad vartotojas jau nuo pat Akcijos pradžios bet kuriuo Akcijos vykdymo laikotarpiu turėjo suvokti, jog Akcijos reklamoje nurodytų bilietų gali nebūti. Taigi savaime sąlyga „*bilietų kiekis ribotas*“ nepanaikina reklamos klaidinančio pobūdžio reklamos skleidimo laikotarpiu.

(94) Pastebėtina, jog UAB „Ozantis“ pažymėjo, kad Akcijai skirtų bilietų kiekis buvo nustatytas, atsižvelgus į turimą patirtį, vykdant rinkodaros projektus, anksčiau PPC „Ozas“ vykdytų akcijų eigą ir rezultatus (II tomas, b. l. 7), atsižvelgus bei įvertinus Akcijos vykdymo metu PPC „Ozas“ vidutiniškai apsilankančių lankytojų srautus, lankytojų amžių, tikslinę auditoriją, kuri galimai bus suinteresuota vykdyta Akcija, kino teatro „Multikino“ rodomuose kino filmuose apsilankančių lankytojų kiekį, kitą, su Akcija bei susidomėjimu ja susijusią informaciją. Bendrovės teigimu, išskirtinių aplinkybių ar veiksmų, galinčių lemti kur kas didesnę vartotojų susidomėjimą vykdoma Akcija, lyginant su ankstesnėmis analogiškoms vykdytomis akcijomis, nustatyta nebuvo. Dėl šių aplinkybių, UAB „Ozantis“ teigimu, buvo pagrįstai manoma, kad nustatytas bilietų kiekis bus pakankamas bei visų PPC „Ozas“ lankytojų lūkesčiai bus patenkinti (I tomas, b. l. 103).

(95) Kaip matyti, iš pateiktų UAB „Ozantis“ paaiškinimų, bendrovė nurodė aplinkybes, kurios, jos nuomone, leido nustatyti tinkamą bilietų kiekį organizuotai Akcijai. Tačiau, kaip matyti iš susiklosčiusios faktinės situacijos – bilietų pritrūko dar neįpusėjęs Akcijai, akivaizdu, jog rėmimasis aukščiau nurodytomis aplinkybėmis, neleido objektyviai apskaičiuoti reikiamo bilietų kiekio, todėl nepriklausomai nuo to, kaip bilietų kiekis buvo nustatytas, tai nepašalina reklamos klaidingumo.

(96) Pažymėtina, jog susidomėjimas konkrečia akcija priklauso nuo individualių, tik tai akcijai būdingų veiksmų. Akivaizdu, jog viena akcija gali būti daugiau, kita mažiau sėkminga. Todėl akcijos organizatoriai privalo reaguoti akcijos eigoje ir imtis atitinkamų veiksmų, jog būtų užtikrinti vartotojų lūkesčiai, kuriuos jie galėjo susiformuoti iš Akcijos reklamoje pateiktos informacijos apie akcijos trukmę, tačiau nepasikliauti vien tik akcijos pradžioje analizuotomis aplinkybėmis. Dėl šių priežasčių vien tai, kad Akcijos populiarumas viršijo UAB „Ozantis“ lūkesčius (net ir atsižvelgus į tai, jog buvo numatyta, kad gali prireikti ir papildomo bilietų skaičiaus), negali būti laikoma aplinkybe, pateisinančia ir leidžiančia klaidinti vartotojus dėl jų su Akcija susijusių lūkesčių.

(97) Reklamos klaidingumo taip pat nepašalina ir tos aplinkybės, jog UAB „Ozantis“ ėmėsi priemonių informuojant vartotojus apie Akcijos pabaigą (pašalino Akcijos reklaminius standus, atnaujino informaciją interneto tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt), taip pat informaciją apie Akcijos

pabaigą teikė PPC „Ozas“ darbuotojai), bei tai, kad, kaip paaiškėjo, informacija apie Akcijos pabaigą buvo paskelbta ir UAB „Multikino Lietuva“ interneto tinklalapyje *www.multikino.lt*.

(98) Pažymėtina, jog Akcijos reklama buvo skleista įvairiomis sklaidos priemonėmis (internetu, spaudoje, reklaminiiais stendais), kuriose pateikta informacija, jos klaidingumas, vertintinas atskirai (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2011 m. sausio 3 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>858</sup>-1702/2010).

(99) Konkurencijos taryba neneigia aplinkybės, jog internetu skleistoje reklamoje buvo aktyvios nuorodos į interneto tinklalapius *www.multikino.lt* ir/arba *www.ozas.lt*, kuriose vartotojai buvo informuojami apie Akcijos pabaigą. Tačiau tokia informacija galėjo būti aktuali tik tiems vartotojams, kurie reklamą pamatė būtent 2012 m. birželio 11 d. ir vėliau (t. y. po to, kai jau buvo pasibaigę visi Akcijai skirti kino bilietai), tuo tarpu vartotojai pamatę reklamą anksčiau, t. y. iki 2012 m. birželio 11 d., bet nusprendę pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu vėliau, nebūtinai galėjo kiekvieną dieną, prieš vykdami į PPC „Ozas“ tikrinti, ar informacija apie Akciją, jos sąlygas bei trukmę nėra pasikeitusi, ypač dar neįpusėjęs Akcijai.

(100) Dėl spaudoje skleistos reklamos, pastebėtina, kad ji nesikeitė iki pat Akcijos pabaigos, t. y. iki 2012 m. birželio 15 d., taigi vartotojas, matydamas tokią reklamą, galėjo pagrįstai tikėtis, kad Akcija vis dar vyksta ir jis gali pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu – gauti dovanų bilietą į kino filmą „Madagaskaras 3“. Tuo tarpu, nors spaudoje buvo pateiktos nuorodos į interneto tinklalapius *www.multikino.lt* ir *www.ozas.lt*, tačiau tai, jog vartotojas turi ieškoti informacijos apie Akcijos (kuria surasti, atsižvelgus į skirtingo pobūdžio informacijos šaltinį (internetas), lyginant su reklamos šaltiniu (spauda)) eigą rodo, jog vartotojo ekonominis elgesys galėjo būti paveiktas. Vartotojas ir šiuo atveju, galėjo vieną kartą perskaityti laikraštį (Akcijos pradžioje), nuspręsti dalyvauti Akcijoje vėliau, bei nesitikėti, kad ji baigsis dar neįpusėjęs.

(101) Tai, jog reklaminiai stendai PPC „Ozas“ buvo surinkti 2012 m. birželio 11 d. ir kad PPC „Ozas“ darbuotojai informavo vartotojus apie Akcijos pabaigą taip pat nepašalina reklamos klaidingumo. Atsižvelgus į tai, jog reklama buvo skleista ir kitomis sklaidos priemonėmis (internetu, spaudoje), būtent šiose sklaidos priemonėse pateikta informacija galėjo paskatinti vartotojus vykti į PPC „Ozas“ bei pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu. Taigi, vartotojai galėjo susidomėti reklamoje pateiktu pasiūlymu, net nežinodami apie PPC „Ozas“ esančius reklaminius stendus ir apie PPC „Ozas“ darbuotojų teikiamą informaciją, bei nuvykę į PPC „Ozas“ 2012 m. birželio 10 d. po pietų ar vėliau negauti dovanų bilieto į filmą „Madagaskaras 3“.

(102) UAB „Ozantis“ argumentai, kad vartotojas turėjo vadovautis Akcijos Taisyklėmis bei sekti informaciją, ja domėtis, taip pat yra nepagrįsti. Pažymėtina, jog tai galėtų būti aktualu Akcijos pabaigoje (įvertinus tai, kad Akcijos reklamoje buvo nurodyta, jog bilietų kiekis yra ribotas), tačiau ne tada, kai Akcija dar net nebuvo įpusėjusi. Tokia pareiga vartotojams yra nepagrįsta.

(103) Pastebėtina, kad protingai atidus ir apdairus vartotojas neturėtų būti tapatinamas su įtariu bei nepasitikinčiu reklamos davėjo skleidžiama informacija vartotoju (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2008 m. liepos 3 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>556</sup>-997/2008). Šis principas iš esmės turi būti taikomas ir nagrinėjamu atveju. Kitaip tariant, vartotojas neturėtų būti įpareigotas kiekvieną dieną tikrinti informacijos apie Akciją abejodamas Akcijos reklamoje pateiktos informacijos patikimumu, ar ji nėra pasikeitusi (bent jau protingą Akcijos laikotarpį).

(104) Be to, tai, kad vartotojas turėtų papildomai domėtis Akcijos eiga ar tikslesnėmis Akcijos sąlygomis, tam, jog priimtų sprendimą dėl reklamoje nurodyto pasiūlymo, suponuoja, kad vartotojo ekonominis elgesys gali būti paveiktas.

(105) Vilniaus apygardos administracinis teismas 2007 m. lapkričio 9 d. sprendime administracinėje byloje Nr. I-7833-5/2007 nurodė, jog „*Neabejotina, kad tiek realiai sukklaidinta vartotoja, tiek galimai sukklaidinti asmenys, savo ekonominį elgesį konstravo pagal reklamos turinį, t. y. konkrečiais veiksmais siekė arba galėjo siekti (ieškojo platinimo vietų, vyko į šias vietas ir pan.) žadėtos nuolaidos*“. Šis sprendimas buvo patvirtintas 2008 m. rugpjūčio 18 d. Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo nutartimi Nr. A-756-1436/2008.



(106) Vertinant aplinkybę, kad Akcijos metu išdalinus pirktus [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietus, buvo papildomai įsigyti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų į filmą „Madagaskaras 3“, pažymėtina, kad papildomas bilietų kiekis taip pat nepašalina vartotojų suklaudinimo, nes bet kuriuo atveju net ir papildomas bilietų kiekis neužtikrino pakankamo bilietų kiekio, kad nebūtų suklaidinti vartotojai dėl galimybės bent protingą dalį reklamoje nurodyto Akcijos laikotarpio pasinaudoti Akcijos pasiūlymu.

(107) UAB „Ozantis“ nurodė, jog dar didesnio bilietų kiekio negalėjo užsakyti dėl riboto reklamos biudžeto, be to, buvo panaudotas ir biudžeto rezervas. Tuo tarpu, nesant papildomų lėšų ar kitų Akcijos finansavimo šaltinių, Akcijos organizatoriai/vykdytojai priėmė sprendimą imtis kitų priemonių, t.y. nedelsiant informuoti suinteresuotus asmenis apie Akcijai skirtų kino bilietų pasibaigimą bei Akcijos pabaigą (I tomas, b. l. 103).

(108) Analizuojant šiuos argumentus, pastebėtina, kad ribotas reklamos biudžetas savaime nelemia, jog objektyviai nebuvo galima užtikrinti vartotojų lūkesčių ir išvengti vartotojų klaidinimo. Pažymėtina, jog ūkio subjektai vykdydami reklamines akcijas, be kita ko, turi prisiimti ir finansinę riziką. Akivaizdu, jog vartotojų susidomėjimas skirtingomis reklaminėmis akcijoms gali būti nevienodas, todėl reklamos davėjas turi turėti galimybes pakankamai reaguoti į galimą vartotojų susidomėjimą reklamuojama akcija ne tik akcijos pradžioje, bet ir jos eigoje bei imtis visų objektyvių priemonių, jog būtų užtikrinti vartotojų lūkesčiai.

(109) Konkurencijos taryba yra pažymėjusi, kad jei reklamos davėjas savo rizika skleidžia reklamą, kurios teisingumo dėl kokių nors subjektyvių ar objektyvių priežasčių įrodyti negalima, (pvz., nebeliko duomenų serveryje, neįmanoma tiksliai ką nors prognozuoti, labai greitai kinta kainos ir pan.) tokios aplinkybės negali panaikinti ūkio subjekto atsakomybės už klaidinančios reklamos skleidimą<sup>7</sup>. Nagrinėjamu Akcijos reklamos atveju, UAB „Ozantis“ nepateikė duomenų, kurie patvirtintų, jog buvo pasirengta, esant poreikiui, užtikrinti pakankamą bilietų kiekį, o ne tik iš anksto nustatytą bilietų kiekį (net nepaisant to, jog, kaip paaiškino UAB „Multikino Lietuva“, ji būtų galėjusi atitinkamą kiekį bilietų parduoti UAB „Ozantis“, jei būtų žinojusi apie realiai atsiradusį tokį poreikį) (VI tomas, b. l. 14).

(110) Atsižvelgiant į nurodytas aplinkybes bei paaiškinimus, darytina išvada, jog Akcijos reklama, skleista laikotarpiu nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 15 d. internetu, spaudoje, reklaminiiais stendais, kurioje buvo teigiama, kad 2012 m. birželio 8-15 d. nusipirkus prekių ar paslaugų PPC „Ozas“ už 120 Lt, buvo galima gauti bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ kino teatre „Multikino“ (nurodant, kad bilietų kiekis ribotas), buvo neteisinga, nes reklamoje nurodytu pasiūlymu vartotojai galėjo pasinaudoti tik pirmomis Akcijos dienomis, nepaisant to, jog Akcija turėjo trukti 8 dienas. Atitinkamai reklamos davėjų priemonės skirtos informuoti vartotojus apie pasibaigusią Akciją nedaro įtakos reklamos vertinimui, nes reklamos davėjai prieš skelbdami Akcijos reklamą turėjo įvertinti galimybes užtikrinant pakankamą bilietų kiekį, tačiau to nepadarė.

## 7.2. Dėl poveikio vartotojų ekonominiam elgesiui

(111) Įvertinus aukščiau aptartą reklamą teisingumo kriterijaus požiūriu, būtina nustatyti, ar tokia reklama galėjo paveikti reklamos vartotojo ekonominį elgesį.

(112) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 2 dalyje ekonominis elgesys apibūdinamas kaip reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, ūkine komercine, finansine ar profesine veikla.

(113) Pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalį, vertinant poveikį reklamos vartotojų ekonominiam elgesiui, Konkurencijos tarybai užtenka nustatyti reklamos vartotojų suklaudinimo galimybę. Tai patvirtina Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2010 m. spalio 11 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A<sup>858</sup>-1235/2010, kurioje teismas išaiškino, jog „Konstatuojant, kad

<sup>7</sup> Konkurencijos tarybos 2009 m. spalio 1 d. nutarimas Nr. 2S-20 „Dėl „AIR BALTIC CORPORATION“ A/S veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo reikalavimams, [http://kt.gov.lt/index.php?show=nut\\_view&nut\\_id=1072](http://kt.gov.lt/index.php?show=nut_view&nut_id=1072), patvirtintas Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2011 m. vasario 18 d. nutartimi administracinėje byloje Nr. A444-391/2011, [http://kt.gov.lt/index.php?show=teismai\\_view&t\\_id=270](http://kt.gov.lt/index.php?show=teismai_view&t_id=270).

*reklama yra klaidinanti, nėra būtina įrodyti, kad buvo realiai paveikti vartotojai, nes tokia įrodinėjimo pareiga nepagrįstai apsinkintų 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 tikėtiniu poveikiu vartotojams, vertinant jį vidutinio vartotojo atžvilgiu“.*

(114) Pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 5 dalies 3 punktą, kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, ypač reikia atsižvelgti į joje esančią informaciją apie prekių (paslaugų) įsigijimo ir vartojimo (naudojimo) sąlygas – kainą ar jos apskaičiavimo būdą. Atsižvelgiant į tai, jog kaina laikytina esmine informacija vartotojui priimant sprendimą dėl sandorio, atitinkamai informacija apie nuolaidų dydį yra susijusi su kaina, todėl taip pat laikytina esmine bei lemiančia vartotojų apsisprendimą bei ekonominį elgesį.

(115) Nagrinėjama reklama vartotojui buvo siūloma 2012 m. birželio 8-15 d. apsipirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt bei gauti dovanų bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ kino teatre „Multikino“. Vartotojas, pamatęs tokio pobūdžio informaciją galėjo būti paskatintas vykti apsipirkti į PPC „Ozas“ už 120 Lt, tam, jog gautų dovanų (nemokamai) reklamoje nurodytą bilietą.

(116) Pažymėtina, jog vartotoją vykti į PPC „Ozas“ galėjo paskatinti ekonomiškai naudingas pasiūlymas. Vartotojas besilankantis kino teatruose ir numanantis, kokią sumą jis sumokėtų už kino bilietą, gali būti suinteresuotas jį gauti nemokamai ir vykti apsipirkti būtent į tą prekybos centrą, kuriame vykdoma akcija, o ne į kitą prekybos centrą, pavyzdžiui, esantį arčiau namų.

(117) Taigi, vartotojui sprendžiant, kurį prekybos centrą pasirinkti jo, kaip pirkėjo, poreikiams patenkinti, dovanos siūlymas gali nulemti vartotojo apsisprendimą, t. y. paveikti jo ekonominį elgesį.

(118) Manytina, kad jei vartotojas, kuris iš anksto buvo suplanavęs dalyvauti Akcijoje, būtų žinojęs, kad dovanos nebus galima gauti dar neįpusėjęs Akcijai, jis būtų priėmęs kitokią sprendimą dėl sandorio, pavyzdžiui, vykęs apsipirkti į kitą prekybos centrą arba apsilankęs kitame kino teatre.

(119) Aplinkybė, kad reklama, kurioje buvo siūloma gauti dovanų bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ vėliau buvo nutraukta ar pakeista (išskyrus spaudos leidinius), nurodant, jog Akcija baigėsi (2012 m. birželio 11 d.), nepaneigė to, jog tokia reklama negalėjo daryti įtakos vartotojo ekonominiam elgesiui ir nustojus ją skleisti, kadangi vartotojas galėjo priimti atitinkamą sprendimą dėl savo elgesio tada, kai reklama dar nebuvo nutraukta ar pakeista. Atitinkamai vartotojas, pamatęs reklamą, kurioje siūloma 2012 m. birželio 8-15 d. pirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt bei gauti dovanų bilietą į kino filmą „Madagaskaras 3“ (net ir Akcijos sąlygose nurodant, kad bilietų kiekis ribotas), bei nusprendęs Akcijoje dalyvauti ne jos pradžioje, bet vėliau, neturėjo pagrindo manyti, kad reklamoje nurodytu pasiūlymu jis galės pasinaudoti tik pirmomis Akcijos dienomis. Kita vertus, vartotojas, pamatęs Akcijos reklamą spaudos leidiniuose, kuri nesikeitė visą Akcijos laikotarpį, galėjo ir vėlesnėje Akcijos eigoje tikėtis, jog galės pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu – pirkti PPC „Ozas“ už 120 Lt bei gauti dovanų bilietą į kino filmą „Madagaskaras 3“ bei dėl to apsispręsti dalyvauti Akcijoje.

(120) Įvertinus visas aukščiau nurodytas aplinkybes, darytina išvada, kad, UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ skleista neteisinga reklama (Nutarimo 9 - 11 pastraipos) galėjo paveikti vartotojų ekonominį elgesį. Dėl šių priežasčių konstatuotina, kad Akcijos „Pirk PPC „Ozas“ ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ reklama skleista laikotarpiui nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 15 d. internetu, spaudoje bei reklaminiiais stendais yra klaidinanti reklama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalies ir 5 straipsnio prasme. Tokios reklamos naudojimą draudžia Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis.

*7.3. Dėl reklamos, skleistos interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) 2012 m. birželio 16-17 d., atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalies reikalavimams*

(121) Tyrimo metu nustatyta, kad interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) 2012 m. birželio 16-17 d. (t. y. jau pasibaigus, net ir pagal Akcijos Taisyklės planuotam Akcijos laikotarpiui) buvo

skleista reklama, kuria vartotojai nuo 2012 m. birželio 8 d. buvo skatinami vykti į PPC „Ozas“ ir apsipirkę už 120 Lt, gauti dovanų bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ (Nutarimo 9 pastraipos 5 punktas, 32 pastraipa).

(122) Kaip nustatyta tyrimo metu, nei viename iš skydelių nebuvo nurodyta nei Akcijos pabaigos data, nei sąlyga „*bilietu kiekis ribotas*“, tačiau ši papildoma informacija buvo nurodyta interneto tinklalapyje <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d>. Taigi vartotojas aktyvavęs minėtą tinklalapį galėjo sužinoti, jog Akcija vyksta iki 2012 m. birželio 15 d. bei kad „*bilietu kiekis ribotas*“. Tačiau, kaip nustatyta tyrimo metu minėta informacija interneto tinklalapyje <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> buvo patalpinta tik iki 2012 m. birželio 15 d. Atitinkamai, vartotojui aktyvavus minėtą nuorodą 2012 m. birželio 16 d. ar 17 d., t.y. vis dar skleidžiant reklamą [www.15min.lt](http://www.15min.lt), vartotojas jau negalėjo sužinoti nei Akcijos pabaigos datos, nei sąlygos „*bilietu kiekis ribotas*“. Atsižvelgus į tai, tyrimo metu padaryta išvada, jog [www.15min.lt](http://www.15min.lt) 2012 m. birželio 16-17 d. skleista Akcijos reklama buvo neteisinga ir galėjusi paveikti vartotojų ekonominę elgesį, nes vartotojas, pamatęs skleistą Akcijos reklamą [www.15min.lt](http://www.15min.lt) 2012 m. birželio 16-17 d. galėjo pamatyti tik Akcijos pradžios datą (2012 m. birželio 8 d.), tačiau negalėjo žinoti Akcijos pabaigos datos (nors Akcijos pabaigos data buvo numatyta – 2012 m. birželio 15 d., o faktiškai bilietų jau nebuvo nuo 2012 m. birželio 10 d.). Dėl to vartotojas pagrįstai galėjo tikėtis, kad 2012 m. birželio 16-17 d. ar net ir vėlesnėmis dienomis Akcija vis dar vyksta, ir kad nuvykęs į PPC „Ozas“ 2012 m. birželio 16 d. ar vėliau, galės pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu – apsipirkęs PPC „Ozas“ už 120 Lt, gauti bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ kino teatre „Multikino“.

(123) Tačiau Konkurencijos tarybos bylos nagrinėjimo posėdžio metu paaiškėjus bei po bylos nagrinėjimo UAB „Multikino Lietuva“ pateikus paaiškinimus bei atitinkamus įrodymus, darytina išvada, kad interneto tinklalapyje <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> (į šį tinklalapį buvo padaryta aktyvi nuoroda iš [www.15min.lt](http://www.15min.lt)) informacija apie Akciją buvo pakeista 2012 m. birželio 11 d., gavus UAB „Multikino Lietuva“ iš UAB „Ozantis“ prašymą informuoti vartotojus apie Akcijos pabaigą. UAB „Multikino Lietuva“ nurodė, kad informacija apie Akcijos pabaigą <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d> buvo patalpinta iki 2012 m. birželio 18 d., o po to išimta.

(124) Taigi, atsižvelgiant į tai, jog [www.15min.lt](http://www.15min.lt) veikė aktyvi nuoroda į interneto tinklalapį <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d>, vartotojas, aktyvavęs minėtą nuorodą 2012 m. birželio 16-17 d., galėjo pamatyti informaciją apie Akcijos pabaigą, todėl jis nebegalėjo tikėtis, kad Akcija vis dar vyksta ir kad nuvykęs į PPC „Ozas“ jis vis dar turi galimybę, apsipirkęs už 120 Lt, gauti dovanų į kino filmą „Madagaskaras 3“.

(125) Atsižvelgiant į šias aplinkybes, darytina išvada, kad reklama, skleista [www.15min.lt](http://www.15min.lt) 2012 m. birželio 16-17 d. negalėjo paveikti vartotojų ekonominio elgesio, todėl nėra pagrindo jos laikyti klaidinančia reklama.

#### 8. Dėl UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ atsakomybės, skleidžiant klaidinančią reklamą

(126) 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.

(127) Kaip jau minėta, UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ neprisipažino, jog yra skleistos reklamos apie PPC „Ozas“ vykdytą Akciją davėjai, atitinkamai minėtos bendrovės neigia, jog yra atsakingos už klaidinančios reklamos skleidimą.

(128) Nagrinėjamu atveju vartotojų suklaidinimas skleista reklama (Nutarimo 7.1. dalis) pasireiškė tuo, kad dar Akcijai neįpusėjus, vartotojai negalėjo pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu, t. y. pirkdami prekių PPC „Ozas“ už 120 Lt, gauti dovanų bilietą į filmą „Madagaskaras 3“. Taigi iš esmės reklamos klaidingumą lėmė tai, kad nebuvo užtikrintas pakankamas kiekis bilietų į minėtą kino filmą, tam, jog būtų išvengta vartotojų suklaidinimo ir vartotojų lūkesčiai nebūtų

pažeisti. Atsižvelgiant į tai, nagrinėjamu atveju svarbu įvertinti, kokias pareigas užtikrinant didesni bilietų kiekį turėjo UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“.

(129) Kaip nustatyta tyrimo metu UAB „Ozantis“ ir UAB „Multikino Lietuva“ buvo pasiskirstę pareigomis skleidžiant reklamą. UAB „Ozantis“ buvo vykdytos Akcijos organizatorius ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Bilietus iš UAB „Multikino Lietuva“ tiek Akcijos pradžioje, tiek jos eigoje, taip pat pirko UAB „Ozantis“.

(130) Atkreiptinas dėmesys, jog tyrimo metu paklausus, kodėl nebuvo užtikrintas didesnis bilietų kiekis, UAB „Ozantis“ kaip vieną iš aplinkybių nurodė, kad tai lėmė ribotas reklamos biudžetas bei išnaudotas jo rezervas. Dėl šių aplinkybių buvo nuspręsta ne pirkti papildomą kiekį bilietų, bet informuoti vartotojus apie Akcijos pabaigą (VI tomas, b. l. 13).

(131) UAB „Multikino Lietuva“ buvo atsakingas už bilietų pardavimą UAB „Ozantis“. Kaip nustatyta tyrimo metu, buvo susitarta dėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietų, skirtų Akcijai, pardavimo į kino filmą „Madagaskaras 3“, tačiau nei tyrimo metu, nei bylos nagrinėjimo metu nenustatyta, kad UAB „Multikino Lietuva“ būtų atsisakiusi parduoti papildomą bilietų kiekį UAB „Ozantis“, jei ši būtų paprašiusi. Atitinkamai UAB „Multikino Lietuva“ nurodė, kad būtų galėjusi parduoti didesni bilietų kiekį, jeigu UAB „Ozantis“ būtų pageidavusi (VI tomas, b. l. 14).

(132) Priešingai, 2012 m. birželio 11 d. UAB „Ozantis“ informavo UAB „Multikino Lietuva“ apie Akcijos stabdymą (kai kuriuose rašytiniuose paaiškinimuose kalbama apie Akcijos pabaigą) bei paprašė tekstą „*Visi bilietai į filmą „Madagaskaras 3“ jau išdalinti! Dėkojame visiems taip aktyviai dalyvavusiems. Primename, kad pigesnių bilietų į kino centre „Multikino“ rodome filmus galite įsigyti su prekybos ir pramogų centro „Ozas“ superkortele! Daugiau informacijos apie superkortelę rasite ČIA*“ patalpinti UAB „Multikino Lietuva“ administruojamame interneto tinklalapyje [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt). UAB „Multikino Lietuva“ šią informaciją savo interneto tinklalapyje patalpino. Taigi, byloje esantys duomenys rodo, kad UAB „Ozantis“ neprašė UAB „Multikino Lietuva“, atsiradus bilietų trūkumui, užtikrinti didesnio bilietų kiekio ir nesitarė, kokių veiksmų užtikrinant didesni bilietų kiekį bendrovės galėtų imtis. Vietoje to UAB „Ozantis“ priėmė sprendimą sustabdyti Akciją ir jos nebeatnaujino, t. y. nusprendė Akciją baigti nepaisant, kad nebuvo net įpusėjusi Akcijos reklamoje nurodyta (planuota) Akcijos trukmė.

(133) Atsižvelgiant į šias aplinkybes, darytina išvada, kad vadovaujantis Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalimi už klaidinančios Akcijos „Pirk PPC „Ozas“ ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ reklamos naudojimą yra atsakinga UAB „Ozantis“. Tuo tarpu pateikti įrodymai nesudaro pagrindo daryti išvados, jog už reklamos klaidingumą būtų atsakinga ir UAB „Multikino Lietuva“.

#### 9. Dėl UAB „Ozantis“ taikytinų sankcijų

(134) Pagal Reklamos įstatymo 22 straipsnio 7 dalies nuostatas už klaidinančios reklamos naudojimą skirtinos baudos dydis priklauso nuo pažeidimo pobūdžio, pažeidimo trukmės ir masto, atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių, ir skiriamas pagal baudos minimumo ir maksimumo vidurkį.

(135) Skiriant UAB „Ozantis“ baudą, atsižvelgta į tai, jog UAB „Ozantis“ bei UAB „Multikino Lietuva“ iniciatyva ir interesais skleista reklama (Nutarimo 2 dalis), kuri pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus – Nutarimo 9 - 11 pastraipose nurodyta reklama neatitiko teisingumo kriterijaus. Nagrinėjamos reklamos sklaidos trukmė laikytina trumpa, o mastas didelis.

(136) Nutarimo 2 dalyje nurodyta reklama skleista įvairiais laikotarpiais nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 15 d. internete (*tinklalapyje [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt); tinklalapyje [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt), portale [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt)<sup>8</sup>; žinių portale [www.15min.lt](http://www.15min.lt); mobiliesiems telefonams*

<sup>8</sup> Atkreiptinas dėmesys, jog portale [www.tv3play.lt](http://www.tv3play.lt) buvo aktyvi nuoroda į interneto tinklalapį <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d>. Atsižvelgiant į tai, kad UAB „Multikino Lietuva“ 2012 m. birželio

skirtuose tinklalapiuose (*m.15min.lt; m.alfa.lt; m.balsas.lt; m.basketnews.lt; m.diena.lt; m.ekonomika.lt; m.f-1.lt; m.iq.lt; m.krepsinis.net; m.lrytas.lt; m.vz.lt*); tinklalapyje *www.ozas.lt*; tinklalapyje *www.multikino.lt* vidutinis lankytojų skaičius per dieną, įvertinus visus interneto sklaidos kanalus daugiau nei 5000 unikalų vartotojų; spaudoje (*savaitraštyje „Laisvalaikis“* (tiražas 20 000) ir *savaitraštyje „Ekspres Nedelia“* (tiražas 68 000); *reklaminiiais stendais PPC „Ozas“* (100 vienetų).

(137) Atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį bei didelį mastą, nėra pagrindo skleistą reklamą vertinti kaip mažareikšmę.

(138) Taip pat nustatyta UAB „Ozantis“ atsakomybę lengvinanti aplinkybė. Akcijos metu imtasi priemonių, siekiant išvengti galimo vartotojų suklaidinimo, t.y. nuo 2012 m. birželio 11 d. bendrovė pašalino reklaminius stendus, kurie buvo išdėstyti prie PPC „Ozas“ parduotuvių kasų, internetiniame tinklalapyje *www.ozas.lt* pakeista reklama, informuojant apie Akcijos pabaigą, UAB „Ozantis“ informavo UAB „Multikino Lietuva“ apie Akcijos pabaigą, bei paprašė patalpinti su tuo susijusią informaciją interneto tinklalapyje *www.multikino.lt*, o tai atitinka Reklamos įstatymo 22 straipsnio 10 dalyje numatytą lengvinančią aplinkybę – reklaminės veiklos subjektas padaręs pažeidimą, savo noru užkirto kelią žalingoms pasekmėms.

(139) UAB „Ozantis“ taip pat nurodė, kad bendradarbiavo su Konkurencijos taryba tyrimo metu, tačiau nagrinėjamu atveju nėra pagrindo šios aplinkybės vertinti kaip lengvinančios. Iš Konkurencijos įstatymo 26 straipsnio Bendrovei kyla pareiga pateikti Konkurencijos tarybai prašomus dokumentus, todėl tai, kad UAB „Ozantis“ tyrimo metu vykdė įstatyme numatytą pareigą ir teikė tyrimui atlikti reikalingą ir prašomą informaciją, nereiškia, jog tai gali būti pripažįstama atsakomybę lengvinančia aplinkybe.

(140) UAB „Ozantis“ sunkinančių aplinkybių nustatyta nebuvo.

(141) Atsižvelgus į aukščiau išdėstytas aplinkybes, už klaidinančios reklamos skleidimą UAB „Ozantis“ skiriama 15 500 (penkiolikos tūkstančių penkių šimtų) litų bauda.

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 „Ozantis“ įvairiomis sklaidos priemonėmis įvairiais laikotarpiais nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 15 d. skleistą Akcijos „Pirk PPC „Ozas“ ir gauk kino bilietą į filmą „Madagaskaras 3“ reklamą, klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus:

1.1. nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. interneto tinklalapyje adresu *www.ozas.lt* skleista reklama (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre/Nuo birželio 8 d./Bilietai kiekis ribotas/Daugiau informacijos *www.multikino.lt*);

1.2. nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. interneto tinklalapyje *www.multikino.lt* skleista reklama: „Pirk birželio 8-15 d. prekybos ir pramogų centre Ozas už 120 Lt ir gauk bilietą į filmą Madagaskaras 3 dovanų Multikino kino centre. Bilietai kiekis ribotas. Filmo išankstinės premjeros nuo birželio 8 d.“, taip pat pateiktas filmo „Madagaskaras 3“ aprašymas bei filmo anonsas;

1.3. nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. interneto portale *www.tv3play.lt*; videoklipu skleistą reklamą, kuriame pateikiamas filmo „Madagaskaras 3“ anonsas (angl. „trailer“), o garso įrašė teigiama: „Pirk „Oze“ birželio 8-15 dienomis už 120 litų ir gauk bilietą dovanų į lietuviškai dubliuotą kiną „Madagaskaras 3“ Multikino kino teatre. Bilietai kiekis ribotas. Daugiau

---

11 d. pakeitė minėtame interneto tinklalapyje informaciją, nurodydama apie Akcijos pabaigą, laikytina, jog klaidinanti reklama portale *www.tv3play.lt* buvo skleista iki 2012 m. birželio 11 d.

informacijos [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt) ir [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) <...>“, taip pat pateikiamas tekstas: „*Madagaskaras 3/Dubliuota lietuviškai/Ozas „Prekybos ir pramogų centras“/8-15 d./už 120 Lt/Madagaskaras 3/Dubliuota lietuviškai*“;

1.4. nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. reklaminiais skydeliais mobiliesiems telefonams skirtuose interneto tinklalapiuose (*m.15min.lt; m.alfa.lt; m.balsas.lt; m.basketnews.lt; m.diena.lt; m.ekonomika.lt; m.f-1.lt; m.iq.lt; m.krepšinis.net; m.lrytas.lt; m.vz.lt*). Reklaminis skydelis buvo sudarytas iš dviejų dalių. Pirmąją reklaminio skydelio dalį sudarė 320x108 maketas, matomas atvertus interneto tinklalapį (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „*Lietuviškai įgarsino Karina Krisko, Giedrius Savickas, Marius Jampolskis, Vytautas Rumšas jaunesnysis, Rimantė Valiukaitė ir kiti*“), kurį paspaudus, atsidarydavo antrasis reklamos skydelis, kurį sudarė 320x480 maketas (vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „<...> *Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre / Nuo birželio 8 d. / Bilietų kiekis ribotas / Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)*“);

1.5. nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 11 d. reklaminiais skydeliais interneto tinklalapyje [www.15min.lt](http://www.15min.lt) su aktyvia nuoroda į tinklalapį <http://www.multikino.lt/films/madagaskaras-3-3d>, kurie buvo dviejų tipų. Pirmas reklaminis skydelis – dinaminis skydelis, kurį sudarė 4 besikeičiantys vaizdai su filmo „Madagaskaras 3“ veikėjais, formatas – 1000x200, nurodytas tekstas: „*Jie turi vienintelę viltį grįžti namo / „Madagaskaras 3 ir 3D“ / „Nuo birželio 8 d. ir Multikino“ / „Pirk PPC „Ozas“ už 120 Lt ir gauk bilietą dovanų!*“. Antro reklaminio skydelio formatas „vartai“, vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „*Madagaskaras 3 ir 3D/Pirk PPC „Ozas“ už 120 Lt ir gauk bilietą dovanų!/Nuo birželio 8 d. ir Multikino kinoteatre*“;

1.6. nuo 2012 m. birželio 7 d. iki 2012 m. birželio 14 d. savaitraštyje „Laisvalaikis“ skleista reklama (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „<...> *Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre/Nuo birželio 8 d./ Bilietų kiekis ribotas/Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)*“);

1.7. nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 15 d. savaitraštyje „Ekspress Nedelia“ skleista reklama (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, reklamos tekstas rusų kalba: „<...> *Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre/Nuo birželio 8 d./ Bilietų kiekis ribotas/Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)*“);

1.8. nuo 2012 m. birželio 8 d. iki 2012 m. birželio 11 d. reklaminiais stendais prie PPC „Ozas“ parduotuvių kasų skleista reklama (reklamos vaizdas – filmo „Madagaskaras 3“ veikėjai, tekstas: „<...> *Pirk PPC OZAS birželio 8-15 d. už 120 Lt ir gauk bilietą į „Madagaskaras 3“ dovanų Multikino kino centre/Nuo birželio 8 d./Bilietų kiekis ribotas/Daugiau informacijos [www.multikino.lt](http://www.multikino.lt) ir [www.ozas.lt](http://www.ozas.lt)*“).

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą skirti UAB „Ozantis“ 15 500 Lt ( penkiolikos tūkstančių penkių šimtų) litų baudą;

3. Įpareigoti UAB „Ozantis“ per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nustatytos baudos sumokėjimo pranešti apie tai Konkurencijos tarybai ir pateikti tai patvirtinančius įrodymus.

Nutarimas per 20 dienų nuo jo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje [www.kt.gov.lt](http://www.kt.gov.lt) dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui. Skundo padavimas nesustabdo Konkurencijos tarybos nutarimo vykdymo.

Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 39 straipsniu, paskirta pinigine bauda per tris mėnesius nuo nutarimo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje dienos turi būti sumokėtos į biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą LT24 7300 0101 1239 4300 (įmokos kodas

6920, lėšų gavėjas – Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, juridinio asmens kodas – 188659752).

Pirmininkas