



## LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

### NUTARIMAS

#### DĖL SPLIUS, UAB REKLAMOS ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO REIKALAVIMAMS

2013 m. birželio 28 d. Nr. 2S-8  
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) 2013 m. birželio 28 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl SPLIUS, UAB reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo (toliau – Reklamos įstatymas) reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė :

(2) Tyrimas dėl SPLIUS, UAB (kodas 145221538) (toliau – ir Bendrovė) reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams buvo pradėtas Konkurencijos tarybos 2012 m. gruodžio 7 d. nutarimu Nr. 1S-167<sup>1</sup>, TEO LT, AB (toliau – ir Pareiškėjas) pareiškimo pagrindu. Pareiškėjo teigimu, SPLIUS, UAB skleidė galimai klaidinančią skaitmeninės televizijos ir interneto paslaugų reklamą<sup>2</sup>.

(3) Pareiškėjo nuomone, reklamos teiginys „*Skaitmeninė TV nemokamai (iki lapkričio 1 d.) + 2 papildomi programų paketai nemokamai (visą sutarties laikotarpį) + įrašantis imtuvas vos už 1 Lt + Raiškioji TV nemokamai*“, buvo neišsamus, kadangi nebuvo nurodytas akcijos galiojimo terminas, privalomas trumpiausio naudojimo paslauga terminas bei jokie kiti galimi papildomi mokesčiai. Tuo tarpu, Pareiškėjo teigimu, bazinio kanalų paketo mokesčiai susidėjo iš abonentinio mokesčio, linijos palaikymo mokesčio, kortelės palaikymo mokesčio. TEO LT, AB taip pat pažymėjo, kad reklaminiame lankstinuke buvo nurodyta, jog skaitmeninės televizijos paslauga teikiama nemokamai iki lapkričio 1 d., tačiau nebuvo nurodyta, kokia kaina bus po lapkričio 1 d. Be to, Pareiškėjo nuomone, reklamos teiginys: „*Internetas – neterminuota sutartis + nemokamas įvedimas <...> nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt*“ buvo neišsamus, nes vartotojas nebuvo informuojamas, jog pasiūlymu „*nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt*“ galėjo pasinaudoti tik pasirašęs terminuotą paslaugų teikimo sutartį bei, kad speciali kaina „*nuo 5 Lt/mėn.*“ taikoma tik ribotą laiką (6 mėnesius). Pareiškėjas nurodė, kad interneto paslaugos reklamoje nebuvo nurodyta, koks paslaugos mėnesinis mokesčiai taikomas po 6 mėnesių.

(4) Tyrimas buvo pratęstas Konkurencijos tarybos 2013 m. balandžio 29 d. nutarimu Nr. 1S-63<sup>3</sup>.

(5) Tyrimo metu buvo siekiama nustatyti nagrinėjamos reklamos davėją, sklaidos laikotarpį, mastą bei kitas tyrimui reikšmingas aplinkybes. Dėl informacijos ir paaiškinimų pateikimo tyrimo metu buvo susirašinėjama su SPLIUS, UAB ir TEO LT, AB.

<sup>1</sup> Bylos medžiagos 58-59 lapai.

<sup>2</sup> Bylos medžiagos 1-4 lapai.

<sup>3</sup> Bylos medžiagos 111 lapas.

## 1. Su nagrinėta SPLIUS, UAB reklama susijusios aplinkybės

### 1.1. Akcijos, kuri buvo reklamuojama, taisyklės

(6) Tyrimo metu nustatyta, kad SPLIUS, UAB, kurios pagrindinė veikla yra elektroninių ryšių paslaugų teikimas Šiauliuose, Šiaulių rajone, Klaipėdoje, Radviliškyje, Kuršėnuose, Joniškyje, Kelmėje ir Pasvalyje<sup>4</sup>, 2012 m. rugsėjo 1 d. – 2012 m. spalio 31 d. vykdė teikiamų ryšio paslaugų akciją – „Rudens akcija“. Akcijos taisyklėse, patvirtintose SPLIUS, UAB generalinio direktoriaus įsakymu, kurios nebuvo skelbtos viešai, buvo nurodytos akcijos sąlygos ir pasiūlymai<sup>5</sup>.

(7) Akcijos laikotarpiu pasiūlymai ir sąlygos interneto abonentams:

(a) užsisakiusiems internetą pagal mokėjimo planus OEA/KEA (išimties tvarka gali būti užsakomi planai OL/L) bei sudariusiems 12 mėnesių terminuotą paslaugos teikimo sutartį, pirmus 3 mėnesius paslaugos mokestis – 5 Lt/mėn., likusius 9 mėnesius – 35 Lt/mėn., o maršrutizatorių vartotojas galėjo įsigyti už 50 Lt. Paslauga aktyvuojama už 0 Lt;

(b) užsisakiusiems internetą pagal mokėjimo planus OEA/KEA (išimties tvarka gali būti užsakomi planai OL/L) bei sudariusiems 24 mėnesių terminuotą paslaugos teikimo sutartį, pirmus 6 mėnesius paslaugos mokestis – 5 Lt/mėn., likusius 18 mėnesių – 35 Lt/mėn., o maršrutizatorių vartotojas galėjo įsigyti už 1 Lt. Paslauga aktyvuojama už 0 Lt;

(c) užsisakiusiems internetą pagal mokėjimo planus OEO/KEO bei sudariusiems 12 mėnesių terminuotą paslaugos teikimo sutartį, pirmus 3 mėnesius paslaugos mokestis – 5 Lt/mėn., likusius 9 mėnesius – 25 Lt/mėn., o maršrutizatorių vartotojas galėjo įsigyti už 50 Lt. Paslauga aktyvuojama už 0 Lt;

(d) užsisakiusiems internetą pagal mokėjimo planus OEO/KEO bei sudariusiems 24 mėnesių terminuotą paslaugos teikimo sutartį, pirmus 6 mėnesius paslaugos mokestis 5 Lt/mėn., likusius 18 mėnesių – 25 Lt/mėn., o maršrutizatorių vartotojas galėjo įsigyti už 50 Lt. Paslauga aktyvuojama už 0 Lt.

(8) Akcijos laikotarpiu pasiūlymai ir sąlygos kabelinės televizijos abonentams:

(a) akcija senjorams (t. y. asmenims, kuriems daugiau nei 60 metų), prisitęsiantiems kabelinės televizijos sutartį ar naujai užsisakantiems kabelinės televizijos bazinį paketą 24 mėnesiams, pirmaisiais metais paslaugos mokestis – 6 Lt/mėn., antraisiais – 18 Lt/mėn. Akcija klientas savo vardu gali pasinaudoti tik viename adrese;

(b) akcija naujiems kabelinės televizijos abonentams: mažasis, vidutinis, bazinis paketai iki 2012 m. lapkričio 1 d. nemokamai, po 2012 m. lapkričio 1 d. – įprastinė kaina<sup>6</sup>. Sutarties terminas – 36 mėnesiai, o paslaugos aktyvavimo mokestis – 0 Lt (kabelio kaina 1 Lt/m).

(9) Akcijos laikotarpiu pasiūlymai ir sąlygos skaitmeninės televizijos abonentams:

(a) užsisakęs skaitmeninę televiziją akcijos metu, abonentas gali žiūrėti 2 pasirinktus papildomus skaitmeninės televizijos paketus (išskyrus paketą „Sportas“, „Filmai plus“, „Vaikams“) nemokamai visą sutarties laikotarpį. Sutarties terminas – 36 mėnesiai. Įrašantis imtuvas, sudarius 36 mėnesių terminuotą paslaugos sutartį – 1 Lt. Iki 2012 m. lapkričio 1 d. abonentinis mokestis – 0 Lt, po 2012 m. lapkričio 1 d. – 28 (32)<sup>7</sup> Lt/ mėn.;

(b) užsisakęs TV MIX paslaugą akcijos metu, abonentas gali žiūrėti 2 pasirinktus papildomus skaitmeninės televizijos paketus (išskyrus paketą „Sportas“, „Filmai plus“, „Vaikams“) nemokamai visą sutarties laikotarpį. Sutarties terminas – 36 mėnesiai. Įrašantis imtuvas, sudarius 36 mėnesių terminuotą paslaugos sutartį – 1 Lt. Iki 2012 m. lapkričio 1 d. abonentinis mokestis – 0 Lt, po 2012 m. lapkričio 1 d. – 22 (26) Lt/mėn.

<sup>4</sup> Informacija, kur teikiamos SPLIUS, UAB paslaugos, nustatyta iš interneto tinklalapio [www.splius.lt](http://www.splius.lt).

<sup>5</sup> Bylos medžiagos 23-24 lapai.

<sup>6</sup> Direktorius įsakymu patvirtintose akcijos sąlygose, įprasta paslaugų kaina nenurodyta.

<sup>7</sup> Dvi kainos – 28 (32) Lt/mėn. – buvo nurodytos Akcijos taisyklėse, tačiau nepaaiškinus, šių kainų skirtumo. Siekiant išvengti netikslumų, šiame nutarime nurodomos paslaugų kainos taip, kaip jos nurodytos Akcijos taisyklėse.

## 1.2. Akcijos metu skleista reklama

(10) Tyrimo metu nustatyta, kad SPLIUS, UAB iniciatyva ir interesais įvairiomis skaidos priemonėmis nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d.<sup>8</sup>, t. y. kol buvo vykdoma „Rudens akcija“, buvo skleidžiama ši reklama:

(a) reklama, kurioje buvo teigiama „Skaitmeninė TV nemokamai (iki lapkričio 1 d.) + 2 papildomi programų paketai nemokamai (visą sutarties laikotarpį) + įrašantis imtuvas vos už 1 Lt + Raiškioji TV nemokamai“, „Internetas – neterminuota sutartis + nemokamas įvedimas <...> nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“, „Kabelinė TV iki lapkričio 1 d. nemokamai, senjorams – nuo 6 Lt/mėn.“, „yra papildomų sąlygų“. Ši reklama buvo skleista interneto tinklalapyje *www.splius.lt* nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d.<sup>9</sup>; savaitraštyje „Šiauliai plus“ 2012 m. rugsėjo 7, 14, 21, 28 dienomis, spalio 5, 12, 19, 26 dienomis<sup>10</sup>; lankstinukais, kurie buvo platinami daugiabučių namų gyventojų pašto dėžutėse nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d.<sup>11</sup>; grafinė reklama skleista SPLIUS klientų aptarnavimo skyriuose nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d.<sup>12</sup>;

(b) reklama, kurioje buvo teigiama „Skaitmeninė TV nemokamai (iki lapkričio 1 d.) + 2 papildomi programų paketai nemokamai (visą sutarties laikotarpį) + įrašantis imtuvas vos už 1 Lt + Raiškioji TV nemokamai“, „Internetas – neterminuota sutartis + nemokamas įvedimas <...> nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“ bei „Kabelinė TV iki lapkričio 1 d. nemokamai, nuo 6 Lt/mėn.“, „yra papildomų sąlygų“. Ši reklama buvo skleista per televizijos kanalą „S plus“ 2012 m. rugsėjo 3 d. bei 2012 m. spalio 1, 18, 22 dienomis<sup>13</sup>; SPLIUS, UAB klientų aptarnavimo skyriuose, kuriuose įrengti televizoriai nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d.<sup>14</sup>.

(11) Įvertinus Akcijos sąlygas bei skleistos reklamos turinį tyrimo metu nustatyta, kad skleistoje reklamoje vartotojams nebuvo pateikta dalis su akcijos sąlygomis susijusios informacijos. Išsamią informaciją vartotojai galėjo sužinoti, paskambinę reklamoje nurodytu telefonu arba atvykę į klientų aptarnavimo skyrių<sup>15</sup>.

(12) Reklamoje prie skaitmeninės televizijos paslaugos pasiūlymo buvo nurodyti teiginiai: „Nemokamai (iki lapkričio 1 d.)“, „Raiškioji TV nemokamai“, o prie kabelinės televizijos pasiūlymo nurodytas teiginys „iki lapkričio 1 d. nemokamai“, tačiau nustatyta, kad šiais reklamoje nurodytais pasiūlymais vartotojai galėjo naudotis tik sudarę su SPLIUS, UAB terminuotą paslaugų teikimo sutartį (36 mėnesių terminuotą sutartį dėl naudojimosi skaitmeninės televizijos ir skaitmeninės raiškiosios televizijos paslauga ir 36 mėnesių terminuotą sutartį dėl naudojimosi kabelinės televizijos paslauga)<sup>16</sup>. Be to, vartotojai turėjo mokėti mėnesinį paslaugos mokestį: už skaitmeninės televizijos paslaugą po 2012 m. lapkričio 1 d. turi mokėti 28 (32) Lt/mėn., užsisakę TV MIX paslaugą – 22 (26) Lt/mėn. Už kabelinės televizijos paslaugą vartotojai po 2012 m. lapkričio 1 d. turėjo mokėti įprastą paslaugos kainą<sup>17</sup>.

(13) Prie interneto paslaugos pasiūlymo buvo nurodyta „nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“, tačiau nepateikta informacija, jog 5 Lt/mėn. mokestis taikomas tik sudarius su SPLIUS, UAB 12 mėnesių arba 24 mėnesių terminuotą interneto paslaugos teikimo sutartį bei, kad 5 Lt/mėn. mokestį vartotojas už interneto paslaugą mokės tik pirmus 3 mėnesius, jei sudarys su SPLIUS, UAB 12 mėnesių terminuotą paslaugų teikimo sutartį, arba 6 mėnesius, jei sudarys 24 mėnesių terminuotą paslaugų teikimo sutartį. Pasibaigus atitinkamai 3 ar 6 mėnesių laikotarpiui, vartotojas

<sup>8</sup> Bylos medžiagos 9-56 lapai.

<sup>9</sup> Bylos medžiagos 9, 56 lapai.

<sup>10</sup> Bylos medžiagos 19, 21 lapai.

<sup>11</sup> Bylos medžiagos 9, 56 lapai.

<sup>12</sup> Bylos medžiagos 9, 56 lapai.

<sup>13</sup> Bylos medžiagos 19, 21 lapai.

<sup>14</sup> Bylos medžiagos 9, 56 lapai;

<sup>15</sup> Bylos medžiagos 11, 56, 99 lapai.

<sup>16</sup> Bylos medžiagos 11, 24, 57 lapai.

<sup>17</sup> Bylos medžiagos 23, 24 lapai.

turės mokėti visą likusį sutarties laikotarpį įprastinį paslaugos mokestį – 25 arba 35 Lt/mėn., priklausomai nuo to, kokį mokėjimo planą pasirinko. Reklamoje taip pat nebuvo pateikta informacija, kad maršrutizatorių už 1 Lt buvo galima įsigyti tik sudarius su SPLIUS, UAB 24 mėnesių terminuotą sutartį dėl mokėjimo planų OEA/KEA ar OL/L. Sudarius 12 mėnesių terminuotą sutartį dėl mokėjimo planų OEA/KEA ar OL/L arba sudarius 12 ar 24 mėnesių terminuotą sutartį dėl mokėjimo planų OEO/KEO, maršrutizatoriaus kaina buvo 50 Lt.

(14)Prie kabelinės televizijos paslaugos pasiūlymo reklamoje, skleistoje interneto tinklalapyje *www.splius.lt*, savaitraštyje „Šiauliai plus“ bei lankstinukų pagalba buvo nurodyta „senjorams – nuo 6 Lt/mėn.“. Tačiau per televizijos kanalą „S plus“ ir SPLIUS, UAB klientų aptarnavimo skyriuose skleistoje reklamoje buvo nurodyta tik „nuo 6 Lt/mėn.“, nenurodžius, kad šis pasiūlymas taikomas tik senjorams. Taip pat nustatyta, kad reklamoje minimą 6 Lt/mėn. mokestį už kabelinės televizijos paslaugas senjorai galėjo mokėti, tik sudarę 24 mėnesių terminuotą kabelinės televizijos paslaugos teikimo sutartį. Be to, tik pirmus 12 mėnesių paslaugos mokestis – 6 Lt/mėn., o likusį sutarties laikotarpį, t. y. 12 mėnesių, paslaugos mokestis – 18 Lt/mėn. SPLIUS, UAB paaiškino<sup>18</sup>, kad klientams pageidaujant, buvo galima pasirinkti visus 24 mėnesius mokėti po 12 Lt/mėn.

(15)Prie skaitmeninės televizijos paslaugos pasiūlymo reklamoje buvo nurodyta „įrašantis imtuvas vos už 1 Lt“, tačiau nebuvo nurodyta, jog šis pasiūlymas galioja tik sudarius su SPLIUS, UAB 36 mėnesių terminuotą skaitmeninės televizijos paslaugos teikimo sutartį.

(16)Tyrimo metu SPLIUS, UAB nurodė<sup>19</sup>, jog vartotojas negalėjo būti suklaidintas skleistos reklamos, kadangi reklamoje buvo nurodyta, jog „yra papildomų sąlygų“, kas, Bendrovės teigimu, vartotojui leido suvokti, jog jis negalės įsigyti reklamoje nurodytų paslaugų išimtinai reklamoje skelbiamomis sąlygomis. Tuo tarpu, šis prieraišas, Bendrovės teigimu, naudojamas reklamuojant, be kita ko, elektroninių ryšių paslaugas, todėl vartotojui jo reikšmė yra žinoma. SPLIUS, UAB nurodė, kad atsižvelgiant į aplinkybę, jog reklamoje objektyviai neįmanoma nurodyti visų reklamuojamos paslaugos teikimo sąlygų, skleistoje reklamoje buvo nurodytos pagrindinės, specifinės sąlygos bei minėtas prieraišas. Dėl interneto bei kabelinės televizijos paslaugų reklamų Bendrovė papildomai paaiškino, kad prie reklaminių teiginių („nuo 5 Lt/mėn.“, „senjorams – nuo 6 Lt/mėn.“, „nuo 6 Lt/mėn.“) buvo naudojamas žodis „nuo“, kuris parodo, kad paslaugų mokestis gali būti ir didesnis, tačiau ne mažesnis negu nurodyta reklamoje<sup>20</sup>. Tyrimo metu Bendrovė pripažino<sup>21</sup>, jog reklama galėjo turėti tam tikrų trūkumų, dėl kurių visos siūlomų įsigyti paslaugų sąlygos vartotojams galėjo būti nežinomos iš pačios reklamos turinio, tačiau pažymėjo, jog neturėjo tikslo nusišlepti nuo vartotojų paslaugų teikimo sąlygų ir buvo įsitikinusi, jog pakankamai informavo vartotojus.

## 2. Tyrimo išvados ir SPLIUS, UAB pateikti paaiškinimai

(17)Tyrimas dėl SPLIUS, UAB 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. gegužės 6 d. pranešime apie atliktą tyrimą Nr. 5S-12 (toliau – Pranešimas)<sup>22</sup>.

(18)Tyrimo metu padaryta išvada, kad nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d. interneto tinklalapyje *www.splius.lt*; savaitraštyje „Šiauliai plus“, lankstinukais, kurie buvo platinami daugiabučių namų gyventojų pašto dėžutėse, per televizijos kanalą „S plus“:

(a) skleistoje reklamoje prie skaitmeninės televizijos nurodyti teiginiai „Nemokamai iki lapkričio 1 d.“, „Raiškioji TV nemokamai“, o prie kabelinės televizijos nurodytas teiginys „iki lapkričio 1 d. nemokamai“ turi Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo (toliau – Nesąžiningos komercinės veiklos

<sup>18</sup> Bylos medžiagos 57 lapas.

<sup>19</sup> Bylos medžiagos 9 lapas.

<sup>20</sup> Bylos medžiagos 10, 57 lapai.

<sup>21</sup> Bylos medžiagos 99 lapas.

<sup>22</sup> Bylos medžiagos 112-129 lapai.

vartotojams draudimo įstatymas) 7 straipsnio 18 punkte numatytos klaidinančios komercinės veiklos požymių bei pažeidžia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus;

(b) skleistoje reklamoje prie interneto paslaugos nurodytas teiginys „*nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt*“, prie skaitmeninės televizijos paslaugos nurodytas teiginys „*įrašantis imtuvus vos už 1 Lt*“ bei kabelinės televizijos paslaugos teiginiai „*senjorams – nuo 6 Lt/mėn.*“ (skleistas interneto tinklalapyje *www.splius.lt*, savaitraštyje „Šiauliai plus“ bei lankstinukų pagalba), bei „*nuo 6 Lt/mėn.*“ (skleistas per televizijos kanalą „S plus“) neatitinka Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 2 punkte numatyto išsamumo kriterijaus, todėl pažeidžia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(19) Tyrimo metu nenustatyta, kad SPLIUS, UAB aptarnavimo skyriuose skleista reklama turi klaidinančios reklamos požymių, kadangi vartotojas visą informaciją, susijusią su „Rudens akcijos“ sąlygomis be papildomų laiko bei ekonominių sąnaudų reikalaujančių veiksmų, galėjo sužinoti tame pačiame SPLIUS, UAB aptarnavimo skyriuje, paklausus darbuotojų.

(20) Tyrimo metu nenustatyta, kad vartotojus galėjo suklaidinti reklamoje nenurodytas akcijos galiojimo terminas, kadangi nėra pagrindo teigti, jog vartotojas iš reklamoje pateiktos informacijos galėjo nesuprasti, kad reklamoje nurodytu pasiūlymu jis galės pasinaudoti tik ribotą laikotarpį.

(21) Su tyrimo išvadomis SPLIUS, UAB bei TEO LT, AB buvo supažindintos joms išsiuntus Pranešimą<sup>23</sup>, taip pat joms buvo sudaryta galimybė susipažinti su tyrimo medžiaga bei raštu pateikti savo paaiškinimus dėl tyrimo išvadų.

(22) SPLIUS, UAB pateiktuose rašytiniuose paaiškinimuose<sup>24</sup> nurodė, kad iš esmės sutinka su tyrimo metu padarytomis išvadomis, laiko jas pagrįstomis bei pripažįsta padarytą Reklamos įstatymo pažeidimą. Papildomai atkreipė dėmesį į aplinkybes, kurios Bendrovės nuomone, yra reikšmingos sprendžiant dėl SPLIUS, UAB atsakomybės už padarytą pažeidimą. Bendrovė nurodė, kad nesiekė suklaidinti vartotojų, pažeidimą padarė dėl to, jog manė, kad išlyga „*yra papildomų sąlygų*“ buvo pakankama. Bendrovė taip pat nurodė, kad bendradarbiavo su Konkurencijos taryba bei teikė savo iniciatyva informaciją, susijusią su atliekamu tyrimu, išanalizavo reklamos skelbimui taikomus reikalavimus bei teismų ir Konkurencijos tarybos praktiką, ėmėsi priemonių užtikrinti, kad tokie pažeidimai nebepasikartotų ir kad visa Bendrovės skleidžiama reklama atitiktų teisės aktuose nustatytus reikalavimus. SPLIUS, UAB taip pat atkreipė dėmesį, kad Bendrovė yra regioninis paslaugų teikėjas, todėl reklama buvo skleista ribotam vartotojų ratui.

(23) TEO LT, AB raštu nuomonės nepateikė.

(24) 2013 m. birželio 13 d. įvykusio Konkurencijos tarybos bylos nagrinėjimo posėdžio metu SPLIUS, UAB atstovė palaikė rašytiniuose paaiškinimuose išdėstytus argumentus bei patvirtino, jog SPLIUS, UAB pripažįsta padariusi Reklamos įstatymo pažeidimą. Dalyvavusios TEO LT, AB atstovės iš esmės sutiko su Pranešime padarytomis išvadomis (Konkurencijos tarybos bylos nagrinėjimo posėdžio 2013 m. birželio 14 d. protokolas Nr. 4S-13)<sup>25</sup>.

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

(25) 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.

(26) Siekiant nustatyti, ar reklamos metu pateikta informacija yra klaidinanti reklama, būtina įvertinti 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.

<sup>23</sup> Bylos medžiagos 130-133 lapai.

<sup>24</sup> Bylos medžiagos 134-136 lapai.

<sup>25</sup> Bylos medžiagos 138-143 lapai.

(27)Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių.

### 3. Dėl reklamos ir reklamos davėjo

(28)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.

(29)SPLIUS, UAB veikla yra susijusi su elektroninių ryšių paslaugų teikimu. Nagrinėjamu atveju Bendrovė vykdė „Rudens akcijos“ metu skleidė informaciją, apie galimybę vartotojui palankiomis sąlygomis užsisakyti Bendrovės teikiamas interneto, kabelinės televizijos, skaitmeninės televizijos paslaugas bei jomis naudotis, todėl laikytina, kad ši skleista informacija yra reklama kaip tai apibrėžta Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalyje.

(30)Be to, minėta SPLIUS, UAB veikla laikytina ir komercine veikla Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo prasme, kadangi šio įstatymo 2 straipsnio 4 dalyje nurodyta, kad komercine veikla vartotojams laikomi komercinės veiklos subjekto veiksmai, neveikimas, elgesys arba pareiškimas, įskaitant reklamą ir rinkodarą, tiesiogiai susiję su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba teikimu vartotojams.

(31)Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nurodyta, kad reklamos davėjas – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama. Tyrimo metu surinkta informacija, kurią patvirtino ir pati Bendrovė<sup>26</sup>, rodo, jog SPLIUS, UAB iniciatyva ir interesais buvo skleista nagrinėjama „Rudens akcijos“ reklama, todėl Bendrovė laikytina nagrinėjamos reklamos davėja.

### 4. Dėl reklamos teiginių apie nemokamas skaitmeninės ir kabelinės televizijos paslaugas atitiktis Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams

(32)Atsižvelgiant į tai, jog kaip nustatyta tyrimo metu, Bendrovė skleistojė „Rudens akcijos“ reklamoje vartotojams siūlė skaitmeninės televizijos ir kabelinės televizijos paslaugas nemokamai, šioje dalyje vertinama: skaitmeninės televizijos paslaugos reklaminių teiginių: „Nemokamai (iki lapkričio 1 d.)“ bei „Raiškioji TV nemokamai“ ir kabelinės televizijos paslaugos reklaminių teiginių: „iki lapkričio 1 d. nemokamai“ atitiktis Reklamos įstatymo reikalavimams.

(33)Kaip jau minėta, pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį klaidinančia reklama visais atvejais laikoma reklama, kuri turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių.

(34)Pažymėtina, kad nustačius, jog reklama turi minėtų požymių, savaime laikoma, kad reklama yra klaidinanti, atsižvelgiant į tai, poveikio ar tikėtino poveikio vartotojų ekonominiam elgesiui įrodinėti nereikia. Todėl, konstatuojant Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimą, pakanka nustatyti, kad pateikta informacija yra reklama pagal Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalį, kad ūkio subjektas yra skelbtos reklamos davėjas ir kad reklama atitinka Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytus klaidinančios komercinės veiklos požymius.

(35)Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 18 punkte nurodyta, kad komercinė veikla, kuria pagal to paties įstatymo 2 straipsnio 4 dalį laikoma ir

<sup>26</sup> Bylos medžiagos 9, 56 lapai.

reklama, visais atvejais yra klaidinanti, jeigu ji pasireiškia kaip produkto apibūdinimas kaip „papildomai už tą pačią kainą“, „nemokamas“ ar panašiai, jeigu vartotojai turi mokėti, išskyrus būtinas išlaidas, susijusias su produkto įsigijimu, paėmimu ar mokėjimu už jo pristatymą.

(36)Kaip nustatyta tyrimo metu, SPLIUS, UAB skleistoje reklamoje prie skaitmeninės televizijos pasiūlymo buvo nurodyta: „*Nemokamai (iki lapkričio 1 d.)*“ bei „*Raiškioji TV nemokamai*“, o prie kabelinės televizijos nurodyta „*iki lapkričio 1 d. nemokamai*“ (Nutarimo 12 pastraipa). Taigi vartotojas buvo informuojamas apie galimybę iki tam tikro laikotarpio (iki 2012 m. lapkričio 1 d.) arba neribotą laikotarpį naudotis atitinkamai skaitmenine bei kabeline televizija nemokamai.

(37)Tačiau, kaip nustatyta tyrimo metu, reklamoje nurodytais pasiūlymais buvo galima pasinaudoti tik sutikus su Bendrovės nustatytais papildomomis akcijos sąlygomis, kurios reklamoje nebuvo nurodytos.

(38)Norėdamas nemokamai naudotis skaitmeninės televizijos paslaugomis iki 2012 m. lapkričio 1 d. bei stebėti skaitmeninę raiškiają televiziją nemokamai, vartotojas turėjo sudaryti su SPLIUS, UAB 36 mėnesių terminuotą paslaugų teikimo sutartį bei sutikti po 2012 m. lapkričio 1 d. mokėti mėnesinį 28 (32) Lt/mėn. paslaugos mokestį, o užsisakęs TV MIX paslaugą – 22 (26) Lt/mėn. mokestį.

(39)Tuo tarpu, norėdamas nemokamai naudotis kabelinės televizijos paslaugomis iki 2012 m. lapkričio 1 d. vartotojas turėjo sudaryti su SPLIUS, UAB 36 mėnesių paslaugų teikimo sutartį bei sutikti po 2012 m. lapkričio 1 d. mokėti įprastą paslaugos mokestį.

(40)Taigi, vartotojas pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu galėjo tik įvykdęs atitinkamas sąlygas, susijusias su terminuotos sutarties sudarymu bei mėnesinio mokesčio mokėjimu, t. y. norėdamas pasinaudoti reklamoje nurodytomis nemokamomis paslaugomis, vartotojas vis dėlto turėjo patirti papildomas išlaidas, nors tokia informacija reklamoje nebuvo pateikta.

(41)Pažymėtina, kad išlaidos, kurias turi patirti vartotojai, norėdami pasinaudoti SPLIUS, UAB reklamoje nurodomu pasiūlymu – naudotis skaitmeninės televizijos, skaitmeninės raiškiosios televizijos bei kabelinės televizijos paslaugomis nemokamai, negali būti laikomos būtinomis išlaidomis, kaip jos apibūdintos Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 18 punkte. Šiame punkte nurodyta, kad būtinomis išlaidomis laikomos išlaidos, susijusios su produkto įsigijimu, paėmimu ar mokėjimu už jo pristatymą.

(42)Tuo tarpu išlaidos, kurias turėtų patirti vartotojai, siekdami pasinaudoti SPLIUS, UAB reklamoje pateiktu pasiūlymu – naudotis minėtomis paslaugomis nemokamai iki 2012 m. lapkričio 1 d. arba neribotą laiką, neatitinka aukščiau išvardintų kriterijų. Jeigu vartotojas nesudaro ilgalaikės terminuotos paslaugų teikimo sutarties ir neįsipareigoja mokėti atitinkamo mėnesinio paslaugos mokesčio (kurio dydis priklauso nuo to, ar vartotojas pasirinko skaitmeninę ar kabelinę televiziją), jis negali pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu. Taigi, aplinkybė, jog vartotojas negali laisvai, be įsipareigojimų ir papildomų mokesčių pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu, lemia, jog skleisti reklaminiai teiginiai apie galimybę skaitmeninę televiziją, skaitmeninę raiškiają ir kabelinę televiziją stebėti nemokamai yra klaidinantys.

(43)Pažymėtina, kad Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas<sup>27</sup>, pasisakydamas dėl Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 18 punkto nuostatos, be kita ko, rėmėsi Europos Komisijos 2009 m. gruodžio 3 d. priimtąs Direktyvas 2005/29/EB dėl nesąžiningos komercinės veiklos įgyvendinimo ir taikymo gairėmis (SEC(2009)1666) (toliau – Gairės), kuriose nurodoma, kad minėtos direktyvos I priedo 20 punktu prekybininkams draudžiama apibūdinti produktą žodžiais „už dyką“, „veltui“, „nemokamas“ ar panašiai, jei galiausiai vartotojui reikia mokėti (3.4.2 punktas). Gairėse nurodoma, kad šis draudimas susijęs su tuo, kad vartotojas tikisi, jog tuo atveju, jei nurodoma „nemokamai“, tai reiškia, kad vartotojas gaus kažką už nieką: ne už pinigus ar atlygį, duodamą mainais. Pastebėtina, kad priešingas aiškinimas lemtų, jog

<sup>27</sup> Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2012 m. kovo 16 d. nutartis byloje Nr. A<sup>858</sup>-370/2012, UAB „Omnitel“ prieš Konkurencijos tarybą.

komercinės veiklos subjektas galėtų sukurti apgaulingą įspūdį apie save, savo prekes ar paslaugas reklamos būdu pateikdamas kaip patrauklesnes savo konkurentų atžvilgiu, nes vartotojams žadėtų kažką, kas yra „nemokama“, nors faktiškai vartotojai vis dėlto patirtų tam tikras išlaidas, siekdami tokias prekes ar paslaugas gauti.

(44) SPLIUS, UAB siekdama pagrįsti, jog „Rudens akcijos“ reklama negalėjo klaidinti vartotojų, pažymėjo, kad reklamoje buvo prierasas „yra papildomų sąlygų“<sup>28</sup>. Ši sąlyga kiekvienam vidutiniam vartotojui, SPLIUS, UAB nuomone, aiškiai suponuoja, jog jis negalės įsigyti reklamoje nurodomų paslaugų išimtinai reklamoje skelbiamomis sąlygomis. Tačiau šie Bendrovės paaiškinimai vis dėlto nepašalina nagrinėjamų reklamos teiginių klaidingumo.

(45) Kaip jau minėta, jeigu reklama turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1-21 punktuose nustatytų klaidinančios komercinės veiklos požymių, ji savaime laikoma klaidinančia, todėl minėtos išlygos nurodymas reklamoje, negali pašalinti jos klaidingumo. Kitaip tariant, vien jau aplinkybė, kad paslauga apibūdinama kaip nemokama, nors vartotojas norėdamas ja pasinaudoti, turi patirti papildomus kaštus, lemia jos klaidinantį pobūdį. Be to, vartotojams buvo siūloma stebėti skaitmeninę televiziją, skaitmeninę raiškiają televiziją bei kabelinę televiziją nemokamai, todėl vartotojas neturėjo pagrindo manyti, kad ši sąlyga vis dėlto priklausys nuo to, ar jis sudarys ilgalaikę sutartį bei įsipareigos mokėti atitinkamus mėnesinius paslaugų mokesčius.

(46) Lietuvos vyriausias administracinis teismas taip pat yra nurodęs, jog: „Sistemiškai ir lingvistiškai aiškinant Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1, 2, 4 ir 6 dalis darytina išvada, kad nustatius, jog vertinama reklama turi nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytų klaidinančios komercinės veiklos požymių, nėra teisinio pagrindo ir faktinio poreikio byloje aptariamoms reklamoms turinį papildomai vertinti Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalyje įtvirtintų teisingumo, išsamumo ir pateikimo kriterijų požiūriu, nes įstatymo leidėjas, priimdamas Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį *expressis verbis* nurodė, kad šioje teisės normoje nurodyta reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia. Ši nuostata taip pat reiškia, kad tokiu atveju preziumuojama, jog ekonominis vartotojo elgesys yra paveiktas“<sup>29</sup>.

(47) Atsižvelgus į aukščiau išdėstytas aplinkybes, laikytina, kad SPLIUS, UAB vykdytos „Rudens akcijos“ metu skleisti skaitmeninės televizijos paslaugos reklaminiai teiginiai „Nemokamai (iki lapkričio 1 d.)“ bei „Raiškioji TV nemokamai“ bei kabelinės televizijos paslaugos reklaminius teiginys „iki lapkričio 1 d. nemokamai“, turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 18 punkte numatytos klaidinančios komercinės veiklos požymių, todėl laikytini klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnyje numatytus reikalavimus.

##### 5. Dėl interneto, skaitmeninės ir kabelinės televizijos ir su tuo susijusių paslaugų reklamos teiginių apie konkrečias paslaugų kainas atitiktis Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimams

(48) Atsižvelgiant į tai, jog kaip nustatyta tyrimo metu, Bendrovė skleistoje „Rudens akcijos“ reklamoje vartotojams taip pat siūlė interneto, skaitmeninės televizijos ir kabelinės televizijos paslaugas, nurodydama konkrečias paslaugų kainas, šioje dalyje vertinama: interneto paslaugos reklaminio teiginio „nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“; skaitmeninės televizijos paslaugos reklaminio teiginio: „įrašantis imtuvas vos už 1 Lt“ bei kabelinės televizijos paslaugos reklaminio teiginio: „senjoram – nuo 6 Lt/mėn.“ ir „nuo 6 Lt/mėn.“ atitiktis Reklamos įstatymo reikalavimams.

<sup>28</sup> Bylos medžiagos 10-13 lapai.

<sup>29</sup> Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2012 m. kovo 16 d. nutartis byloje Nr. A<sup>858</sup>-370/2012, UAB „Omnitel“ prieš Konkurencijos tarybą.



### 5.1. Dėl reklamos teiginių atitikties išsamumo kriterijui

(49) 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<sup>30</sup>.

(50) Pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 2 punkte nustatytą išsamumo kriterijų, reklamoje pateikiama informacija yra neišsami, jeigu praleista tam tikra informacijos dalis, kurios pateikimas, atsižvelgiant į kitą toje reklamoje pateikiamą informaciją, būtinai reikalingas reklamos vartotojų suklaidinimui išvengti. Reklamoje pateikiama informacija taip pat yra neišsami, jeigu neatskleidžiama, nuslepama arba neaiškiai, nesuprantamai, dviprasmiškai ar ne laiku pateikiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

(51) Kaip nustatyta tyrimo metu ir kaip jau minėta, SPLIUS, UAB vykdytos „Rudens akcijos“ metu vartotojams siūlė palankiomis sąlygomis užsisakyti Bendrovės paslaugas. Reklamoje prie interneto paslaugos buvo nurodytas teiginys „nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“; prie skaitmeninės televizijos nurodytas teiginys „įrašantis imtuvas vos už 1 Lt“, prie kabelinės televizijos paslaugos nurodytas teiginys „senjorams – nuo 6 Lt/mėn.“ (reklama buvo skleista interneto tinklalapyje [www.splius.lt](http://www.splius.lt), savaitraštyje „Šiauliai plus“ bei lankstinukų pagalba), bei „nuo 6 Lt/mėn.“ (reklama skleista per televizijos kanalą „S plus“).

(52) Tačiau, kaip nustatyta tyrimo metu, buvo numatytos papildomos sąlygos, norint pasinaudoti reklamoje nurodytais pasiūlymais, t. y. vartotojas turėjo sudaryti terminuotą paslaugų teikimo sutartį su SPLIUS, UAB bei atitinkamai mokėti Bendrovės nustatytus mokesčius.

(53) Dėl reklamoje nurodyto interneto paslaugos pasiūlymo „nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“ nustatyta, kad vartotojas minėtu pasiūlymu galėjo pasinaudoti tik sudaręs su SPLIUS, UAB 12 mėnesių arba 24 mėnesių terminuotą interneto paslaugų teikimo sutartį. Be to nustatyta, kad 5 Lt/mėn. mokestis taikomas tik pirmus 3 mėnesius, sudarius 12 mėnesių terminuotą sutartį arba pirmus 6 mėnesius, sudarius 24 mėnesių terminuotą sutartį. Tuo tarpu pasibaigus atitinkamai 3 ar 6 mėnesių laikotarpiui, likusius 9 arba 18 mėnesių, vartotojas turi mokėti įprastinį 25 Lt/mėn. arba 35 Lt/mėn. paslaugos mokestį, priklausomai nuo to kokį planą pasirinko (Nutarimo 7, 13 pastraipos).

(54) Be to, maršrutizatorių už 1 Lt vartotojas galėjo įsigyti tik sudaręs terminuotą 24 mėnesių interneto paslaugų teikimo sutartį dėl mokėjimo plano OEA/KEA ar OL/L. Vartotojams sudariusiems 12 mėnesių terminuotą sutartį dėl mokėjimo planų OEA/KEA ar OL/L arba sudariusiems 12 mėnesių ar 24 mėnesių terminuotą sutartį dėl mokėjimo planų OEO /KEO, maršrutizatoriaus kaina buvo 50 Lt.

(55) Taigi vartotojas, susidomėjęs reklamoje nurodytu interneto paslaugos pasiūlymu, kuriame teigiama „nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“, galėjo tikėtis, jog pasirinkęs interneto paslaugą galės ja naudotis neterminuotą laikotarpį, mokėdamas tik 5 Lt/mėn. mokestį, tačiau neturėjo pagrindo manyti, jog yra papildomų šio pasiūlymo sąlygų, susijusių su 12 arba 24 mėnesių terminuotos sutarties sudarymu ir padidėjusiais mokesčiais po 3 arba 6 mėnesių, kurios reklamoje nebuvo nurodytos. Taip pat vartotojas pagrįstai galėjo tikėtis, jog pasinaudojęs reklamoje nurodytu pasiūlymu bei užsisakęs interneto paslaugas už 5 Lt/mėn., jis galės įsigyti maršrutizatorių už 1 Lt, tačiau jam taip pat nebuvo pagrindo manyti, kad ši galimybė priklausys nuo jau aukščiau minėtų sąlygų.

(56) Tuo tarpu nepateiktos skleistoje „Rudens akcijos“ reklamoje sąlygos laikytinos esminėmis bei būtinomis siekiant išvengti vartotojų suklaidinimo.

(57) Pažymėtina, kad Reklamos įstatymo 5 straipsnio 5 dalies 3 punkte nurodyta, jog kai sprendžiama, ar reklama klaidinanti, be kita ko, ypač reikia atsižvelgti į joje esančią informaciją

<sup>30</sup> Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2008 m. liepos 3 d. nutartis byloje Nr. A556-997/2008, UAB „Tez Tour“ prieš Konkurencijos tarybą.

apie prekių (paslaugų) įsigijimo sąlygas, o būtent – kainą ar jos apskaičiavimo būdą. Taigi, informacija, susijusi su padidėjusiais mokesčiais po 3 arba 6 mėnesių vartotojui yra esminė lemianti jo apsisprendimą dėl reklamoje nurodyto pasiūlymo. Tuo tarpu informacija dėl sutarties sudarymo bei jos termino taip pat reikšminga, kadangi informuoja vartotoją, jog reklamoje nurodytu pasiūlymu jis negali naudotis neprisiėmęs iš sutarties kylančių įsipareigojimų.

(58) Dėl reklamoje nurodyto skaitmeninės televizijos pasiūlymo „*įrašantis imtuvas vos už 1 Lt*“ nustatyta, kad vartotojas, norėdamas juo pasinaudoti, turėjo sudaryti 36 mėnesių terminuotą skaitmeninės televizijos paslaugos teikimo sutartį bei mokėti Bendrovės nustatytą skaitmeninės televizijos paslaugos mokestį, tačiau ši sąlyga reklamoje taip pat nebuvo nurodyta (Nutarimo 9, 15 pastraipos).

(59) Taigi, vartotojas, susidomėjęs skleista reklama, pagrįstai galėjo tikėtis, kad įrašanti imtuvą už 1 Lt jis galės įsigyti be papildomų įsipareigojimų – ilgalaikės sutarties sudarymo, tačiau norėdamas pasinaudoti šia sąlyga vartotojas turėjo prisiimti įsipareigojimus Bendrovei bei mokėti atitinkamus mokesčius, 28 (32) Lt/mėn. paslaugos mokestį, o užsisakius TV MIX paslaugą – 22 (26) Lt/mėn. mokestį t. y. patirti ilgalaikės papildomas išlaidas, kurių iš reklamoje pateiktos informacijos nebuvo galima numatyti.

(60) Pažymėtina, kad nors prie skaitmeninės televizijos paslaugos pasiūlymo „*2 papildomi programų paketai nemokamai*“ buvo nurodyta sąlyga, kad šiuo pasiūlymu vartotojas gali pasinaudoti visą sutarties laikotarpį, tačiau ši sąlyga nėra nurodyta prie pasiūlymo „*įrašantis imtuvas vos už 1 Lt*“, taigi vartotojas galėjo nesuvokti, jog, norint įsigyti imtuvą už 1 Lt, jam reikės sudaryti su SPLIUS, UAB terminuotą sutartį, tuo labiau, kad sutarties terminas turės būti treji metai. Kaip jau minėta, sutarties termino nurodymas yra esminė informacija, kadangi sutartimi vartotojas prisiima įsipareigojimus (įskaitant ir įsipareigojimą mokėti tam tikro dydžio mokestį už naudojimąsi paslaugomis), kurių turi laikytis atitinkamą laiko tarpą. Žinodamas minėtą informaciją, vartotojas atitinkamai gali vertinti, ar jam naudinga prisiimti ilgalaikius įsipareigojimus, įskaitant nustatytų mokesčių mokėjimą, o galbūt palankiau pasirinkti kito paslaugos teikėjo paslaugas. Taigi, neabejotina, kad informacijos apie sutartinius įsipareigojimus nenurodymas gali suklaidinti vartotoją dėl reklamoje nurodyto pasiūlymo.

(61) Atsižvelgiant į tai, jog prie skaitmeninės televizijos reklaminio teiginio „*įrašantis imtuvas vos už 1 Lt*“ nebuvo nurodyta sąlygų, kurios lemia vartotojo papildomus įsipareigojimus bei kaštus, norint pasinaudoti pateiktu pasiūlymu, darytina išvada, jog vartotojas galėjo būti suklaidintas dėl galimybės įsigyti įrašantį imtuvą už 1 Lt.

(62) Dėl reklamoje nurodyto kabelinės televizijos paslaugos pasiūlymo „*senjorams – nuo 6 Lt/mėn.*“ (skleista interneto tinklalapyje [www.splius.lt](http://www.splius.lt), savitraštyje „Šiauliai plius“ bei lankstinukų pagalba), „*nuo 6 Lt/mėn.*“ (skleista per televizijos kanalą „S plus“), nustatyta, kad šiuo pasiūlymu galėjo pasinaudoti tik senjorai, t.y. asmenys, kuriems daugiau nei 60 metų (Nutarimo 8, 14 pastraipos).

(63) Pažymėtina, kad per televizijos kanalą „S plus“ skleistoje „Rudens akcijos“ reklamoje apie šią sąlygą vartotojai nebuvo informuojami. Be to, pasiūlymu buvo galima pasinaudoti tik prasitęsus su SPLIUS, UAB kabelinės televizijos paslaugų teikimo sutartį 24 mėnesiams bei atitinkamai pirmais metais mokant 6 Lt/mėn. paslaugos mokestį, o antrais metais – 18 Lt/mėn. paslaugos mokestį; arba sudarius su SPLIUS, UAB 24 mėnesių terminuotą kabelinės televizijos paslaugų teikimo sutartį bei atitinkamai pirmais metais mokant 6 Lt/mėn., o antraisiais metais – 18 Lt/mėn. paslaugos mokestį.

(64) Pamatęs minėtus reklaminius teiginius „*senjorams – nuo 6 Lt/mėn.*“ bei „*nuo 6 Lt/mėn.*“, vartotojas pagrįstai galėjo tikėtis, jog pasirinkęs kabelinės televizijos paslaugą galės ja naudotis neterminuotą laikotarpį, mokėdamas tik 6 Lt/mėn. mokestį. Vartotojas neturėjo pagrindo manyti, jog yra papildomų šio pasiūlymo sąlygų, kurios reklamoje nebuvo nurodytos, t. y. jog vartotojas norėdamas pasinaudoti reklamoje nurodytu pasiūlymu turės sudaryti terminuotą – 24 mėnesių paslaugų teikimo sutartį bei kad tik ribotą laiką – pirmus metus mokės 6 Lt/mėn. mokestį, o likusį sutarties terminą – 18 Lt/mėn. Taigi, vartotojai, nežinodami papildomų sąlygų, susijusių su

terminuotos sutarties sudarymu ir padidėjusiu paslaugos mokesčio mokėjimu praėjus vieneriems sutarties galiojimo metams, galėjo būti suklaidinti dėl reklamoje pateikto pasiūlymo.

(65) Be to, per televizijos kanalą „S plus“ skleista reklama dėl kabelinės televizijos pasiūlymo „*nuo 6 Lt/mėn.*“ galėjo būti suklaidinti ne tik senjorai, bet ir kiti vartotojai, kurių amžius nesiekė 60 metų, nes jiems šis pasiūlymas apskritai negaliojo, nors amžiaus sąlyga nebuvo nurodyta reklamoje.

(66) Apibendrinus tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad vartotojams SPLIUS, UAB skleistoje „Rudens akcijos“ reklamoje nebuvo nurodytos esminės aplinkybės, susijusios su paslaugų teikimo sąlygomis (terminuotos sutarties sudarymu bei papildomais mokesčiais), kurios būtinos vartotojams priimant sprendimą dėl sandorio. Dėl šių priežasčių vartotojai negalėjo tinkamai įvertinti reklamoje pateiktų pasiūlymų, kad reklamoje pateiktos informacijos pagrindu galėtų priimti atitinkamą sprendimą.

(67) Kaip jau minėta, SPLIUS, UAB nuomone, reklamoje pateiktas prierasas „*yra papildomų sąlygų*“ negalėjo suklaidinti vartotojų. Bendrovės teigimu, vartotojai matydami šią informaciją turėjo suvokti, kad jie negalės įsigyti reklamoje nurodytų paslaugų išimtinai reklamoje skelbiamomis sąlygomis. Taip pat pažymėjo, kad reklaminiuose teiginiuose „*nuo 5 Lt/mėn.*“ bei nuo „*nuo 6 Lt/mėn.*“ vartojamas žodis „nuo“, kuris Bendrovės teigimu, parodo, jog paslaugų mokestis gali būti ir didesnis, tačiau ne mažesnis nei nurodytas reklamoje. Tačiau šie Bendrovės paaiškinimai vis dėlto nepašalina nagrinėjamų reklamos teiginių neišsamumo.

(68) Pažymėtina, kad nuoroda „*yra papildomų sąlygų*“ negali būti laikoma tinkama reklamos teiginių išsamumui pagrįsti. Atsižvelgiant į tai, kad reklamoje buvo pateikta įvairių paslaugų (internetu, skaitmeninės televizijos, kabelinės televizijos) pasiūlymų, nėra aišku, kuriai paslaugai taikomos papildomos sąlygos. Kita vertus, išlyga „*yra papildomų sąlygų*“ savaime nėra informatyvi, nėra aišku, kokių papildomų sąlygų vartotojui reikėtų ieškoti, su kuo sąlygos susijusios. Taigi, vartojas nebūtinai susies minėtą išlygą su terminuotos sutarties sudarymu bei jos pagrindu ateityje padidėsiančiais teikiamų paslaugų mokesčiais ar papildomai mokėtiniais mokesčiais, ypač kai pačioje reklamoje buvo įvardintos paslaugų kainos „*nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt*“; „*įrašantis imtuvus vos už 1 Lt*“, „*senjorams – nuo 6 Lt/mėn.*“ bei „*nuo 6 Lt/mėn.*“.

(69) Lietuvos vyriausias administracinis teismas pažymėjo, jog „*vidutinis vartotojas neturėtų būti tapatinamas su įtariu bei nepasitikinčiu reklamos davėjo skleidžiama informacija vartotoju, <...> sąlygos, susiję su esmine reklamos informacija, nebuvo pateiktos aiškiai ir nedviprasmiškai, vidutinis vartotojas pagrįstai galėjo tikėtis, kad reklamoje pateikta informacija, susijusi su paslaugų kaina, yra tiksli ir nebus tikslinama jos didinimo linkme, o galimybė prieš įsigyjant paslaugą pasiteirauti pareiškėjo atstovų jos sąlygų apskritai negali būti vertinama kaip efektyvi priemonė, galinti sulaikyti vartotoją nuo klaidos*“<sup>31</sup>.

(70) Vertinant reklamoje prie kai kurių teiginių nurodytą žodį „nuo“, t. y. „*nuo 5 Lt/mėn.*“, „*senjorams – nuo 6 Lt/mėn.*“ bei „*nuo 6 Lt/mėn.*“, pažymėtina, kad jis taip pat nepašalina reklaminių teiginių klaidingumo, nors, Bendrovės teigimu, vartotojas turėjo suvokti, kad paslaugos mokestis gali būti didesnis, tačiau ne mažesnis negu nurodyta reklamoje.

(71) Pažymėtina, jog nors reklamoje naudotas žodis „nuo“ galėjo vartotojui sudaryti įspūdį, jog yra ir brangesnių mokėjimo planų negu nurodyta reklamoje, tačiau vartotojas turėjo pagrįstą pagrindą tikėtis, jog mažiausia kaina už kurią jis galės pasinaudoti paslauga yra būtent nurodyta reklamoje, t. y. 5 Lt/mėn. už interneto paslaugą, bei 6 Lt/mėn. už kabelinės televizijos paslaugą ir kad šis paslaugos dydis išliks pastovus.

(72) Europos Sąjungos Teisingumo Teismas yra pažymėjęs, kad reikalavimas nurodyti produkto kainą įvykdytas, jei komerciniame pranešime nurodyta pradinė kaina, t. y. mažiausia kaina, už kurią galima įsigyti reklamuojamą produktą ar reklamuojamos kategorijos produktus,

<sup>31</sup> Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2011 m. liepos 7 d. nutartis byloje Nr. A<sup>822</sup>-2733/2011, *TEO LT, AB prieš Konkurencijos tarybą*.

tačiau tuo pačiu metu galima įsigyti ir kitų atmainų ar turinio reklamuojamą produktą ar reklamuojamos kategorijos produktus, kurių kaina nenurodyta<sup>32</sup>.

(73)Atsižvelgus į tai, kad Bendrovė skleidama „Rudens akcijos“ reklaminius teiginius – interneto paslaugos „nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt“; skaitmeninės televizijos paslaugos „įrašantis imtuvas vos už 1 Lt“, kabelinės televizijos paslaugos „senjorams – nuo 6 Lt/mėn.“ ir „nuo 6 Lt/mėn.“ nepateikė esminės su paslaugų įsigijimo sąlygomis bei mokesčiais susijusios informacijos, skleisti reklamos teiginiai laikytini Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 2 punkte įtvirtinto išsamumo kriterijaus neatitinkančia reklama.

## 5.2. Dėl reklamos poveikio vartotojų ekonominiam elgesiui

(74)Įvertinus reklamą išsamumo kriterijaus požiūriu, būtina nustatyti, ar klaidinanti reklama galėjo paveikti reklamos vartotojo ekonominį elgesį.

(75)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.

(76)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 praktika, kurioje yra išaiškinta, jog: „Konstatuojant, kad 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“<sup>33</sup>.

(77)Kaip jau minėta, kaina yra esminė informacija, vartotojui priimant sprendimą dėl sandorio. Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas taip pat yra pabrėžęs, kad informacija apie paslaugos kainą neabejotinai yra esminė, daranti įtaką vartotojo ekonominiam elgesiui<sup>34</sup>.

(78)Vartotojas, pamatęs ar išgirdęs SPLIUS, UAB skleistus vykdytos „Rudens akcijos“ reklaminius teiginius, kurie nagrinėti šio nutarimo 5.1 dalyje, pagrįstai galėjo tikėtis, jog užsisakęs interneto, skaitmeninės televizijos ar kabelinės televizijos paslaugas galės be sutartinių įsipareigojimų ar papildomų mokesčių jomis naudotis. Patraukli pasiūlymo kaina bei aplinkybė, jog reklamoje paslauga nebuvo siejama su sutartiniais įsipareigojimais, galėjo paskatinti vartotojus užsisakyti SPLIUS, UAB teikiamas paslaugas.

(79)Tačiau, kaip nustatyta tyrimo metu, vartotojo pasirinkimas buvo apribotas konkrečiomis akcijos sąlygomis (ateityje padidėsiančiais mokesčiais, terminuotų sutarčių sudarymu), kurios reklamoje nebuvo nurodytos.

(80)Tikėtina, jog vartotojas, žinodamas išsamią informaciją, t. y. jog atitinkamą paslaugą galima įsigyti už reklamoje nurodytą kainą tik sudarius terminuotą paslaugų teikimo sutartį, bei informaciją, kad reklamoje nurodytu pasiūlymu jis galės pasinaudoti tik ribotą laiką, o vėliau turės mokėti didesnius mokesčius, vartotojas priimtų kitokį sprendimą dėl sandorio.

(81)Nors, Bendrovės teigimu, vartotojas buvo informuojamas, jog yra papildomų akcijos sąlygų, o išsamią informaciją vartotojas galėjo sužinoti paskambinęs reklamoje nurodytu telefonu arba atvykus į klientų aptarnavimo skyrių, tačiau vien tai, kad vartotojas turėtų papildomai domėtis ir ieškoti akcijos sąlygų tam, jog priimtų sprendimą dėl reklamoje nurodyto pasiūlymo, suponuoja, kad vartotojo ekonominis elgesys gali būti paveiktas.

<sup>32</sup> Europos Sąjungos Teisingumo Teismo 2011 m. gegužės 12 d. sprendimas byloje C-122/10, *Konsumentombudsmannen prieš Ving Sverige AB*.

<sup>33</sup> Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2010 m. spalio 11 d. nutartis byloje Nr. A<sup>858</sup>-1235/2010, *UAB „Investment House“ prieš Konkurencijos tarybą*.

<sup>34</sup> Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2011 m. lapkričio 3 d. nutartis byloje Nr. A<sup>858</sup>-3030/2011, *UAB „Stova“ prieš Konkurencijos tarybą*.

(82) Vilniaus apygardos administracinis teismas yra nurodęs, jog „*Neabejotina, kad tiek realiai sukklaidinta vartotoja, tiek galimai sukklaidinti asmenys, savo ekonominę elgesį konstravo pagal reklamos turinį, t. y. konkrečiais veiksmais siekė arba galėjo siekti (ieškojo platinimo viety, vyko į šias vietas ir pan.) žadėtos nuolaidos*“<sup>35</sup>. Šią Vilniaus apygardos administracinio teismo poziciją patvirtino ir Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas<sup>36</sup>.

(83) Apibendrinus tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad SPLIUS, UAB skleisti neišsamūs Bendrovės teikiamų interneto, skaitmeninės televizijos, kabelinės televizijos reklamos teiginiai apie galimybę palankiomis sąlygomis įsigyti minėtas paslaugas, galėjo paveikti vartotojų ekonominę elgesį. Dėl šių priežasčių konstatuotina, kad nurodyti reklamos teiginiai yra klaidinantys, todėl laikytini klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnyje numatytus reikalavimus.

#### 6. Dėl SPLIUS, UAB taikytinų sankcijų

(84) Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalyje yra numatyta, kad reklamos davėjas už klaidinančios reklamos naudojimą atsako tuo atveju, jei jis neįrodo, kad šio įstatymo nuostatos buvo pažeistos ne dėl jo kaltės. Atsižvelgus į tai, jog nebuvo pateikta įrodymų, kad skleidus šio nutarimo 4 ir 5 dalyse nagrinėtą klaidinančią reklamą Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl SPLIUS, UAB kaltės, konstatuotina, kad ši bendrovė yra atsakinga už klaidinančios reklamos sklaidimą.

(85) 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.

(86) Skiriant SPLIUS, UAB baudą atsižvelgtina į tai, kad Bendrovė skleidė reklaminius teiginius apie teikiamas paslaugas, tačiau nepateikė vartotojams esminės informacijos susijusios su papildomais mokesčiais bei sutartiniais įsipareigojimais, kuri būtina vartotojui priimant sprendimą dėl sandorio. Bendrovės skleisti reklamos teiginiai: skaitmeninės televizijos paslaugos reklaminis teiginys „*Nemokamai (iki lapkričio 1 d.)*“, „*Raiškioji TV nemokamai*“ bei kabelinės televizijos reklaminis teiginys „*iki lapkričio 1 d. nemokamai*“ turėjo Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 17 straipsnio 18 punkte numatytų požymių, t. y. nepriklausomai nuo jokių aplinkybių visais atvejais laikomi klaidinančiais, o interneto paslaugos reklaminis teiginys „*nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt*“; skaitmeninės televizijos paslaugos reklaminis teiginys „*įrašantis imtuvus vos už 1 Lt*, kabelinės televizijos paslaugos reklaminiai teiginiai „*senjoram – nuo 6 Lt/mėn.*“; „*nuo 6 Lt/mėn.*“ buvo neišsamūs, todėl klaidinantys ir pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(87) Nagrinėjamos reklamos ir jos teiginių sklaidos trukmė laikytina ilga, o mastas – vidutinis, nes reklama įvairiais laikotarpiais nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d. skleista: interneto tinklalapyje *www.splius.lt* nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d.; savaitraštyje „*Šiauliai plius*“ 2012 m. rugsėjo 7, 14, 21, 28 dienomis, spalio 5, 12, 19, 26 dienomis; lankstinukų pagalba nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d.; bei per televizijos kanalą „*S plius*“ 2012 m. rugsėjo 3 d. ir spalio 1, 18, 22 dienomis.

(88) SPLIUS, UAB atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių, įtvirtintų Reklamos įstatymo 22 straipsnio 10 ir 11 dalyse, nebuvo nustatyta.

(89) Nors Bendrovės teigimu, ji padėjo Konkurencijos tarybai tyrimo metu, savo iniciatyva teikė papildomą informaciją ir tai laikytina atsakomybę lengvinančia aplinkybe. Tačiau, pažymėtina, kad papildomos informacijos pateikimas turi būti vertinamas, atsižvelgiant į jos turinį ir vien aplinkybė, kad Bendrovė savo noru pateikė informaciją nėra laikytina lengvinančia

<sup>35</sup> Vilniaus apygardos administracinio teismo 2007 m. lapkričio 9 d. sprendimas byloje Nr. I-7833-5/2007, UAB „*Tele2*“ prieš Konkurencijos tarybą.

<sup>36</sup> Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2008 m. rugpjūčio 18 d. nutartis byloje Nr. A-756-1436/2008, UAB „*Tele2*“ prieš Konkurencijos tarybą.

aplinkybe. Tuo tarpu SPLIUS, UAB pateikta informacija nevertintina, kaip padėjusi Konkurencijos tarybai nustatyti esmines aplinkybes, susijusias su atliekamu tyrimu, todėl tokie Bendrovės veiksmai negali būti vertinami kaip atsakomybę lengvinanti aplinkybė.

(90) Atsakomybę lengvinančia aplinkybe nelaikytina ir tai, jog Bendrovė ėmėsi priemonių, jog ateityje panašaus pobūdžio pažeidimai nepasikartotų. Tai, jog Bendrovė po nagrinėtos reklamos nusprendė kitose reklamose nurodyti aiškias sąlygas, savaime nereiškia, jog buvo užkirstas kelias nagrinėjamos klaidinančios reklamos neigiamoms pasekmėms atsirasti. Be to, Bendrovės apsisprendimas ateityje skelbti išsamią ir neklaidinančią reklamą yra tiesiog Reklamos įstatymo laikymasis, t. y. privalomas elgesio būdas.

(91) Tačiau skiriant baudą atsižvelgtina ir į tai, kad Bendrovė jau tyrimo metu pripažino, jog skleista reklama turėjo tam tikrų trūkumų dėl kurių vartotojams visos siūlomų įsigyti paslaugų sąlygos galėjo būti nežinomos iš reklamos turinio, tuo tarpu, bylos nagrinėjimo metu, pripažino, jog jos skleisti reklaminiai teiginiai vis dėlto pažeidė Reklamos įstatymo reikalavimus, kas vadovaujantis teisingumo ir protingumo kriterijais gali būti laikoma pagrindu mažinti skirtingą baudą.

(92) Atsižvelgus į šias aplinkybes, SPLIUS, UAB už šiame nutarime nustatytą Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimą, naudojant klaidinančią reklamą, skiriama 10 000 Lt bauda.

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

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

1. Pripažinti šiuos SPLIUS, UAB įvairiais laikotarpiais nuo 2012 m. rugsėjo 1 d. iki 2012 m. spalio 31 d. skleistus „Rudens akcijos“ reklamos teiginius: dėl skaitmeninės televizijos paslaugos – „*Nemokamai (iki lapkričio 1 d.)*“, „*Raiškioji TV nemokamai*“; dėl kabelinės televizijos paslaugos – „*iki lapkričio 1 d. nemokamai*“; dėl interneto paslaugos – „*nuo 5 Lt/mėn. + maršrutizatorius 1 Lt*“; dėl skaitmeninės televizijos paslaugos – „*įrašantis imtuvus vos už 1 Lt*“; dėl kabelinės televizijos paslaugos – „*senjorams – nuo 6 Lt/mėn.*“, „*nuo 6 Lt/mėn.*“ klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą skirti SPLIUS, UAB 10 000 (dešimt tūkstančių) litų baudą.

3. Įpareigoti SPLIUS, UAB 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, paskirtos piniginės baudos 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

Šarūnas Keserauskas