



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL UAB „NACIONALINIS ŽALOS IR SKOLŲ IŠIEŠKOJIMO CENTRAS“ IR UAB „TIKROJI TURTO KAINA“ VEIKSMŲ ATITIKTIES LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO 5 STRAIPSNIO IR LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS ĮSTATYMO 15 STRAIPSNIO REIKALAVIMAMS

2013 m. gruodžio 19 d. Nr. 2S-15
Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) 2013 m. gruodžio 19 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ (kodas 301915744) ir UAB „Tikroji turto kaina“ (kodas 300515206) veiksmų atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo¹ (toliau – Reklamos įstatymas) 5 straipsnio ir Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo (toliau – Konkurencijos įstatymas) 15 straipsnio reikalavimams.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Tyrimas pradėtas Konkurencijos tarybos 2012 m. gruodžio 7 d. nutarimu Nr. 1S-168², Lietuvos vyriausiajam administraciniam teismui (toliau – LVAT) 2012 m. lapkričio 28 d. nutartimi administracinėje byloje Nr. A⁵⁰²-3001/2012 (*Lietuvos advokatūra prieš Konkurencijos tarybą*) panaikinus Konkurencijos tarybos 2011 m. gruodžio 15 d. nutarimą Nr. 1S-247³ ir įpareigojus Konkurencijos tarybą pradėti tyrimą pagal Lietuvos advokatūros 2011 m. liepos 11 d. prašymą⁴ dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ skleistų reklaminių teiginių „*skolų advokatai*“ ir „*skolų išieškojimo lyderis*“, kurie galimai pažeidžia Reklamos įstatymo bei Konkurencijos įstatymo reikalavimus. Tyrimas buvo papildytas UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų skleidžiant galimai klaidinančią reklamą tyrimu, taip pat pratęstas Konkurencijos tarybos 2013 m. balandžio 18 d. nutarimu Nr. 1S-56, 2013 m. liepos 18 d. nutarimu Nr. 1S-105 ir 2013 m. lapkričio 5 d. nutarimu Nr. 1S-157⁵.

(3) Siekiant nustatyti tyrimui reikšmingas aplinkybes, tyrimo metu dėl informacijos pateikimo buvo susirašinėjama su UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, UAB „Tikroji turto kaina“, Lietuvos advokatūra, Valstybine vartotojų teisių apsaugos tarnyba ir kitais subjektais.

¹ Nuo 2013 m. rugpjūčio 1 d. įsigaliojo nauja Reklamos įstatymo redakcija (Žin., 2000, Nr. 64-1937; 2013, Nr. 57-2854), tačiau Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pakeitimo įstatymo (Žin., 2013, Nr. 57-2854) 3 straipsnio 3 dalyje nurodyta, kad iki šio įstatymo įsigaliojimo pradėtos, bet nebaigtos Reklamos įstatymo pažeidimų nagrinėjimo procedūros baigiamos pagal teisės normas, galiojusias iki šio įstatymo įsigaliojimo. Atsižvelgus į tai, kad tyrimas dėl šiamo nutarime nagrinėjamų UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų buvo pradėtas iki 2013 m. rugpjūčio 1 d., šiame nutarime šių veiksmų vertinimas atliekamas pagal teisės normas, galiojusias iki 2013 m. rugpjūčio 1 d., t. y. pagal 2000 m. Reklamos įstatymo redakciją.

² Bylos 1 tomas, 105-107 lapai.

³ Minėtu nutarimu Konkurencijos taryba atsisakė pradėti tyrimą pagal Lietuvos advokatūros 2011 m. liepos 11 d. prašymą. LVAT nurodė, jog yra pakankamai duomenų, leidžiančių įtarti, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ skleisti reklaminiai teiginiai pažeidžia Reklamos įstatymo reikalavimus bei Konkurencijos įstatymo 15 straipsnį.

⁴ Bylos 1 tomas, 1-6, 25-45, 51-55 ir 69-70 lapai.

⁵ Bylos 2 tomas, 143-144, 157-158 lapai, bylos 3 tomas, 103 lapas.

1. Tyrimo metu nustatytos aplinkybės

(4) Kaip galimą klaidinančią reklamą Konkurencijos taryba nagrinėjo šiuos reklaminius teiginius:

(a) „*Skolų išieškojimo lyderis*“, „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“, „*Skolų advokatai*“ ir „*Parenkami skolų advokatai*“, kurie buvo skleisti ant transporto priemonės ISUZU TROOPER (valstybinis Nr. BEZ297) (toliau – automobilis ISUZU TROOPER);

(b) „*Skolų išieškojimo lyderis*“ ir „*Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“, kurie buvo skleisti ant transporto priemonės SUBARU FORESTER (valstybinis Nr. EHA801) (toliau – automobilis SUBARU FORESTER);

(c) „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis!*“, „*Skolų išieškojimo advokatai*“ ir „*Advokatai*“, kurie buvo skleisti išorine reklama ant patalpų lango, esančio adresu Vilniaus al. 8-7, Druskininkuose.

1.1. Faktinės aplinkybės, susijusios su ant automobilio ISUZU TROOPER skleistais teiginiais

(5) Tyrimo metu Konkurencijos taryba siekė nustatyti ant automobilio ISUZU TROOPER nurodytų teiginių „*Skolų išieškojimo lyderis*“, „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“, „*Skolų advokatai*“ ir „*Parenkami skolų advokatai*“ davėją bei, ar šiuose teiginiuose pateikta informacija apie skolų išieškojimą, advokatų paslaugas nebuvo klaidinanti, nes vartotojai galėjo pagrįstai tikėtis gauti atitinkamas paslaugas kreipęsi greta šių teiginių nurodytais kontaktais.

(6) Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos bylos dėl UAB „Tikroji turto kaina“ padaryto Reklamos įstatymo pažeidimo⁶ duomenimis, UAB „Tikroji turto kaina“ priklausantis automobilis ISUZU TROOPER su užrašais: „*Išmušam skolas*“, „*I mus kreipiasi net mafija*“, „*Skolų advokatai*“, „*Skolų išieškojimo lyderis*“ buvo užfiksuotas 2011 m. gegužės 6 d. prie daugiabučio gyvenamojo namo, esančiu adresu Kalvarijų g. 188, Vilnius, taip pat 2011 m. gegužės 16 d. ir 2011 m. gegužės 18 d. prie UAB „Tikroji turto kaina“ buveinės P. Lukšio g. 2-214, Vilniuje⁷.

(7) Konkurencijos tarybai UAB „Tikroji turto kaina“ pateiktu antstolio 2012 m. liepos 5 d. surašytu faktinių aplinkybių konstatavimo protokolu Nr. 28-55-2012 (toliau – antstolio 2012 m. liepos 5 d. protokolas) konstatuotos šios faktinės aplinkybės: „*automobilis ISUZU TROOPER, kuris stovėjo automobilių stovėjimo aikštelėje adresu P. Lukšio g. 2, Vilnius, yra apkljuotas įvairių šriftų reklaminiiais užrašais: 1. „Parenkami skolų advokatai“; 2. „I mus kreipiasi net mafija – Gali sakyti konkurentai – Nepriimkite to rimtai“; 3. „Išmušam skolas – to dar nieks nedaro, mes dirbame kitaip, veiksmingai, teisėtai“; 4. „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“*“⁸.

(8) Iš prie antstolio 2012 m. liepos 5 d. protokolo pateiktų spalvotų nuotraukų, kuriomis fiksuotas automobilio vaizdas iš arti arba atskiros jo dalys, matyti, kad ant automobilio ISUZU TROOPER buvo teiginys „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“ (iš viso jų ant automobilio buvo trys – po vieną ant abiejų galinių durelių ir vienas ant galinio lango). Pažymėtina, kad žodžio „*potencialus*“ raidės buvo žymiai mažesnės (maždaug keturis kartus) lyginant su frazės „*skolų išieškojimo lyderis*“ raidžių dydžiu, žodžio „*potencialus*“ spalva yra šviesiai gelsva/pilka ir artima automobilio kėbulo/lango spalvai. Tuo tarpu frazės „*skolų išieškojimo lyderis*“ raidžių spalva buvo

⁶ Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2012 m. birželio 1 d. nutarimu Nr.12R-13 byloje dėl UAB „Tikroji turto kaina“ padaryto Reklamos įstatymo pažeidimo (toliau – Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos 2012 m. birželio 1 d. nutarimas) konstatavo, kad UAB „Tikroji turto kaina“ reklamoje ant automobilio ISUZU TROOPER naudojami teiginiai – „*Skolų advokatai*“, „*Išmušam skolas*“, „*I mus kreipiasi net mafija!!!*“ bei ant automobilio stogo pritvirtintas ginklo maketas, manekenas su maskuojančia uniforma pažeidžia Reklamos įstatymo 4 straipsnio 2 dalies 1 ir 4 punkto reikalavimus. Bylos 2 tomas, 125-131 lapai.

⁷ Bylos 2 tomas, 98 ir 101-108 lapai.

⁸ Bylos 1 tomas, 140-141 lapai.

ryškiai geltona⁹. Žodis „*potencialis*“ aiškiai įskaitomas tik tose nuotraukose, kuriose atskiros automobilio ISUZU TROOPER dalys buvo užfiksuotos iš arti¹⁰. Tuo tarpu nuotraukose, kuriose fiksuotas bendras automobilio ISUZU TROOPER vaizdas, žodis „*potencialis*“ nėra aiškiai matomas ir/ar įskaitomas¹¹.

(9) Ant automobilio abiejų priekinių sparnų nurodytas teiginys „*Parenkami skolų advokatai*“ buvo baltame fone; frazės „*skolų advokatai*“ raidžių spalva – raudona; žodžio „*parenkami*“ raidžių spalva – balta, beveik tokia pati, kaip ir fono, kuriame jis nurodytas, spalva¹². Net nuotraukose, kuriose buvo užfiksuoti teiginiai „*Parenkami skolų advokatai*“ iš arti, juose esantis žodis „*parenkami*“ dėl jo raidžių spalvos, artimos fono spalvai, nebuvo aiškiai matomas ir įskaitomas lyginant su fraze „*skolų advokatai*“¹³.

(10) Remiantis Konkurencijos tarybos 2013 m. liepos 19 d. faktinių aplinkybių užfiksuojimo protokolu¹⁴ (toliau – 2013 m. liepos 19 d. protokolas Nr. 1), ant automobilio ISUZU TROOPER, stovėjusio uždaroje automobilių stovėjimo aikštelėje prie pastato, adresu P. Lukšio g. 2, Vilnius, galinio stiklo buvo teiginys „*Potencialis skolų išieškojimo lyderis*“, nurodytas tokiu būdu: frazės „*skolų išieškojimo lyderis*“ raidžių spalva yra geltona, žodžio „*potencialis*“ raidžių dydis yra mažesnis, lyginant su frazės „*skolų išieškojimo lyderis*“ raidžių dydžiu, o jų spalva yra artima lango, ant kurio užklijuotas teiginys, spalvai. Ant automobilio nebuvo teiginių, kuriuose būtų žodis „*Advokatai*“¹⁵.

(11) Tuo tarpu iš UAB „Tikroji turto kaina“ pateiktų prie antstolio 2012 m. liepos 5 d. protokolo nespaltotų nuotraukų Konkurencijos tarybai matyti šie teiginiai „*Skolų išieškojimo lyderis*“, „*Skolų advokatai*“¹⁶ ir žodžių „*potencialis*“ bei „*parenkami*“ apskritai nesimato.

(12) Ant automobilio ISUZU TROOPER taip pat buvo nurodyta ši informacija: „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras*“, „*www.skolarona.lt*“, „*P.Lukšio g. 2-214, Vilnius*“, „*+370 687 40002, +370 677 87377 (85) 237 5863*“¹⁷.

(13) Konkurencijos taryba nustatė, kad interneto svetainėje *www.skolarona.lt* buvo pateikta informacija apie UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, jos teikiamas paslaugas (skolų ir žalos administravimas bei jų prevencija, skolų ir žalos atlyginimo išieškojimas, skolų ir žalos perėmimas (pirkimas)), taip pat nurodyti kontaktai, kurie sutapo su ant automobilio ISUZU TROOPER pateikiamais kontaktais¹⁸.

(14) Lietuvos Respublikos valstybinio patentų biuro elektroninės duomenų bazės „Prekių ženklai“, esančios adresu *www.vpb.lt*, duomenimis UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ priklauso registruotas prekės ženklas¹⁹, kurį sudaro grafinis vaizdas su žodžiais: „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“²⁰.

(15) VĮ „Regitra“ tvarkomo Lietuvos Respublikos kelių transporto priemonių registro (toliau – Transporto registras) duomenimis automobilis ISUZU TROOPER nuo 2010 m. rugpjūčio 24 d. įregistruotas UAB „Tikroji turto kaina“ vardu²¹.

(16) UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ patvirtino, kad neturi jokių transporto priemonių²², todėl informacijos apie reklamą ant automobilio ISUZU TROOPER pateikti negalėjo. Konkurencijos tarybai paprašius pateikti reklaminių teiginių „*Skolų advokatai*“, „*Skolų išieškojimo lyderis*“, skleidžiamų ant automobilio ISUZU TROOPER, kuriais reklamuojamos UAB

⁹ Bylos 2 tomas, 66, 68-69, 72-74 lapai.

¹⁰ Bylos 2 tomas, 68, 72-73 lapai.

¹¹ Bylos 2 tomas, 66, 69, 74 lapai.

¹² Bylos 2 tomas, 77 ir 80 lapai.

¹³ Bylos 2 tomas, 77 ir 80 lapai.

¹⁴ Protokolo surašymo pradžia – 11.05, protokolo surašymo pabaiga – 11.35.

¹⁵ Bylos 2 tomas, 160-161 lapai.

¹⁶ Bylos 1 tomas, 142-143 lapai.

¹⁷ Bylos 1 tomas, 51-53 lapai, bylos 2 tomas, 66, 69 ir 71 lapai.

¹⁸ Bylos 3 tomas, 44-45 lapai.

¹⁹ Registracijos Nr. 61364

²⁰ Bylos 3 tomas, 48 lapas.

²¹ Bylos 1 tomas, 132 lapas.

²² Bylos 1 tomas, 9, 19 ir 22 lapai.

„Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ paslaugos, teisingumą patvirtinančius įrodymus bei kitą reikšmingą informaciją, susijusią su šiais teiginiais, UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ pakartotinai nurodė, kad minėtų teiginių niekada ir niekur netaipino²³.

(17) Tuo tarpu UAB „Tikroji turto kaina“ nurodė, kad teiginių taip pat niekada neskleidė, pažymėjo, kad teiginių „*Skolų išieškojimo lyderis*“ ir „*Skolų advokatai*“ ant automobilio ISUZU TROOPER nėra ir pateikė antstolio 2012 m. liepos 5 d. protokolą, patvirtinantį, kad ant automobilio yra teiginiai „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“, „*Parenkami skolų advokatai*“. UAB „Tikroji turto kaina“, be kita ko, pažymėjo, kad laikotarpiu nuo 2011 m. liepos 2 d. iki 2013 m. kovo 4 d. maždaug 95 proc. laiko automobilis buvo dislokuotas uždaroje aikštelėje prie UAB „Sigmos sporto centras“²⁴ ir šias aplinkybes gali patvirtinti šio centro ūkvedys²⁵.

(18) Konkurencijos taryba nustatė, kad nuo 2013 m. sausio 11 d. ant automobilio ISUZU TROOPER teiginio „*Parenkami skolų advokatai*“ nebuvo²⁶.

1.2. Faktinės aplinkybės, susijusios su ant automobilio SUBARU FORESTER skleistais teiginiais

(19) Tyrimo metu Konkurencijos taryba siekė nustatyti ant automobilio SUBARU FORESTER nurodytų teiginių „*Skolų išieškojimo lyderis*“ ir „*Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“ davėją bei, ar šiuose teiginiuose pateikta informacija apie skolų išieškojimą nebuvo klaidinanti, nes vartotojai galėjo pagrįstai tikėtis gauti atitinkamas paslaugas kreipęsi greta šių teiginių nurodytais kontaktais.

(20) Remiantis Konkurencijos tarybos 2013 liepos 19 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolu²⁷ (toliau – 2013 m. liepos 19 d. protokolas Nr. 2), vienoje iš automobilių stovėjimo vietų, esančių P. Lukšio gatvėje prieš pastatą adresu P. Lukšio g. 2, Vilnius, stovėjo automobilis SUBARU FORESTER (valstybinis Nr. EHA801), kurio abi šoninės pusės apklijuotos užrašais: „*Skolų išieškojimo lyderis*“, „*www.skolarona.lt +3706874002*“; „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras*“, taip pat buvo stilizuotas grafinis vaizdas²⁸.

(21) Automobilis SUBARU FORESTER taip pat priklauso UAB „Tikroji turto kaina“²⁹.

(22) Konkurencijos taryba nustatė, kad automobilio SUBARU FORESTER dalinį apipavidalinimą atliko UAB „Arctus Media“ pagal UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ užsakymą³⁰.

(23) Remiantis UAB „Arctus Media“ 2013 m. rugpjūčio 22 d. pateikta nespaltvota nuotrauka, matyti, kad ant automobilio vienos pusės galinių durelių buvo teiginys „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: kolų išieškojimo lyderis*“. Pastebėtina, kad frazės „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų:*“ raidžių dydis buvo žymiai mažesnis už frazės „*kolų išieškojimo lyderis*“ raidžių dydį³¹.

(24) Tuo tarpu Konkurencijos tarybos 2013 m. rugsėjo 3 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolu (toliau – 2013 m. rugsėjo 3 d. protokolas) nustatytos šios faktinės aplinkybės: vienoje iš automobilių stovėjimo vietų, esančių P. Lukšio gatvėje prieš pastatą adresu P. Lukšio g. 2, Vilnius, stovėjo automobilis SUBARU FORESTER, ant kurio vienos šoninės pusės buvo užklijuotas teiginys: „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“, ant kitos – toks pat teiginys, tik žodyje „*skolų*“ trūksta raidės „s“ – „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: kolų*“

²³ Bylos 1 tomas, 114 lapas.

²⁴ UAB „Sigmos sporto centras“ adresas – P. Lukšio g. 2, Vilnius.

²⁵ Bylos 1 tomas, 137 ir 141 lapai.

²⁶ Bylos 2 tomas, 164 ir 184 lapai.

²⁷ Protokolo surašymo pradžia – 11.40, protokolo surašymo pabaiga – 11.50.

²⁸ Bylos 2 tomas, 162-163 lapai.

²⁹ Bylos 2 tomas, 176 lapas.

³⁰ Bylos 3 tomas, 4-6 lapai.

³¹ Bylos 3 tomas, 7 lapas.

išieškojimo lyderis“. Ant automobilio taip pat buvo užrašai „www.skolarona.lt +3706874002“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir stilizuotas grafinis vaizdas³².

(25) Pastebėtina, kad teiginio „*Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“ raidės buvo raudonos spalvos. Tačiau, frazės „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: „raidžių dydis yra žymiai (apytiksliai keturis kartus) mažesnis lyginant su frazės „skolų išieškojimo lyderis“ raidžių dydžiu. Frazė „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų:“ yra įskaitoma nuotraukose, kuriose fiksuotos atskiros automobilio dalys iš arti, tačiau nuotraukose, kuriose fiksuotas visas automobilis, ši frazė nėra aiškiai matoma ir/ar įskaitoma*³³.

(26) UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ nurodė, kad teiginys „*Skolų išieškojimo lyderis*“ buvo paskelbtas (t. y. reklamos agentūra pristatė automobilį po atliktų apipavidalinimo darbų prie UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“) 2013 m. liepos 19 d., apie 10-10.30 val., ir po Konkurencijos tarybos įgaliotų pareigūnų atvykimo 11.00 val. surašyti protokolo (Nutarimo (20) pastraipa), šis reklaminius teiginys buvo koreguotas, papildytas. Todėl, UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ teigimu, šio teiginio naudojimo trukmė ant automobilio SUBARU FORESTER buvo 0,3-0,5 val. Kaip šių faktinių aplinkybių patvirtinimą UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ pateikė UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ 2013 m. liepos 18 d. PVM sąskaitos faktūros, išrašytos UAB „Arctus Media“ už automobilio SUBARU dalinį apipavidalinimą, kopiją³⁴.

(27) Konkurencijos taryba nustatė, kad už 2013 m. liepos 18 d. PVM sąskaitą-faktūrą UAB „Arctus Media“ atliko šiuos darbus: užklijuotas šoninės juostos trūkstamas elementas ant kairės pusės galinio sparno su trūkstama informacija ant jos (telefono numerio dalis) ir ant abiejų galinių durelių užklijuoti užrašai „*Skolų išieškojimo lyderis*“. Automobilis po atliktų darbų užsakovui gražintas 2013 m. liepos 19 d.³⁵.

(28) UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ taip pat pažymėjo, kad teiginio „*Skolų išieškojimo lyderis*“ teisingumą patvirtinančius įrodymus galės pateikti po rinkos tyrimo, kurį atlieka „Vilmorus“³⁶.

1.3. Faktinės aplinkybės, susijusios su išorine reklama ant patalpų lango skleistais teiginiais

(29) Tyrimo metu Konkurencijos taryba siekė nustatyti ant pastato langų nurodytų teiginių „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis!*“, „*Skolų išieškojimo advokatai*“ ir „*Advokatai*“ davėją bei, ar šiuose teiginiuose pateikta informacija apie skolų išieškojimą, advokatų paslaugas nebuvo klaidinanti, nes vartotojai galėjo pagrįstai tikėtis gauti atitinkamas paslaugas kreipęsi kartu su šiais teiginiais nurodytais kontaktais.

(30) Remiantis Druskininkų savivaldybės administracijos pateiktais duomenimis, 2012 m. liepos 16 d. ant UAB „Tikroji turto kaina“ nuomos pagrindais naudojamų patalpų, adresu Vilniaus al. 8-7, Druskininkai, (toliau – UAB „Tikroji turto kaina“ naudojamos patalpos) 4 langų buvo skleidžiama išorinė reklama (užklijuoti reklaminiai užrašai), kurioje buvo nurodyta: „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis!*“, „*Skolų ir žalos administravimas bei jų prevencija (skolininko mokumo patikrinimas)*“, „*Skolų išieškojimo advokatai*“, „*Skolų ir žalos išieškojimas teisme*“, „*Tel. (8687) 40002 www.skolarona.lt*“. Ant tų pačių patalpų kito gretimo atskiro lango buvo nurodyti tokie teiginiai: „*Skrybų centras Greitos ir pigios skrybų Greitų ir pigių skrybų dokumentų ruošimas tiek gyvenantiems Lietuvoje, tiek esantiems užsienyje, alimentų*

³² Bylos 3 tomas, 36-42 lapai.

³³ Bylos 3 tomas, 39-42 lapai.

³⁴ Bylos 2 tomas, 176-177 lapai.

³⁵ Bylos 3 tomas, 4 lapas.

³⁶ Bylos 2 tomas, 175 lapas. Pažymėtina, kad minėto tyrimo išvadų UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ nepateikė.

priteisimo, turto padalijimo ir kitų dokumentų rengimas“, „Mob. (8616) 85003 Faks. (8313) 47 532 skyrybos.dzukija@gmail.com www.skyrybucentras.lt“³⁷.

(31) UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ dėl ant UAB „Tikroji turto kaina“ naudojamų patalpų skleidžiamo teiginio „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis!“ reklamos davėjo, sklaidos masto, trukmės bei teisingumą pagrindžiančių įrodymų nurodė, kad dėl šios informacijos vyksta administracinė byla³⁸, todėl prašomą informaciją galės pateikti tik įsiteisėjus procesiniams sprendimams³⁹.

(32) Konkurencijos taryba nustatė, kad teiginiai „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis!“, „Skolų išieškojimo advokatai“ ant UAB „Tikroji turto kaina“ nuomojamų patalpų buvo skleidžiami bent nuo 2012 m. liepos 16 d. iki 2012 m. liepos 31 d.⁴⁰.

(33) Pažymėtina, kad dėl ant UAB „Tikroji turto kaina“ patalpų 2012 m. liepos 16 d. skleistos reklamos paslaugų apmokėjimo į UAB „Tikroji turto kaina“ kreipėsi reklamos talpinimo darbų vykdytojas⁴¹.

(34) Remiantis Konkurencijos tarybos 2013 m. liepos 26 d. faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolu (toliau – 2013 m. liepos 26 d. protokolas), ant UAB „Tikroji turto kaina“ naudojamų patalpų langų įrengta reklama, kuria ant vieno lango buvo skleidžiama (užklijuota) informacija: „www.skyrybucentras.lt skyrybos.dzukija@gmail.com 8677 87377“, „SC Skyrybų centras“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, „www.skolarona.lt skolarona@gmail.com 8687 40002“, ant kito lango esančioje švieslentėje – reklaminėje bėgančioje eilutėje – rodomas tekstas: „Advokatai“, „868740002“, „www.skolarona.lt“, „Greitos ir pigios skyrybos“, „Advokatai“, www.skyrybucentras.lt, „Atgaut skolą“⁴².

(35) Nustatyta, kad interneto svetainėje www.skyrybucentras.lt yra nurodoma, kad UAB „Tikroji turto kaina“ yra teisinių paslaugų bendrovė, kurios specializacija – šeimos teisiniai santykiai, taip pat pateikiami UAB „Tikroji turto kaina“ Druskininkų filialo kontaktai, kurie sutampa su išorės reklamoje, skleidžiamoje ant patalpų, adresu Vilniaus al. 8-7, Druskininkai⁴³.

(36) Remiantis Lietuvos Respublikos valstybinio patentų biuro elektroninės duomenų bazės „Prekių ženklai“, esančios adresu www.vpb.lt duomenimis, UAB „Tikroji turto kaina“ priklauso registruotas prekės ženklas⁴⁴ „Skyrybų centras“⁴⁵.

1.4. Kitos reikšmingos aplinkybės

(37) Lietuvos advokatūra pareiškime Konkurencijos tarybai pažymėjo, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ steigėjas yra fizinis asmuo, neturintis teisės verstis advokato profesine veikla, taip pat vadovas nėra įrašytas į praktikuojančių advokatų sąrašą, o UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ nėra registruota advokatų profesinė bendrija⁴⁶.

(38) Pažymėtina, kad Lietuvos advokatūros svetainėje pateiktame advokatų kontorų sąrašė, taip pat nėra nurodyta ir UAB „Tikroji turto kaina“⁴⁷.

(39) Konkurencijos taryba nustatė, kad UAB „Tikroji turto kaina“ yra vienintelė UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ akcininkė, abiemis bendrovėms vadovauja tas pats

³⁷ Bylos 2 tomas, 84-88 lapai.

³⁸ Pažymėtina, kad dėl išorinės reklamos, kurios skleidimas buvo fiksuotas 2012 m. liepos 16 d. ant UAB „Tikroji turto kaina“ naudojamų patalpų langų, neturint Druskininkų savivaldybės administracijos direktoriaus išduoto leidimo įrengti išorinę reklamą, UAB „Tikroji turto kaina“ vadovui buvo surašytas Druskininkų savivaldybės administracijos 2012 m. liepos 31 d. nutarimas administracinio teisės pažeidimo byloje Nr. 026, kurio teisėtumas sprendžiamas Druskininkų miesto apylinkės teismo nagrinėjamoje administracinėje byloje Nr. II-1-418/2013.

³⁹ Bylos 2 tomas, 154-155 lapai.

⁴⁰ Bylos 2 tomas, 85 lapas, bylos 3 tomas, 53-56 lapai.

⁴¹ Bylos 3 tomas, 79 lapas.

⁴² Bylos 2 tomas, 186-191 lapai.

⁴³ Bylos 3 tomas, 46 lapas.

⁴⁴ Registracijos Nr. 57656.

⁴⁵ Bylos 3 tomas, 47 lapas.

⁴⁶ Bylos 1 tomas, 26 lapas.

⁴⁷ <http://www.advoco.lt/lt/advokatai/advokatu-darbo-vietu-sarasas/offices.html>

vadovas, o jų veiklos buveinė yra tuo pačiu adresu⁴⁸. Be to, prie reklaminių teiginių esanti UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ kontaktinė informacija sutampa su UAB „Tikroji turto kaina“ kontaktais, t.y. nurodytas abiejų bendrovių veiklos adresai (P. Lukšio g. 2-214) bei telefonai⁴⁹.

(40) Taip pat pažymėtina, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ Konkurencijos tarybai informaciją teikė ant blanko, kuriame nurodyti abiejų įmonių pavadinimai, UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ prekės ženklas, UAB „Tikroji turto kaina“ įmonės kodas, PVM mokėtojo kodas, atsiskaitomosios sąskaitos rekvizitai, taip pat bendri kontaktai⁵⁰, arba ant blanko su UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ pavadinimu ir prekės ženklu, bet UAB „Tikroji turto kaina“ įmonės kodu, PVM mokėtojo kodu, atsiskaitomosios sąskaitos rekvizitais bei bendrais įmonių kontaktais⁵¹. Be to į atskirus Konkurencijos tarybos raštus buvo atsakoma vienu raštu, kuriame nepateikti jokie rekvizitai, tik UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ antspaudas⁵². UAB „Tikroji turto kaina“ priklausančio automobilio ISUZU TROOPER techninės apžiūros rezultatų kortelę tyrimo metu taip pat pateikė UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“⁵³.

(41) Konkurencijos taryba tyrimo metu nenustatė, kad automobiliai ISUZU TROOPER ir SUBARU FORESTER laikotarpiu nuo 2011 m. liepos 2 d. iki 2013 m. kovo 4 d. nuolat keistų lokacijos vietas.

2. Tyrimo išvados ir UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ paaiškinimai

(42) Tyrimas dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio ir Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams buvo baigtas ir tyrimo metu nustatytos aplinkybės bei jų pagrindu padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Nesąžiningos komercinės veiklos skyriaus 2013 m. lapkričio 14 d. pranešime apie atliktą tyrimą Nr. 5S-25 (toliau – Pranešimas)⁵⁴.

(43) Pranešime padaryta išvada, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ iniciatyva ir interesais 2 automobiliais ir išorine reklama ant pastato langų įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki 2013 m. rugsėjo 3 d. skleista reklama pripažintina klaidinančia reklama.

(44) Išvada grindžiama tuo, kad nei UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, nei UAB „Tikroji turto kaina“ nepateikė reklaminius teiginius, vartotojams sudarančius išpaūdį, jog kreipėsi į UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ar UAB „Tikroji turto kaina“ jie gaus atitinkamos kokybės ir / ar advokatų teikiamas išieškojimo paslaugas, patvirtinančių duomenų. Taip pat dalis teiginių, susijusių su advokatų paslaugomis, turi Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo (toliau – Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas) 7 straipsnio 4 dalyje numatytos klaidinančios reklamos požymių, nes tyrimo metu nenustatyta, jog minėtos bendrovės turėtų teisę teikti advokatų paslaugas. Dėl šių priežasčių Pranešime padaryta išvada, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ skleista reklama laikytina klaidinančia reklama, kuri galėjo pažeisti Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(45) Pranešime taip pat padaryta išvada, jog, atsižvelgus į tai, kad nenustatyta duomenų, jog skleista reklama galėjo pažeisti daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus, nėra pagrindo pripažinti UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“

⁴⁸ Bylos 1 tomas, 154, 160 ir 177 lapai, bylos 2 tomas, 154 ir 180 lapai, bylos 3 tomas, 6, 44 ir 46 lapai.

⁴⁹ Bylos 1 tomas, 73 ir 113 lapai, bylos 3 tomas, 44 ir 46 lapai.

⁵⁰ Bylos 1 tomas, 113 lapas.

⁵¹ Bylos 2 tomas, 154 ir 164 lapai.

⁵² Bylos 2 tomas, 170-176 lapai.

⁵³ Bylos 2 tomas, 164 ir 165 lapai.

⁵⁴ Bylos 3 tomas, 116-139 lapai.

atliktus veiksmus, skleidus minėtą reklamą, Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio pažeidimu, už kurį Konkurencijos taryba gali skirti sankciją. Todėl tyrimą šioje dalyje siūlyta nutraukti.

(46) Su tyrimo išvadomis UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, UAB „Tikroji turto kaina“ ir Lietuvos advokatūra buvo supažindinti išsiuntus jiems Pranešimą. Taip pat šiems subjektams buvo sudaryta galimybė susipažinti su tyrimo medžiaga bei raštu pateikti savo paaiškinimus dėl tyrimo išvadų, tačiau jie per nurodytą terminą nuomonių raštu dėl tyrimo išvadų nepateikė.

(47) 2013 m. gruodžio 12 d. įvykusio Konkurencijos tarybos bylos nagrinėjimo posėdžio (Konkurencijos tarybos 2013 m. gruodžio 16 d. protokolas Nr. 4S-31)⁵⁵ metu Lietuvos advokatūros atstovė nesutiko su Pranešime padaryta išvada, jog nėra pagrindo teigti, kad bendrovės padaryti veiksmai laikyti nesąžiningos konkurencijos veiksmais, pažeidžiančiais daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus. Atstovė nurodė, jog nagrinėjama reklama pažeidžia visos advokatų bendruomenės interesus, atsižvelgiant į tai, jog susidaro nelygios konkurencijos sąlygos, kai uždarnosios akcinės bendrovės reklamuoja ir skleidžia tokią reklamą, kuri prieštarauja advokatų veiklos principams, kai advokatai iki 2013 m. rugsėjo 1 d. negalėjo apskritai reklamuotis. Taip pat pažymėjo, kad bendrovių atlikti veiksmai pažeidžia vartotojų interesus, nes uždarnosios akcinės bendrovės naudojami geru advokato vardu, nors nepriklauso advokatų bendruomenei ir dėl to vartotojai yra klaidinami. Be to, atkreipė dėmesį į tai, jog bendrovės yra sudariusios teisinių paslaugų teikimo sutartis su advokatais, tačiau tai nereiškia, kad tie advokatai gali teikti teisinę paslaugą tretiesiems asmenims, t. y. bendrovių klientams, kadangi teisinę paslaugą advokatai gali teikti tik bendrovėms kaip klientams. Papildomai atstovė posėdžio metu pateikė informaciją apie tai, jog teiginys „Advokatai“ yra skleidžiamas išorine reklama ant šių bendrovių naudojamų patalpų ne tik Druskininkuose, bet ir Utenoje.

(48) UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ atstovas iš esmės nesutiko su Pranešime padarytomis išvadomis. Jo nuomone, tyrimas turėtų būti nutrauktas, atsižvelgiant į tai, jog teisme nagrinėjama civilinė byla ir kaip įrodymą pateikė Lietuvos advokatūros 2013 m. spalio 11 d. patikslintą ieškinį atsakovams UAB „Tikroji turto kaina“ ir UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ dėl prekės ženklo „Velnio advokatas“ ir kitų teiginių, kuriose naudojamas žodis „advokatai“. Papildomai pažymėjo, kad bendrovės neskleidė reklamos Druskininkuose, kadangi išorinę reklamą užsakė ne bendrovės, o advokatas G. Š.⁵⁶ Taip pat pastebėjo, kad bendrovės bendradarbiavo tyrimo metu, ir be kita ko, yra sunkioje finansinėje padėtyje, todėl tuo atveju, jei būtų skirta pinigine sankcija, ji neturėtų būti didelė.

(49) Posėdžio metu bendrovių atstovas taip pat pateikė rašytinius paaiškinimus⁵⁷ dėl Pranešime padarytų išvadų, kuriuose nurodyta, jog bendrovės nesutinka su tyrimo išvadomis, Lietuvos advokatūra neįrodė, kad buvo pažeistas viešas interesas. Bendrovių nuomone, norminiai teisės aktai nebuvo pažeisti, be kita ko, net jei ir buvo padarytas pažeidimas, jis yra mažareikšmis. Posėdžio metu taip pat buvo pateikti kiti dokumentai, bendrovių atstovo nuomone, turintys reikšmės skleidžiamos reklamos vertinimui⁵⁸.

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

(50) Reklamos įstatymo 5 straipsnio 1 dalis 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.

(51) Reklamos skleidimo metu pateikta informacija pripažįstama klaidinančia reklama, jei nustatoma šių aplinkybių visuma: 1) pateikta informacija yra reklama pagal Reklamos įstatymo 2

⁵⁵ Bylos 5 tomas, 1-8 lapai.

⁵⁶ Bylos 5 tomas, 47 lapas.

⁵⁷ Bylos 5 tomas, 49-59 lapai.

⁵⁸ Bylos 5 tomas, 9-69 lapai.

straipsnio 7 dalį; 2) reklama klaidina ar gali suklaidinti vartotojus ir asmenis, kuriems ji yra skirta ar kuriuos pasiekia; ir 3) klaidinanti reklama gali paveikti reklamos vartotojo ekonominę elgesį.

(52) 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

(53) Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalyje nustatyta, kad reklama – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir išpareigojimų perėmimą.

(54) Kaip 2004 m. sausio 26 d. nutarime pažymėjo Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas, bendrąja prasme „<...>reklama paprastai laikoma tam tikra informacija, kurią skleidžiant siekiama daryti poveikį asmenų pasirinkimui, skatinti norimą elgesį.“⁵⁹ Konstitucinio Teismo teigimu, esminis reklamos požymis yra siekimas daryti kitiems asmenims poveikį jiems renkantis ar įsigyjant tam tikrus produktus, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Būtent skatinimas įsigyti ar vartoti produktus ir rodo komercinį tokios informacijos tikslą.

(55) Tiek UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, tiek UAB „Tikroji turto kaina“ veiklos pobūdis – specializuotos teisinės paslaugos. UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ teikia teisinės paslaugas, susijusias su žalos ir skolų išieškojimu, taip pat jų prevencija, tačiau kaip ir UAB „Tikroji turto kaina“ teikia teisinės paslaugas šeimos santykių srityje⁶⁰.

(56) Kaip nurodyta Nutarimo (4) pastraipoje, ant 2 automobilių, kartu su UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ kontaktiniais duomenimis, buvo pateikti reklaminiai užrašai „Skolų advokatai“, „Parenkami skolų advokatai“, „Skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“. Šie teiginiai yra tiesiogiai susiję su UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ veikla bei skatina naudotis bendrovės paslaugomis. Taip pat ant UAB „Tikroji turto kaina“ naudojamų patalpų Druskininkuose skleisti teiginiai „Skolų išieškojimo advokatai“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“ ir „Advokatai“, o tokia informacija yra tiesiogiai susijusi su abiejų bendrovių – UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ – vykdoma veikla bei skatina naudotis jų teikiamomis paslaugomis. Todėl tokia informacija laikytina reklama, kaip tai apibrėžiama Reklamos įstatymo 2 straipsnio 7 dalyje.

(57) Be to, minėta UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ 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.

4. Dėl reklamos davėjų nustatymo

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

(59) Nagrinėjamu atveju nei UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, nei UAB „Tikroji turto kaina“ nepripažino esanti teiginių „Skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų

⁵⁹ Konstitucinio Teismo 2004 m. sausio 26 d. nutarimas, <http://www.lrkt.lt/dokumentai/2004/n040126.htm>.

⁶⁰ Bylos 3 tomas, 45-46 lapai.

advokatai“, „*Parenkami skolų advokatai*“, „*Skolų išieškojimo advokatai*“ ir „*Advokatai*“ reklamos davėju (Nutarimo (16) ir (17) pastraipos).

(60) Pažymėtina, kad ant abiejų automobilių ISUZU TROOPER ir SUBARU FORESTER buvo nurodytas UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ priklausantis Valstybiniame patentų biure užregistruotas prekės ženklas. Taip pat pateikiami ir kontaktiniai duomenys, kurie sutampa su Konkurencijos tarybai UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ teiktuose raštuose ir bendrovės interneto svetainėje nurodytais kontaktais (Nutarimo (12) ir (24) pastraipos).

(61) Įvertinus minėtas aplinkybes, teigtina, jog reklaminius teiginius vartotojai buvo skatinami naudotis būtent UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ skolų išieškojimo paslaugomis, todėl darytina išvada, jog ši bendrovė buvo suinteresuota reklaminių teiginių skleidimu.

(62) Be to, kaip minėta Nutarimo (27) pastraipoje, automobilio SUBARU FORESTER apipavidalinimą atliko UAB „Arctus Media“ pagal UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ užsakymą, todėl teigtina, jog reklaminiai teiginiai ant automobilio SUBARU FORESTER buvo skleisti UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ iniciatyva.

(63) Atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad ant automobilių ISUZU TROOPER ir SUBARU FORESTER buvo pateikiami įvairūs UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ kontaktiniai duomenys, kurie, kaip matyti iš byloje esančios medžiagos, taip pat sutampa ir su UAB „Tikroji turto kaina“ kontaktais, t. y. abiejų bendrovių vienodas veiklos adresas (P. Lukšio g. 2-214), telefonai (Nutarimo (39) pastraipa). Be to, automobiliai ISUZU TROOPER ir SUBARU FORESTER, ant kurių ir buvo skleisti nagrinėjami reklaminiai teiginiai, susiję su UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ teikiamomis paslaugomis, nuosavybės teise priklauso UAB „Tikroji turto kaina“ (Nutarimo (40) pastraipa).

(64) Taigi apibendrinus, galima teigti, jog vartotojai, kurie susidomėtų reklama, nurodyta ant automobilių ISUZU TROOPER ir SUBARU FORESTER, kreiptųsi ne tik į UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, tačiau ir į UAB „Tikroji turto kaina“. Juo labiau, kad tiek UAB „Tikroji turto kaina“, tiek UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ veikla – specializuotų teisinių paslaugų, kurios, be kita ko, apima ir šeimos teisinius santykius (šios srities teisinės paslaugas teikia abi bendrovės), teikimas.

(65) Remiantis tuo, kas išdėstyta, Konkurencijos taryba daro išvadą, kad nagrinėjami reklaminiai teiginiai, kurie buvo nurodyti ant automobilių ISUZU TROOPER ir SUBARU FORESTER, buvo naudoti abiejų bendrovių, t. y. UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“, interesais.

(66) Vertinant skleistos išorinės reklamos ant patalpų, esančių Druskininkuose, davėją pažymėtina, kad reklamą sudarė ant atskirų langų užklijuoti užrašai. Ant vieno iš jų buvo reklamuojama UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei jos teikiamas paslaugas reklamuojantys teiginiai („*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis*“, „*Skolų išieškojimo advokatai*“ ir kt.). Ant kito lango – UAB „Tikroji turto kaina“ teikiamų paslaugų ir jai priklausančio prekės ženklo „Skyrybų centras“ reklama (Nutarimo (29) pastraipa). Be to, remiantis byloje esančiais duomenimis, teigtina, kad reklamą, skleidžiamą ant UAB „Tikroji turto kaina“ nuomos pagrindu naudojamų patalpų, užsakė UAB „Tikroji turto kaina“ (Nutarimo (33) pastraipa). Taigi, įvertinusi šias aplinkybes Konkurencijos taryba daro išvadą, jog reklaminiai teiginiai „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis*“, „*Skolų išieškojimo advokatai*“ skleisti UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ interesais, tačiau UAB „Tikroji turto kaina“ iniciatyva.

(67) Konkurencijos tarybos 2013 m. liepos 26 d. protokolo duomenimis (Nutarimo (34) pastraipa) ant tų pačių patalpų langų buvo įrengta nauja išorinė reklama, kurioje ant vieno lango buvo išklijuoti teiginiai „*www.skyrybucentras.lt skyrybos.dzukija@gmail.com 8677 87377*“, „*SC Skyrybų centras*“, „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras*“, „*www.skolarona.ltskolarona@gmail.com 8687 40002*“. Ant kito lango esančioje švieslentėje bėgančioje reklaminiėje eilutėje buvo skleidžiami teiginiai ir informacija „*Advokatai*“, „*868740002*“, „*www.skolarona.lt*“, „*Greitos ir pigios skyrybos*“, „*Advokatai*“,

www.skyrybucentras.lt, „*Atgauk skolą*“. Taigi, šiais teiginiais buvo reklamuojamos UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ Skyrybų centras, taip pat jų teikiamos paslaugos. Pastebėtina, jog šioje išorinėje reklamoje bendrai pateikti teiginiai „*Advokatai*“, „*Atgauk skolą*“, „*Greitos ir pigios skyrybos*“, kurie yra tiesiogiai susiję su abiejų bendrovių vykdoma veikla bei skatina naudotis jų teikiamomis paslaugomis. Dėl šių priežasčių Konkurencijos taryba daro išvadą, kad minėta reklama skleista abiejų bendrovių interesais.

(68) Pažymėtina, jog Konkurencijos tarybos 2013 m. gruodžio 12 d. posėdžio metu bendrovių atstovas nurodė, jog išorinę reklamą užsakė ne UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ar UAB „Tikroji turto kaina“, bet advokatas G. Š. ir dėl šios reklamos vyksta teismo procesas Druskininkuose. Tačiau šis bendrovių argumentas nepaneigia to, kad, kaip minėta aukščiau Nutarime, reklamoje pateikta būtent UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ kontaktinė informacija. Be to, Konkurencijos tarybos 2013 m. gruodžio 12 d. posėdžio metu, bendrovių atstovas pažymėjo, jog tarp bendrovių ir minėto advokato yra pasirašyta teisinių paslaugų sutartis⁶¹. Taigi, aplinkybė, kad išorinę reklamą Druskininkuose užsakė tiesiogiai ne pats bendrovių vadovas, neleidžia daryti išvados, jog reklama skleidžiama ne UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ interesais.

(69) Siekdama nustatyti reklamos davėją, be kita ko, Konkurencijos taryba atkreipia dėmesį ir į tai, jog UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ tyrimo metu veikė išvien. Pavyzdžiui, kaip minėta Nutarimo (39) - (40) pastraipose, UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ informacija Konkurencijos tarybai buvo pateikta ant blanko su abiejų įmonių pavadinimais, tačiau su UAB „Tikroji turto kaina“ įmonės kodu, PVM mokėtojo kodu, atsiskaitomosios sąskaitos rekvizitais bei bendrais tiek UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“, tiek UAB „Tikroji turto kaina“ kontaktais. Be to, Konkurencijos tarybai teikiama informacija buvo ant blanko su UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ pavadinimu ir prekės ženklu, bet su UAB „Tikroji turto kaina“ įmonės kodu, PVM mokėtojo kodu, atsiskaitomosios sąskaitos rekvizitais bei bendrais įmonių kontaktais. Pažymėtina, kad į kai kuriuos atskirus raštus su skirtingais klausimais bei adresuotus UAB „Tikroji turto kaina“ ir UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ buvo atsakoma vienu raštu nuo abiejų įmonių bendrai. UAB „Tikroji turto kaina“ pateikė UAB „Tikroji turto kaina“ pavedimu surašytą faktinių aplinkybių, patvirtinančių, kad ant automobilio ISUZU TROOPER skleidžiami teiginiai „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“, „*Parenkami skolų advokatai*“, konstatavimo protokolą. Taip pat UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ pateikė UAB „Tikroji turto kaina“ priklausiančio automobilio ISUZU TROOPER techninės apžiūros rezultatų kortelę.

(70) Papildomai paminėtina, kad UAB „Tikroji turto kaina“ yra vienintelė UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ akcininkė, joms vadovauja tas pats vadovas, o jų veiklos buveinė, kaip jau minėta, yra tuo pačiu adresu (Nutarimo (39) pastraipa).

(71) Remdamasi tuo, kas išdėstyta, bei atsižvelgusi į tai, kad bendrovės nepaneigė, jog ne jų interesais bei iniciatyva skleista reklama, darytina išvada, kad reklama „*Skolų išieškojimo lyderis*“, „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“, „*Skolų advokatai*“, „*Parenkami skolų advokatai*“, „*Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis*“, „*Skolų išieškojimo advokatai*“, „*Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“ ir „*Advokatai*“ buvo skleidžiama ant 2 automobilių ir išorine reklama ant patalpų lango bendra UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ iniciatyva ir interesais, todėl šios bendrovės laikytinos nagrinėjamų reklamų davėjais.

⁶¹ Bylos 5 tomas, 6 lapas.

5. Dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ skleistos reklamos atitikties Reklamos įstatymo reikalavimams

5.1. Dėl reklaminių teiginių „Skolų išieškojimo lyderis“ ir „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“ klaidingumo vertinimo

5.1.1. Dėl reklaminių teiginių klaidingumo

(72) 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 požiūriu⁶².

(73) Remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte nustatyto teisingumo kriterijumi, reklamoje pateikti reklaminiai teiginiai pripažįstami neteisingais, jeigu reklamos davėjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo reklamos naudojimo metu. Tai reiškia, kad reklamos davėjas turi turėti neginčijamų įrodymų, kad jo skleidžiama reklama skleidimo metu buvo teisinga.

(74) Nagrinėjamu atveju ant abiejų automobilių ir išorine reklama ant patalpų lango buvo skleisti teiginiai „Skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“.

(75) Pastebėtina, kad žodžio „lyderis“ viena iš reikšmių – pirmaujantis⁶³. Dėl šios priežasties nagrinėjami teiginiai gali sukurti vartotojui lūkesčius, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ pirmauja kitų skolų išieškojimo bendrovių ar asmenų atžvilgiu.

(76) Taigi, šiuo atveju teiginys „Skolų išieškojimo lyderis“, įvertinus šios paslaugos specifiką, vidutiniam vartotojui, kuris yra apdairus ir informuotas, gali kelti nevienareikšmes asociacijas, kodėl reklamos davėjas pirmauja. Pavyzdžiui, vartotojas gali suvokti, kad reklamoje minima bendrovė pirmauja tarp kitų ūkio subjektų, teikiančių skolų išieškojimo paslaugas, pagal didžiausią išieškamą skolos dalį (lyginant su reikalavimo dydžiu), pagal laikotarpį, per kurį išieškoma skola, pagal paslaugos kokybės ir kainos santykį, pagal klientų skaičių ir pan.

(77) Taigi ir šiuo atveju, siekdamas pagrįsti reklaminių teiginių „Skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“ teisingumą, reklamos davėjas, atsižvelgęs į tai, kad vartotojai galėtų bendrovės pirmavimą skolų išieškojimo srityje sieti su įvairiais aspektais, kurie, pabrėžtina, gali būti pamatuojami objektyviais kriterijais, turėjo pateikti tokius įrodymus, kurie pagrįstai leistų teigti, kad bendrovė pirmauja skolų išieškojimo srityje lyginant su kitais toje pačioje rinkoje veikiančiais subjektais.

(78) Atsižvelgiant į tai, kad nei UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ nei UAB „Tikroji turto kaina“ įrodymų, patvirtinančių teiginių „Skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ – skolų išieškojimo lyderis“ teisingumą reklamos skleidimo laikotarpiu, tyrimo metu nepateikė, darytina išvada, jog šie teiginiai neatitinka Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies punkte nustatyto teisingumo kriterijaus.

5.1.2. Dėl reklaminių teiginių poveikio vartotojų ekonominiam elgesiui

(79) Nustačius, kad reklaminiai teiginiai neatitinka Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punkte numatyto teisingumo kriterijaus, būtina įvertinti šios reklamos poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui.

(80) Ekonominis elgesys apibrėžiamas kaip reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, ūkine komercine, finansine ar profesine veikla (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 2 dalis). Pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 7 dalies nuostatas, kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, laikoma, kad vartotojai susidaro nuomonę apie reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą, reklamos išsamumą ir reklamos pateikimo būdą ar formą ir priima

⁶² LVAT 2008 m. liepos 3 d. nutartis byloje Nr. A⁵⁵⁶-997/2008, UAB „Tez Tour“ prieš Konkurencijos tarybą.

⁶³ Lietuvių kalbos žodynas, <http://www.lkz.lt/startas.htm> [prisijungta: 2013-09-25].

tokius sprendimus, kurių galima tikėtis iš vidutinio vartotojo. Ne sąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 2 straipsnio 13 dalis nurodo, kad vidutinis vartotojas yra vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas, protingai apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius.

(81) Pažymėtina, kad poveikio vartotojo ekonominiam elgesiui nustatymas nereikalauja įrodyti fakto, jog vartotojas priėmė sprendimą ir įsigijo prekę ar paslaugas paveiktas reklamos. Kaip matyti iš Reklamos įstatyme pateiktos klaidinančios reklamos apibrėžimo (Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalis), klaidinančia reklama laikoma ir reklama, kuri gali klaidinti vartotojus ir gali paveikti jų ekonominį elgesį. Tad užtenka nustatyti poveikio vartotojo ekonominiam elgesiui galimybę. LVAT yra pažymėjęs⁶⁴, jog „Konstatuojant, kad reklama yra klaidinanti, nėra būtina įrodyti, kad buvo realiai paveikti vartotojai, nes tokia įrodinėjimo pareiga nepagrįstai apsunkintų Konkurencijos tarybos funkcijų vykdymą, neleistų nustatyti tinkamos pusiausvyros tarp vartotojų ir ūkio subjektų interesų, iškreiptų vartotojų teisių apsaugos sistemos prasmę bei tikslus. Reklamos klaidinantis pobūdis gali būti įrodytas ir tikėtiniu poveikiu vartotojams, vertinant jį vidutinio vartotojo atžvilgiu“.

(82) Nagrinėjamu atveju UAB „Nacionalinis žalos ir skolų ieškojimo centras“ skleistuose teiginiuose „Skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“ pristato save kaip lyderį skolų išieškojimo srityje, t. y. kaip pirmąją skolų išieškojimo paslaugos teikėją tarp kitų tokių paslaugų teikiančių ūkio subjektų. Tai reiškia, kad vartotojas gali tikėtis, jog reklamuojama bendrovė turi potencialiai didesnes galimybes, pavyzdžiui, dėl galimai turimos didesnės patirties, arba gali priimti efektyvesnius sprendimus palyginus su konkurentais, sprendžiant skolos išieškojimo klausimus. Tokia reklama, kurioje patraukliai pateikiama itin aktuali vartotojui, siekiančiam atgauti skolas, informacija (iš esmės informacija, susijusi su finansine padėtimi), gali neišvengiamai daryti įtaką vartotojui, renkantis skolų išieškojimo paslaugas teikiančią bendrovę.

(83) Kita vertus, pažymėtina, kad jei reklama skatina vartotoją domėtis reklamoje paskleista informacija, tokie vartotojo veiksmai rodo, kad jo ekonominis elgesys buvo paveiktas. Vilniaus apygardos administracinis teismas sprendime, kurį vėliau patvirtino LVAT, yra pažymėjęs⁶⁵: „Neabejotina, kad tiek realiai suklaidinta vartotoja, tiek galimai suklaidinti 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“.

(84) Kaip jau minėta Nutarimo (76) pastraipoje, teiginys „Skolų išieškojimo lyderis“, įvertinus šios paslaugos specifiką, vidutiniam vartotojui gali kelti nevienareikšmes asociacijas, kodėl reklamos davėjas pirmauja. Todėl laikytina, kad vartotojas, kurį pasiekė nagrinėjami reklamos teiginiai, gali būti paskatintas papildomai ieškoti informacijos, susijusios su šia bendrove ir jos teikiamomis paslaugomis, pvz., pasinaudojęs reklamoje nurodytu bendrovės interneto tinklalapiu ar skambinant reklamoje nurodytu telefonu.

(85) Įvertinus aukščiau nurodytas aplinkybes, darytina išvada, kad reklaminiai teiginiai: „Skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, kuriuose pristatoma kaip skolų išieškojimo lyderis, galėjo daryti įtaką reklamos vartotojų elgesiui, priimant sprendimus, susijusius su skolų išieškojimo paslaugos teikėjo pasirinkimu, taip pat sprendimus, susijusius su papildomos informacijos apie UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei jo teikiamas paslaugas ieškojimu.

(86) Taigi apibendrinus, darytina išvada, jog skleisti reklaminiai teiginiai „Skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, laikytini klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

⁶⁴ LVAT 2010 m. spalio 11 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A⁸⁵⁸-1235/2010, UAB „Investment house“ prieš Konkurencijos tarybą.

⁶⁵ Vilniaus apygardos administracinio teismo 2007 m. lapkričio 9 d. sprendimas administracinėje byloje Nr. I-7833-5/2007, UAB „Tele 2“ prieš Konkurencijos tarybą, LVAT 2008 m. rugpjūčio 18 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-756-1436/2008, UAB „Tele2“ prieš Konkurencijos tarybą.

5.2. Dėl reklaminių teiginių „Skolų advokatai“, „Skolų išieškojimo advokatai“ ir „Advokatai“ klaidingumo vertinimo

(87) Kaip minėta, pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį 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.

(88) LVAT, aiškindamas šias nuostatas, yra pažymėjęs, jog „nustačius, jog vertinama reklama turi nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą 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“⁶⁶.

(89) Taigi, vertinant, ar reklama yra klaidinanti, ir nustačius, kad skleidžiama reklama turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymių, esamo ar potencialaus vartotojų suklaudinimo fakto bei poveikio jų ekonominiam elgesiui įrodinėti nereikia.

(90) Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 4 punkte numatyta, kad klaidinanti veikla, kurios nereikia įrodinėti, yra apgaulingas tvirtinimas, kad komercinės veiklos subjektui (įskaitant jo vykdomą komercinę veiklą) yra suteikta licencija (leidimas).

(91) Nagrinėjamu atveju reklaminiuose teiginiuose „Skolų advokatai“, „Skolų išieškojimo advokatai“ ir „Advokatai“ skleistuose ant automobilio ISUZU TROOPER ir išorine reklama ant patalpų lango referuojama į tai, kad teikiamos advokato paslaugos, tačiau neatskleidžiama informacija, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ atlieka tik tarpininko paslaugas, o advokatai yra samdomi pagal sutartis.

(92) Pažymėtina, jog advokato profesine veikla Lietuvos Respublikoje gali verstis tik asmenys, kurie atitinka specialius reikalavimus. Šiuos reikalavimus nustato Advokatūros įstatymo 17 straipsnio 1 dalis, kurioje nurodyta, kad teisę verstis advokato veikla turi į advokatų, turinčių teisę verstis advokato veikla, sąrašą įrašyti advokatai, taip pat šio straipsnio 3 dalis, kuri numato, kad Lietuvos advokatūra įrašytam į Lietuvos praktikuojančių advokatų sąrašą advokatui išduoda teisingumo ministro nustatytos formos teisės verstis advokato veikla liudijimą. Šis liudijimas, patvirtinantis teisę verstis profesine advokato veikla, Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 4 punkto prasme laikytinas licencija (leidimu).

(93) Tuo tarpu Konkurencijos taryba tyrimo metu nustatė, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ yra uždarnosios akcinės bendrovės, be kita ko, nėra registruotos kaip advokatų profesinės bendrijos, o taip pat šių bendrovių vadovas yra fizinis asmuo, kuris taip pat nėra įrašytas į praktikuojančių advokatų sąrašą ir neturi teisės verstis advokato profesine veikla (Nutarimo (37) - (39) pastraipos).

(94) Atsižvelgus į tai, kas išdėstyta aukščiau, darytina išvada, kad komercinė veikla, skleidžiant reklaminius teiginius „Skolų advokatai“, „Skolų išieškojimo advokatai“, „Advokatai“ kurie referuoja į tai, kad bus teikiamos advokatų paslaugos, kai bendrovės nėra registruotos advokatų profesinėmis bendrijomis, laikoma klaidinančia komercine veikla pagal Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 4 punktą. Šią išvadą patvirtina ir LVAT, kuris yra pažymėjęs, kad bendrovė, kurios teisinė forma yra uždaroji akcinė bendrovė, o ne advokatų teisinė bendrija, reklamuodama advokato paslaugas, vykde klaidinančią komercinę veiklą⁶⁷.

⁶⁶ LVAT 2012 m. kovo 16 d. nutartis byloje Nr. A⁸⁵⁸-370/2012, UAB „Omnitel“ prieš Konkurencijos tarybą.

⁶⁷ LVAT 2010 m. lapkričio 18 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A⁵⁰²-1384/2010, Uždaroji akcinė bendrovė „Tikroji turto kaina“ prieš Konkurencijos tarybą

(95) Įvertinus aukščiau išdėstytus argumentus bei, remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalimi, konstatuotina, kad skleisti reklaminiai teiginiai „Skolų advokatai“, „Skolų išieškojimo advokatai“ ir „Advokatai“ yra klaidinanti reklama, pažeidžianti Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

5.3. Dėl reklaminių teiginių „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Parenkami skolų advokatai“ ir „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“ klaidingumo vertinimo

(96) Pažymėtina, jog ant automobilio ISUZU TROOPER skleistas teiginys „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“ iš esmės skiriasi nuo teiginio „Skolų išieškojimo lyderis“, kadangi žodis „potencialus“⁶⁸ vidutiniam vartotojui, kuris yra pakankamai informuotas, protingai apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius negali suponuoti konkrečių lūkesčių dėl to, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ yra pirmaujantis tarp skolų išieškojimo paslaugas teikiančių asmenų. Taip pat nėra pagrindo teigti, kad ant automobilio SUBARU FORESTER skleistas teiginys „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“ dėl frazės „stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų“ vidutiniam vartotojui sukeltų konkrečių lūkesčių dėl to, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ pirmauja skolų išieškojimo srityje lyginant su kitomis bendrovėmis.

(97) Be to, ant automobilio ISUZU TROOPER skleistas reklaminis teiginys „Parenkami skolų advokatai“ iš esmės skiriasi nuo teiginio „Skolų advokatai“ vidutinio vartotojo požiūriu, kadangi žodis „parenkami“ vartotojui leidžia suprasti, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ reklamuoja bendrovės vykdomą veiklą kaip paslaugas parenkant advokatus, o ne kaip advokatų paslaugų teikimą.

(98) Taigi, darytina išvada, kad informacija „Potencialus“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų“, „Parenkami“ reklaminiuose teiginiuose „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“, „Parenkami skolų advokatai“ keičia šių teiginių prasmę bei suvokimą vidutinio vartotojo požiūriu ir, atitinkamai, šių teiginių vertinimą pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punktą ir Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 4 punktą.

(99) Taigi, nagrinėjamu atveju svarbu įvertinti, ar informacija: „Potencialus“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų“, „Parenkami“, pateikiama minėtuose reklaminiuose teiginiuose gali padėti išvengti vartotojų klaidinimo.

(100) Remiantis tyrimo metu surinktais duomenimis, teiginio „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“ pateikimas tokiu būdu, kad dėl raidžių dydžio (žodžio „potencialus“ raidžių dydis yra mažesnis lyginant su frazės „skolų išieškojimo lyderis“ raidžių dydžiu), taip pat dėl parinktos raidžių spalvos (žodžio „potencialus“ spalva yra šviesiai gelsva/pilka ir artima automobilio kėbulo/lango, ant kurių užklijuotas teiginys, spalvai, frazės „skolų išieškojimo lyderis“ raidžių spalva yra ryškiai geltona) žodžio „potencialus“ matomumas vizualiai yra blogesnis nei frazės „skolų išieškojimo lyderis“. Be to, kaip matyti iš bylos medžiagos, žodis „potencialus“ apskritai nėra matomas ar įskaitomas nuotraukose, kuriose fiksuotas bendras automobilio vaizdas. Todėl laikytina, kad vartotojui esant didesniu atstumu nuo reklaminio teiginio, šis žodis taip pat nebus matomas ar įskaitomas (Nutarimo (10) pastraipa).

(101) Tuo tarpu teiginio „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“⁶⁹ pateikimo būdas yra toks, kad dėl raidžių dydžio (frazės „stengiamės dirbti taip, kad

⁶⁸ Pagal tarptautinių žodžių žodyną žodžio „potencialus“ reikšmė – galimas, nepasireiškiantis, bet galintis pasireikšti, <http://www.tzz.lt/search?searchword=potencialus>, [prisijungta: 2013-09-25].

⁶⁹ Pažymėtina, kad, kaip nustatyta 2013 m. rugsėjo 3 d. protokolu, ant vieno automobilio galinių durelių žodis „skolų“ matomas kaip „kolu“, t.y. trūksta raidės „s“ (Nutarimo (23) pastraipa), tačiau atsižvelgus į kitus teiginio žodžius bei jo prasmę, ant kitų automobilio durelių identišką pagal turinį ir pateikimo būdą teiginį, kuriame yra žodis „skola“, taip pat kitus ant automobilio pateiktus užrašus, manytina, kad vidutinis vartotojas šį teiginį supras kaip teiginį „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“.

klientai sakytų:“ raidžių dydis yra akivaizdžiai mažesnis lyginant su frazės „*skolų išieškojimo lyderis*“ raidžių dydžiu) frazės „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“ matomumas vizualiai yra prastesnis palyginus su frazės „*skolų išieškojimo lyderis*“ matomumu. Pažymėtina, kad frazė „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų*:“ yra įskaitoma nuotraukose, kuriose fiksuotos atskiros automobilio dalys iš arti, tačiau nuotraukose, kuriose fiksuotas visas automobilis, ši frazė nėra aiškiai matoma ar įskaitoma (Nutarimo (25) pastraipa).

(102) Be to, teiginio „*Prenkami skolų advokatai*“ pateikimo būdas yra toks, kad dėl parinktos teiginio raidžių ir fono spalvos (visas teiginys „*Prenkami skolų advokatai*“ pateikiamas baltame fone, frazės „*skolų advokatai*“ raidžių spalva yra raudona, žodžio „*prenkami*“ raidžių spalva yra baltos, beveik tokios pačios spalvos, kaip ir pats fonas, kuriame jis pateikiamas spalvos), žodžio „*prenkami*“ matomumas vizualiai yra žymiai blogesnis nei frazės „*skolų advokatai*“. Pažymėtina, kad net nuotraukose, kuriose užfiksuoti teiginiai „*Prenkami skolų advokatai*“ iš arti, juose esantis žodis „*prenkami*“ dėl jo raidžių spalvos, labai artimos fono, kuriame jis pateiktas, spalvai, nėra aiškiai matomas ar įskaitomas (Nutarimo (9) pastraipa).

(103) Visos aukščiau įvardintos aplinkybės leidžia pagrįstai teigti, kad informacijos, kuri šiuo atveju laikytina esmine teiginio prasmės atžvilgiu, t.y. kurios buvimas keičia teiginio prasmę, pateikimo būdas yra toks, kad vizualiai šios informacijos matomumas yra žymiai prastesnis, lyginant su likusiu teiginiu, todėl toks informacijos, keičiančios teiginio prasmę, pateikimas suponuoja, kad vartotojas, esantis didesniu atstumu nuo reklaminių teiginių, apskritai šios esminės informacijos negalėtų pamatyti ir/ar įskaityti. Tuo tarpu kita teiginių dalis dėl jų parinkto pateikimo būdo yra matoma ir įskaitoma. Taigi akivaizdu, jog vartotojai gali matyti bei suvokti teiginius „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“ bei „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“, kaip teiginį „*Skolų išieškojimo lyderis*“, o teiginį „*Prenkami skolų advokatai*“ gali matyti ir suvokti kaip teiginį „*Skolų advokatai*“.

(104) Kaip konstatuota aukščiau Nutarimo 5.1 ir 5.2 dalyse, teiginys „*Skolų išieškojimo lyderis*“ yra neteisingas bei gali daryti poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, teiginys „*Skolų advokatai*“ turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 4 punkto pažeidimo požymių, todėl minėti teiginiai laikytini klaidinančiais.

(105) Taigi apibendrinus, konstatuotina, jog dėl aukščiau išvardintų priežasčių teiginiai „*Potencialus skolų išieškojimo lyderis*“, „*Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis*“ ir „*Prenkami skolų advokatai*“ pripažintini klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

6. Dėl procedūros dalies, kurioje vertinta UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitiktis Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams, nutraukimo

(106) Konkurencijos taryba 2012 m. gruodžio 7 d. nutarimu Nr. 1S-168⁷⁰, atsižvelgusi į Lietuvos advokatūros pareiškime nurodytas aplinkybes ir esant pagrindo įtarti, jog UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“, skleidžiamieji teiginiai „*skolų advokatai*“ ir „*skolų išieškojimo lyderis*“, atliko nesąžiningos konkurencijos veiksmus, kuriais pažeidžiami daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesai Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 4 dalies prasme, pradėjo tyrimą dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitikties Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams.

(107) Pradėdama tyrimą dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitikties Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams, Konkurencijos taryba siekė įvertinti, ar skleidžiamieji reklaminiai teiginiai laikytini nesąžiningos konkurencijos veiksmais, pažeidžiančiais daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus. Pažymėtina, kad Konkurencijos taryba, vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 18 straipsnio 2 dalies 3 punktu,

⁷⁰ Tyrimas dėl UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitikties Reklamos įstatymo 5 straipsnio ir Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams buvo papildytas Konkurencijos tarybos 2013 m. balandžio 18 d. nutarimu.

siekdama efektyviai įgyvendinti jai pavestus uždavinius ir racionaliai naudoti turimus išteklius 2012 m. liepos 2 d. nutarimu Nr. 1S-89⁷¹ patvirtino savo veiklos prioritetą – atlikti tyrimus ar kitaip įsikišti į rinkos veikimą, jei toks įsikišimas galėtų reikšmingai prisidėti prie veiksmingos konkurencijos apsaugos ir taip užtikrinti kuo didesnę vartotojų gerovę. Tuo pačiu nutarimu patvirtintame Konkurencijos tarybos veiklos prioriteto įgyvendinimo principų apraše (toliau – Aprašas) įtvirtinti principai, kuriais vadovaudamasi Konkurencijos taryba priima sprendimus dėl tam tikro tyrimo tikslingumo ir apimties (Aprašo 5 punktas). Spręsdama, ar tyrimas atitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioritetą, Konkurencijos taryba vertina įtaką veiksmingai konkurencijai ir vartotojų gerovei, tyrimo strateginę reikšmę bei siekia užtikrinti racionalų išteklių panaudojimą (Aprašo 8 punktas).

(108) Atlikus tyrimą nustatyta, jog UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ 2 transporto priemonėmis ir išorine reklama įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki 2013 m. rugsėjo 3 d. skleidė „Skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų advokatai“, „Parenkami skolų advokatai“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų išieškojimo advokatai“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis“ ir „Advokatai“, kurie laikyti klaidinančia reklama pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

(109) Pažymėtina, kad tuo atveju, net jeigu ir būtų konstatuota, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ naudojant klaidinančią reklamą pažeidžiančią Reklamos įstatymo reikalavimus atliko nesąžiningos konkurencijos veiksmus, pažeidžiančius daugelio ūkio subjektų ar vartotojų interesus, Konkurencijos taryba siekdama užtikrinti veiksmingą konkurenciją, teisingos reklamos naudojimą bei vartotojų gerovę, galėtų iš esmės imtis tų pačių priemonių kaip ir taikydama Reklamos įstatymo 5 straipsnį, t. y. paskirti pinigine sankcija. Bendrovėms nutraukus klaidinančių teiginių naudojimą, nebūtų skleidžiama klaidinanti reklama, o tuo pačiu nebebūtų atliekami veiksmai, galimai pažeidžiantys Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimus.

(110) Taigi, nagrinėjamu atveju Konkurencijos tarybos papildomas tų pačių UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų, skleidus pripažintą klaidinančią reklamą, vertinimas pagal Konkurencijos įstatymo 15 straipsnį, net ir nustačius jo pažeidimą, neturėtų papildomos įtakos veiksmingai konkurencijai ar didesnei vartotojų gerovei. Be to, akivaizdu, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitiktis Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams tyrimas taip pat pareikalautų papildomų Konkurencijos tarybos finansinių ir žmogiškųjų išteklių bei papildomo laiko.

(111) Atsižvelgus į aukščiau išdėstytus argumentus pažeidimo nagrinėjimo procedūros dalis, kurioje vertinta UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitiktis Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams, nutrauktina nevertinus ir todėl nustačius pažeidimo.

(112) Pastebėtina, kad toks Konkurencijos tarybos sprendimas atitinka Lietuvos Respublikos viešojo administravimo įstatymo 3 straipsnio 3 punkte įvardintą viešojo administravimo proporcingumo principą, reiškiantį, kad administracinio sprendimo mastas ir jo įgyvendinimo priemonės turi atitikti būtinus ir pagrįstus administravimo tikslus.

(113) Konkurencijos taryba, be kita ko, pažymi, jog nepaisant to, kad šiame nutarime konstatuota, jog tyrimas dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitiktis Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams nutrauktinas, tai neužkerta kelio ūkio subjektui, manančiam, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmais pažeidžiami jo teisėti interesai, kreiptis į teismą, vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalimi.

⁷¹ Paskelbtas Konkurencijos tarybos interneto svetainėje www.kt.gov.lt, 2013 m. rugsėjo 24 d. nutarimo Nr. 1S-136 redakcija.

7. Dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ taikytinų sankcijų

(114) Pagal Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalį, reklamos davėjas atsako už klaidinančios reklamos naudojimą, jeigu jis neįrodo, kad šis įstatymas buvo pažeistas ne dėl jo kaltės. Atsižvelgus į tai, jog UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ nepateikė įrodymų, kad skleidus reklaminius teiginius „Skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų advokatai“, „Parenkami skolų advokatai“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų išieškojimo advokatai“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakyty: skolų išieškojimo lyderis“ ir „Advokatai“ Reklamos įstatymo 5 straipsnis buvo pažeistas ne dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ kaltės, konstatuotina, kad UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ yra atsakingos už klaidinančios reklamos skleidimą.

(115) Pagal Reklamos įstatymo 22 straipsnio 7 dalį skiriamos baudos dydis nustatomas pagal baudos minimumo ir maksimumo vidurkį ir priklauso nuo atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių, pažeidimo pobūdžio, pažeidimo trukmės ir masto.

(116) Skiriant UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ baudą, atsižvelgta į tai, kad bendrovės skleidė teiginius „Skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų išieškojimo advokatai“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakyty: skolų išieškojimo lyderis“, kurie, nepateikus teiginių teisingumą patvirtinančių įrodymų, pažeidė Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punktą, be kita ko, teiginius „Skolų advokatai“, „Parenkami skolų advokatai“ ir „Advokatai“, kurie turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 4 dalyje numatytos klaidinančios komercinės veiklos požymių.

(117) Nagrinėjamu atveju, reklaminiai teiginiai, nurodyti Nutarimo (4) pastraipoje, buvo skleidžiami skirtingais laikotarpiais 3 sklaidos priemonėmis: 2 automobiliais ir išorine reklama ant patalpų lango.

(118) Pažymėtina, kad remiantis tyrimo metu nustatytais aplinkybėmis, automobilis ISUZU TROOPER buvo fiksuotas šiuose vietose: 2011 m. gegužės 6 d. prie daugiabučio gyvenamojo namo adresu Kalvarijų g. 188, 2011 m. gegužės 16 d. ir 2011 m. gegužės 18 d. prie pastato P. Lukšio g. 2, Vilnius, 2011 m. liepos 1 d. prie PC „Maxima“ Žalgirio g. 105, Vilnius, 2012 m. liepos 5 d. prie pastato P. Lukšio g. 2, Vilnius. UAB „Tikroji turto kaina“ teigimu, laikotarpiu nuo 2011 m. liepos 2 d. iki 2013 m. kovo 4 d. maždaug 95 proc. laiko automobilis buvo dislokuotas uždaroje aikštelėje. Taip pat pažymėtina, kad 2013 m. liepos 19 d. automobilio ISUZU TROOPER lokacijos vieta buvo ta pati – uždara automobilių aikštelė prie UAB „Tikroji turto kaina“ buveinės P. Lukšio g. 2, Vilnius (Nutarimo (5), (10) ir (17) pastraipos). Tuo tarpu automobilio SUBARU FORESTER lokacijos vieta tiek 2013 m. liepos 19 d., tiek 2013 m. rugsėjo 3 d. buvo ta pati – prieš pastatą P. Lukšio g. 2, Vilnius (Nutarimo (19) ir (24) pastraipos). Be to, nėra duomenų, jog automobiliai ISUZU TROOPER ir SUBARU FORESTER nuolat keistų lokacijos vietas (Nutarimo (41) pastraipa). Reklaminiai teiginiai: „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų išieškojimo advokatai“ ir „Advokatai“ buvo skleisti tik ant patalpų adresu Vilniaus al. 8-7, Druskininkai. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, be kita ko, į tai, jog Konkurencijos taryba vertindama reklamos sklaidos mastą remiasi tyrimo metu nustatytais aplinkybėmis, teigtina, kad reklamos mastas yra nedidelis.

(119) Vertinant pažeidimo trukmę, pastebėtina, kad teiginys „Skolų išieškojimo lyderis“ ant automobilio ISUZU TROOPER buvo skleidžiamas bent nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki 2012 m. liepos 4 d. (vėliausiai), kadangi 2012 m. liepos 5 d. buvo fiksuotas kitas (koreguotas) teiginys– „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“. Atsižvelgiant į tai, kad ir koreguotas teiginys „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“ pripažintas klaidinančiu, paskutinį kartą jis fiksuotas 2013 m. liepos 19 d. Taigi, klaidinančio teiginio „Skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“

bendra skleidimo trukmė laikytina bent nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki 2013 m. liepos 19 d. Tuo tarpu teiginys „Skolų advokatai“ skleistas ant šio automobilio bent nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki vėliausiai 2012 m. liepos 5 d., kai buvo fiksuotas teiginys „Parenkami skolų advokatai“. Atsižvelgus į tai, kad pastarasis teiginys taip pat pripažintas klaidinančiu, teiginys skleistas vėliausiai iki 2013 m. sausio 11 d. Dėl šių priežasčių teigtina, jog bendra teiginių „Skolų advokatai“ / „Parenkami skolų advokatai“ trukmė – bent nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki 2013 m. sausio 11 d.

(120) Teiginys „Skolų išieškojimo lyderis“ ant automobilio SUBARU FORESTER buvo skleidžiamas 2013 m. liepos 19 d. Vėliau minėtas teiginys pakeistas į teiginį „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“, kuris vėliausiai fiksuotas 2013 m. rugsėjo 3 d. Atsižvelgiant į tai, kad tiek teiginys „Skolų išieškojimo lyderis“, tiek jį pakeitęs teiginys „Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“ pripažinti klaidinančiais, bendra reklamos „Skolų išieškojimo lyderis“/„Stengiamės dirbti taip, kad klientai sakytų: skolų išieškojimo lyderis“ trukmė laikytina bent nuo 2013 m. liepos 19 d. iki 2013 m. rugsėjo 3 d.

(121) Tuo tarpu teiginiai „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų išieškojimo advokatai“, kurie buvo skleisti ant patalpų adresu Vilniaus al. 8-7, Druskininkai, bent nuo 2012 m. liepos 16 d. iki 2012 m. liepos 31 d. Klaidinantis teiginys „Advokatai“, kuris pakeitė prieš tai minėtus teiginius, pagal byloje esančius duomenis skleistas bent 2013 m. liepos 26 d.

(122) Atsižvelgus į tai, kad nagrinėjamu atveju, klaidinančios reklamos skleidimas pasireiškia reklaminių teiginių, kurių turinys iš esmės panašus ir susijęs su bendrovių teikiamomis teisinėmis paslaugomis („Skolų advokatai“, „Skolų išieškojimo“, „Skolų išieškojimo lyderis“), skleidimu skirtingais laikotarpiais, reklamos trukmė nustatoma bendrai, t. y. įvertinus ilgiausią klaidinančio reklamos teiginio trukmę. Dėl šių priežasčių teigtina, jog bendra reklamos trukmė (bent nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki 2013 m. rugsėjo 3 d.) yra labai ilga, tačiau reklamos mastas, nurodytas Nutarimo (118) pastraipoje, skirtingais laikotarpiais buvo skirtingas.

(123) UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ bei UAB „Tikroji turto kaina“ atsakomybę lengvinančių ar atsakomybę sunkinančių aplinkybių nebuvo nustatyta.

(124) Atsižvelgus į šioje Nutarimo dalyje nurodytas aplinkybes, bei į Reklamos įstatymo 22 straipsnio 1 dalies nuostatą, kad tais atvejais, kai pažeidimas nėra mažareikšmis, bet taip pat nėra ir atsakomybę sunkinančių aplinkybių, gali būti skiriama bauda nuo 1 000 Lt iki 30 000 Lt, o vadovaujantis Reklamos įstatymo 22 straipsnio 12 dalimi didžiausia baudą (net, jei nustatomos reklamos davėjo atsakomybę sunkinančios aplinkybės) negali viršyti 3 proc. metinių pajamų. Tuo tarpu, atsižvelgus į bendrovių metines pajamas, UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“, kurioms nėra taikomos atsakomybę sunkinančios aplinkybės, už padarytą Reklamos įstatymo 5 straipsnio pažeidimą būtų nepagrįsta skirti baudos dydį, artimą maksimaliam leistinam baudos dydžiui, siekiančiam 3 proc. bendrųjų metinių pajamų (taikomas esant sunkinančioms aplinkybėms).

(125) Dėl nurodytų priežasčių, vadovaujantis proporcingumo ir teisingumo principais, UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ už klaidinančios reklamos „Skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų advokatai“, „Parenkami skolų advokatai“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų išieškojimo advokatai“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis“ ir „Advokatai“ naudojimą skiriama 5 000 (penkių tūkstančių) litų bauda.

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsniu, 19 straipsnio 2 dalies 1, 3 ir 6 punktais, 22 straipsnio 1, 7 ir 8 dalimis, Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 7 punktu, 16 straipsnio 4 dalimi, 18 straipsnio 2 dalies 3 punktu, 30 straipsnio 1 dalies 3 punktu,

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Pripažinti UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ įvairiais laikotarpiais nuo 2011 m. gegužės 6 d. iki 2013 m. rugsėjo 3 d. dviem automobiliais

ir išorine reklama skleidžiant teiginius „Skolų išieškojimo lyderis“, „Potencialus skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų advokatai“, „Parenkami skolų advokatai“, „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras – skolų išieškojimo lyderis“, „Skolų išieškojimo advokatai“, „Stengiamės dirbti taip, kad klientas sakytų: skolų išieškojimo lyderis“ ir „Advokatai“ klaidinančia reklama, pažeidžiančia Reklamos įstatymo 5 straipsnio reikalavimus.

2. Už šio nutarimo rezoliucinės dalies 1 punkte nurodytos klaidinančios reklamos naudojimą skirti solidariai UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ 5 000 (penkių tūkstančių) litų baudą.

3. Nutraukti pažeidimo nagrinėjimo procedūrą dalyje dėl UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ veiksmų atitikties Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio reikalavimams.

4. Įpareigoti UAB „Nacionalinis žalos ir skolų išieškojimo centras“ ir UAB „Tikroji turto kaina“ per 5 darbo dienas nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nustatytų baudų sumokėjimo pranešti apie tai Konkurencijos tarybai ir pateikti tai patvirtinančius įrodymus.

Nutarimas per 30 dienų nuo jo priėmimo dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui. Skundo padavimas nesustabdo Konkurencijos tarybos nutarimo vykdymo.

Vadovaujantis Reklamos įstatymo (Žin., 2000, Nr. 64-1937; 2013, Nr. 57-2854) 26 straipsniu, paskirta bauda ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos turi būti sumokėta 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