



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

DĖL UAB „TELE2“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2014-10-30 Nr. 12R-102

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Maisto produktų, turizmo ir rekreacinių paslaugų departamento direktorės Neringos Ulbaitės (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkė), Teisės ir personalo skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Maisto produktų ir rekreacinių paslaugų skyriaus vedėjos Neringos Baronienės, l.e. Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos pareigas Kristinos Grigaitės,

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajai specialistei Ditei Rimkutei,

dalyvaujant UAB „Tele2“ reguliavimo ir didmeninio verslo direktoriui (*duomenys neskelbtini*), vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 1 punktu, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo bylą dėl UAB „Tele2“ (įmonės kodas – 111471645, adresas Sporto g. 7A, Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija n u s t a t o

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba gavo 20 vartotojo (*duomenys neskelbtini*) prašymus dėl nepageidaujamos reklamos teikimo. Prašyme vartotojai nurodė, jog UAB „Tele2“ telefonu teikė vartotojams reklamą, kurios vartotojai nepageidavo gauti.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-05-29 raštu Nr. 4-5177 kreipėsi į UAB „Tele2“ ir vadovaudamasi Reklamos įstatymo 21 straipsnio 1 dalies 2 punktu paprašė pateikti informaciją. UAB „Tele2“ 2014-06-25 raštu Nr. SD-19010 pateikė atsakymą į Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos 2014-05-29 raštą Nr. 4-5177.

UAB „Tele2“ 2014-06-25 rašte Nr. SD-19010 nurodė, kad pareiškėjų vardai ir pavardės bendrovei UAB „Tele2“ nėra žinomi, nes pagal vartotojų skunduose nurodytą informaciją, visi jie skundų pateikimo metu buvo ir dauguma šiuo metu tebėra (*duomenys neskelbtini*) paslaugų naudotojai, tad UAB „Tele2“, neturėdama jokios informacijos apie vartotojus, išsamiai vertino pateiktų konkrečių vartotojų skundų turinį bei juose esančius duomenis. Bendrovė atkreipia dėmesį, kad nei viename vartotojo skunde nurodomos aplinkybės dėl galimai iš UAB „Tele2“ sulaukto reklaminio skambučio jokiomis priemonėmis nėra pagrįstos bei įrodytos, t. y. vartotojų skundai neatitinka jiems numatyto Reklamos įstatymo 4 straipsnio 2 punkto reikalavimo.

UAB „Tele2“ atkreipė dėmesį, kad kai kurių vartotojų skunduose pateikiama akivaizdžiai netiksli informacija, nesudaranti prielaidų teigti, kad nurodomi galimi kreipimaisi vyko būtent dėl UAB „Tele2“ paslaugų pasiūlymų: (*duomenys neskelbtini*) skunde nurodoma, kad jam buvo skambinama iš UAB „Tele2“ ir (*duomenys neskelbtini*), o nurodytas skambinęs telefono numeris nėra aiškiai įskaitomas – vienais atvejais gali priklausyti UAB „Tele2“, kitais – (*duomenys neskelbtini*) tinklui. (*duomenys neskelbtini*) skunde nurodoma, kad skambučio metu buvo siūloma įsigyti „knygas, Tele2“ (t.y. vartotoja tikėtinai pateikia bendro pobūdžio informaciją ir nėra tikra dėl nurodomų aplinkybių). Palyginus (*duomenys neskelbtini*) bei (*duomenys neskelbtini*) skunduose matomą

rašyseną, akivaizdu, jog skundus rašė, pasirašė tas pats asmuo. Tokie pastebėjimai kelia pagrįstų abejonų dėl vartotojų ar jų vardu veikiančio trečiojo asmens tikrųjų ketinimų ir ar iš tiesų, kiek gali būti pagrįstos visuose skunduose nurodomos aplinkybės.

UAB „Tele2“ taip pat pažymėjo, kad trys vartotojai ((*duomenys neskelbtini*) nenurodė, kokiu telefono numeriu į juos galimai buvo kreiptasi su UAB „Tele2“ reklaminiu pasiūlymu, o penkių vartotojų (*duomenys neskelbtini*) skunduose nėra pateikta informacija apie skambinusį numerį – visais paminėtais atvejais vartotojų informacija nėra net minimaliai detalizuota, o tolimesnis situacijos patikrinimas iš UAB „Tele2“ pusės nėra galimas. Iš kitų 15-os vartotojų nurodytų skambinusių telefonų numerių 4 nepriklauso UAB „Tele2“ tinklui. Patikrinus likusių 11 UAB „Tele2“ tinklui priklausančių numerių skambučių ataskaitas laikotarpiu nuo 2014-02-01 iki 2014-06-01, nustatyta, kad: į (*duomenys neskelbtini*) skunde nurodytą vartotojo telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) skambutis iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) nėra užfiksuotas; į (*duomenys neskelbtini*) skunde nurodytą vartotojo telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) skambutis iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) nėra užfiksuotas; į (*duomenys neskelbtini*) skunde nurodytą vartotojo telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) skambutis iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) nėra užfiksuotas.

Dėl likusių atvejų UAB „Tele2“ turimų duomenų nepakanka tikslesniam situacijos įvertinimui, todėl UAB „Tele2“ kreipėsi į (*duomenys neskelbtini*), kuri vartotojų minimu laikotarpiu teikė UAB „Tele2“ tiesioginės rinkodaros paslaugas, prašydama pateikti informaciją bei paaiškinimus dėl galimų skambučių rašte nurodytiems asmenims.

UAB „Tele2“ 2014-06-25 rašte Nr. SD-19010 nurodė, kad pareiškėjai nėra UAB „Tele2“ klientai, UAB „Tele2“ į minėtus asmenis su tiesioginės rinkodaros pasiūlymais nesikreipė, nes UAB „Tele2“ tiesioginės rinkodaros pasiūlymus tiesiogiai pati teikia tik savo klientams. Tiesioginės rinkodaros skambučius ne UAB „Tele2“ klientams, teikiant UAB „Tele2“ paslaugų pasiūlymus, pagal šalių sudarytas paslaugų sutartis vykde bei vykdo ne UAB „Tele2“, bet kiti juridiniai asmenys (pavyzdžiui, aukščiau minėta (*duomenys neskelbtini*)), atitinkamai atsakingi už savo veiklos atitikimą teisės aktų reikalavimams. UAB „Tele2“ neturi informacijos apie tai, kiek tiesioginės rinkodaros skambučių iš UAB „Tele2“ tinkle veikiančių telefono numerių galimai sulaukė rašte nurodyti asmenys, nes skambučių turinys nėra fiksuojamas, o vien tik telekomunikacinio įvykio (skambučio) buvimo fakto nepakanka konstatavimui, kokiu tikslu skambutis buvo vykdomas. Pokalbio įrašas tiesioginės rinkodaros skambučių metu gali būti vykdomas, jeigu būtina užfiksuoti sąlygas dėl sudaromos ryšio paslaugų sutarties. Bendriniai pokalbių įrašai nėra daromi. Tretieji asmenys (bendrovės), UAB „Tele2“ paslaugų užsakymo pagrindu vykdančios tiesioginę rinkodarą ne UAB „Tele2“ klientams, automatizuotomis priemonėmis renka atsitiktinius kito operatoriaus tinkle veikiančius telefono numerius.

Be to, kas jau buvo minėta, bendrovė atkreipė dėmesį, kad Reklamos įstatymas, kiti teisės aktai ar teisminė praktika tiksliau neapibrėžia privalomos vartotojo sutikimo ar prašymo formos ar pateikimo Reklamos įstatymo kontekste. UAB „Tele2“ yra žinoma, kad iki 2014-05-31 UAB „Tele2“ užsakomų paslaugų pagrindu veikiančios tiesioginės rinkodaros paslaugų bendrovės, vykdančios UAB „Tele2“ tiesioginę rinkodarą ne UAB „Tele2“ klientams vartotojo sutikimo dėl reklaminio pasiūlymo išklauso teiraudavosi pokalbio pradžioje. Kaip minėta, Reklamos įstatyme tokia vartotojo sutikimo forma ir jo pateikimo laikas nėra draudžiami. Vartotojui sutikimo nepateikus/išreiškus nesutikimą, reklaminė informacija toliau nebūdavo teikiama. Nuo 2014-05-31 UAB „Tele2“ paslaugų tiesioginę rinkodara telefonu ne UAB „Tele2“ klientams yra vykdoma turint būtent išankstinį sutikimą dėl tiesioginės rinkodaros.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba gavo (*duomenys neskelbtini* 2014-09-10 raštą Nr. 1400-243, kuriame pateikta papildoma informacija tyrimui.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-08-29 raštu Nr. 4-8443 kreipėsi į UAB „Tele2“ dėl papildomos informacijos pateikimo.

UAB „Tele2“ 2014-09-08 raštu Nr. SD-19514 nurodė, kad (*duomenys neskelbtini*) galimai skambinęs telefono numeris priklauso (*duomenys neskelbtini*), todėl duomenų apie numerio savininką

ir/ar galimai vykusio skambučio tikslą UAB „Tele2“ negali pateikti. Apie skambutį, galimai vykdytą į *(duomenys neskelbtini)* telefono numerį *(duomenys neskelbtini)* iš UAB „Tele2“ valdomo telefono numerio *(duomenys neskelbtini)* duomenų nustatyti nepavyko. Dėl *(duomenys neskelbtini)* UAB „Tele2“ 2014-05-21 raštu Nr. SD-18798 teikė paaiškinimus Valstybinei duomenų apsaugos inspekcijai, kuriame nurodė, jog telefono numeris *(duomenys neskelbtini)* kaip komunikacinis išteklius priklauso UAB „Tele2“, tačiau po fiziniam asmeniui priklausiusios abonentinės sutarties nutraukimo nėra naudojamas UAB „Tele2“ tinkle nuo 2013-03-01.

Dėl *(duomenys neskelbtini)* rašte nurodomų aplinkybių bendrovė papildomai paaiškino, jog UAB „Tele2“ atsitiktine tvarka sugeneruotų telefono numerių sekos (t. y. ne konkrečių vartotojų telefono numeriai) automatizuotomis priemonėmis minimu laikotarpiu buvo perkeliamos į skambučius vykdančios bendrovės duomenų bazes – technologines priemones tolimesniam automatizuotam skambučių vykdymui. O minimos skambučių vykdymo procedūros yra aptartos *(duomenys neskelbtini)* rašte – t. y. minimu ginčo laikotarpiu, vadovaujantis Reklamos įstatymu, pokalbis su atsiliepusiu asmeniu galėjo būti tęsiamas tik šio asmens sutikimu, prieš tai nurodžius kitą paminėtą būtiną informaciją – skambučio tikslą, kieno vardu teikiama informacija ir kt. UAB „Tele2“ atkreipė dėmesį, kad *(duomenys neskelbtini)* rašte nurodytų 4 telefono numerių naudotojams UAB „Tele2“ reklaminė informacija nebuvo teikiama. UAB „Tele2“ taip pat pateikė *(duomenys neskelbtini)* 2014-07-23 rašto Nr. 01-03-106 kopiją, kuriame nurodyta, kad *(duomenys neskelbtini)*, veikdama kaip UAB „Tele2“ komercinis atstovas pagal šalių 2011-10-03 pasirašytą sutartį Nr. 2011/08-04/97, tarpininkavo sudarant sutartis atstovaujamojo vardu ir atstovaujamojo sąskaita telerinkodaros skambučių metu iki 2014-05-31. Telerinkodaros skambučiai buvo vykdomi pagal UAB „Tele2“ pateiktus duomenų (telefonų numerių) sąrašus ir procedūras. Bendrovė pateikė atstovaujamojam paslaugų teikimo ataskaitas, todėl UAB „Tele2“ disponuoja Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai teiktina informacija. Iš UAB „Tele2“ rašte nurodytų 13 telefonų numerių 9 numeriais *(duomenys neskelbtini)* neskambino. Skambinta numeriais *(duomenys neskelbtini)*. *(duomenys neskelbtini)* nurodė, kad bendrovė yra pasitelkta tik tiesioginės rinkodaros veiklai, o ne duomenų rinkimui iš duomenų subjektų ir sutikimo gavimui. *(duomenys neskelbtini)* atsako tik už duomenų tvarkymą pagal duomenų valdytojo nurodymus ir garantuoja technines bei organizacines duomenų apsaugos priemones telerinkodaros veikloje. Pagal nustatytas procedūras, prieš kiekvieną pokalbį su duomenų subjektu buvo prisistatoma atstovaujamojo vardu, nurodant pokalbio tikslą ir gaunant papildomą duomenų subjekto sutikimą išklausti pasiūlymą kiekvieno konkretaus pokalbio metu. Duomenų subjektui nesutikus, buvo atsiprašoma ir pokalbis nedelsiant nutraukiamas (pasiūlymas neteikiamas).

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2014-08-29 raštu Nr. 4-8444 kreipėsi į *(duomenys neskelbtini)* dėl papildomos informacijos pateikimo.

(duomenys neskelbtini) 2014-09-08 raštu Nr. 01-03-123 papildomai nurodė, kad bendrovė neturi galimybės pateikti informacijos pagal duomenų subjektų vardus ir pavardes, nes iš UAB „Tele2“ gaudavo tik telefono numerių sąrašus. Iš 20 atvejų, 5 atvejais nenurodytas telefono numeris, iš kurio buvo skambinama, 3 atvejais nenurodytas numeris, į kurį skambinama, 7 numeriai nepriklauso *(duomenys neskelbtini)*, dėl 5 pokalbių pateikta ataskaita: *(duomenys neskelbtini)*, *(duomenys neskelbtini)* numeriu neskambinta, *(duomenys neskelbtini)* numeriu neskambinta.

UAB „Tele2“ 2014-10-30 raštu į bylą pateikė rašytinius paaiškinimus, taip pat į bylos medžiagą pateikta 2014-08-11 Tiesioginės rinkodaros telefonu etikos kodekso kopija.

Komisija 2014-10-30 posėdyje paprašė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių pateikti paaiškinimus.

UAB „Tele2“ atstovas nurodė, kad vartotojų prašymai Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai buvo pateikti ne pačių vartotojų, o *(duomenys neskelbtini)*. Tai vertintina kaip *(duomenys neskelbtini)* konkurencinis žingsnis. UAB „Tele2“ nuomone, reklama nebuvo pateikta vartotojams. UAB „Tele2“ skambučių paslaugų teikėjas buvo *(duomenys neskelbtini)*, kuri veikia vadovaudamasi procedūromis, pagal kurias skambučio metu pirmiausia atsiklausiama, ar vartotojas sutiktų išklausti reklamą. *(duomenys neskelbtini)* patvirtino, kad iš 20 pateiktų skundų, 4 atvejais skambutis buvo

vykdomas, kurių metu vartotojai nesutiko, kad jiems būtų pateikta reklama. UAB „Tele2“ atstovas nurodė, jog vien prisistatymas, kad skambinta UAB „Tele2“ vardu, nėra įrodymas, kad buvo teikiama reklama.

UAB „Tele2“ atstovas atkreipė dėmesį, kad visos bendrovės skambino vartotojams praeitais metais, siekdamos pritraukti klientų. Šiuo metu ši problema išspręsta, kadangi įmonės pasirašė Tiesioginės rinkodaros telefonu etikos kodeksą.

UAB „Tele2“ atstovas nurodė, kad Reklamos įstatymo 13 straipsnio 1 dalyje nustatyta reklama telefonu gali būti teikiama tik reklamos vartotojo sutikimu arba jo prašymu, tačiau Reklamos įstatymas nenustato kokiu būdu ar forma turi būti gaunamas sutikimas. Manytina, kad svarbu gauti vartotojo sutikimą prieš reklamos pateikimą. Reklama yra tam tikra informacija, skatinanti naudotis paslaugomis arba pirkti prekes. Šiuo konkrečiu atveju, tyrimas vysta dėl to, kad reklama galimai buvo teikta be asmens sutikimo. Taigi sutikimo turėjimas yra įrodinėjimo dalykas. UAB „Tele2“ įrodymų dėl minėtų 4 vartotojų sutikimo neturi. Būtent dėl šios priežasties, 4 skambučių atveju reklama nebuvo pateikta. Bendrovės atstovas pažymėjo, kad nagrinėjamoje byloje yra (*duomenys neskelbtini*) bei vartotojų paaiškinimai dėl skambučio aplinkybių, todėl nėra pagrindo netikėti šiais dokumentais. UAB „Tele2“ atstovai siūlo kritiškai vertinti vartotojų skunduose pateiktą informaciją, kadangi skundai yra paruošti pagal formą, kuri paruošta tendencingai. Bendrovės atstovas nurodė, kad vartotojas neturi teisinių žinių ir galbūt ne kiekvienu atveju gali atskirti reklamą nuo kitos informacijos. UAB „Tele2“ atstovas pažymėjo, kad skambučio metu prisistatymas UAB „Tele2“ vardu ir klausimas, ar galima vartotojui pateikti pasiūlymą, dar nereiškia, kad buvo pateikta reklama, tačiau vartotojas tokį skambutį gali suvokti kaip reklamos pateikimą. Kadangi pagal Lietuvos Respublikos viešojo administravimo įstatymą, viešojo administravimo subjektas turi išsamiai ištirti visas bylos aplinkybes ir sprendimus pagal teisės normas priimti remdamasis faktais, UAB „Tele2“ nuomone, nagrinėjamoje byloje nepakanka faktinių aplinkybių, kad būtų nustatytas pažeidimas. UAB „Tele2“ atstovas Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos prašo užbaigti procesą proceso nutraukimu, kadangi nėra nustatyta pakankamai faktinių aplinkybių, tam kad būtų pripažintas įstatymo pažeidimas. Be to, UAB „Tele2“ atstovas nurodė, kad Reklamos įstatymo numatyti tikslai jau yra pasiekti, kadangi yra priimtas Tiesioginės rinkodaros telefonu etikos kodeksas. UAB „Tele2“ atstovas taip pat prašo bylą nutraukti ir įpareigoti visas bendroves laikytis Reklamos įstatymo 13 straipsnio nuostatų.

Komisija paklausė, jeigu vartotojas (*duomenys neskelbtini*) atsisakė klausyti UAB „Tele2“ reklamą, apie ką vyko pokalbis 194 sekundes, UAB „Tele2“ atstovas nurodė, kad skambučio metu buvo aiškinamasi, ar asmuo yra ne vaikas, ar nėra senyvo amžiaus žmogus, galimai kita informacija. UAB „Tele2“ atstovas taip pat atkreipė dėmesį, jog sprendžiant iš rašysenos, (*duomenys neskelbtini*) prašymas galimai pasirašytas kito asmens.

Komisija paklausė, ar (*duomenys neskelbtini*) vykdydama skambutį laikosi nustatytų pokalbio procedūrų, UAB „Tele2“ atstovas nurodė, kad pagal procedūrą, pirmiausia nurodoma, jog skambinama iš UAB „Tele2“, pasiteiraujama, ar pašnekovas norėtų išgirsti bendrovės pasiūlymą. Jeigu kyla įtarimų, kad pašnekovas dėl savo amžiaus negali sudaryti sutarties, pavyzdžiui, pernelyg jauno amžiaus, tada pasiklausoma, kiek vartotojui yra metų. UAB „Tele2“ atstovas atkreipė dėmesį, kad UAB „Tele2“ negali priversti vartotojo išklausyti reklaminio teksto, jei vartotojas jo nenori išklausyti, kadangi tai sukeltų priešingą negu siekiama rezultatą.

Komisija paklausė, kaip UAB „Tele2“ tikrina, ar (*duomenys neskelbtini*) laikosi procedūros. UAB „Tele2“ atstovas informavo, kad kiekvienas bendrovės darbuotojas, kurių yra apie 104, privalo kartą per ketvirtį būti prekybos vietoje, skambučių centre, tam, kad žiūrėtų, kaip laikomasi procedūrų.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius įrodymus, išklausiusi bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija

k o n s t a t u o j a

Reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 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 įsipareigojimų perėmimą.

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 bylos Nr. 15/02 nutarime nurodė, kad „įstatymuose pateikiami nevienodi reklamos apibrėžimai. Tačiau visuose minėtuose teisės aktuose nurodomas svarbiausias reklamos požymis – reklama yra informacija, kuria siekiama padėti parduoti arba skatinti įsigyti prekes ar naudotis paslaugomis.“ Taigi, įstatymuose bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas – įtakoti vartotojo ekonominę elgseną.

UAB „Tele2“ skleidė reklamą telefonu, siūlydama naudotis bendrovės paslaugomis. UAB „Tele2“ telefonu skleista informacija apie teikiamas paslaugas yra tiesiogiai susijusi su bendrovės vykdoma veikla ir skatina reklamos gavėjus naudotis bendrovės teikiamomis paslaugomis, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

Dėl UAB „Tele2“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 13 straipsnio 1 dalies reikalavimams

Reklamos įstatymo 13 straipsnio 1 dalis nustato, jog reklama telefonu, telefaksu, teleksu, elektroniniu paštu gali būti teikiama tik reklamos vartotojo sutikimu arba jo prašymu. To paties straipsnio 2 dalis nustato, kad draudžiama tiesiogiai teikti reklamą konkrečiam asmeniui, jeigu yra aiškiai išreikštas šio asmens nesutikimas.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, sistemiškai vertindama Lietuvos Respublikos teisės aktų nuostatas, daro išvadą, jog toks vartotojo sutikimas turi būti išreikštas aktyviai. Nors Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas nenustato privalomos reklamos vartotojo sutikimo davimo būdo ir prašymo formos, tačiau Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 1.8 straipsnio 1 dalis numato, kad civilinės teisės normų nesureglamentuotiems civiliniams santykiams taikomi panašius santykius reglamentuojantys civiliniai įstatymai, t. y. taikoma įstatymo analogija. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso sutarčių teisę reguliuojančiame 6.173 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad tylėjimas arba neveikimas savaime nelaikomi akceptu, t. y. sutikimu. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 1.64 straipsnio, reglamentuojančio valios išreiškimo formą, 3 dalyje numatyta, kad tylėjimas laikomas asmens valios išraiška tik įstatymų ar sandorio šalių susitarimo numatytais atvejais. Vadovaujantis įstatymo analogija, darytina išvada, kad visais atvejais sutikimas turi būti aiškus, o ne numanomas. Pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 13 straipsnį, net ir klausiamo dėl sutikimo gauti reklamą adresato neatsakymas (neveikimas) reklamos davėjui negali reikšti, kad adresatas sutinka, jog jam būtų teikiama reklama.

Kaip nurodyta Valstybinėje vartotojų teisių apsaugos tarnyboje gautuose (*duomenys neskelbtini*) prašymuose, vartotojai gavo UAB „Tele2“ reklamą telefonu, tačiau šių skambučių jie nepageidavo gauti.

UAB „Tele2“ ginčija skambinimo minėtiems vartotojams faktą. Tačiau pažymėtina, kad pagal byloje surinktus įrodymus vartotojai (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas UAB „Tele2“ paslaugas siūlantis skambutis 2014-03-12, vartotojai (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas UAB „Tele2“ paslaugas siūlantis skambutis 2014-03-12, vartotojui (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas UAB „Tele2“ paslaugas siūlantis skambutis 2014-03-17, vartotojui (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas UAB „Tele2“ paslaugas siūlantis skambutis 2014-04-14. Taip pat byloje užfiksuota, kad vartotojai (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas skambutis 2014-03-17, vartotojai (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys*

neskelbtini) buvo atliktas skambutis 2014-03-12, vartotojui (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas skambutis 2014-03-10, vartotojui (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas skambutis 2014-03-10, 2014-03-12 11.57 val. bei 2014-03-12 15.06 val., vartotojai (*duomenys neskelbtini*) iš telefono numerio (*duomenys neskelbtini*) į telefono numerį (*duomenys neskelbtini*) buvo atliktas skambutis 2014-04-01 15.49 val. bei 2014-04-01 17.52 val.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba pažymi, kad teikti reklamą telefonu bendrovė turi teisę tik tuo atveju, jei turi vartotojo sutikimą arba jo prašymą teikti reklamą. Remiantis vartotojų prašymuose nurodytomis aplinkybėmis, sutikimo ar prašymo teikti reklamą (*duomenys neskelbtini*) nebuvo davę. UAB „Tele2“ įrodymų, kad turėjo minėtų vartotojų sutikimą ar prašymą gauti reklamos paslaugas, taip pat nepateikė. Minėti vartotojai pažymėjo, jog skambučių metu jiems buvo siūloma įsigyti UAB „Tele2“ paslaugas. Tokiu būdu UAB „Tele2“ teikė reklamą telefonu, neturėdama reklamos vartotojo sutikimo arba jo prašymo.

Vadovaujantis aukščiau išdėstytais motyvais bei vartotojų prašymuose nurodyta informacija, UAB „Tele2“ teikdama reklamą vartotojams apie bendrovės produktus, pažeidė Reklamos įstatymo 13 straipsnio 1 dalį, draudžiančią reklamą telefonu teikti vartotojams be jų sutikimo arba prašymo.

Dėl UAB „Tele2“ taikytinų sankcijų

Vadovaujantis Reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalimi, skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį ir atsižvelgiant į šio straipsnio 7 ir 8 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą atsižvelgė į tai, jog UAB „Tele2“ informaciją sklaidė viena reklamos sklaidos priemone – telefonu.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą atsižvelgė į tai, jog Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba gavo 20 vartotojų prašymus dėl UAB „Tele2“ teikiamos nepageidaujamos reklamos.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę atsižvelgė į tai, kad bendrovės reklama vartotojai buvo teikiama kovo-balandžio mėnesiais.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį atsižvelgė į tai, kad UAB „Tele2“ reklama šiuo metu vartotojams yra nutraukta.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgė ir į tai, kad UAB „Tele2“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančiomis aplinkybėmis laiko tai, kad UAB „Tele2“ bendradarbiavo su Valstybine vartotojų teisių apsaugos tarnyba, laiku pateikdavo paaiškinimus, taip pat tai, kad UAB „Tele2“ yra prisiėmusi įsipareigojimus laikytis 2014-08-11 Tiesioginės rinkodaros telefonu etikos kodekso nuostatų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5 ir 7 dalimis, n u t a r i a:

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 13 straipsnio 1 dalies pažeidimą skirti UAB „Tele2“ 2000 Lt (du tūkstančius litų) baudą.

Nutarimas per 30 dienų nuo nutarimo priėmimo dienos gali būti apskustas teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Kreipimasis į teismą nesustabdo nutarimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos paskirta bauda sumokama į Valstybinės mokesčių inspekcijos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą Nr. LT24 7300 0101 1239 4300, esančią banke „Swedbank“, AB (banko kodas

73000, SWIFT kodas HABALT22, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, įmonės kodas 188659752), kodų sąrašo „Kitos baudos“ skyriaus „Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos skirtos baudos 6780“ eilutę.

Direktorius

Feliksas Petrauskas