



KONKURENCES PADOME

Blaumaņa ielā 5a, Rīgā, LV-1011 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 58

(Prot. Nr.33, 6.§)

2007.gada 6.jūnijā

Par Reklāmas likuma pārkāpuma konstatēšanu un tiesiskā pienākuma uzlikšanu

Lieta Nr.454/07/09/2

a

Par Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteikto pārkāpumu SIA „Latgales Reklāma” darbībās

Konkurences padome 27.02.2007. saņēma SIA “Latgales Laiks” 21.02.2007. iesniegumu Nr.17 (turpmāk tekstā – „Iesniegums”). Iesniegumā norādīts, ka laikrakstā „Million” (izdevējs – SIA „Latgales Reklāma”) tās pielikums „Reklama po Vtornikam” ir nepamatoti salīdzināts ar SIA „Latgales Laiks” izdoto laikrakstu „Reklāma Piekdienās”. Laikraksta „Million” otrdienas numura kopējais lappušu skaits ir 16 lpp., t.sk. pielikums „Reklama po Vtornikam” uz 5 lpp. (cena Ls 0,15), savukārt, iesniedzēja izdots laikraksts ir 36 lappuses biezs (cena Ls 0,30). Taču reklāmā laikrakstā „Million” norādīts, ka tās pielikums ir izdevīgāks un lētāks nekā „Reklāma Piekdienās”.

Konkurences padome 28.02.2007., pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu un Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, nolēma ierosināt lietu Nr.454/07/09/2 uz SIA „Latgales Laiks” 21.02.2007. iesnieguma Nr.17 pamata par Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā noteikto pārkāpumu SIA „Latgales Reklāma” darbībās.

Konkurences padome 11.04.2007., pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu un Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, nolēma ierosināt lietu Nr.454/07/09/4 uz SIA „Latgales Laiks” 21.02.2007. iesnieguma Nr.17 pamata par Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktā noteikto pārkāpumu SIA „Latgales Reklāma” darbībās.

Konkurences padome, ievērojot to, ka Konkurences padomes 28.02.2007. ierosinātā lieta Nr.454/07/09/2 un 11.04.2007. ierosinātā lieta Nr.454/07/09/4 ir savstarpēji saistītas, un pamatojoties uz Valsts pārvaldes iekārtas likuma 10.panta desmito daļu, Administratīvā procesa likuma 17.panta otro daļu un 193.panta otro daļu, nolēma administratīvo lietu Nr.454/07/09/4

pievienot administratīvajai lietai Nr.454/07/09/2, nosakot abām lietām kopīgu numuru Nr.454/07/09/2.

Konkurences padome 25.04.2007., pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, nolēma pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr.454/07/09/2 *Par Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteikto pārkāpumu SIA „Latgales Reklāma” darbībās līdz 30.05.2007.*

Konkurences padome, ņemot vērā iesniegumā norādīto un papildus iegūto informāciju lietā,

konstatēja:

Lietā iegūtā informācija

1. Konkurences padome 09.03.2007. saņēma no SIA „Latgales Laiks” 07.03.2007. vēstuli Nr.27, kurā norādīts, ka SIA „Latgales laiks” veic izdevējdarbību. Tās lielākais konkurents ir laikraksts „Million”. Laikraksta „Reklāma Piektdienās” tirāža ir aptuveni 10 000, tas tiek izdots kopš 05.02.1993. (reģistrācijas apliecības Nr.1126). Laikraksta izdošanas mērķis – reklāmas avīze, kura palīdz pārdot, pirkt, mainīt utt., mērķauditorija – fiziskas un juridiskas personas.

SIA „Latgales Laiks” lūdz laikrakstu „Million” publiski atsaukt informāciju par reklāmas sludinājumu, kurā salīdzināts pielikums „Reklama po Vtornikam” ar citiem izdevumiem.

2. Konkurences padome 12.03.2007. saņēma no SIA „Latgales Reklāma” 08.03.2007. vēstuli, kurā sniegta sekojoša informācija.

„Reklama po Vtornikam” ir laikraksta „Million” sastāvdaļa. Laikraksts „Million” publicē reklāmdevēju (fiziskās, juridiskās personas) reklāmas. Laikraksta „Million” pielikums „Reklama po Vtornikam” atsevišķi netiek pārdots. Ideja par laikraksta „Million” pielikuma „Reklama po Vtornikam” izveidošanu pieder reklāmdevējiem, kurus neapmierina esošās reklāmas izdošana, jo Daugavpilī laikraksti iznāk nedēļas nogalē. Laikraksta „Million” reklāmdevējiem reklāma ir nepieciešama nedēļas sākumā.

Laikraksta „Million” ar pielikumu „Reklama po Vtornikam” un laikraksta „Reklāma Piektdienās” salīdzināšana bija tikai vienā gadījumā (laikraksta „Million” Nr.14(1334) 20.02.2007.). Par pamatu tika ņemti Latvijas Preses izdevēju asociācijas dati, saskaņā ar kuriem redzama izdevumu cenas starpība. Cenas ziņā laikraksts „Reklāma piektdienās” ir divas reizes dārgāks nekā otrdienās tiražētais laikraksts „Million” ar pielikumu „Reklama po Vtornikam”. SIA „Latgales Reklāma” darbojas Latvijas tirgū, tās galvenais konkurents ir SIA „DauTKom”. Laikraksts „Million” tiek izdots kopš 12.02.1992., pielikums „Reklama po Vtornikam” tiek izdots kopš 25.04.2006. Pielikuma „Reklama po Vtornikam” tirāža sakrīt ar laikraksta „Million” tirāžu. Atsevišķi iegādāties pielikumu „Reklama po Vtornikam” nav iespējams, tas iznāk kopā ar laikrakstu „Million”.

SIA „Latgales Reklāma” uzskata, ka nav pārkāpusi Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punkta prasības.

3. 30.03.2007. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA „Latgales Reklāma” pārstāvis sniedza sekojošu informāciju.

„Million” pašlaik ir vadošā reģionālā avīze Latvijā, kas tiek izplatīta Daugavpilī, Daugavpils rajonā, Krāslavas rajonā un nelielā skaitā par visu Latviju. Aptuveni 75% laikrakstu „Million” saņem abonenti, ¼ tiek pārdota kioskos un citās tirdzniecības struktūrās. Daugavpilī

liels skaits reklāmdevēju ir cilvēki ar maziem ienākumiem. Sludinājumu devējiem un patērētājiem laikraksta cena ir ļoti svarīga. Tāpēc laikrakstā vienu reizi tika ietverta informācija par cenām. „Reklama po Vtornikam” lasītāji ir tie paši, kuri lasa „Million”. Šo pielikumu lasa vairums Daugavpils reģiona iedzīvotāju, ko apstiprina reitingi. Lasītāji prasījuši sniegt informāciju par to, kādi reklāmas laikraksti iznāk Daugavpilī un par kādu cenu. Tādēļ pēc lasītāju telefoniski izteikta pieprasījuma tika sagatavota informācija, kas atbilst patiesībai.

SIA „Latgales Reklāma” nepiekrīt, ka SIA „Latgales Laiks” apstrīdētā informācija ir reklāma, tā ir tikai informācija. Reklāma ir tad, kad kāds sevi reklamē ar mērķi iegūt komerciālu reklāmu. Bet konkrētajā gadījumā uzdevums bija vienkārši sniegt informāciju.

SIA „Latgales Reklāma” uzskata, ka lasītāji pēc savas izvēles var iegādāties jebkuru laikrakstu, var izvietot savu sludinājumu vienā vai vairākās avīzēs. „Reklama po Vtornikam” tiek izdota otrdienās, „Reklāma piektdienās” – ceturtdienās. Ja kāds grib ko nopirkt Daugavpilī, viņam vēlams iegādāties visas reklāmas avīzes. Reklāmas devēji savu reklāmu parasti publicē tajā laikrakstā, kuram ir lielāki reitingi, jo tad reklāma ir efektīvāka. Tāpēc reklāma ir efektīvāka „Reklama po Vtornikam”, jo tam ir lielāka tirāža nekā „Reklāma piektdienās”. Katrā pielikumā „Reklama po Vtornikam” ir aptuveni 400 sludinājumu.

4. Konkurences padome 18.04.2007. saņēma no SIA „Latgales Laiks” 17.04.2007. vēstuli, kurā norādīts, ka pēc tās ieskata laikraksts „Reklāma Piektdienās” un laikraksta „Million” pielikums „Reklama po Vtornikam” ir preces, kas paredzētas vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem. Vienīgi „Reklāma piektdienās” ir atsevišķa avīze ar 36 lpp., bet „Reklama po Vtornikam” ir tikai avīzes „Million” pielikums ar 5 lpp. Laikraksta „Reklāma piektdienās” tematika – reklāmas sludinājumi, TV programma, izklaide (krustvārdu mīklas, neparasti notikumi, anekdotes).

5. Konkurences padome 24.04.2007. saņēma no SIA „Latgales Reklāma” 23.04.2007. vēstuli, kurā norādīts sekojošais.

Laikraksta „Million” mērķauditorija ir Daugavpils pilsētas un rajona iedzīvotāji, Krāslavas pilsētas un rajona iedzīvotāji, taču laikraksts tiek izplatīts arī citos reģionos. Laikraksta „Million” izdošanas mērķis ir apmierināt laikraksta lasītāju vajadzības pēc masu informācijas līdzekļa. Laikrakstam ir kopumā 12 pielikumi. Laikraksti „Million” un „Reklāma Piektdienās” nekādā gadījumā nevar būt aizvietojamās preces, jo katram no tiem ir sava auditorija.

6. Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA „Latgales Laiks” 09.05.2007. iepazinās ar lietā Nr.454/07/09/2 esošajiem materiāliem un 14.05.2007. vēstulē Nr.79 izteica sekojošu viedokli par tiem. SIA „Latgales laiks” uzskata, ka tās izdotais laikraksts „Reklāma Piektdienās” un laikraksts „Million” ir preces, kas nav paredzētas vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem, jo „Reklāma Piektdienās” tematika ir reklāmas sludinājumi, TV programma, izklaide, bet laikraksts „Million” ir informatīva avīze. Līdz ar to abi laikraksti nav aizvietojami viens ar otru. SIA „Latgales Laiks” paliek pie viedokļa, ka ir pārkāpts Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punkts. SIA „Latgales Laiks” uzskata, ka SIA „Latgales Reklāma” mēģina salīdzināt nesalīdzināmas preces un apzināti mazina laikraksta „Reklāma Piektdienās” nozīmi, un paskaidrojumiem par tirāžu nav nekāda sakara ar izskatāmo lietu.

7. SIA „Latgales Reklāma” pēc Konkurences padomes Biroja 26.04.2007. vēstulē Nr.937 izteiktā uzaicinājuma savas tiesības iepazīties ar lietā Nr.454/07/09/2 esošajiem materiāliem un sniegt viedokli neizmantoja.

Паматојума даļa

8. SIA „Latgales Laiks” ir LR Uzņēmumu reģistrā 13.05.1992. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.41503004556) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 14.05.2002.), kuras viens no darbības veidiem ir laikrakstu izdošana.

SIA „Latgales Reklāma” ir LR Uzņēmumu reģistrā 30.04.1991. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.41503000107) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 14.12.2004.), kuras galvenais darbības veids ir laikrakstu izdošana.

SIA „Latgales Laiks” izdod reģionālos laikrakstus „Latgales Laiks” latviešu un krievu valodā (2 reizes nedēļā) un „Reklāma Piekdienās”, SIA „Latgales Reklāma” izdod reģionālo laikrakstu „Million” (divas reizes nedēļā), tādējādi SIA „Latgales Laiks” un SIA „Latgales Reklāma” ir uzskatāmas par reģionālo laikrakstu izdošanas un izplatīšanas tirgus dalībniekiem, kas konkurē.

9. SIA „Latgales Reklāma” 20.02.2007. (Nr.14) laikraksta „Million” pielikumā „Reklama po Vtornikam” sniegta sekojoša reklāma krievu valodā šādā veidā:

Реклама по ВТОРНИКАМ

РЕКЛАМА ПО ВТОРНИКАМ

Latgales reklāma

Reklama piekdienās

Reklamный отдел - 54-23003

Приложение к газете и TV «Миллион»

По Вторникам — это выгодно!

Очень удобно подписчику. У него всегда на столе вторничный номер «Миллиона» вместе с Рекламой по Вторникам. А если Вы не подписчик? Тогда покупайте Рекламу по Вторникам в любом киоске и используйте ее в своих рекламных и коммерческих интересах. Кстати, весь вторничный номер «Миллиона» вместе с Рекламой по Вторникам стоит 15 сантимов, а «Реклама» по пятницам — 30 сантимов. Помимо киосков приобрести «Рекламу по Вторникам» можно в редакции (ул. Ригас, 26) и в рекламном бюро «Миллиона» (ул. Виестура, у кафе «Мего»).

Газета «Миллион» в «РЕКЛАМЕ ПО ВТОРНИКАМ» предлагает публикацию **коммерческих платных** объявлений по очень низким ценам (0,01 Ls за один печатный знак), а также **бесплатных частных** объявлений. К **коммерческим** относятся объявления о купле-продаже автомобилей, автозапчастей, недвижимости, видеотехники, аудиотехники, сельхозтехники, сельхозпродуктов, животных, а также объявления о знакомствах, поиске работы и т.д. К **бесплатным частным** объявлениям относятся объявления, содержащие информацию о купле-продаже одного предмета домашней утвари (одежда, мебель, телефоны и т.д.).

ВАЖНО!!!

Все объявления принимаются только на вырезанном из газеты «Миллион» бланке. Ваше объявление прочитают **64 тыс.** читателей нашей газеты.

РЕКЛАМА ПО ВТОРНИКАМ

ВНИМАНИЮ ЧИТАТЕЛЕЙ!

„По Вторникам — это выгодно! Очень удобно подписчику. У него всегда на столе вторничный номер „Миллиона” вместе с Рекламой по Вторникам. А если Вы не подписчик? Тогда покупайте Рекламу по Вторникам в любом киоске и используйте ее в своих рекламных и коммерческих интересах. Кстати, весь вторничный номер „Миллиона” вместе с Рекламой по Вторникам стоит 15 сантимов а „Реклама” по пятницам — 30 сантимов. Помимо киосков приобрести „Рекламу по Вторникам” можно в редакции (ул. Ригас, 26) и в рекламном бюро „Миллиона” (ул. Виестура, у кафе „Мего”).”

(„Otrdienās — tas ir izdevīgi! Ļoti izdevīgi abonentam. Viņam vienmēr uz galda ir otrdienas „Milliona” numurs kopā ar Reklāmu Otrdienās. Bet ja jūs neesat abonents? Tad pērciet Reklāmu Otrdienās jebkurā kioskā un izmantojiet to savās reklāmas vai komerciālajās interesēs. Starp citu, viss otrdienas „Milliona” numurs kopā ar Reklāmu Otrdienās maksā 15 santīmu, bet „Reklāma” piekdienās — 30 santīmu. Paralēli kioskiem „Reklāmu Otrdienās” var iegādāties redakcijā (Rīgas ielā 26) un „Milliona” reklāmas birojā (Viestura ielā, pie kafējnīcas „Mego”).)

10. SIA „Latgales Reklāma” 30.03.2007. tikšanās laikā norādījusi, ka 20.02.2007. laikraksta „Million” pielikumā „Reklama po Vtornikam” apstrīdētā informācija nav reklāma, bet gan informācija, kuru publicēt laikrakstā “Million” lūguši tā lasītāji.

Reklāmas likuma 1.pantā dota reklāmas definīcija, tas ir, *reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.* Padomes Direktīvā 84/450/EEK (10.09.1984.) *par dalībvalstu un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu* reklāma definēta kā *priekšstata veidošana jebkādā veidā saistībā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu, ieskaitot nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus.*

No minētajiem definējumiem izriet, ka komercreklāmas svarīgākās pazīmes ir: 1) jebkura veida paziņojums vai pasākums, kas rada priekšstatu (par precēm, pakalpojumiem, uzņēmumu) un ir saistīts ar saimniecisko darbību; 2) mērķis – veicināt reklāmdevēja piedāvāto preču vai pakalpojumu noietu.

Arī speciālajā literatūrā reklāma skaidrota kā *informācijas izplatīšanas pasākumu kopums*, ikdienā ar to saprotot *vēstījumus par precēm vai pakalpojumiem, ko ar reklāmas aģentūru un plašsaziņas līdzekļu palīdzību izplata ražošanas, tirdzniecības vai finanšu uzņēmumi, lai ietekmētu patērētāju* (Veide R. Reklāmas psiholoģija – R.: Jumava, 2006. – 10.lpp.). Interneta adresē <http://en.wikipedia.org/wiki/Advertising> reklamēšana skaidrota kā *darbība publikas uzmanības pievēršanai precēm un pakalpojumiem, kas veikta ar dažādu mediju palīdzību*, savukārt, interneta adresē <http://lv.wikipedia.org/wiki/Rekl%C4%81ma> skaidrots, ka *reklāma ir darbība vai materiāls, kura pamatmērķis ir pārliecināt vai rosināt cilvēkus patērēt noteiktu produktu, pakalpojumu, popularizēt kādu ideju vai individu.*

SIA „Latgales Reklāma”, salīdzinot laikraksta „Million” un tās pielikuma „Reklama po Vtornikam” cenu ar laikraksta „Reklāma Piekdienās” cenu, ir sniegusi informāciju par tās laikraksta „Million” priekšrocību, tas ir, lētāku cenu, izceļot laikrakstu „Million” salīdzinājumā ar cita tirgus dalībnieka piedāvāto preci. Informācija ar nosaukumu „Otrdienās – tas ir izdevīgi!”, kurā sniegts laikrakstu “Million” un “Reklāma Piekdienās” salīdzinājums, izcelta ar burtiem treknrakstā, tumšāku fonu, teksta centrējumu un izvietota lapas augšdaļā zem laikraksta pielikuma nosaukuma, šādi tai pievēršot lielāku uzmanību un nodalot to kā reklāmu no pārējās informācijas atbilstoši Reklāmas likuma 12.panta trešās daļas prasībām. Tādējādi secināms, ka laikrakstā „Million” sniegtā salīdzinošā informācija par laikrakstu cenām ir reklāma, kuras mērķis ir norādīt uz laikraksta „Million” ar tā pielikumu „Reklama po Vtornikam” priekšrocību, salīdzinot ar cita tirgus dalībnieka piedāvātu preci, un šādā veidā veicinot savas preces noietu.

Ņemot vērā minēto, Konkurences padome noraida SIA „Latgales Reklāma” argumentu, ka apstrīdētā informācija uztverama vienīgi kā informācija, nevis reklāma. Lietā nav nozīmes norādītajam, ka 20.02.2007. laikrakstā „Million” publicētā informācija ar nosaukumu „Otrdienās – tas ir izdevīgi!” ietverta pēc lasītāju pieprasījuma. Kā secināts, informācijas atbilstību Reklāmas likuma 1.pantam galvenokārt nosaka tās mērķis, nevis sniegšanas iemesls. Bez tam zināmā mērā daudzos gadījumos reklāmu var uzskatīt par atbildi uz patērētāju pieprasījumu, jo viens no reklāmas mērķiem ir informēt patērētājus par precēm vai pakalpojumiem, kuri patērētājus interesē un pēc kuriem ir pieprasījums. Turklāt konkrētajā gadījumā no pašas reklāmas teksta nekādā veidā neizriet, ka tai ir vienīgi informatīvs raksturs un ka tā publicēta pēc lasītāju pieprasījuma. Tieši pretēji, informācija veidota atbilstoši pašreklāmas veidošanas praksei, ko apstiprina reklāmas pasniegšanas veids un saturs. Konkurences padome jau iepriekš pašreklāmu laikrakstos ir vērtējusi saskaņā ar Reklāmas likuma nosacījumiem (skat. Konkurences padomes 04.04.2003. lēmums Nr.16, publ. laikr.

Latvijas Vēstnesis 07.05.2003., Nr.67; Konkurences padomes 22.12.2005. lēmums Nr.78, publ. laikr. Latvijas Vēstnesis 10.01.2006., Nr.5).

Ievērojot iepriekšminētos apstākļus, Konkurences padome atzīst, ka 20.02.2007. (Nr.14) laikrakstā „Million” publicētā informācija ar nosaukumu „Otrdienās – tas ir izdevīgi!”, ņemot vērā tās saturu un pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē (turpmāk tekstā – „Reklāma”).

11. Ņemot vērā iepriekš norādītos un pārbaudītos pierādījumus, ir iegūts apstiprinājums faktam, ka Iesniegumā norādītās Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir SIA „Latgales Reklāma”. Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu*. Savukārt, Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem*.

12. Lietā nepastāv strīds par to, ka Reklāmā salīdzinātas cenas laikrakstam „Million” ar pielikumu „Reklama po Vtornikam” un laikrakstam „Reklāma Piekdienās”. Tas ir secināms arī tieši no Reklāmas teksta (skat. šī lēmuma 9.punkts).

Saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta pirmo daļu *salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kurā izmantots salīdzinājums, kas tieši vai netieši norāda uz konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem*. Tādējādi atbilstoši minētajai tiesību normai salīdzinājumam reklāmā tieši vai netieši jānorāda uz konkurentu vai tā piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, kas ir arī konkrētajā gadījumā.

Šāda salīdzinošās reklāmas interpretācija atbilst Reklāmas likuma 9.pantā ietvertā tiesiskā regulējuma jēgai un mērķim un izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 06.10.1997. Direktīvas 97/55/EK, ar ko groza Direktīvu 84/450/EEK par maldinošu reklāmu, lai tajā iekļautu salīdzinošo reklāmu, (turpmāk tekstā – „Direktīva 97/55”) 1.panta 3.punkta, kas nosaka, ka salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus.

SIA „Latgales Reklāma” Reklāmā izmantots tiešs laikraksta “Million” cenas salīdzinājums ar konkurenta, tas ir, SIA “Latgales Laiks” izdotā laikraksta “Reklāma Piekdienās” cenu. Reklāmā vispirms ietverts aicinājums abonēt laikrakstu „Million” ar pielikumu „Reklama po Vtornikam” vai iegādāties to, un cita starpā, lai uzskatāmi parādītu izdevīgumu, norādīta laikraksta „Million” cena un laikraksta „Reklāma Piekdienās” cena. Lai gan Reklāmā cita starpā arī sniegta informācija, kur var iegādāties pielikumu „Reklama po Vtornikam”, atbilstoši SIA „Latgales Reklāma” norādītajam laikraksta pielikumu „Reklama po Vtornikam” patērētāji var iegādāties vienīgi kopā ar laikrakstu „Million” par kopējo cenu Ls 0,15. Arī SIA „Latgales Reklāma” 08.03.2007. vēstulē pēc būtības apstiprinājusi, ka Reklāmā veikts laikraksta „Million” ar pielikumu „Reklama po Vtornikam” un laikraksta „Reklāma Piekdienās” salīdzinājums. Tādējādi ņemot vērā faktiskos apstākļus un Reklāmā sniegto informāciju konstatējams, ka SIA „Latgales Reklāma” Reklāmā salīdzinātas laikrakstu „Million” un „Reklāma Piekdienās” cenas.

Ņemot vērā minēto, SIA „Latgales Reklāma” Reklāma ir uzskatāma par salīdzinošo reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē.

13. Iesniedzēja iebildumi pēc būtības ir par to, ka Reklāmā nepamatoti salīdzināts laikraksts „Million” ar pielikumu „Reklama po Vtornikam” ar laikrakstu „Reklāma Piekdienās”, jo laikraksta „Million” kopējais lappušu skaits ir 16, t.sk. pielikums „Reklama po Vtornikam” uz 5 lpp. un cena Ls 0,15, bet „Reklāma Piekdienās” ir 36 lappuses un cena Ls 0,30. Līdz ar to nepamatoti norādīts, ka pielikums „Reklama po Vtornikam” ir izdevīgāks un lētāks nekā laikraksts „Reklāma Piekdienās”. Pēc iesniedzēja ieskata ar minēto salīdzinājumu

ir pārkāpts Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1. un 2.punkta nosacījums salīdzinošai reklāmai.

14. Reklāmas likuma 9.panta trešajā daļā ir noteikts, ka *salīdzinoša reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja ievēroti visi turpmāk minētie nosacījumi.* Līdz ar to minētā norma skaidri nosaka, ka salīdzinoša reklāma ir atļauta, ja ievēroti visi Reklāmas likuma 9.panta trešajā daļā no 1. līdz 7.punktam ietvertie nosacījumi, kas attiecināms arī uz konkrēto Reklāmu.

Atbilstoši Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktam *salīdzinoša reklāma (..) ir atļauta, ja tā salīdzina preces vai pakalpojumus, kas paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem.*

Konkurences padome ir atzinusi, ka, lai preces vai pakalpojumus varētu uzskatīt par tādiem, kas paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punkta izpratnē, tām ne vienmēr jābūt identiskām precēm vai identiskiem pakalpojumiem, tomēr salīdzinātajām precēm vai salīdzinātajiem pakalpojumiem jāpiemīt vienlīdzīgām/identiskām funkcijām un no patērētāju viedokļa jābūt aizstājamām (Konkurences padomes 13.10.2004. lēmums Nr.68, publ. laikr. Latvijas Vēstnesis 26.10.2005., Nr.169, Konkurences padomes 13.01.2005. lēmums Nr.1, publ. laikr. Latvijas Vēstnesis 27.01.2005., Nr.15). Arī Eiropas Kopienų tiesa, interpretējot Direktīvas 97/55 3.a panta 1.punkta b) apakšpunktu (transponēts Reklāmas likuma 9.panta trešajā daļā), ir izdarījusi līdzīgu secinājumu, norādot, ka Direktīvas 3.a panta 1.punkta b) apakšpunkts (..) *salīdzinošās reklāmas tiesiskumu pakļauj nosacījumam, ka salīdzināmām konkurējošām precēm jāatbilst vienādām vajadzībām vai jābūt paredzētām vienam un tam pašam nolūkam, tas ir, priekš patērētāja tām zināmā mērā jābūt savstarpēji aizvietojamām. No tā bez šaubām izriet, ka, lai atbilstu šī noteikuma prasībām, jebkādi salīdzinošajai reklāmai gan patērētāju, gan arī konkurentu interesēs ir jābalstās uz tādu produktu pāru salīdzinājumu, kas atbilst šai savstarpējās aizstājamības prasībai.* (Eiropas Kopienų tiesas spriedums lietā C-356/04 *Lidl Belgium GmbH & Co KG* [2006], 26.,27.paragrāfs, skat. <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/...>) Tādējādi, ņemot vērā minēto, Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktā ietvertajam nosacījumam nosaka vidusmēra patērētāja (Reklāmas mērķauditorijas) reāla iespēja aizvietot Reklāmā salīdzinātās preces, tas ir, izmantot tās vieniem un tām pašām paredzētajām vajadzībām un mērķiem.

Izvērtējot SIA „Latgales Reklāma” sniegto informāciju un Konkurences padomes rīcībā esošos laikraksta „Million” eksemplārus, konstatējams, ka tajos tiek publicēti visdažādākā satura gan informatīvi, gan analītiski raksti, informācija par aktualitātēm, izklaides u.c. rakstura materiāli, t.sk. reklāmas sludinājumi. Atbilstoši SIA „Latgales Reklāma” norādītajam laikraksts tiek izdots divas reizes nedēļā un tam ir 12 dažāda satura specializēti pielikumi: „Zemnieks”, „Putj k hramu”, „Zdorovje”, „Delovoj Million”, „Avto Million”, „Reklama po Vtornikam”, „Večernij Daugavpils”, „Ženskij klub”, „Milliončik”, „V svobodnuju minutu”, „Dobro požalovatsja”, „Budtje zdorovi” („Земниек”, „Путь к храму”, „Здоровье”, „Деловой Миллион”, „Авто Миллион”, „Реклама по Вторникам”, „Вечерний Даугавпилс”, „Женский клуб”, „Миллиончик”, „В свободную минуту”, „Добро пожаловатся”, „Будьте здоровы”). Laikraksts „Million” tiek izdots 2 reizes nedēļā, savukārt pielikums „Reklama po Vtornikam” atrodams tikai otrdienas laikrakstā „Million”. Saskaņā ar SIA „Latgales Reklāma” paskaidroto laikraksta „Million” mērķauditorija ir Daugavpils un Krāslavas rajona iedzīvotāji, un tā izdošanas mērķis ir apmierināt laikraksta lasītāju vajadzības pēc masu informācijas līdzekļa. Tādējādi Konkurences padome secina, ka laikraksts „Million” ir vispārīga satura reģionālais laikraksts, kas satur ziņas par Latgales novada aktualitātēm, sniedz dažāda rakstura informāciju lasītājiem, un apmierina galvenokārt Daugavpils un Krāslavas pilsētu un rajonu lasītāju vajadzības pēc vispārīga rakstura reģionālā laikraksta, kuru izlasot, iespējams iegūt

informāciju par jaunākajiem notikumiem, viedokļiem un cita rakstura informāciju, t.sk. atbilstoši pielikumam tematikai. Patērētāju mērķis, izvēloties iegādāties laikrakstu „Million”, izriet no iepriekšminētajām patērētāju vajadzībām. SIA „Latgales Reklāma”, atbildot uz Konkurences padomes Biroja jautājumu, vai pēc SIA „Latgales Reklāma” ieskata tās izdots laikraksts „Million” un SIA „Latgales Laiks” izdots laikraksts „Reklāma Piektdienās” no vidusmēra patērētāju viedokļa ir aizstājamas preces, 23.04.2007. vēstulē norādījusi, ka laikraksti „Million” un „Reklāma Piektdienās” nekādā gadījumā nevar būt aizvietošanas preces, jo katram no tiem ir sava auditorija.

Atšķirībā no laikraksta „Million” SIA „Latgales laiks” izdots laikraksts „Reklāma Piektdienās” ir reģionālā reklāmas avīze, un reklāma ir tās galvenā tematika. Tai skaitā laikrakstā „Reklāma Piektdienās” tiek publicēta arī televīzijas programma, krustvārdu mīklas, anekdotes t.i., izklaidējoša rakstura informācija. Saskaņā ar SIA „Latgales Laiks” norādīto laikraksta „Reklāma Piektdienās” izdošanas mērķis ir nodrošināt fiziskas un juridiskas personas ar reklāmas laikrakstu, kas palīdz pārdot, pirkt, mainīt utt. Tādējādi secināms, ka laikraksts „Reklāma Piektdienās” apmierina Latgales novada lasītāju vajadzības pēc specifiskas informācijas gadījumos, kad privātpersonai ir radusies vajadzība pēc informācijas par to, kur var kaut ko iegādāties, mainīt vai pārdot. Laikrakstā „Reklāma Piektdienās” publicētajiem izklaides rakstura materiāliem ir tikai sekundāra nozīme. Patērētāju mērķis, izvēloties iegādāties laikrakstu „Reklāma Piektdienās”, izriet no iepriekšminētajām patērētāju vajadzībām. SIA „Latgales Laiks”, 14.05.2007. vēstulē norādījusi, ka laikraksti „Million” un „Reklāma Piektdienās” ir preces, kas nav paredzētas vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem.

Līdz ar to Konkurences padome atzīst, ka laikraksti „Reklāma Piektdienās” un „Million” pamatā piedāvā atšķirīgas iespējas to esošajiem un potenciālajiem lasītājiem (tas ir, Reklāmas mērķauditorijai) – viens no tiem ir reklāmas laikraksts, otrs – vispārīga satura informatīvs laikraksts, un tādējādi tie nav savstarpēji aizvietojami no patērētāju viedokļa, tas ir, nav paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām un mērķiem.

Nemot vērā iepriekšminēto, Konkurences padome secina, ka, Reklāmā salīdzinot laikraksta „Million” ar pielikumu „Reklāma po Vtornikam” un laikraksta „Reklāma Piektdienās” cenu, SIA „Latgales Reklāma” nav ievērojusi Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzīto nosacījumu, tas ir, salīdzinājusi preces, kas nav paredzētas vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem.

15. Nemot vērā šī lēmuma 14.punktā konstatēto, tā kā Reklāmā nav salīdzinātas preces, kas paredzētas vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem, nav nepieciešams izvērtēt, vai Reklāmā izmantotais salīdzinājums ir objektīvs, tas ir, tā atbilstību Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punkta nosacījumam.

16. Saskaņā ar Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu *Uzraudzības iestāde pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem, ja konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām.* Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļas 3.punkts nosaka, ka *Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā aizliedz reklāmas izplatīšanu.* Šāda tiesiskā pienākuma uzlikšanas mērķis ir novērst normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu un izplatīšanu.

Nosakot SIA „Latgales Reklāma” uzliedzamo tiesisko pienākumu, Konkurences padome ņem vērā lietā Nr.454/07/09/2 noskaidrotos apstākļus, tas ir, Reklāmas izplatīšanas ilgumu, kas vērtējams kā īss laika periods (Reklāma izplatīta vienu reizi konkrētā datumā (20.02.2007.) laikraksta „Million” izdevumā), teritorijas robežas (Reklāma izplatīta, galvenokārt, Daugavpils un Krāslavas rajonos) un izplatīšanas veidu un apjomu, kas vērtējams kā mazs (Reklāma izplatīta tikai laikrakstā „Million” vienā numurā), kā arī salīdzinošai reklāmai izvirzīto

nosacījumu pārkāpuma konkrēto izpausmi, tās ietekmi uz Reklāmu un Reklāmā sniegto informāciju. Tādējādi, ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību, sniedzot Reklāmu, tam uzliekamo ierobežojumu un konkurentu, Reklāmas mērķauditorijas un visas sabiedrības tiesiskajām interesēm, t.sk. tiesībām saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu Reklāmu, un šo interešu aizskārumu, kā arī tiesiskā pienākuma preventīvo funkciju, it īpaši vadoties no Administratīvā procesa likuma 5.,12. un 13.pantā noteiktajiem vispārējiem tiesību principiem un 66.panta pirmajā daļā noteiktajiem lietderības apsvērumiem, Konkurences padome atzīst, ka SIA „Latgales Reklāma” nosakāms aizliegums turpmāk izplatīt Reklāmu, kurā ietverts laikrakstu „Million” un „Reklāma Piektdienās” salīdzinājums.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktu, 10.panta pirmo, otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 3.punktu, piekto, sesto un septīto daļu, Administratīvā procesa likuma 5.,12. un 13.pantu un 66.panta pirmo daļu,

nolēma:

aizliegt SIA „Latgales Reklāma” turpmāk izplatīt Reklāmu, kurā ietverts laikrakstu „Million” un „Reklāma Piektdienās” salīdzinājums.

Konkurences padomes lēmumu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme