



## KONKURENCES PADOME

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

### L Ē M U M S Rīgā

Nr.131

(Prot. Nr.65,4.§)

2006.gada 15.novembrī

#### **Par Reklāmas likuma pārkāpuma konstatēšanu un lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā**

*Par SIA „YOTA Ltd” 01.08.2006. iesniegumu*

Lieta Nr.1948/06/09/11

Konkurences padomes Birojs 07.08.2006. saņēma SIA „YOTA Ltd” 01.08.2006. iesniegumu par Reklāmas likuma un Konkurences likuma pārkāpumu konstatēšanu un administratīvās lietas ierosināšanu, kurā norādīts, ka 21.07.2006. SIA „YOTA Ltd” konstatēja, ka a/s „Delfi” meklētājā portālā <http://delfi.lv> ierakstot uzņēmuma „YOTA Ltd” nosaukumu, parādās atrasto ierakstu saraksts, kura sākumā kā ‘īpašais kontakts’ norādīts uzņēmums SIA „Unisat satelīta televīzija”, kas ir SIA „YOTA Ltd” nozīmīgākais konkurents.

Iesniegumā norādīts, ka portāls [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) piedāvā iespēju iegādāties vietu portāla meklētājā, kurā, ierakstot atslēgas vārdu – attiecīgā konkurentuzņēmuma nosaukumu, kā īpašā kontaktpersona uzrādās noteiktais reklāmas pasūtītājs. Iesniedzējs uzskata, ka portāls [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) un tā piedāvātais meklētājs, kas tiek izmantots informācijas iegūšanai par uzņēmumiem, ņemot vērā tā saturu un pasniegšanas veidu, uzskatāms par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo veicina preču un pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Iesniedzējs uzsver, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” uzrādās ‘īpašajos kontaktos’ nevis meklējot uzņēmējdarbības nozarē, bet gan ievadot SIA „YOTA Ltd” nosaukumu (YOTA, YOTA Ltd). Līdz ar to patērētājam rodas iespaids, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir SIA „YOTA Ltd” partneris, struktūrvienība vai oficiālais izplatītājs. Tādējādi SIA „Unisat satelīta televīzija” asociē sevi ar SIA „YOTA Ltd”, piesaistot SIA „YOTA Ltd” iespējamus klientus.

Iesniedzējs norāda, ka līdz ar to SIA „Unisat satelīta televīzija” ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību un kaitē SIA „YOTA Ltd” interesēm, tādējādi minētā reklāma portālā [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) uzskatāma par maldinošu Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 3.punkta izpratnē, jo reklāmā sniegta informācija par reklāmas devēju kā SIA „Unisat satelīta televīzija” nevis SIA „YOTA Ltd”, saistot sevi ar SIA „YOTA Ltd” labajām īpašībām un identitāti.

Iesniedzējs uzskata, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir uzskatāma par reklāmas devēju un ir atbildīga par reklāmas saturu (Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa), bet [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) uzskatāma par reklāmas izplatītāju Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, tādēļ [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) ir pienākums izplatīt tādu reklāmu, kas atbilst Reklāmas likuma un citu normatīvo aktu noteikumiem. Pēc iesniedzēja ieskata ar maldinošas reklāmas publicēšanu a/s „Delfi” ir pārkāpusi arī Konkurences likuma 18.panta pirmo daļu, kas nosaka, ka negodīga konkurence ir aizliegta. Minētajā reklāmā SIA „Unisat satelīta televīzija” izmantojusi cita tirgus dalībnieka likumīgi lietoto nosaukumu, maldinot patērētāju, tādējādi pārkāpjot Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktu.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 8.panta pirmo daļu, 8.panta trešās daļas 3.punktu, 10.panta otro daļu, 12.panta pirmo daļu, 15.panta ceturto daļu, Konkurences likuma 18.panta pirmo daļu un trešās daļas 1.punktu, iesniedzējs lūdz Konkurences padomi:

1) izskatīt a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” iespējamo Reklāmas likuma un Konkurences likuma pārkāpumu;

2) aizliegt minētās reklāmas izplatīšanu un a/s „Delfi” atsaukt reklāmu;

3) ierosināt administratīvo lietu pret a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” par Reklāmas likuma un Konkurences likuma pārkāpumiem;

4) saukt pie atbildības iespējamo pārkāpēju, jo šāda klaji maldinoša informācija rada ekonomiska rakstura zaudējumus, grauj uzņēmuma reputāciju un maldina patērētāju.

15.08.2006. tikšanās laikā SIA „YOTA Ltd” pārstāvji paskaidroja, ka iesniegumā aprakstītie apstākļi konstatēti 21.07.2006. SIA „YOTA Ltd” direktors piezvanīja SIA „Unisat satelīta televīzija” vadībai un informēja, ka šī situācija ir pretrunā ar Reklāmas likumu un lūdza to novērst. SIA „Unisat satelīta televīzija” atzina, ka tā ietverta „Īpašajos kontaktos”, ja meklēts tiek pēc atslēgvārda YOTA un lūdza laiku, lai to novērstu. Līdz dotajam termiņam (28.07.2006.) tas netika izdarīts, tādēļ iesniedzējs vērsās Konkurences padomē. Turklāt vēl joprojām Delfi meklētājā informācija par SIA „Unisat satelīta televīzija” parādās, ja meklēts tiek pēc konkurentu nosaukumiem – Intersat, Telesputnik.

Nosaukumu YOTA izdomāja SIA „YOTA Ltd”. Tā ir arī reģistrēta preču zīme. SIA „YOTA Ltd” iepērk komunikāciju sistēmas no ražotāja un pievieno tai savu preču zīmi YOTA. Šādas preces SIA „YOTA Ltd” izplata gan vairumtirdzniecībā, gan mazumtirdzniecībā.

Kad SIA „YOTA Ltd” atklāja, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir redzama kā „Īpašais kontakts” Delfi meklētājā pēc atslēgvārda YOTA, SIA „YOTA Ltd” darbinieks zvanījis uz a/s „Delfi” Reklāmas nodaļu, kur viņam atbildēts, ka ir iespējams saņemt pakalpojumu – parādīties kā „Īpašais kontakts”, kad tiek meklēts konkurents. Reklāmas nodaļas darbiniece iedevusi citu telefonu, kur tas noskaidrojams precīzāk. Pa šo telefonu vēlreiz apliecināts, ka tas ir iespējams.

Šādu darbību rezultātā patērētāji var padomāt, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir SIA „YOTA Ltd” sadarbības partneris, bet tā nav.

SIA „YOTA Ltd” pārstāvji tikšanās laikā neuzturēja savus iebildumus pret a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” par iespējamo Konkurences likuma pārkāpumu, bet norādīja, ka a/s „Delfi” ir pārkāpusi Reklāmas likumu kā pretlikumīgas reklāmas izplatītājs, bet SIA „Unisat satelīta televīzija” kā reklāmdevējs. SIA „YOTA Ltd” pārstāvji lūdza konstatēt Reklāmas likuma pārkāpumu a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” darbībās un saukt pie atbildības, bet atsauca savu lūgumu uzlikt par pienākumu a/s „Delfi” atsaukt reklāmu.

SIA „YOTA Ltd” 15.08.2006. vēstulē Konkurences padomei norādījusi, ka lūdz uzskatīt SIA „Unisat satelīta televīzija” par atbildētāju un saukt to pie atbildības saskaņā ar SIA „YOTA Ltd” 01.08.2006. iesniegumu.

Konkurences padome 16.08.2006., pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu un Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, ierosināja lietu uz SIA „YOTA Ltd” 01.08.2006. iesnieguma pamata par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas, 4.panta otrās daļas 6.punkta un 8.panta iespējamo pārkāpumu SIA „Unisat satelīta televīzija” darbībās, sniedzot reklāmu Delfi meklētājā.

Konkurences padome 11.10.2006., pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, nolēma pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr.1948/06/09/11 uz laiku līdz 15.11.2006.

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

### **konstatēja:**

#### **Lietā iegūtā informācija**

(1) Konkurences padome 06.09.2006. saņēma sekojošu papildus informāciju no SIA „Unisat satelīta televīzija”. SIA „Unisat satelīta televīzija” uzskata, ka SIA „YOTA Ltd” ir sniegusi nekorektu informāciju, jo SIA „Unisat satelīta televīzija” izmantoja kā meklēšanas kritēriju vārdu *YOTA*, nevis, kā norādīts iesniegumā, *YOTA Ltd*. Tas ir norādīts līgumos Nr.6036050041 un Nr.7036050011 starp SIA „Unisat satelīta televīzija” un SIA „Delfi Baltic Internet Search”. Otrkārt, LR Uzņēmumu reģistrā nav reģistrēta firma ar nosaukumu *YOTA*, tādēļ SIA „Unisat satelīta televīzija” nav varējusi radīt zaudējumus, jo uzņēmums ar tādu nosaukumu neeksistē. Meklēšanas kritērijs nenozīmē firmas nosaukumu un neatspoguļo firmas preču zīmi.

27.07.2006. SIA „Unisat satelīta televīzija” valdes loceklim S.Žuravļovam piezvanījās SIA „YOTA Ltd” vairumtirdzniecības nodaļas vadītājs R.Lagodskis un palūdza meklēšanas portālā [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) kā meklēšanas kritēriju izslēgt vārdu *YOTA*, par ko abas puses vienojušās, ka tas tiks veikts tuvākajā laikā. Atšķirībā no SIA „YOTA Ltd” norādītā nekādu brīdinājumu par neizpildīšanas termiņiem nav bijis. 27.07.2006. SIA „Unisat satelīta televīzija” valdes loceklis S.Žuravļovs pa elektronisko pastu nosūtījis SIA „Delfi Baltic Internet Search” lūgumu izslēgt vārdu *YOTA* kā meklēšanas kritēriju. 07.08.2006. SIA „Delfi Baltic Internet Search” šo lūgumu izpildījusi. SIA „Unisat satelīta televīzija” uzskata, ka šajā situācijā ir rīkojusies operatīvi un SIA „YOTA Ltd” prasību ir izpildījusi pilnā apmērā. SIA „Unisat satelīta televīzija” ir griezusies pie SIA „YOTA Ltd” ar priekšlikumu problēmu novērst ar izlīguma parakstīšanu, kas pašlaik ir tapšanas stadijā.

SIA „Unisat satelīta televīzija” un SIA „YOTA Ltd” veic līdzīgu uzņēmējdarbību. SIA „Unisat satelīta televīzija” iegādājas precis no SIA „YOTA Ltd” pārdošanai trešajām personām. Periodā no 2005.gada janvāra līdz 2006.gada 1.septembrim no SIA „YOTA Ltd” saņemas preces Ls 8054,26 apmērā (kabeļi, pārslēdzēji, rozetes, vadi).

Delfi meklētājā sniegtās reklāmas devējs un apmaksātājs ir SIA „Unisat satelīta televīzija”, un tā tika izplatīta no 22.09.2005. līdz 21.03.2006. un no 01.04.2006. līdz 07.08.2006. saskaņā ar noslēgto līgumu noteikumiem. Reklāmas idejas autors ir SIA „Delfi Baltic Internet Search” (turpmāk tekstā – DBIS) pārstāvis M.Grīnfelds. SIA „Unisat satelīta televīzija” izplata un pārdod liela skaita dažādu firmu tehniku, aksesuārus un visu, kas ar to saistīts, tādēļ galvenais mērķis ir operatīva un mērķtiecīga to realizācija. Konkrētajā situācijā reklāma bija palīdzība potenciālajam pircējam (kurš nezina konkrēti, kur griezties, bet kaut ko ir par to dzirdējis) atrast precis, pēc iespējas ātrāk sniegt nepieciešamo informāciju par precis un saistītajiem satelīta un interneta pakalpojumiem. Tādēļ reklāmā Delfi meklētājā nepieciešams pēc iespējas lielāks un plašāks atslēgas vārdu skaits. Reklāmas mērķauditorija ir aktīvie interneta lietotāji, fiziskas vai juridiskas personas, kuras vēlas saņemt pakalpojumus vai preces, saistītas ar satelīta un interneta pakalpojumiem.

SIA „Unisat satelīta televīzija” nepiekrīt iesniedzēja norādītajiem argumentiem attiecībā uz minētās reklāmas maldinošo raksturu. SIA „Unisat satelīta televīzija” nekad nav

sniegusi maldinošu informāciju, kas saistīta ar SIA „YOTA Ltd” darbību, t.sk. par uzņēmuma produkcijas kvalitāti vai kaut kādā veidā negatīvi atsaukusies vai sniegusi jebkādu informāciju, kas varētu kaitēt SIA „YOTA Ltd” komercdarbībai. Vārdi *YOTA* un *YOTA Ltd* ir līdzīgi, bet šajā gadījumā tiem ir dažāda nozīme. SIA „Unisat satelīta televīzija” rīcībā nav informācijas, kā strādā meklēšanas sistēma portālā Delfi un kādā veidā reklāma tiek izvietota zem virsraksta *Īpašie kontakti*.

SIA „Unisat satelīta televīzija” izvēlējusies kā meklēšanas kritēriju vārdu TELESPUTNIK, ņemot vērā, ka pastāv tāds žurnāls krievu valodā un SIA „Unisat satelīta televīzija” ir tās izplatītājs Latvijā. LR Uzņēmumu reģistrā nav reģistrēta firma ar nosaukumu TELESPUTNIK. Vārds „intersat” reklāmā pielietots sakarā ar to, ka tas ir saistīts ar satelīta televīzijas jomu, arī dažādās variācijās Krievijas uzņēmumos, kas nodarbojas ar satelīta televīziju.

SIA „Unisat satelīta televīzija” kā savus lielākos konkurentus norādījusi SIA „BALTKOM”, SIA „IZZI”, a/s „Viasat”, SIA „Latsat”, SIA „YOTA Ltd”.

(2) Konkurences padome 12.09.2006. saņēma no SIA „YOTA Ltd” papildus informāciju par grafisko preču zīmi *YOTA* (20.06.2006. reģistrācijas apliecība Nr.M53480) un par 12.07.2004. līgumu ar SIA „Unisat satelīta televīzija”.

(3) 21.09.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA „Unisat satelīta televīzija” pārstāvis paskaidroja, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ražo, izplata, uzstāda un apkalpo satelīta televīzijas iekārtas Latvijā, Lietuvā, Igaunijā, Krievijā un Baltkrievijā. Aptuveni 10 - 20 % no izplatītās produkcijas ražota SIA „Unisat satelīta televīzija”. 2005.gadā Delfi pārstāvis piedāvājis iespēju Delfi meklētājā ielikt ne tikai informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija”, bet par atsevišķu naudu arī atslēgvārdus, pēc kuriem var meklēt SIA „Unisat satelīta televīzija”. Galvenais princips – ja cilvēks ievada meklēšanas vārdu, parādās visas firmas, kurām tas vārds ir līgumā ietverts kā atslēgvārds. Līguma summa mainās atkarībā no atslēgvārdu skaita – cena mainās ik pēc 5 vārdiem. Reklāmu Delfi meklētājā izvietot piedāvāja M.Grīnfelds, kontaktējoties ar Natāliju Gušču, kura 2005.gadā pildīja reklāmas menedžeres pienākumus, bet 2006.gadā – ar mārketinga direktori Oļesju Maksimeņu.

Reklāmas ideja ir – ja cilvēks ievada vārdu *antenas*, meklētājā parādās visas firmas, kas ar to nodarbojas. Ja samaksā par prioritāro saiti, tad tā parādās kā pirmā. Ja firma parādās zem nosaukuma *Īpašie kontakti*, pēc atslēgvārda, piemēram *Xoro*, uzskatāms, ka tas nozīmē, ka šī firma izplata šādu preci. Delfi meklētājā informācija meklējama, ja ir zināms preces nosaukums, bet nav zināms, kur to dabūt. Delfi meklētājs vispār nav reklāma, bet gan meklēšanas portāls. SIA „Unisat satelīta televīzija” vēlējusies būt sarakstā kā pirmā, par to arī maksājusi. Ja, izmantojot vārdu *Xoro*, parādās SIA „Unisat satelīta televīzija”, tad tas nozīmē, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapā būs apraksts par *Xoro* un tā būs reklāma. Meklēšanas rezultāts vien nav reklāma.

SIA „Unisat satelīta televīzija” izplata preces – kabeļus, uz kuriem rakstīts *YOTA*. Šos kabeļus SIA „Unisat satelīta televīzija” pērk no SIA „YOTA Ltd”. SIA „Unisat satelīta televīzija” uzskata, ka tā ir palīdzējusi popularizēt *YOTA*.

SIA „Unisat satelīta televīzija” norāda, ka SIA „YOTA Ltd” 11.09.2006. vēstules trešajā rindkopā nav sniegta patiesa informācija, jo SIA „Unisat satelīta televīzija” ir iepirkusi preces no SIA „YOTA Ltd” ar preču zīmi *YOTA*. Turklāt SIA „Unisat satelīta televīzija” nav paudusi nekādu nostāju par nevēlēšanos reklamēt SIA „YOTA Ltd”.

Atsaucoties uz SIA „YOTA Ltd” lūgumu, SIA „Unisat satelīta televīzija” izņēma atslēgvārdu *YOTA*, lai nebojātu kontaktus ar konkurentiem. Latvijā nav tādas firmas *Telesputnik*. *Intersat* ir ļoti izplatīts vārds. SIA „Intersat” nodarbojas ar to pašu, ko SIA „Unisat satelīta televīzija”, bet SIA „Intersat” ir mazs apgrozījums. (\*\*) *Intersat* ir saīsinājums no *international satellite*. SIA „Unisat satelīta televīzija” Delfi meklētājā

ievietojusi atslēgvārdu *intersat*, (\*\*), un tāpēc, ka šis vārds ir ļoti izplatīts. SIA „Intersat” arī iepērk preces no SIA „Unisat satelīta televīzija”. Vārdu *Telesputnik* SIA „Unisat satelīta televīzija” ievietojusi meklētājā, jo tā veikalos un caur dīleriem izplata žurnālu ar šādu nosaukumu. Žurnāls *Telesputnik* tiek izdots reizi mēnesī, SIA „Unisat satelīta televīzija” to iepērk pa 50 eksemplāriem. Žurnālu *Telesputnik* SIA „Unisat satelīta televīzija” izplata jau vairākus gadus, kopš tā izdošanas sākuma.

No SIA „YOTA Ltd” iepirkta prece sastāda nelielu daļu no SIA „Unisat satelīta televīzija” apgrozījuma naudas izteiksmē. SIA „Unisat satelīta televīzija” nekādā veidā nav salīdzinājusi savas un SIA „YOTA Ltd” preces, nav teikusi nevienu sliktu vārdu par SIA „YOTA Ltd”.

SIA „Unisat satelīta televīzija” noslēgusi līgumu par atslēgvārdiem Delfi meklētājā, jo ļoti daudzi tagad izmanto internetu, un tādā veidā cilvēki iegūst informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija” un pērk no tās preces. Šī līguma noslēgšanas galamērķis ir – lai cilvēki iepirktos SIA „Unisat satelīta televīzija”. SIA „Unisat satelīta televīzija” ir plašas reklāmas kampaņas, līgums ar DBIS sastāda no tām niecīgu daļu. Kabeļus YOTA citās reklāmas kampaņās SIA „Unisat satelīta televīzija” nav reklamējusi, arī žurnāla *Telesputnik* izplatīšanu SIA „Unisat satelīta televīzija” nereklamē, jo to pērk salīdzinoši maz. SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapā ir informācija par kabeļiem, arī par tiem, kuri iepirkti no SIA „YOTA Ltd”. Cilvēki meklē kabeļus atkarībā no tā, kādam mērķim tie vajadzīgi. Mājas lapā ir informācija par žurnāla *Telesputnik* izplatīšanu. Klienti veikalā neprasa tieši YOTA kabeli vai precī ar konkrētu preču zīmi. Cilvēkiem pārdevējs piedāvā visatbilstošāko precī viņu vajadzībām. Izņemot tos, kuri nodarbojas ar satelīta iekārtu uzstādīšanu, jo šie klienti prasa arī konkrētas lietas, piemēram, YOTA kabeļus. SIA „YOTA Ltd” ir gan SIA „Unisat satelīta televīzija” konkurents, gan arī sadarbības partneris, jo SIA „Unisat satelīta televīzija” izplata SIA „YOTA Ltd” preces.

(4) Konkurences padome 21.09.2006. saņēma no SIA „Unisat satelīta televīzija” papildus informāciju – pavadzīmju kopijas.

(5) 28.09.2006. SIA „YOTA Ltd” pārstāvji tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu norādīja, ka 12.07.2004. ir noslēgts sadarbības līgums par preču pārdošanu ar SIA „Unisat satelīta televīzija”, līgums joprojām ir spēkā, bet SIA „Unisat satelīta televīzija” preces no SIA „YOTA Ltd” pašlaik vairs neiepērk. Latvijā ar uzrakstu *YOTA* var asociēt tikai SIA „YOTA Ltd”. SIA „Unisat satelīta televīzija” nav prasījusi piekrišanu izmantot apzīmējumu *YOTA* ne reklamā, ne kā citādi. SIA „YOTA Ltd” uzskata, ka, lai SIA „Unisat satelīta televīzija” reklamētu sevi iesniegumā norādītajā veidā Delfi meklētājā, būtu jābūt īpašai vienošanās ar SIA „YOTA Ltd”, bet tādas nav, ir tikai līgums par preču pārdošanu. No minētās reklāmas patērētāji var saprast, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir SIA „YOTA Ltd” galvenais izplatītājs.

(6) Konkurences padome 05.10.2006. saņēma no SIA “YOTA Ltd” sekojošu informāciju. SIA “YOTA Ltd” pārdod precī ar reģistrētu preču zīmi *YOTA*, kā arī preces bez tās. Latvijas iedzīvotājiem zīmols *YOTA* saistās tikai un vienīgi ar SIA “YOTA Ltd”. Piemēram, SIA “YOTA Ltd” tirgo satelītšķīvjus ar zilas krāsas burtu uzlīmi *YOTA*. Ņemot vērā minēto, SIA “YOTA Ltd” nepiekrīt SIA “Unisat satelīta televīzija” izteiktajam apgalvojumam, ka vārdi *YOTA Ltd* un *YOTA* ir līdzīgi, bet tiem ir dažāda nozīme, tā kā SIA “YOTA Ltd” ir iespējams saistīt tikai ar *YOTA*. Līdz ar to nepatiess ir SIA “Unisat satelīta televīzija” apgalvojums, ka šāds uzņēmums *YOTA* neeksistē un līdz ar to SIA “YOTA Ltd” zaudējumi netiek nodarīti. Ņemot vērā SIA “Unisat satelīta televīzija” izteiktos apgalvojumus, rodas kļūdainis priekšstats, ka SIA “YOTA Ltd” zaudējumi rastos vienīgi tad, ja par atslēgvārdu izmantotu tikai sabiedrības pilno nosaukumu.

SIA "YOTA Ltd" 12.07.2004. noslēdza līgumu ar SIA "Unisat satelīta televīzija" par preču pārdošanu, kas ir spēkā vēl šobrīd. Pēdējo reizi SIA "Unisat satelīta televīzija" iepirkusi ar kabeļtelevīziju saistītas preces 03.08.3006. SIA "Unisat satelīta televīzija" ir izvēlējusies iegādāties tikai tās preces, kas nav apzīmētas ar *YOTA* zīmolu, paužot nostāju, ka nevēlas reklamēt SIA "YOTA Ltd". Tādējādi SIA "Unisat satelīta televīzija" paskaidrojumi, ka tā palīdzējusi popularizēt *YOTA*, ir nepatiesi. *YOTA* oficiālai popularizēšanai nebūtu iemesla, jo nekāda veida līgums, kurā tas tiktu atrunāts, nav noslēgts.

SIA "Unisat satelīta televīzija" mājas lapā SIA "YOTA Ltd" nav atrodama sadaļā *Sadarbības partneri*, bez tam SIA "Unisat satelīta televīzija" savos paskaidrojumos norādījusi, ka SIA "YOTA Ltd" ir viens no tās lielākajiem konkurentiem, tāpēc ir neloģiski uzskatīt, ka SIA "Unisat satelīta televīzija" nodarbojas ar SIA "YOTA Ltd" popularizēšanu, kā arī ir lieki runāt par iespējamo *YOTA* vārda izmantošanu SIA "Unisat satelīta televīzija" reklāmās.

SIA "YOTA Ltd" uzskata, ka strīda priekšmets joprojām pastāv, jo, kaut arī tiesību aizskārums ir novērsts no atslēgvārdiem izslēdzot vārdu *YOTA*, tas nemaina faktu, ka SIA "Unisat satelīta televīzija" ir izmantojusi SIA "YOTA Ltd" vārdu savas peļņas nolūkos, nevis to reklamēja.

(7) Māris Grīnfelds 10.10.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu sniedza sekojošu informāciju. M.Grīnfelds strādājis SIA "Interinfo Latvijā" no 2005.gada aprīļa līdz 2006.gada augustam vai jūlijam. Šajā laikā M.Grīnfelds bijis klientu menedžeris, piedāvājis pakalpojumus, kurus sniedza DBIS. M.Grīnfeldam bijusi pilnvara parakstīt līgumus DBIS vārdā. M.Grīnfelds aizgājis no darba SIA "Interinfo Latvijā", jo nevarējis apvienot to ar otru darbu.

M.Grīnfelda darba pienākumos ietilpa zvanīt klientiem un norunāt tikšanos. Aizejot pie klienta, izstāstīt par meklētāju, ar kura palīdzību var atrast informāciju Latvijas internetā, un parādīt, kā tas darbojas. Piedāvājuma būtība bija – lai informācija par klientu zem noteiktiem meklēšanas vārdiem būtu redzama kā pirmā pašā augšā, zem nosaukuma *Īpašie kontakti*. Nosaukumam *Īpašie kontakti* nav burtiskas nozīmes, svarīgi ir tas, ka kāda firma redzama kā pirmā un var saprast, ka firma nodarbojas tieši ar to, kas ir meklēts. Kad M.Grīnfelds gājis pie klientiem, minētos pakalpojumus piedāvājis kā reklāmas pakalpojumus. Tekstu informācijai izvēlējās klients. Parasti ziliem burtiem ieraksta firmas nosaukumu, ar melniem – ar ko nodarbojas. Atslēgvārdus izdomā klients, parasti ietverot tos produktus vai pakalpojumus, kādus klients piedāvā. Pirms došanās pie klienta M.Grīnfelds parasti apskatījies, ar ko firma nodarbojas. Nav bijuši tādi gadījumi, kad firma par sevi gribētu rakstīt kaut ko nepatiesu. Slēdzot līgumu, M.Grīnfelds apskatījis atslēgvārdus. Tūrisma firmai, piemēram, jābūt atslēgvārdiem *tūrisms, ceļojums*. Autofirmas, piemēram, rakstīja atslēgvārdos preču zīmes mašīnām, kuras tirgoja. Oficiālie pārstāvji raksta preču zīmes, kuras tie tirgo. Atslēgvārdus ievada DBIS darbinieks, bet ne klientu menedžeris.

SIA "Unisat satelīta televīzija" bija M.Grīnfelda klients, kura kontaktpersonas bija N.Gušča un O.Maksimeņa. Atslēgvārdus izdomājuši un apsprieduši M.Grīnfelds un N.Gušča. N.Gušča kopā ar kolēģiem atlasījusi atslēgvārdus, bet M.Grīnfelds tos pārskatījis. M.Grīnfelds nav prasījis N.Gušcai, kāpēc tieši šādi atslēgvārdi izvēlēti. Kādus atslēgvārdus SIA "Unisat satelīta televīzija" vēlējas, tādus DBIS ielika. SIA "Unisat satelīta televīzija" sākumā bija izdomājuši vairāk atslēgvārdus, dažus atmēta, pēc tam prasīja, vai var likt tos, kas palikuši. M.Grīnfelds teica, ka var. N.Gušča nav paskaidrojusi, kāpēc ietverts atslēgvārds *YOTA*, M.Grīnfelds nav to prasījis. Slēdzot otro līgumu 2006.gadā, vēl pierakstīti klāt 5 atslēgvārdi, kurus ieteica SIA "Unisat satelīta televīzija". M.Grīnfelds nav zināms, kādā sakarā ievietots atslēgvārds *telesputnik*. N.Gušča ir prasījusi M.Grīnfeldam, vai var tādu ievietot, M.Grīnfelds atbildējis, ka var, jo tas ir saistīts ar televīziju.

Delfi meklētāju interneta lietotāji izmanto, ja meklē kādu informāciju vai vēlas kaut ko pirkt. Ja M.Grīnfelds būtu zinājis, ka kāds klients atslēgvārdos ieraksta konkurenta

nosaukumu, viņš konsultētos ar savu priekšnieku, pats nekādus lēmumus nepieņemtu. Līgumu ar klientu pirms tam šādos gadījumos neslēgtu. Visus M.Grīnfelda parakstītos līgumus apskatījis un apstiprinājis J.Rožkalns.

**(8)** Konkurences padome 18.10.2006. saņēma no SIA “Unisat satelīta televīzija” sekojošu informāciju. SIA “Unisat satelīta televīzija” ir secinājusi, ka SIA “YOTA Ltd” ir sniegusi Konkurences padomei nepatiesu un maldinošu informāciju, kas var ietekmēt Konkurences padomi lēmuma pieņemšanā. LR Komercreģistrā nav reģistrēts komersants ar nosaukumu *YOTA*, un SIA “Unisat satelīta televīzija” nekad nav izmantojusi SIA “YOTA Ltd” nosaukumu pretēji tam, ko apgalvo SIA “YOTA Ltd”.

SIA “Unisat satelīta televīzija” un SIA *YOTA Ltd*” starpā noslēgtajos līgumos nav noteikts, ka SIA “Unisat satelīta televīzija” iegādāsies no SIA “YOTA Ltd” preces bez firmas SIA “YOTA Ltd” vai preču zīmes *YOTA* vārdiskā atveidojuma uz tām. Gluži otrādi – saskaņā ar SIA “Unisat satelīta televīzija” un SIA “YOTA Ltd” noslēgtajiem līgumiem SIA “Unisat satelīta televīzija” ir iegādājusies no SIA “YOTA Ltd” preces tieši ar firmas SIA “YOTA Ltd” un preču zīmes *YOTA* attēliem uz precēm un to iepakojumiem, ko apliecina gan iesniegtās preču – pavadzīmju kopijas, gan fotoattēli no SIA “Unisat satelīta televīzija” noliktavas. Turklāt SIA “YOTA Ltd”, zinot, ka SIA “Unisat satelīta televīzija” iegādājas preces no SIA “YOTA Ltd” minētās preces, lai tās pārdotu saviem klientiem, ne līgumā, ne kā citādi nav izteikusi vēlmi ierobežot SIA “Unisat satelīta televīzija” darbību saistībā ar šo preču izplatīšanu, t.sk. reklamēšanu.

SIA “Unisat satelīta televīzija” nepiekrīt SIA “YOTA Ltd” apgalvojumam par it kā nodarītajiem ekonomiska rakstura zaudējumiem, patērētāju maldināšanu un uzņēmuma reputācijas graušānu. Šāds apgalvojums nav ne ar ko pierādīts, un tikai tas vien, ka, interneta meklētājā ievadot vārdu *yota*, kā pirmais, bet ne vienīgais meklēšanas rezultāts tiek uzrādīta SIA “Unisat satelīta televīzija”, kas arī izplata preces ar to pašu preču zīmi, SIA “YOTA Ltd” nenodara nekādus zaudējumus, nemaldina patērētājus un negrauj SIA “YOTA Ltd” reputāciju.

Bez tam interneta meklētājs kā meklēšanas rezultātu, ievadot atslēgvārdu *YOTA*, citu komersantu starpā uzrādīja arī SIA “YOTA Ltd”. Turklāt SIA “Unisat satelīta televīzija” tiesiski izplata preces ar preču zīmi *YOTA*, tāpēc uzskata, ka šāds preces virzības tirgū paņēmieni (kad tiek nodrošināts, ka kāds no kādas preces izplatītājiem, ievadot attiecīgās preces vai preču zīmes nosaukumu, tiek uzrādīts kā pirmais meklēšanas rezultāts) nav ne Reklāmas likuma, ne kādu citu normatīvo aktu pārkāpums.

**(9)** Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA „YOTA Ltd” 31.10.2006. iepazīnās ar lietā Nr.1948/06/09/11k esošajiem materiāliem un 02.11.2006. vēstulē izteica sekojošu viedokli par tiem. SIA „YOTA Ltd” uzskata, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” konsekventi nerunā par lietas būtību. SIA „YOTA Ltd” reklamēšana būtu notikusi tikai tad, ja, Delfi meklētājā ievadot vārdu UNISAT, kā īpašais kontakts tiktu uzrādīta SIA „YOTA Ltd”. Pretējā gadījumā jebkāda veida SIA “YOTA Ltd” nosaukuma, tā daļas vai preču zīmes izmantošana konkurējoša uzņēmuma reklāmā tiek uzskatīta par Reklāmas likuma pārkāpumu. SIA “Unisat satelīta televīzija” vēstulei Nr.76-4v/2006 pievienotajā fotoattēlā Nr.1 redzams datorkabelis, kas iegādāts SIA “YOTA Ltd” 2006.gada jūnijā, bet fotoattēlā Nr.2 – sadalītājs, kas iegādāts SIA “YOTA Ltd” 2006.gada 3.augustā, tas ir, jau pēc tam, kad SIA “YOTA Ltd” bija lūgusi SIA “Unisat satelīta televīzija” izņemt maldinošo reklāmu Delfi meklētājā. SIA “YOTA Ltd” rodas iespaids, ka SIA “Unisat satelīta televīzija”, iespējams, vēlas apzināti maldināt Konkurences padomi, iesniedzot ar lietu nesaistītus pierādījumus.

**(10)** Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA „Unisat satelīta televīzija” 08.11.2006. iepazīnās ar lietā Nr.1948/06/09/11k esošajiem materiāliem un 14.11.2006. izteica sekojošu viedokli par tiem. SIA „Unisat satelīta televīzija” jau iepriekš

norādījusi, ka tā tiesiski izplata preces ar preču zīmi *YOTA*, un preču pārdošanas nolūkos izmantot preču zīmi *YOTA* SIA „Unisat satelīta televīzija” atļauj arī likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* 5.pants. Potenciālo patērētāju informēšana par to, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” var iegādāties preces, uz kurām ir preču zīme *YOTA*, nav uzskatāma par maldinošu reklāmu. Ar interneta meklētāja palīdzību personas, kuras vēlējās atrast informāciju internetā, ievadot atslēgas vārdu *YOTA*, kā pirmo sarakstā varēja ieraudzīt norādi uz SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapu. Tādējādi personas, kuras meklēja preces ar preču zīmi vai nosaukumu *YOTA*, varēja saprast, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir saistība ar šīm precēm un ka tās, iespējams, var iegādāties no SIA „Unisat satelīta televīzija”, kas atbilst patiesībai. Maz ticams, ka persona, ieraugot saites uz dažādām interneta lapām varētu izdarīt secinājumu, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir vienīgais preču ar preču zīmi *YOTA* izplatītājs vai SIA „YOTA Ltd” partneris. Turklāt, lai gan SIA „Unisat satelīta televīzija” uzskata, ka tās rīcība ir tiesiska, pēc pirmo mutisko iebildumu no SIA „YOTA Ltd” saņemšanas, lai neradītu konfliktsituācijas, lūdza DBIS izņemt vārdu *YOTA* no atslēgvārdiem. Ņemot vērā augstākminēto, SIA „Unisat satelīta televīzija” uzskata, ka tā nav pārkāpusi Reklāmas likumu un ir rīkojusies tai piešķirto tiesību ietvaros.

### Lēmuma pamatojuma daļa

(11) SIA „YOTA Ltd” ir LR Uzņēmumu reģistrā 13.07.1992. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003082776) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 20.12.2004.), kuras galvenais darbības veids ir satelīta tehnikas iekārtu tirdzniecība.

SIA „Unisat satelīta televīzija” ir LR Uzņēmumu reģistrā 03.08.1995. reģistrēta (vienotais reģ. Nr. 40003261600) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 20.12.2004.), kuras galvenais darbības veids satelīta televīzijas iekārtu ražošana, izplatīšana, uzstādīšana un apkalpošana.

Gan SIA „YOTA Ltd”, gan SIA „Unisat satelīta televīzija” izplata (realizē) satelīta tehnikas iekārtas un sniedz satelīta tehnikas iekārtu apkalpošanas pakalpojumus, tādējādi ir uzskatāmas par satelīta tehnikas izplatīšanas (realizācijas) tirgus dalībniekiem, kā arī par satelīta tehnikas iekārtu apkalpošanas pakalpojumu sniegšanas tirgus dalībniekiem, kas konkurē.

(12) A/s „Delfi” portālā [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) izvietots meklētājs *Delfi smart*, kurā reklāmdevējiem tiek piedāvāts pakalpojums – meklētājā (*Delfi smart*) ievietot informāciju par uzņēmumu un norādīt meklēšanas kritērijus jeb atslēgvārdus, pēc kuriem meklējot informāciju, saite ar iepriekšminēto informāciju zem nosaukuma *Īpašie kontakti* tiek uzrādīta kā prioritārā saite, vienlaicīgi kā saite uz uzņēmuma mājas lapu.

Starp DBIS un SIA “Unisat satelīta televīzija” 15.09.2005. noslēgts līgums *Reklāma Delfi smart* Nr.6096050041 un 30.03.2006. atkārtoti noslēgts līgums Nr.7096050011 par iepriekšminētā pakalpojuma *Delfi* meklētājā nodrošināšanu SIA „Unisat satelīta televīzija”. A/s „Delfi” portāla <http://www.delfi.lv> meklētājā (*Delfi smart*) ievietota informācija par SIA „Unisat satelīta televīzija”: *SIA „Unisat” Tel-7144244 Satelītu un ētera antenu ražošana, uzstādīšana, apkalpošana, internets caur satelītu*. Saskaņā ar 15.09.2006. un 30.03.2006. līgumiem *Reklāma Delfi smart* SIA „Unisat satelīta televīzija” izvēlējusies meklēšanas kritērijus jeb atslēgvārdus, pēc kuriem meklējot informāciju, saite ar iepriekšminēto tekstu zem nosaukuma *Īpašie kontakti* tiek uzrādīta kā prioritārā saite, vienlaicīgi kā saite uz SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapu. Kā vienu no meklēšanas kritērijiem jeb atslēgvārdu SIA „Unisat satelīta televīzija” izvēlējusies *YOTA*.

(13) SIA „Unisat satelīta televīzija” 21.09.2006. tikšanās laikā norādījusi, ka meklēšanas rezultāts *Delfi* meklētājā nav reklāma.



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 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 veiktas ar dažādu mediju palīdzību*. Saskaņā ar Latviešu valodas skaidrojošajā vārdnīcā doto skaidrojumu reklāma ir *1. darbību kopums, 2. paziņojums, plakāts u.c., kurā kas reklamēts* (<http://www.ailab.lv/Vardnica/servlet/Vardnica?vards=rekl%E2>).

Tādējādi iepriekšminētās reklāmas definīcijas un skaidrojumi norāda, ka reklāma nav vienīgi tradicionālā veidā sniegts paziņojums par uzņēmuma piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, reklāma var būt arī pasākums (darbība) vai pasākumu (darbību) kopums, kas veikts, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu.

SIA „Unisat satelīta televīzija”, veicot ar uzņēmuma un tā piedāvāto preču/pakalpojumu popularitāti un pieprasījuma veicināšanu saistītos pasākumus (slēdzot līgumu ar DBIS, apmaksājot līguma summu par pakalpojumu sniegšanu, izvēloties atslēgvārdus utt.), ir sniegusi informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija”, tās piedāvātajām precēm un pakalpojumiem, lai veicinātu preču noietu. Šādu darbību kopums apliecina, ka informācija veidā, kādā SIA „Unisat satelīta televīzija” to sniegusi Delfi meklētājā, ir atzīstama par Reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē (turpmāk tekstā – “Reklāma”).

SIA “Unisat satelīta televīzija” un a/s „Delfi” viedoklis, ka interneta meklētāju rezultāti paši par sevi nav reklāma, ir uzskatāms par pareizu tiktāl, ciktāl tas attiecas uz meklēšanas rezultātiem, kuri iegūstami vispārējā kārtībā, kāda paredzēta jebkuram interneta meklētājam. Tomēr Reklāmas devēja mērķtiecīgas darbības, piemēram, pasūtot informācijas sniegšanu par savu uzņēmumu kā prioritāro saiti, sniedzot papildus informāciju, tas ir, informāciju par savu uzņēmumu, piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, izvēloties un nosakot meklēšanas kritērijus jeb atslēgvārdus, izceļot šādu informāciju vispārējo meklēšanas rezultātu starpā, kas notiek attiecīgā uzņēmuma uzdevumā un interesēs, uzskatāmas par Reklāmu, par kuras saturu ir atbildīgs reklāmas devējs.

Cita starpā minēto apstiprina tas, ka dažādos interneta meklētāju portālos šādi pakalpojumi piedāvāti kā interneta reklāmas pakalpojumi. Piemēram, portālā [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) (<http://searchmarketing.yahoo.com/local/index.php>), ContextWeb, Inc. piedāvā līdzīga veida pakalpojumus kā konteksta reklāmu ([http://contextweb.com/Corporate/index.php?option=com\\_content&task=view&id=40&Itemid=67](http://contextweb.com/Corporate/index.php?option=com_content&task=view&id=40&Itemid=67)), portālā [www.google.lv](http://www.google.lv) (<https://adwords.google.com/select/Login>) piedāvāts sponsorētās saites izvietot kā reklāmas Google lapās. Interneta vidē šādu reklāmu sauc par klikšķu reklāmu (*click-advertising, pay per click advertising*). Atšķirīgs var būt vienīgi apmaksas veids. Biežāk tiek noteikta maksa nevis par reklāmas izplatīšanu konkrētā laika periodā, bet gan noteikta maksa par katru reizi, kad interneta lietotājs uzklikšķina uz sponsorētās saites.

Atbilstoši DBIS pārstāvja paskaidrojumiem, DBIS ir dibināta ar mērķi piedāvāt reklāmdevējiem reklāmas pakalpojumus internetā, kas liecina, ka tās pamatdarbība, t.sk. prioritāro saišu izveidošanas piedāvāšana, ir interneta reklāmas pakalpojumu sniegšana. DBIS 03.11.2006. paskaidrojumos atzīst, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” sniegtā informācija ir Reklāma, un arī rezultātu lapā sadaļa *Īpašie kontakti* ir acīmredzami atdalīta no pārējās informācijas un nepārprotami ir uztverama kā reklāma. Arī M.Grīnfelds kā DBIS pārstāvis SIA “Unisat satelīta televīzija” piedāvājis izvietot informāciju Delfi meklētājā kā reklāmas pakalpojumu, par ko starp SIA “Unisat satelīta televīzija” un DBIS 15.09.2005. noslēgts līgums *Reklāma Delfi smart* Nr.6096050041 un 01.04.2006. līgums *Reklāma Delfi smart* Nr.7096050011. To, ka SIA “Unisat satelīta televīzija” sniegtā informācija Delfi meklētājā ir uzskatāma par Reklāmu, apstiprina arī SIA “Unisat satelīta televīzija” norādītais, ka tā ir sniegtās Reklāmas devējs, ka Reklāma Delfi meklētājā sastāda niecīgu daļu no kopējām uzņēmuma reklāmas kampaņām, turklāt kā maksājuma mērķis 27.04.2006. maksājuma uzdevumā Nr.673 norādīts *reklāmas pakalpojumi*. Tādējādi secināms, ka arī Reklāmas devējs, tas ir, SIA „Unisat satelīta televīzija” informācijas izvietojumu Delfi meklētājā un ar to saistītos piekļuves nodrošināšanas pasākumus savas komercdarbības ietvaros uzskata par reklāmu un to uzskata par savu reklāmas kampaņu. Bez tam atbilstoši SIA „Unisat satelīta televīzija” paskaidrojumiem šādu darbību mērķis ir piesaistīt pircējus, kā arī operatīva un mērķtiecīga uzņēmumā izplatītās tehnikas realizācija, kas arī faktiski un atbilstoši Reklāmas likuma 1.pantam ir reklāmas mērķis.

Konkurences padome noraida arī DBIS viedokli, ka Reklāma ir tikai sponsorētais meklēšanas rezultāts, bet ne atslēgvārds jeb izvēlētie meklēšanas kritēriji. Konkrētā Reklāma ir vērtējama kā darbību kopums, nevis tikai atsevišķs paziņojums atrauti no pārējā procesa. Izmantojot interneta meklētāju, Reklāmas vēstījuma saņēmējs ievada atslēgvārdu, kā rezultātā saņem informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija”, kas izvietota zem nosaukuma *Īpašie kontakti* kā prioritārā saite. Līdz ar to atslēgvārds tiek izmantots kopējā Reklāmas pasākumā. Tādējādi Konkurences padome norāda, ka kā meklēšanas kritēriji izmantotie atslēgvārds ietilpst Reklāmā un to izmantošanas likumība ir vērtējama, t.sk. saskaņā ar Reklāmas likumu. Minēto apstiprina arī tas, ka piemēram, līdzīgu pakalpojumu sniedzējs *Fluid Dynamics Software*, aprakstot reklāmas iespējas interneta meklētājā, reklāmdevēja atslēgvārdu izvēli norāda kā vienu no reklāmas trim sastāvdaļām (<https://www.xav.com/scripts/search/help/1041.html>), savukārt, interneta portālā [www.google.lv](http://www.google.lv) reklāmdevējiem norādīts brīdinājums, izvēloties atslēgvārdus, ievērot likumus un noteikumus, t.sk. par preču zīmju izmantošanas noteikumiem (<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?defaultView=3>). Tādējādi secināms, ka interneta vidē atslēgvārds tiek uzskatīts par vienu no reklāmas sastāvdaļām, kam jāatbilst normatīvajos aktos reklāmai izvirzītajām prasībām.

Ievērojot iepriekšminētos apstākļus, secināms, ka pasākums, Delfi meklētājā izplatot informāciju un nodrošinot piekļuvi atbilstoši 15.09.2005. līgumā Nr.6096050041 un 30.03.2006. līgumā Nr.7096050011 starp DBIS un SIA „Unisat satelīta televīzija” ietvertajiem nosacījumiem, ņemot vērā tā saturu un pasniegšanas veidu, ir uzskatāms par Reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

**(14)** Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos un pārbaudītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka iesniegumā norādītās Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir SIA „Unisat satelīta televīzija”. 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*.

(15) Saskaņā ar SIA „Unisat satelīta televīzija” lietā sniegto informāciju apstrīdētā Reklāma izplatīta a/s „Delfi” interneta portāla Delfi meklētājā laika periodā no 22.09.2005. līdz 21.03.2006. un no 01.04.2006. līdz 07.08.2006.

(16) SIA „YOTA Ltd” iebildumi pēc būtības, pirmkārt, ir par to, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” Reklāmā izmantojusi SIA „YOTA Ltd” nosaukumu (firmu) un, otrkārt, ka tās firmas izmantošana (izmantojot kā atslēgvārdu *YOTA*, Reklāmas vēstījuma saņēmēji Delfi portālā informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija” iegūst kā prioritāro saiti uz tās mājas lapu zem nosaukuma *Īpašie kontakti*) šādā veidā maldina patērētājus, jo rada iespaidu, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir SIA „YOTA Ltd” partneris, struktūrvienība, oficiālais vai galvenais izplatītājs, un šādi piesaista SIA „YOTA Ltd” iespējamus klientus.

Atbilstoši SIA „Unisat satelīta televīzija” paskaidrojumiem, tā Reklāmā izmantojusi *YOTA* kā atslēgvārdu, lai norādītu potenciālajiem klientiem, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir iespējams iegādāties preces (kabeļus, pārslēdzējus, rozetes), kuras iepirkas SIA „YOTA Ltd”. SIA „Unisat satelīta televīzija” ir iesniegusi pierādījumus – pavadzīmju kopijas, ka tā no SIA „YOTA Ltd” iepērk preces tālākpārdošanai, t.sk. preces ar marķējumu *yota*.

(17) SIA „Unisat satelīta televīzija” ir atzinusi, ka Delfi meklētājā izplatītās Reklāmas mērķauditorija ir aktīvie interneta lietotāji (fiziskas vai juridiskas personas), kuri vēlas iegādāties satelīta tehnikas iekārtas vai saņemt to apkalpošanas pakalpojumus.

(18) Pārbaudot apstrīdētās reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem, Konkurences padome konsekventi ir atzinusi, ka reklāmas izvērtējumā ir jāņem vērā tas, kā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs. Līdz ar to iespējamā maldinājuma mērogs nav pavisams, nolaidīgs un vieglprātīgs, bet gan vidusmēra patērētājs, kurš ir samērā labi informēts, vērīgs un piesardzīgs. Izvērtējot SIA „Unisat satelīta televīzija” Reklāmu, jāņem vērā Konkurences padomes līdzšinējā prakse Reklāmas izvērtējumā ņemt vērā vidusmēra patērētāja uztveri (Konkurences padomes 08.11.2005. lēmums Nr.60, Latvijas Vēstnesis Nr.186, 22.11.2005. Konkurences padomes 18.01.2006. lēmums Nr.2, Latvijas Vēstnesis Nr.21, 03.02.2006., Konkurences padomes 04.10.2006. lēmums Nr.110, Latvijas Vēstnesis Nr.180, 09.11.2006.). Minēto reklāmas izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi arī Administratīvā apgabaltiesa (Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienų tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienų tiesas 25.10.2001. spriedums lietā

Nr.C-112/99, 52.pagrāfs,

<http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=en&Submit=Rechercher&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C->

[112/99&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=en&Submit=Rechercher&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-); Eiropas Kopienų tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr.C-44/01, 55.pagrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=en&Submit=Rechercher&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C->

[44/01%20&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=lv&Submit=Mekl%C4%93t&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-); Eiropas Kopienų tiesas 19.09.2006. spriedums lietā Nr.C-356/04, 78.pagrāfs, [http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=lv&Submit=Mekl%C4%93t&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-)

[bin/form.pl?lang=lv&Submit=Mekl%C4%93t&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=lv&Submit=Mekl%C4%93t&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-)  
[356%2F04&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=lv&Submit=Mekl%C4%93t&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-)).

(19) Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteikts aizliegums reklāmā izmantot cita uzņēmēja vārdu, uzvārdu, nosaukumu (firmu) vai citādu identificējošu apzīmējumu (arī preču zīmi) bez uzņēmēja piekrišanas.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta otro daļu *Maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam.* Atbilstoši Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 3.punktam nosakot, *vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes – atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par reklāmas devēju, arī tā identitāti un labajām īpašībām, kvalifikāciju, īpašumtiesībām vai apbalvojumiem.*

Tādējādi no Reklāmas likuma 8.panta izriet, ka, izvērtējot Reklāmu, ir jāņem vērā ne tikai Reklāmā ietvertā informācija, bet arī tās pasniegšanas veids. Šīs lietas kontekstā ir pamatoti norādīt uz Administratīvās rajona tiesas 28.10.2004. spriedumā lietā Nr.42064704, izteikto secinājumu par to, *ka reklāmas izvērtēšanā ir jāņem vērā ne tikai tajā ietvertā informācija, bet arī pasniegšanas veids. Pieļauts, ka maldinoša ir arī tāda reklāma, kas maldina vai varētu maldināt netieši. Tas nozīmē, ka reklāmas izvērtējumā nav jāpieturas tikai pie burtiska un šaura reklāmā ietvertās informācijas izvērtējuma, bet jāvērtē reklāma plašākā kontekstā, ņemot vērā tās pasniegšanas veidu. Turklāt reklāmas pastāvošā vai iespējamā ietekme jāvērtē attiecībā uz personām, kuru ekonomisko rīcību reklāma var ietekmēt* (skat. Administratīvās rajona tiesas 28.10.2004. spriedums lietā Nr.42064704, 8.punkts).

Arī Administratīvā apgabaltiesa 08.11.2005. spriedumā lietā Nr.A420264704, tulkojot Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu kopsakarā ar Reklāmas likuma 8.pantu, nonākusi pie secinājuma, *ka no minētajām Reklāmas likuma normām izriet, ka reklāmas saturam, no vienas puses jābūt objektīvam un patiesam, un, no otras puses, reklāmas satura pasniegšanas veidam jābūt tādām, lai reklāma ne netieši, ne tieši nevarētu būt maldinoša un personas ekonomisko rīcību ietekmējoša vai konkurentiem kaitējoša* (skat. Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.A42064704, 10.punkts).

(20) SIA “Unisat satelīta televīzija” Reklāmā apzīmējums *YOTA* izmantots kā atslēgvārds tādā veidā, lai interneta lietotājs, kurš meklē informāciju pēc atslēgvārda *YOTA*, kā pirmo starp meklēšanas rezultātiem ekrāna augšpusē zem nosaukuma *Īpašie kontakti* atrastu informāciju (prioritāro saiti) par SIA “Unisat satelīta televīzija”: *SIA „Unisat” Tel-7144244 Satelītu un ētera antenu ražošana, uzstādīšana, apkalpošana, internets caur satelītu.* Minētā informācija vienlaicīgi ir saite uz SIA “Unisat satelīta televīzija” mājas lapu, tas nozīmē, ka interneta lietotājs, uz tās uzklikšķinot, iegūst pieeju SIA “Unisat satelīta televīzija” mājas lapai. Iepriekšminēto informāciju par SIA “Unisat satelīta televīzija” interneta lietotājs saņem kā pirmo meklēšanas rezultātu arī tad, ja ievada kā atslēgvārdu *YOTA Ltd*, jo tajā ietilpst vārds *YOTA*, pēc kura Delfi meklētājā tiek atrasta prioritārā saite - informācija. Nākamie ieraksti, t.sk. saite uz SIA “YOTA Ltd” mājas lapu, atrodas zem nosaukuma *Atrastie meklēšanas rezultāti* un sakārtoti vispārējā kārtībā, kāda ieviesta Delfi meklētājā.

Konkurences padome, pārbaudot konkrētās lietas apstākļus un Delfi meklētājā izplatīto SIA „Unisat satelīta televīzija” Reklāmu, norāda sekojošo.

Pirmkārt, SIA “Unisat satelīta televīzija” uzskata, ka tā nav izmantojusi Reklāmā SIA “YOTA Ltd” firmu, jo tāda uzņēmuma ar nosaukumu *YOTA* nemaz nav.

SIA “YOTA Ltd” uzskata, ka patērētājiem Latvijā ar vārdu *YOTA* satelīta tehnikas jomā var saistīties tikai SIA “YOTA Ltd”. SIA “YOTA Ltd” pārdod satelīta šķīvjus, uz kuriem attēlota uzraksts *YOTA* ar ziliem burtiem, tādējādi patērētājiem Latvijā šāds nosaukums ir labi atpazīstams, jo satelīta šķīvji parasti tiek uzstādīti tā, ka ir labi redzami arī citiem iedzīvotājiem, ne tikai to lietotājiem. Nosaukums *YOTA* izmantots arī SIA “YOTA Ltd” mājas lapas adresē [www.yota.lv](http://www.yota.lv), kas apliecina to, ka sadzīvē SIA “YOTA Ltd” lieto firmas

saīsinājumu *YOTA*, kas patērētājiem ir vieglāk uztverama un atmiņā paliekoša. SIA “YOTA Ltd” ir reģistrēta grafiskā preču zīme, kurā attēlots uzraksts *YOTA* baltiem burtiem uz zila ovāla fona, tomēr SIA “YOTA Ltd” uzskata, ka SIA “Unisat satelīta televīzija” Reklāmā izmantojusi *YOTA* kā tās firmu (nosaukumu).

Ņemot vērā minēto un izvērtējot Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punkta saturu, Konkurences padome uzskata, ka Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteiktais aizliegums izmantot cita uzņēmēja vārdu, uzvārdu, nosaukumu (firmu) vai citādu identificējošu apzīmējumu (arī preču zīmi) bez uzņēmēja piekrišanas attiecas arī uz uzņēmuma nosaukuma saīsinātā veidā vai neregistrētas preču zīmes, respektīvi, uzņēmuma komercapzīmējuma izmantošanu, pēc kura patērētāji var identificēt konkrēto uzņēmumu. Tā kā SIA “YOTA Ltd” plaši lieto komercapzīmējumu *YOTA* un šī iemesla dēļ ir pamatoti uzskatīt, ka tas ir šādā veidā sabiedrībā pazīstams, un patērētāji to asociē ar SIA “YOTA Ltd”, tā izmantošana cita tirgus dalībnieka Reklāmā bez īpašnieka piekrišanas ir aizliegta.

Otrkārt, SIA “Unisat satelīta televīzija” norāda, ka tā vēlējusies informēt patērētājus, ka tā izplata no SIA “YOTA Ltd” iegādātās preces, tādēļ tiesiski izmantojusi preču virzībai preču zīmi, kuras īpašnieka preces SIA “Unisat satelīta televīzija” izplata. Faktu, ka SIA “Unisat satelīta televīzija” izplata SIA “YOTA Ltd” preces, t.sk. preces ar marķējumu *YOTA*, apstiprina SIA “Unisat satelīta televīzija” 06.09.2006. un 18.10.2006. iesniegtie, tās noliktavā esošo preču fotoattēli un pavadzīmes. SIA “Unisat satelīta televīzija” uzskata, ka ir tiesīga Reklāmā izmantot apzīmējumu *YOTA*, jo SIA “YOTA Ltd” nekādā veidā nav izteikusi vēlmi ierobežot SIA “Unisat satelīta televīzija” darbību saistībā ar šo preču izplatīšanu, t.sk. reklamēšanu.

Ņemot vērā minētos SIA “Unisat satelīta televīzija” iebildumus, lietas faktisko un tiesisko apstākļu izvērtējumā Konkurences padome uzskata par nepieciešamu Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā ietverto tiesību normu interpretēt kopsakarā ar likumā “Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” noteikto regulējumu un attiecīgajiem Eiropas Kopienas tiesību aktiem un to interpretāciju Eiropas Kopienas tiesas nolēmumos.

Likuma *Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm* 5.panta otrajā daļā noteikts, ka *preču zīmes īpašnieks nav tiesīgs aizliegt lietot preču zīmi saistībā ar precēm, kuras saimnieciskajā apritē Eiropas Ekonomikas zonā ar šo preču zīmi iekļāvis pats preču zīmes īpašnieks vai cita persona ar viņa piekrišanu, savukārt šī likuma 5.panta trešā daļa nosaka, ka šā panta otrās daļas noteikumus nepiemēro, ja preču zīmes īpašniekam ir pamatoti iemesli nepieļaut minēto preču tālāku apriti peļņas nolūkos, it īpaši, ja šo preču kvalitāte pēc to iekļaušanas saimnieciskajā apritē ir mainījusies vai preces ir bojātas. Padomes Pirmās direktīvas 89/104/EEK (21.12.1988.), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm 7.pants paredz identisku regulējumu.*

Tādējādi, ja preces ar preču zīmi Kopienas tirgū ir laidis šīs preču zīmes īpašnieks vai tas noticis ar viņa piekrišanu, tālākpārdevējs, kurš ir tiesīgs izplatīt šīs preces, ir arī tiesīgs lietot preču zīmi, lai pievērstu sabiedrības uzmanību šo preču komercializācijai, t.sk. reklāmā. (C-337/95 *Parfums Christian Dior SA* [1997], 38.paragrāfs, skat. <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=en&Submit=Submit&docj=docj&numaff=C-337%2F95&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100>, C-63/97 *Bayerische Motorenwerke AG (BMW)* [1999], 50.paragrāfs, skat. <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=lv&Submit=Mekl%C4%93t&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-63%2F97&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100>).

Tomēr fakts, ka preču zīme lietota preču tālākpārdevēja reklāmā tādā veidā, ka tā var radīt iespaidu, ka starp reklāmdevēju un preču zīmes īpašnieku ir kāda komerciāla saistība, jo sevišķi, ka tālākpārdevēja bizness ir iesaistīts preču zīmes īpašnieka izplatīšanas tīklā vai ka starp šiem uzņēmumiem ir īpašas attiecības, var būt pamatots iemesls *Direktīvas 89/104/EEK*

(21.12.1988) 7.panta 2.punkta izpratnē aizliegt lietot īpašnieka preču zīmi (C-63/97 *Bayerische Motorenwerke AG (BMW)* [1999], 51.paragrāfs, skat. <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=lv&Submit=Mekl%C4%93t&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C-63%2F97&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100>).

Līdz ar to arī Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteiktais aizliegums reklāmā izmantot cita uzņēmuma komercapzīmējumu tulkojams tādējādi, ka preču tālākpārdevēja reklāmā ir aizliegts izmantot konkurenta komercapzīmējumu, ja reklāmā tiek radīts iespaids, ka starp reklāmdevēju un preču zīmes īpašnieku pastāv komerciāla saistība.

Reklāmā SIA “Unisat satelīta televīzija” izmantojusi apzīmējumu *YOTA* bez skaidrojuma, kādā sakarā tas izmantots, un nav arī devusi kādas norādes uz precēm, kuras tā iepirkusi no SIA “YOTA Ltd” ar tās preču zīmi vai komercapzīmējumu. Tādējādi secināms, ka Reklāmā apzīmējums *YOTA* nav lietots, lai patērētājiem uztverami paziņotu par precēm, kuras SIA “Unisat satelīta televīzija” piedāvā ar preču zīmi *YOTA*. Minēto apstiprina arī fakts, ka Reklāmā prioritārās saites tekstā, kuru patērētāji saņem kā meklēšanas rezultātu, nav nekādas norādes uz to, kādu iemeslu dēļ, ievadot atslēgvārdu *YOTA*, informācija par SIA “Unisat satelīta televīzija” redzama zem nosaukuma *Īpašie kontakti* un kā pati pirmā. Konkurences padome uzskata, ka tādējādi saņemtais Reklāmas vēstījums patērētājiem var radīt neskaidrības par SIA “Unisat satelīta televīzija” un SIA “YOTA Ltd” faktisko saistību. Šādu neskaidrību rezultātā patērētāji var vērsties pie SIA “Unisat satelīta televīzija”, nebūdami informēti, cik lielā mērā atrastais meklēšanas rezultāts ir atbilstošs gaidītajai informācijai. Līdz ar to patērētāji var izdarīt ekonomisko izvēli par labu SIA “Unisat satelīta televīzija”, būdami pārliecināti, ka saņem pakalpojumus vai pērk preces no ar SIA “YOTA Ltd” saistīta vai vismaz īpašās attiecībās esoša uzņēmuma, piemēram, oficiālā pārstāvja. Reklāmas likuma 8.pants patērētājiem neuzliek par pienākumu pārbaudīt vai noskaidrot precīzāk Reklāmā sniegto informāciju, bet gan uzliek par pienākumu Reklāmas devējam nodrošināt tādas informācijas sniegšanu Reklāmā, kas ne pēc satura, ne pasniegšanas veida nevarētu izraisīt neskaidrības un tā rezultātā maldināt patērētājus. SIA “Unisat satelīta televīzija”, sniedzot Reklāmu, nav nodrošinājusi, ka Reklāmas vēstījuma saņēmēji varētu iegūt precīzu informāciju attiecībā uz to, kādēļ Reklāmā izmantots apzīmējums *YOTA*. Tādējādi Konkurences padome uzskata, ka Reklāmas šāda pasniegšanas veida un izplatīšanas rezultātā varētu tikt ietekmēta patērētāju ekonomiskā rīcība.

SIA “Unisat satelīta televīzija” nenozīmīgā daudzumā iepērk tālākpārdošanai preces no SIA “YOTA Ltd”. Atbilstoši SIA “Unisat satelīta televīzija” 08.11.2006. sniegtajai informācijai, 5 no kopumā 435 SIA “Unisat satelīta televīzija” mājas lapā norādītajām precēm SIA “Unisat satelīta televīzija” iegādājusies no SIA “YOTA Ltd”. Kopumā kopš 2005.gada janvāra SIA “Unisat satelīta televīzija” no SIA “YOTA Ltd” iegādājusies 20 veidu preces par Ls 8054,26. Tomēr, kā konstatēts, komercapzīmējuma *YOTA* izmantošana Reklāmā iepriekš minētajā veidā var radīt iespaidu par SIA “Unisat satelīta televīzija” un SIA “YOTA Ltd” īpašu saistību, kas neatbilst faktiskajiem apstākļiem. Jāņem vērā arī tas, ka satelīta tehnikas realizācijas tirgus ir viens no tirgiem, kurā tirgus dalībnieki bieži iepērk viens no otra dažādas preces tālākpārdošanai. SIA “Unisat satelīta televīzija” pārstāve, 08.11.2006. iepazīstoties ar lietas materiāliem, norādījusi, ka 12.07.2004. noslēgtais līgums starp SIA “YOTA Ltd” un SIA “Unisat satelīta televīzija” ir līgums par preču pārdošanu, nevis sadarbības līgums, tādējādi atzīstot, ka SIA “YOTA Ltd” neuzskata par savu sadarbības partneri. Pastāvot iepriekš noskaidrotajiem apstākļiem, SIA “Unisat satelīta televīzija” norādītais par preču iegādi no SIA “YOTA Ltd” nav uzskatāms par pietiekamu pamatojumu SIA “Unisat satelīta televīzija” Reklāmā iepriekš konstatētajā veidā izmantot SIA “YOTA Ltd” komercapzīmējumu.

Patērētāji, kuri, ievadot atslēgvārdu *YOTA*, meklēšanas rezultātā saņēmuši informāciju par SIA “Unisat satelīta televīzija” un atvēruši tās mājas lapu [www.unisat.lv](http://www.unisat.lv), tāpat nevar iegūt

informāciju, kāda iemesla dēļ SIA "Unisat satelīta televīzija" Reklāmā izmantojusi apzīmējumu *YOTA*. Mājas lapā [www.unisat.lv](http://www.unisat.lv) sadaļā *Sadarbības partneri* nav norādīta SIA "YOTA Ltd", apzīmējums *YOTA* nav atrodams pie informācijas par preču zīmēm, ar kurām SIA "Unisat satelīta televīzija" izplata preces. Tādējādi secināms, ka SIA "Unisat satelīta televīzija" mērķis, izmantojot Reklāmā apzīmējumu *YOTA*, nav bijis norādīt uz precēm ar preču zīmi *YOTA*.

To, ka SIA "Unisat satelīta televīzija" mērķis, Reklāmā izmantojot apzīmējumu *YOTA*, nav bijis norādīt uz precēm ar šādu preču zīmi, netieši norāda arī tas, ka atbilstoši 30.03.2006. līgumam starp DBIS un SIA "Unisat satelīta televīzija", lai piesaistītu patērētājus prioritējai saitei, kā atslēgvārdi Reklāmā izmantoti vārdi *Intersat* un *Telesputnik*. Kā lietā noskaidrots, minētie atslēgvārdi ir identiski arī ar SIA "Unisat satelīta televīzija" konkurentu SIA "Intersat" un SIA "Nika-Balt" ([www.telesputnik.lv](http://www.telesputnik.lv)) saimnieciskajā darbībā izmantotajiem komercapzīmējumiem. Atslēgvārdi *Telesputnik* un *Intersat* lietas izskatīšanas laikā pēc SIA "Unisat satelīta televīzija" lūguma DBIS tika izņemti no SIA "Unisat satelīta televīzija" Reklāmas atslēgvārdu saraksta.

Lietā nav iegūts apstiprinājums tam, ka Reklāmā apzīmējums *YOTA* ir izmantots ar tā īpašnieka SIA "YOTA Ltd" piekrišanu saskaņā ar Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktu. Lietā nav nozīmes SIA "Unisat satelīta televīzija" norādītajam, ka SIA "YOTA Ltd" nav paudusi nekādu nostāju par nevēlēšanos reklamēt SIA "YOTA Ltd". Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punkts uzliek par pienākumu Reklāmas devējam saņemt pirms Reklāmas izplatīšanas piekrišanu komercapzīmējuma izmantošanai. Ja šādas piekrišanas nav, cita uzņēmuma komercapzīmējumu izmantot reklāmā ir aizliegts.

Izvietot Reklāmu Delfi meklētājā SIA "Unisat satelīta televīzija" DBIS vārdā piedāvājis M.Grīnfelds (SIA "Interinfo Latvijā" darbinieks), taču konkrētos atslēgvārdus, kas iekļauti 15.09.2006. un 30.03.2006. līgumos *Reklāma Delfi smart*, izvēlējušies SIA "Unisat satelīta televīzija" darbinieki. Līdz ar to Konkurences padome noraida SIA „Unisat satelīta televīzija” argumentu, ka tās rīcībā nav informācijas, kā strādā meklēšanas sistēma portālā Delfi un kādā veidā Reklāma tiek izvietota zem virsraksta *Īpašie kontakti*, jo, pirmkārt, DBIS pārstāvji, piedāvājot Reklāmas pakalpojumu, demonstrē, kā darbojas Delfi meklētājs, kādā veidā redzamas sponsorētās saites tajā, otrkārt, saskaņā ar Reklāmas likuma 10.pantu Reklāmas devējs ir atbildīgs par sniegto Reklāmu, līdz ar to Reklāmas devēja pienākums ir pārbaudīt, kādā veidā tā tiek izplatīta, vēl jo vairāk, ja Reklāma tiek izplatīta ilgstošā laika periodā un atkārtoti tiek slēgts līgums par šādas Reklāmas izplatīšanu.

Konkurences padome piekrīt SIA "Unisat satelīta televīzija" viedoklim, ka interneta meklētājam izvēloties konkrētu precī vai tās veida apzīmējošus atslēgvārdus, piemēram, *antenas*, var tikt norādītas visas firmas, kas ar šādu saimniecisko darbību nodarbojas. Tomēr atbilstoši lietā noskaidrotajiem apstākļiem konkrētajā gadījumā Reklāmā ir izmantots konkurenta komercapzīmējums.

Ņemot vērā iepriekš konstatētos apstākļus, Konkurences padome atzīst, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” savā Reklāmā izmantojusi komercapzīmējumu *YOTA* bez SIA „YOTA Ltd” piekrišanas un līdz ar to ir pārkāpusi Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteikto aizliegumu, kā arī SIA "Unisat satelīta televīzija" Reklāma ir uzskatāma par maldinošu, tādējādi ir pārkāpts 8.pantā noteiktais maldinošas reklāmas aizliegums.

Turklāt, tā kā SIA "Unisat satelīta televīzija" ir izmantojusi komercapzīmējuma *YOTA* un ar to saistīto labo reputāciju bez SIA "YOTA Ltd" piekrišanas un Reklāma var radīt neskaidrības, maldināt patērētājus un ietekmēt to ekonomisko rīcību, piesaistot SIA "Unisat satelīta televīzija" SIA "YOTA Ltd" potenciālos klientus, Konkurences padome atzīst, ka Reklāma nav veidota atbilstoši godīgas konkurences principiem un līdz ar to SIA "Unisat satelīta televīzija" nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzītās vispārīgās prasības.

(21) Reklāmas likuma 14.panta trešajā daļā noteikts, ka *Uzraudzības iestāde pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem, ja konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām.* Ņemot vērā, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” pēc SIA „YOTA Ltd” pieprasījuma Reklāmā ir pārtraukusi izmantot komercapzīmējumu *YOTA* un līdz ar to kopš 07.08.2006. patērētājiem vairs nav pieejama SIA „Unisat satelīta televīzija” prioritārā saite, Delfi meklētājā meklējot informāciju pēc atslēgvārda *YOTA*, kā arī patērētāju nelielo kopējo SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapas (prioritārās saites) apmeklējumu skaitu, meklējot informāciju pēc atslēgvārda *YOTA* (laika periodā no 01.04.2006. – 30.08.2006. 16 klikšķi) Konkurences padome uzskata, ka par Reklāmas likumam neatbilstošās reklāmas sniegšanu nav lietderīgi SIA „Unisat satelīta televīzija” piemērot kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā noteiktajiem tiesiskajiem pienākumiem, bet ir uzsākama lietvedība administratīvā pārkāpuma lietā.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 6.punktu, 8.pantu, 10.panta pirmo, otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piekto, sesto un septīto daļu un Administratīvā procesa likuma 5.,12.pantu, 15.panta ceturto daļu un 17.panta otro daļu

#### **nolēma:**

1) Atzīt, ka SIA „Unisat satelīta televīzija”, sniedzot Delfi meklētājā Reklāmu, kā atslēgvārdu izmantojot *YOTA*, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzītās vispārīgās prasības par to, ka reklāmai jāatbilst godīgas konkurences principiem, 4.panta otrās daļas 6.punktā noteikto aizliegumu reklāmā izmantot cita uzņēmuma identificējošu komercapzīmējumu bez tā piekrišanas un 8.pantā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu.

2) Uzsākt lietvedību Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma lietā.

Konkurences padomes lēmuma nolemjošās daļas 1.punktu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme

(\*\*) – ierobežotas pieejamības informācija