

**SPRIEDUMS**  
**Latvijas tautas vārdā**

Rīgā

2007.gada 13.jūlijā

Administratīvā rajona tiesa  
šādā sastāvā: tiesnese D.Ābele,

piedaloties pieteicēju - sabiedrības ar ierobežotu atbildību „BaltHaus” – pārstāvei D.P. un sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Jaunie Projekti” - pārstāvei D.P. un atbildētāju pārstāvošās iestādes – Konkurences padomes – pārstāvjiem Ritai Teclofai un Jānim Baltajam,

atklātā tiesas sēdē izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta pēc sabiedrības ar ierobežotu atbildību „BaltHaus” un sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Jaunie Projekti” pieteikuma par Konkurences padomes 2005.gada 5.oktobra lēmuma Nr.49 (prot.nr.50, 8.§) atcelšanu.

**Aprakstošā daļa**

[1] Ar Konkurences padomes 2005.gada 5.oktobra lēmumu Nr.49 (prot. nr.50, 8.§) (turpmāk - Lēmums) izbeigta lietas Nr.562/05/09/10 izpēte par SIA „BaltHaus” 2005.gada 6.jūnija iesniegumu par SIA „Mereons” specializēto nekustamo īpašumu katalogu „kur dzīvot...”.

[1.1] Lēmumā konstatēts, ka iesniedzējs nav iesniedzis pierādījumus vai norādījis uz faktiem, kas liecinātu, ka SIA „Mereons” izmantojis vai atdarinājis SIA „BaltHaus” nosaukumu (firmu), atšķirības zīmes un citas pazīmes, kas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti. SIA „Balthaus” izdots katalogs „jaunie projekti” nav tirgus dalībnieka atšķirības zīme vai pazīme (pretēji komersanta firmai, logo, tirdzniecības vietas nosaukumam, komercapzīmējumam), bet gan tirgus dalībnieka piedāvātā prece. Arī komersanta tēls vai reputācija un komercdarbības koncepcija nav tirgus dalībnieka atšķirības zīme vai pazīme Konkurences likuma 18.panta trešās daļa 1.punkta izpratnē. Turklāt uz jebkādam citām darbībām attiecībā uz sabiedrības tēla, koncepcijas, *know-how* atdarināšanu, kā vienīgi SIA „BaltHaus” izdotā kataloga „jaunie projekti” atdarināšanu, iesniedzējs nav norādījis. Norāde uz *know-how* atdarināšanu ir pretrunā ar šī intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības objekta būtību, ņemot vērā, ka jēdzienu „*know-how*” (jeb zinātība) ir saprotama komercnoslēpumu saturoša informācija, kam tādējādi ir nodrošināta slepenība.

[1.2] Lēmumā secināts, ka faktiski SIA „BaltHaus” iebildumi ir par konkrētās preces, t.i., kataloga „kur dzīvot ...” ārējā izskata, noformējuma, preces nosaukuma, preču zīmes līdzību katalogam „jaunie projekti”, kas var maldināt par preces izcelsmi. Līdz ar to Konkurences padome uzskata par pamatotu izvērtēt iesniegumā norādīto SIA „Mereons” darbību, izdodot katalogu „kur dzīvot” atbilstību Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktajam negodīgas konkurences izpausmes veidam, ierobežojot Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta piemērošanu minēto darbību izvērtēšanā.

[1.3] Konkurences padome, ņemot vērā iegūtos pierādījumus un noskaidrotos apstākļus, izvērtējusi lietā esošā kataloga „kur dzīvot” atsevišķās pazīmes, tai skaitā SIA „Balthaus” norādītās – kataloga noformējumu, ārējo izskatu, nosaukumu un to kopējo pasniegšanas veidu un saturu, kopsakarā ar kataloga „Jaunie projekti” sniegto informāciju, t.sk. kataloga noformējumu, ārējo izskatu un nosaukumu, Lēmumā atzinusi, ka vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, nevar tikt maldināts par SIA „Mereons” piedāvātā kataloga „kur dzīvot” izcelsmi.

[1.4] Lēmumā secināts, ka katalogā „kur dzīvot” sniegtā informācija tās kopumā ir pietiekama, lai vidusmēra patērētājs pieņemtu objektīvu un pareizu, uz pieejamo informāciju balstītu lēmumu. SIA „Mereons”, izplatot katalogu „kur dzīvot ...” nav pārkāpusi Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteikto negodīgas konkurences aizliegumu.

[2] Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „BaltHaus” un sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Jaunie Projekti” (turpmāk arī - pieteicēji) iesniegušas tiesā pieteikumu, kurā lūdz atcelt Lēmumu. Pieteicēji pieteikumā norāda tālāk minēto.

[2.1] Atbildētājs Lēmumā ir atzinis SIA „Mereons” preces, tas ir, kataloga „kur dzīvot ...” ārējā izskata, noformējuma un preces nosaukuma līdzību pieteicēju katalogam „jaunie projekti”.

[2.2] SIA „Mereons” izdots katalogs satur tādas pazīmes, kas sakrīt ar Pieteicēju kataloga ārējām pazīmēm, kas var maldināt par kataloga izdevēju tā pircējus, it sevišķi tas saskatāms katalogu nosaukumos.

[2.3] Pieteicēji apstrīd Konkurences padomes izteikto apgalvojumu, ka vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, nevar tikt maldināts par SIA „Mereons” piedāvātā kataloga „kur dzīvot ...” izcelsmi, jo nav norādīts, uz kāda pamata tiek pieņemts, ka „vidusmēra patērētājs”, būdams piesardzīgs un vērīgs (kas arī nav pierādāms), spēj atšķirt abus katalogus. It īpaši ņemot vērā to, ka uz abu katalogu pirmajiem vākiem ir izvietots identisks nosaukums.

[2.4] Kataloga mērķauditorijai – jebkuram sociāli aktīvam iedzīvotājam – nav pienākums iedziļināties, vai uz izdevuma vāka redzamais nosaukums ir tikai tematisks un aprakstošs, vai arī izdevuma īstais nosaukums. Tādēļ patērētājam, kurš jau vairāk kā gadu ir pieradis preses izplatīšanas vietās redzēt katalogu „jaunie projekti”, rodas ilūzija ka SIA „Mereons” izdots katalogs ir pieteicēju kataloga pielikums vai pie tā piesaistīta avīze.

[2.5] Ir pamatoti uzskatīt, ka “Mereons”, izdodot savu katalogu pieteicēju katalogam līdzīgās un no tāluma neatšķiramās krāsās, ir maldinājis patērētājus.

[3] Konkurences padome rakstveida paskaidrojumā tiesai pieteikumu neatzīst un norāda tālāk minēto.

[3.1] Pieteikumā norādītais, ka Lēmumā Konkurences padome ir atzinusi SIA „Mereons” preces, t.i. kataloga „kur dzīvot” ārējā izskata, noformējuma un preces nosaukuma līdzību pieteicēju katalogam „jaunie projekti”, kas var maldināt par preces izcelsmi, neatbilst Lēmumā konstatētajam. Šādus secinājumus Konkurences padome Lēmumā nav izdarījusi.

[3.2] Pilnīgu un vispusīgu pamatojumu, kādu apstākļu dēļ vidusmēra patērētājs nevar tikt maldināts par SIA „Mereons” piedāvātā kataloga „kur dzīvot” izcelsmi, atbildētājs sniedzis Lēmumā (skat., īpaši Lēmuma 8.-12.lpp.). Atbildētājs, ņemot vērā Lēmumā konstatēto, secinājis, ka katalogā „kur dzīvot” sniegtā informācija tās kopumā ir pietiekama, lai vidusmēra patērētājs pieņemtu objektīvu un pareizu, uz pieejamo informāciju balstītu lēmumu un līdz ar to SIA „Mereons”, izplatot katalogu „kur dzīvot”, nav pārkāpusi Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteikto negodīgas konkurences aizliegumu. Savus secinājumus atbildētājs ir pamatojis ar lietā esošajiem pierādījumiem. Konkrētus iebildumus par Lēmumā izdarītajiem secinājumiem pieteicēji nav norādījuši.

[3.3] Atbildētājs, konsekventi izvērtējot maldināšanas iespēju, ir ņēmis vērā ne tikai katalogu atsevišķās sadaļās, bet arī kopējo to saturu un iespaidu, kādu tas rada.

[4] Tiesas sēdē pieteicēju pārstāve pieteikumu uzturēja un lūdza to apmierināt, pamatojoties uz pieteikumā tiesai un iesniegumā Konkurences padomei norādītajiem argumentiem, papildus norādot, ka iestāde nav atbilstoši Administratīvā procesa likuma (turpmāk – APL) 59.panta pirmajai daļai pati savākusi pierādījumus. Ja jau pieteicēji neiesniedza pietiekamus pierādījumus, tos vajadzēja pieprasīt. Iestāde nav sniegusi informāciju, kas ir uzskatāms par „citām pazīmēm”. Pieteicēju kataloga pamatnosaukums ir „jauno projektu katalogs”, pieteicēji to būtu spējuši pierādīt. Katalogs tiek ieturēts krāsu toņos no lillā līdz zilai.

[5] Atbildētāju pārstāvošās iestādes pārstāvji tiesas sēdē pieteikumu neatzina, pamatojoties uz Lēmumā un paskaidrojumā tiesai norādītajiem apsvērumiem, papildus norādot, ka iestāde nevarēja pieprasīt papildus pierādījumus, jo nezināja, kas ir šie pierādījumi, turklāt šādi pierādījumi var būt tikai iesniedzēja rīcībā un arī 2005.gada 14.jūnija sarunu protokolā pieteicēju pārstāve A.Z. norādīja, ka viss, ko varēja norādīt, ir norādīts. Savukārt vidusmēra patērētājs ir ekonomiski aktīvs cilvēks, kas informāciju vērtē profesionāli.

[6] Trešā persona SIA „Mereons” un SIA „ARMs projekti” uz tiesas sēdi nav ieradušies. Par tiesas sēdi paziņots savlaicīgi likumā noteiktā kārtībā. Tiesa atzīst, ka nepastāv APL 268.pantā noteiktie apstākļi un lietu var izskatīt bez trešo personu klātbūtnes tiesas sēdē.

### **Motīvu daļa**

[7] Tiesa, noklausījusies procesa dalībnieku paskaidrojumus un izvērtējusi lietas materiālus, secina, ka pieteikums nav pamatots un ir noraidāms.

[8] Tiesa konstatē šādus faktiskos apstākļus.

[8.1] SIA „BaltHaus” 2005.gada 6.jūnijā iesniegumā Nr.112-iz/2005 (*lietas lapa 43-45*) lūdza Konkurences padomei izvērtēt SIA „Mereons” rīcības atbilstību spēkā esošo normatīvo aktu prasībām un pieņemt šajā lietā lēmumu.

[8.2] 2005.gada 14.jūnija Konkurences padomes un SIA „Balthaus” pārstāvju sarunu protokolā pieteicēju pārstāve valdes locekle A.Z. un izpilddirektore T.A. (*lietas lapa 50-53*) norāda, ka lūdza ierosināt lietu par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta iespējamo pārkāpumu, nevis pēc Reklāmas likuma pantiem, kas norādīti 2005.gada 6.jūnija iesniegumā. Citastarp, pieteicēju pārstāves informē, ka pazīmes, kas norāda uz atdarināšanu, ir iekļautas iesniegumā. Vairāk nekas nav. SIA „BaltHaus” uzskata, ka patērētāji tiek maldināti par kataloga „kur dzīvot” izdevēju, un tam ir iebildumi par kataloga ārējo izskatu. Nosaukumi abiem katalogi ir gandrīz identiski. Tādēļ SIA „BaltHaus” laikrakstā „Dienas Bizness” ir ievietojis sludinājumu ar atsauci, lai nejauc ar SIA „Mereons”. Nekādi citi pasākumi pārkāpuma izbeigšanai, vēršoties pie SIA „Mereons”, nebija iespējami, jo katalogs „kur dzīvot” jau ir izbeigts.

[8.3] Ar Konkurences padomes 2005.gada 15.jūnija padomes sēdes protokolu Nr.33 (*lietas lapa 58*) nolemts ierosināt lietu par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktā minētā aizlieguma iespējamo pārkāpumu SIA „Mereons” darbībās, izdodot nekustamo īpašumu jauno projektu katalogu „kur dzīvot ... Jaunās mājas & Jaunie ciemati”.

[8.4] 2005.gada 21.jūnija sarunu protokolā SIA „Mereons” valdes loceklis Rolands Bērziņš un priekšsēdētājs, jurists Ojārs Valkers (*lietas lapa 64-67*) citastarp, norāda, ka pirmais kataloga numurs izdots 2005.gada 29.aprīlī un SIA „BaltHaus” izdots katalogs un katalogs „kur dzīvot” ir pilnīgi atšķirīgi.

[8.5] SIA „Balthaus” ar 2005.gada 29.jūnija iesniegumu Nr.29 (*lietas lapa 74*) Konkurences padomei norāda, ka SIA „Mereons” izdotajam katalogam ir līdzība

ar SIA „BaltHaus” izdoto katalogu, kā arī iesniedz Konkurences padomei otro SIA „Mereons” „kur dzīvot” numuru.

[8.6] SIA „Mereons” 2005.gada 8.jūlija paskaidrojumos (*lietas lapa 76-79*) norāda uz viņuprāt abu katalogu atšķirīgajām iezīmēm.

[8.7] SIA „Balthaus” 2005.gada 8.septembra iesniegumā (*lietas lapa 128-131*) lūdz pārskatīt SIA „Mereons” rīcību, tās likumību un atbilstību Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.un 2. punkta prasībām.

[8.8] SIA „Mereons” 2005.gada 31.septembra iesniegumā (*lietas lapa 122-123*) norāda, ka izdotā kataloga nosaukums ir „kur dzīvot”, bet „Jaunās mājas un jaunie ciemati” ir tikai paskaidrojošais virsraksts. Turklāt SIA „Mereons” norāda, ka katalogs „kur dzīvot” netiek izplatīts laikraksta „Dienas bizness” abonentiem, bet gan sadarbībā ar abonēšanas centru „Diena” 10 000 klientiem – juridiskām personām.

[8.9] Saskaņā ar SIA „Jaunie projekti” 2005.gada 5.oktobra ārkārtas dalībnieku sapulces protokolu Nr.4 pieņemts lēmums par SIA „Balthaus” piederošā kataloga „Jaunie projekti – Nekustamā īpašuma katalogs” iegādi (*lietas lapa 29*).

[8.10] Saskaņā ar Uzņēmumu reģistra informāciju masu informācijas līdzekļa „Jaunie projekti – Nekustamā īpašuma katalogs” dibinātājs ir SIA „Jaunie projekti” (*lietas lapa 28*).

[8.11] Saskaņā ar Uzņēmumu reģistra informāciju masu informācijas līdzekļa kataloga „kur dzīvot...” īpašnieks ir SIA „ARMs projekti” (*lietas lapa 182*)

[9] Lietā ir strīds par vidusmēra patērētāja identificēšanas kritērijiem un par to, vai vidusmēra patērētājs var tikt maldināts par atbildētāja piedāvātā kataloga „kur dzīvot” izcelsmi un vai vidusmēra patērētājs, būdams piesardzīgs un vērīgs, spēj atšķirt abus katalogus.

[10] Ar Konkurences padomes 2005.gada 15.jūnija lēmumu, pamatojoties uz SIA „BaltHaus” iesniegumu, tika ierosināta lieta par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta iespējamo pārkāpumu SIA „Mereons” darbībās (*lietas lapa 58*). Savukārt Lēmumā konstatēts, ka nav saskatāmi Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta pārkāpumi. Ņemot vērā iepriekš minēto, tiesa vērtē Konkurences padomes Lēmuma tiesiskumu, t.i., vai KP pamatoti nolēma izbeigt lietas izpēti par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punkta iespējamo pārkāpumu SIA „Mereons” darbībās.

[11] Lēmums ir pamatots ar Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktu. Šī likuma 18.panta otrā daļa noteic, ka par negodīgu konkurenci uzskatāmas darbības, kuru rezultātā tiek pārkāpti normatīvie akti vai godīgas saimnieciskās darbības paražas un ir radusies vai varētu rasties konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana. Savukārt Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteikts, ka negodīga konkurence var izpausties šādās darbībās, ja to rezultātā ir radusies vai varētu rasties konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana: *cita tirgus dalībnieka (eksistējoša, savu darbību izbeiguša vai reorganizēta) likumīgi lietota nosaukuma, atšķirības zīmju un citu pazīmju izmantošana vai atdarināšana, ja tas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti (1.punkts); cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšana, preču zīmes izmantošana, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi (2.punkts).*

[12] Tiesa atzīst, ka Konkurences padome ir pamatoti atzinusi, ka SIA „BaltHaus” izdots katalogs „jaunie projekti” nav tirgus dalībnieka atšķirības zīme vai pazīme (pretēji komersanta firmai, logo, tirdzniecības vietas nosaukumam, komercapzīmējumam), bet gan tirgus dalībnieka piedāvātā prece. Arī komersanta tēls vai reputācija un komercdarbības koncepcija nav tirgus dalībnieka atšķirības zīme vai pazīme Konkurences likuma 18.panta trešās daļa 1.punkta izpratnē. Turklāt uz jebkādam citām darbībām attiecībā uz sabiedrības tēla, koncepcijas, *know-how* atdarināšanu, kā vienīgi SIA „BaltHaus” izdotā kataloga „jaunie projekti”

atdarināšanu, iesniedzējs nav norādījis. Norāde uz *know-how* atdarināšanu ir pretrunā ar šī intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības objekta būtību, ņemot vērā, ka ar jēdzienu „*know-how*” (jeb zinātība) ir saprotama komercnoslēpumu saturoša informācija, kam tādējādi ir nodrošināta slepenība. Tāpat tiesa atzīst par pamatotu iestādes norādi, ka faktiski SIA „BaltHaus” iebildumi ir par konkrētās preces, t.i., kataloga „kur dzīvot ...” ārējā izskata, noformējuma, preces nosaukuma, preču zīmes līdzību katalogam „jaunie projekti”, kas var maldināt par preces izcelsmi, kā rezultātā Konkurences padome izvērtēja SIA „Mereons” darbību, izdodot katalogu „kur dzīvot”, atbilstību Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktajam negodīgas konkurences izpausmes veidam, ierobežojot Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta piemērošanu minēto darbību izvērtēšanā.

[13] Izvērtējot lietā esošos pierādījumus, tiesa konstatē, ka pretēji tam, kā to norāda pieteicēji, Konkurences padome Lēmumā nav konstatējusi SIA „Mereons” preces, t.i. kataloga „kur dzīvot ...”, ārējā izskata, noformējuma un preces nosaukuma līdzību pieteicēju katalogam „jaunie projekti”, kas varētu maldināt par preces izcelsmi. Tieši pretēji Lēmumā norādīts, ka pieteicēja un SIA „Mereons” izdoto katalogu ārējā izskata kopīgās pazīmes – vāka augšējā daļā izvietots kataloga nosaukums, tematiskais raksturojums uz vāka, kataloga numurs zem nosaukuma, ir vērojamas vairumā drukāto plašsaziņas līdzekļu, tai skaitā, nekustamā īpašuma katalogiem DOMfoto (piemēram, Nr.4, 2005), „m x m” (piemēram, Nr.5, 2004.), „m<sup>2</sup>” (piemēram, Nr.19, 2005). Lēmumā secināts, ka līdz ar to minētās pazīmes nevar tikt uzskatītas par īpašu pieteicēja jaunievedumu vai tikai tās katalogam raksturīgām pazīmēm. Šādas informācijas sniegšana uz jebkura preses izdevuma, t.sk. kataloga vāka patērētājam dod iespēju ātri un ērti identificēt konkrētu preses izdevumu, padarot skaidrāku tā tematiku un darot zināmu izdevuma numuru.

[14] Tiesa, izvērtējot lietā esošos pierādījumus, atzīst, ka nav konstatējams Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta pārkāpums, t.i., tiesa nekonstatē SIA „Mereons” darbībā cita tirgus dalībnieka, t.i., SIA „Balthaus”, ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšanu, preču zīmes izmantošanu, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi.

[14.1] Pieteicēji izdevuši katalogu ar nosaukumu „jaunie projekti”, savukārt SIA „Mereons” izdotā kataloga nosaukums ir „kur dzīvot ...”. Izvērtējot katalogu nosaukumus, tiesa secina, ka izdotajiem katalogiem ir pilnīgi atšķirīgi nosaukumi.

[14.2] Pieteicēju izdotā kataloga „jaunie projekti” tematiskais nosaukums ir „Nekustamā īpašuma katalogs”, bet SIA „Mereons” kataloga „kur dzīvot” tematiskais nosaukums ir „jauno projektu katalogs”.

Tiesa atzīst, ka katalogu tematiskā nosaukuma uzdevums ir raksturot, radīt patērētājiem pēc iespējas pilnīgāku un precīzāku priekšstatu par kataloga saturu. Kā to Lēmumā atzinis arī atbildētājs, tad vārdu salikums „jauno projektu katalogs” precīzi atspoguļo SIA „Mereons” izdotā kataloga saturu, jo tajā ir sniegta informācija tikai par jaunajiem projektiem. Ar vārdiem „jaunie projekti” apzīmē projektus, kas ir radīti no jauna. Pretējā gadījumā cits kataloga tematiskais nosaukums, tieši pretēji, varētu par kataloga saturu radīt nepareizu priekšstatu.

[14.3] Uz SIA „Mereons” izdotā kataloga „kur dzīvot” vāka sniegta informācija „Jaunās mājas & Jaunie ciemati”, tādā veidā identificējot produktus, kuru piedāvājumi izvietoti katalogā. Atbildētājs Lēmumā konstatējis, ka šādus produktu nosaukumus izmanto nekustamā īpašuma jomā, tai skaitā interneta mājas lapā [www.nams24.lv](http://www.nams24.lv), katalogā „m<sup>2</sup>” (piemēram, Nr.19, 2005. 3.lpp.) Apzīmējumi „jaunie projekti”, „jaunās mājas” un „jaunie ciemati” paši par sevi nav tiesiski aizsargājami, jo tie sniedz raksturojošu informāciju.

[14.4] SIA „Balthaus” kataloga vāka pamatkrāsa ir no lillā līdz zilai, un dzeltenā krāsa ir izmantota tikai nosaukumu izcelšanai. Savukārt SIA „Mereons” katalogam pamatkrāsa ir oranža, bet pirmajam numuram – dzeltena. SIA „Mereons” katalogā

izmantotā melnā krāsa burtiem un baltā krāsa lapu pamatam ir vispārpieņemts salikums drukātam tekstam, tādēļ to nevar atzīt par SIA „Balthaus” kataloga īpašu atšķirības zīmi.

[14.5] SIA „Mereons” un SIA „BaltHaus” izdotajiem katalogiem ir pilnīgi atšķirīgs apjoms: „kur dzīvot” - 38.lpp. 3.numurā, savukārt, „jaunie projekti”- 262.lpp. 2005.gada katalogā Nr.1(3). Tādējādi SIA „BaltHaus” katalogā attiecīgi ietverts vairāk informācijas.

[14.6] SIA „Mereons” katalogā „kur dzīvot ...” izvietotās reklāmas atbilst tematikai par mājokļu iegādi, labiekārtošanu utt. SIA „BaltHaus” katalogā „jaunie projekti” tiek ievietotas arī, piemēram, rotaslietu, mobilo telefonu, veikalu u.c., reklāmas (2005.gada katalogs Nr.1(3)), kas nav saistītas ar nekustamo īpašumu tematiku. Lappušu numerācija ir izvietota katalogā „jaunie projekti” lappušu augšējā stūrī, bet katalogā „kur dzīvot” – apakšējā.

[14.7] Katalogā „kur dzīvot” pirmā nodaļa nosaukta „Aktuāli”, tajā paredzēts katrā numurā savai tematikai veltīts apraksts. SIA „BaltHaus” kataloga sākumā ir vairāki raksti, saistīti ar nekustamā īpašuma tirgu, turklāt ne tikai sākumā, bet arī turpmākajās lappusēs (2005.gada katalogs Nr.1(3) - 88., 121.lpp.). Vispārīgs tematisks apraksts kataloga sākumā nav uzskatāms par īpašu SIA „BaltHaus” kataloga pazīmi, tādi ir gan katalogā „m x m” (piemēram, Nr.5, 2004.,5.-12.lpp.), gan „m” (piemēram, Nr.19, 2005.,2.-7.lpp.). Gan periodiskie izdevumi, gan cita veida izdevumi bieži sākas ar ievadu, piemēram, vispārīgu izklāstu par vēlāk aprakstīto tēmu, rakstu darba tapšanas vēsturi, autora biogrāfiju utt.

[14.8] Nodaļu nosaukumi SIA „BaltHaus” katalogā ir izvietoti katras lappuses malā trijās valodās, bet augšmalā – vieta, kur projekts atrodas. Savukārt SIA „Mereons” katalogam – lappuses malā ir nodaļas nosaukums, bet augšmalā ir kataloga nosaukums.

[14.9] Ievērojama atšķirības pazīme ir katalogos lietotās valodas. SIA „Mereons” kataloga sniegtā informācija ir tikai latviešu valodā, bet katalogā „jaunie projekti” – latviski, krieviski un angļiski.

[14.10] Gan katalogā „kur dzīvot ...”, gan katalogā „jaunie projekti” izlaiduma datos patērētājiem skaidri ir norādīts, kas ir šo katalogu izdevējs, tādējādi dodot iespēju patērētājam pārlicināties par tirgus dalībnieka – izdevēja identitāti un preces izcelsmi.

[15] Ņemot vērā iepriekš minēto, tiesa secina, ka Konkurences padome pamatoti atzinusi, ka, ņemot vērā iegūtos pierādījumus un noskaidrotos apstākļus, kataloga „kur dzīvot” atsevišķās pazīmes, tai skaitā SIA „Balthaus” norādītās – kataloga noformējums, ārējais izskats, nosaukums un to kopējais pasniegšanas veids un saturs, vērtējot kopsakarā ar kataloga „Jaunie projekti” sniegto informāciju, t.sk. kataloga noformējumu, ārējo izskatu un nosaukumu, nevar maldināt vidusmēra patērētāju, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, par SIA „Mereons” piedāvātā kataloga „kur dzīvot” izcelsmi.

Ņemot vērā iepriekš minēto, tiesa noraida kā nepamatotu pieteikumā minēto iebildumu, ka SIA „Mereons” izdotais katalogs satur tādas pazīmes, kas sakrīt ar pieteicēju kataloga ārējām pazīmēm, kas var maldināt par kataloga izdevēju tā pircējus, īpaši uzsverot, ka tas it sevišķi saskatāms katalogu nosaukumos. Tiesas ieskatā kataloga „kur dzīvot ...” noformējums, ārējais izskats un nosaukums ir tāds, ka vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, nevar tikt maldināts par kataloga „kur dzīvot ...” izcelsmi.

[16] Pieteicēji pieteikumā iebilduši pret Lēmumā sniegto atbildētāja secinājumu, ka „vidusmēra patērētājs”, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, nevar tikt maldināts par SIA „Mereons” piedāvātā kataloga „kur dzīvot” izcelsmi, jo lēmumā nav norādīts uz kāda pamata šāds secinājums izdarīts. Pieteicēji norādījuši, ka nepastāv pamatoti kritēriji, lai varētu identificēt „vidusmēra patērētāju”.

Tiesa faktisko un tiesisko apstākļu izvērtējumā uzskata par nepieciešamu noskaidrot un izvērtēt izveidojušos praksi Latvijā, kā arī tās saistību ar Eiropas Kopienas attiecīgajiem tiesību aktiem un to interpretāciju Eiropas kopienu tiesas nolēmumos.

[17] Atbildētājs iesniegtajā rakstveida paskaidrojumā (lietas 35.lapa) norādījis uz līdzšinējo atbildētāja praksi, kas attiecas uz preču veicināšanas pasākumu izvērtējumu (reklāmu). Atbildētājs pamato, ka savā praksē ir atzinis, ka ir jāņem vērā tas, kā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs un līdz ar to iespējamā maldinājuma mērogs ir nevis paviršs, nolaidīgs un vieglprātīgs, bet gan vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs.

Norādāms, ka Administratīvā tiesa savos spriedumos (skat. Administratīvās rajona tiesas 2004.gada 28.oktobra spriedums lietā Nr.42064704 un Administratīvās apgabaltiesas 2005.gada 8.novembra spriedums lietā Nr.A42064704) atzinusi iepriekš minētos kritērijus par pamatotiem un pareiziem.

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK (2005.gada 11.maijs), kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr.2006/2004 ("Negodīgas komercprakses direktīva") preambulas 18.punktā noteikts, ka saskaņā ar proporcionalitātes principu un lai dotu iespēju efektīvi piemērot aizsargpasākumus, kas paredzēti šajā direktīvā, tajā par atsaucē lielumu izmantots pietiekami labi informēts, kā arī pietiekami vērīgs un piesardzīgs vidusmēra patērētājs, ņemot vērā sociālos, kultūras un valodas faktoros.

Tāpat Negodīgas komercprakses direktīvā noteikts, ka metode, ar kuru tiek noteikts vidusmēra patērētājs, nav statistiska metode, bet attiecīgo valstu tiesām vai iestādēm jāizmanto pašu lemtspēja, lai noteiktu vidusmēra patērētāja tipisko reakciju katrā konkrētā gadījumā.

Arī Eiropas kopienu tiesas savos spriedumos attiecībā uz maldinājuma iespēju norādījusi, ka tā izvērtējumā tiesa ņem vērā samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu vidusmēra patērētāju (skat., piemēram, Eiropas Kopienu tiesas 2001.gada 25.oktobra sprieduma lietā Nr.C-112/99 52.punktu, 2007.gada 19.aprīļa sprieduma lietā Nr.C-381/05 23.punktu).

Tiesa secina, ka augstāk minētais izvērtējums ir vispāratzīts un atbildētājs, pieņemot Lēmumu, atbilstoši izvērtējis lietā esošos pierādījumus un pieteicēju un trešās personas argumentus.

[18] Ņemot vērā iepriekš minēto [12]-[17], tiesa atzīst, ka, izdodot katalogu „kur dzīvot...”, SIA „Mereons” rīcībā nav konstatējams Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punkta pārkāpums.

[19] Pieteicēja pārstāve tiesas sēdē norādīja, ka iestāde nav atbilstoši APL 59.panta pirmajai daļai pati savākusi pierādījumus. Ja jau pieteicēji neiesniedza pietiekamus pierādījumus, tos vajadzēja pieprasīt. Iestāde nav sniegusi informāciju, kas ir uzskatāms par „citām pazīmēm”. Pieteicēju kataloga pamatnosaukums ir „jauno projektu katalogs”, pieteicēji to būtu spējuši pierādīt.

Tiesa noraida šo iebildumu kā nepamatotu. Konkurences likuma 6.panta pirmās daļas 1.punkts noteic, ka Konkurences Padome uzrauga, kā tiek ievērots tirgus dalībnieku dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas, negodīgas konkurences un vienošanās aizliegums, kas noteikts šajā likumā, citos normatīvajos aktos un starptautiskajos līgumos. No tā ir secināms, ka Konkurences padomei ir pienākums uzraudzīt negodīgas konkurences aizliegumu.

Tomēr Konkurences likuma 23.panta pirmā daļa noteic, ka lietu ierosina, ja likuma pārkāpuma novēršanā pamatoti ieinteresētā persona iesniedz rakstveida iesniegumu. Pamatoti ieinteresēta persona ir persona, kurai pārkāpuma dēļ ir radies vai var rasties tiesību vai tiesisko interešu aizskārums, kā arī pārkāpumā iesaistītā

persona. Savukārt šī panta otrā daļa noteic, ka iesniegumā norāda dokumentāri pamatotu informāciju par: 1) iespējamā pārkāpumā iesaistītajām personām; 2) pierādījumiem, kuri liecina par iespējamo pārkāpumu un uz kuriem pamatots iesniegums; 3) Konkurences likuma normām, kuras, iespējams, ir pārkāptas; 4) faktiem, kas liecina par personas pamatotu ieinteresētību likuma pārkāpuma novēršanā; 5) pasākumiem, kas veikti pārkāpuma izbeigšanai pirms tam, kad Konkurences padome saņēmusi iesniegumu.

Tātad ir secināms, ka likums uzliek par pienākumu pamatoti ieinteresētajai personai, šajā gadījumā pieteicējiem, aktīvi līdzdarboties, iesniedzot informāciju par pierādījumiem, kas liecina par iespējamo pārkāpumu. 2005.gada 14.jūnija Konkurences padomes un SIA „Balthaus” pārstāvju sarunu protokolā pieteicēju pārstāve valdes locekle *A.Z.* un izpilddirektore *T.A.* (*lietas lapa 50-53*) norāda, ka „pazīmes, kas norāda uz atdarināšanu, ir iekļautas iesniegumā. Vairāk nekas nav”. No lietas materiāliem ir konstatējams, ka iestāde saņēma gan SIA „Balthaus”, gan SIA „Mereons” vairākus iesniegumus un paskaidrojumus (*lietas lapa 43-45; 50-53; 64-67; 74; 76-79; 122-123; 128-131*). Ņemot vērā iepriekš minēto, tiesa atzīst, ka iestādes rīcībā nav saskatāmas APL 59.panta pārkāpuma pazīmes.

[20] Ņemot vērā iepriekš minēto, tiesa atzīst, ka, iestāde pamatoti izbeidza lietas izpēti, jo netika konstatēts fakts par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punkta pārkāpumu. Līdz ar to nav pamata Konkurences padomes 2005.gada 5.oktobra lēmuma Nr.49 atcelšanai, jo Lēmums ir tiesisks un pamatots, bet pieteikums ir noraidāms.

### **Rezolutīvā daļa**

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 246.-251. un 289.-291.pantu, Administratīvā rajona tiesa

#### **nosprieda:**

noraidīt sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Balthaus” un sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Jaunie Projekti” pieteikumu par Konkurences padomes 2005.gada 5.oktobra lēmuma Nr.49 (prot.nr.50,8.§) atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā divdesmit dienu laikā no sprieduma pasludināšanas dienas, iesniedzot apelācijas sūdzību Administratīvajā rajona tiesā.

Tiesnese

(paraksts)

D.Ābele

NORAKSTS PAREIZS

Administratīvās rajona tiesas

Tiesnese \_\_\_\_\_ D.Ābele

Rīgā, 2007.gada 13.jūlijā