



## KONKURENCES PADOME

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

### L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 46

(Prot. Nr.48, 6.§)

2005.gada 23.septembrī

#### **Par lietas neierosināšanu**

*Par a/s „Telekom Baltija” 21.09.2005. iesniegumu Nr.2.22-09.021*

Konkurences padome 22.09.2005. saņēma a/s „Telekom Baltija” (turpmāk –Telekom Baltija) 21.09.2005. iesniegumu Nr.2.22-09.021 *Par Reklāmas likuma pārkāpumu* (turpmāk - Iesniegums).

Iesniegumā norādīts uz SIA „Tele 2” (turpmāk –Tele2) interneta mājas lapā <http://www.news.tele2.lv/index.phtml/article/2078602> izplatīto reklāmu „Briest sazvanīšanās maratons” (turpmāk –internetā izplatītā Reklāma), kā arī vairākos televīzijas kanālos izplatīto reklāmu „Vienotais tarifs” (turpmāk –televīzijā izplatītā Reklāma), kas uzskatāmas par maldinošām, un ar tām tiek pārkāpts godīgas konkurences princips.

Telekom Baltija uzskata, ka gan internetā, gan televīzijā izplatītās Reklāmas ir maldinošas saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta otro daļu. Internetā izplatītajā Reklāmā tiek norādīts, ka, atjaunojot „savu Zelta zivtiņu par Ls 0,99”, var zvanīt „vairāk, nekā pusmiljonam Zelta zivtiņas lietotāju, maksājot tikai 6,2 sant./min.” Iesniedzējs norādījis, ka internetā izplatītajā Reklāmā netiek norādīts, ka minētais tarifs darbojas tikai: 1/ darbdienās no plkst.20.00 līdz plkst.7.00; 2/ brīvdienās; 3/ tikai līdz šī gada septembra beigām. Internetā izplatītajā Reklāmā sniegtā informācija ir nepilnīga un neattēlo patiesību, un tādējādi tiek maldināts patērētājs par telekomunikāciju pakalpojumu cenu, nedodot tam iespēju būt informētam par konkrētā pakalpojuma patieso cenu un termiņu. Šādas Reklāmas rezultātā patērētājs var pieņemt sev kaitīgu lēmumu, izmantojot pakalpojumus, kuru cena reāli izrādās lielāka. Patērētājam pieņemot šādu ekonomisko izvēli, tiek radīts kaitējums konkurentam jeb veidojas negodīga konkurence.

Iesniegumā norādīts, ka „papildināt Zelta zivtiņu par 99 santīmiem iespējams: Hansabankas internetbankā un Mobilajā banka, izmantojot pakalpojumu Zelta īsziņa, Parex bankas un Latvijas Krājbankas filiālēs, vairāk nekā 1000 veikalos visā Latvijā”. Tādējādi Iesniedzējs uzskata, ka uz patērētāju nevar attiecināt frāzi „vidusmēra patērētājs”, kas ir labi informēta persona, un pirms nolemt izdarīt izvēli un uzņemties noteiktas saistības, iepazīsies ar līguma par telekomunikāciju pakalpojumu saņemšanas noteikumiem. Konkrētajā gadījumā vienīgais informācijas avots patērētājam ir internetā izplatītā Reklāma. Papildus norādīts, ka tieši šāds internetā izplatītajā Reklāmā minētais tarifu plāns, kurā norādīts, ka tas darbojas tikai „brīvdienās”, ir nekorekts un maldinošs, jo nevienā normatīvajā aktā nav sniegta

definīcija vai skaidrojums, kas ir „brīvdiena”, kas katram patērētājam var būt individuāla vai var nebūt nemaz.

Telekom Baltija norādījusi, ka arī televīzijā izplatītā Reklāma saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta otro daļu ir uzskatāma par maldinošu, jo šajā Reklāmā tiek norādīts, ka sarunas ir bezmaksas. Patiesībā patērētājam sarunas nav bez maksas, jo pastāv izmaksas, izmantojot Tele2 piedāvāto sarunu tarifu „Vienotais tarifs”, kas veidojas no vairākiem lielumiem: 1/ abonēšanas maksa Ls 3,99 mēnesī; 2/ maksa par savienojumu Ls 0,09. Tāpat televīzijā izplatītajā Reklāmā nav norādīts, ka „vienotais tarifu plāns nav savienojams ar citām sarunu atlaidēm”. Iesniedzējs norādījis arī uz vairākiem ierobežojumiem un/vai izņēmumiem, kuru gadījumā patērētājs nevar pievienoties šim tarifu plānam, t.i., 1/ ja abonentam ir noslēgts līgums par Tele2 subsidēto telefonu ar Starta plānu, un no līguma noslēgšanas brīža nav pagājuši 12 mēneši, un abonents vēlas tarifu plānu nomainīt uz Vienoto tarifu, tad abonentam ir jāmaksā vienreizēja tarifa plāna maiņas maksa Ls 5,00; 2/ ja abonentam ir noslēgts līgums par Tele2 telefonu uz nomaksu ar jebkuru no tarifu plāniem, un no līguma noslēgšanas brīža nav pagājuši 12 mēneši, un abonents vēlas tarifu plānu nomainīt uz Vienoto tarifu, tad abonentam ir jāmaksā vienreizēja tarifu plāna maiņas maksa Ls 5,00.

Iesniegumā norādīts, ka televīzijā izplatītajā Reklāmā nav norādīta arī šāda svarīga informācija saskaņā ar kuru patērētājam –klientam automātiski tiek mainīts tarifu plāns „Vienotais tarifs”, kas „it kā ir bezmaksas”, uz citu tarifu plānu saskaņā ar kuru klientam sarunas vairs nebūs „bezmaksas”, informācija par atlaidēm, kas bija piemērojamas klienta sarunām saskaņā ar tarifu plānu, un kas bija piemērojamas līdz brīdim, kad klients pievienojās tarifu plānam „Vienotais tarifs”, bet kas nebūs piemērojamas, ja klients pieslēgsies tarifu plānam „Vienotais tarifs”, kā arī gadījumā, kad klientam piemērojams tarifu plāns „Vienotais tarifs” automātiski tiks nomainīts uz citu tarifu plānu: 1/ ja klients izvēlas pieslēgt Vienoto tarifu plānu, tad tiks slēgtas visas sarunu atlaides, jo tās nav savienojamas ar šo tarifu plānu, tāpat tiks atslēgti Drauga tālruni, Slēgtās lietotāju grupas, līzings un subsidēto telefonu sarunu atlaides, visas spēkā esošās sarunu atlaides; 2/ ja klients izvēlas pieslēgt Vienoto tarifu plānu, tad Tele2 nodrošinās klientiem tehnisku iespēju lietot Vienoto tarifu Tele2 tīklā līdz 5000 minūtēm mēnesī, bet, pārsniedzot Tele2 noteikto sarunu minūšu limitu Tele2 tīklā kalendārā mēnesī, abonents līdz attiecīgā kalendārā mēneša beigām tiek pārslēgts uz Starta tarifu; 3/ zvanot uz Zelta zivtiņas numuriem no numura, kam ir pieslēgts Vienotais tarifu plāns, netiks aprēķināts ienākošo zvanu bonuss.

Telekom Baltija vērs uzmanību uz to, ka tarifu plānā „Vienotais tarifs” noteiktās „bezmaksas sarunas”, par kurām tomēr ir jāmaksā, ir attiecināmas tikai uz sarunām Tele2 tīklā. Līdzko patērētājs veiks zvanus uz citu telekomunikāciju pakalpojumu sniedzēju publisko mobilo un/vai fiksēto tīklu, tā patērētājam vairs netiks piemērots 0,00 sant./min. sarunu tarifs, bet gan augstāks (augstākie sarunu tarifi nav zemāki par 0,09 sant./min.).

Ņemot vērā minēto, Iesniedzējs uzskata, ka Tele2 televīzijā izplatītā Reklāma, kurā norādīts vienīgi tas, ka sarunu tarifs ir bezmaksas, maldina patērētājus. Patērētājam šis piedāvājums, iespējams, ir ekonomiski neizdevīgāks, nekā citu telekomunikāciju pakalpojumu sniedzēju piedāvātais, taču, dzirdot vai lasot televīzijā izplatītās Reklāmas maldinošos saukļus, rodas iespaids, ka norādītais tarifu plāns ir izdevīgāks. Reklāmā atspoguļotais cenas norādījums „bezmaksas” nesniedz patērētājam skaidru priekšstatu par novērtējumam piedāvātā pakalpojuma cenu.

Telekom Baltija uzskata, ka Tele2, internetā un televīzijā izplatot Iesniegumā norādītā satura Reklāmas, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 4.panta otras daļas 3.punktu, 8.pantu un Konkurences likuma 18.panta pirmo daļu.

Iesniegumā lūgts izvērtēt Tele2 internetā un televīzijā izplatīto Reklāmu atbilstību Reklāmas likuma un citu normatīvo aktu prasībām, aizliegt turpmāk izplatīt Iesniegumā norādītā satura internetā un televīzijā izplatītās Reklāmas, atsaukt minētās Reklāmas, kā arī

administratīvi sodīt Tele2 saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>26</sup> pantu.

Izvērtējot Iesniegumā norādīto informāciju, Konkurences padome

### **konstatēja:**

Telekom Baltija” Iesniegumā norādītā Tele2 interneta mājas lapā <http://www.news.tele2.lv/index.phtml/article/2078602> izplatītā informācija „Atjauno savu Zelta zivtiņu par Ls 0,99 un zvani vairāk nekā pusmiljonam Zelta zivtiņas lietotāju, maksājot tikai 6,2 sant./min.”, un televīzijas kanālos izplatītā informācija par to, ka, lietojot tarifu plānu „Vienotais tarifs”, sarunas ir „bezmaksas”, ņemot vērā šādas informācijas saturu un pasniegšanas veidu, ir uzskatāmas par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē. Arī pēc būtības Iesniegumā un tam pievienotajos materiālos faktiski norādīts uz Tele2 internetā un televīzijā izplatīto reklāmu neatbilstību tiesību normām un reklāmas devēja atbildību, kā arī pēc būtības Iesniedzēja iebildumi ir par minētajos veidos izplatītās reklāmas saturu. Speciālā tiesību norma, kas nosaka jebkurai reklāmai izvirzāmās prasības, tiesiskuma kritērijus, kā arī procesa dalībnieku tiesības, pienākumu un atbildību sakarā ar reklāmas izplatīšanu un tās izvērtēšanu, ir Reklāmas likums. Tādējādi, ievērojot minēto, un Iesniegumā norādīto, Konkurences padome 2005.gada 23.septembrī nolēma ierosināt lietu uz Telekom Baltija Iesnieguma pamata par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas, 4.panta otrās daļas 3.punkta un 8.panta iespējamiem pārkāpumiem Tele2 darbībā, internetā un televīzijā izplatot Iesniegumā norādītā satura reklāmas.

Ņemot vērā minēto, Iesniegumā norādītie apstākļi tiks izvērtēti un lēmums tiks pieņemts saskaņā ar Reklāmas likumā kā speciālajā tiesību normā noteiktajām materiālajām un procesuālajām tiesību normām, ierobežojot Konkurences likuma 18.pantā noteiktā negodīgas konkurences aizlieguma tiesiskā sastāva kā vispārējās tiesību normas piemērošanu. Šajā sakarā Konkurences padome ir ņēmusi vērā arī tās līdzšinējo praksi (Konkurences padomes 18.03.2005. lēmums Nr.8, 20.05.2005. lēmums Nr.16, 02.08.2005. lēmums Nr.32), neierosinot izpētes lietas par Konkurences likuma 18.pantā noteikto negodīgas konkurences aizlieguma iespējamo pārkāpumu, ja iesniedzēja iebildumi faktiski ir vērsti pret izplatīto reklāmu.

Ņemot vērā minēto un, pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 18.panta trešās daļas 1., 2., 3.punktu, 23.panta trešo daļu, Konkurences padome

### **nolēma:**

neierosināt lietu uz a/s „Telekom Baltija” 21.09.2005. iesnieguma Nr.2.22-09.021 *Par Reklāmas likuma pārkāpumu* pamata daļā par Konkurences likuma 18.panta iespējamo pārkāpumu SIA „Tele 2” darbībā.

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

Priekšsēdētājs

P.Vilks