



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 68

(Prot. Nr.34, 12.§)

2007.gada 14.jūnijā

Par lietas neierosināšanu

Par SIA „BCM Baltijas Celtniecības Mašīna” 22.05.2007. iesniegumu

Konkurences padome 25.05.2007. saņēma SIA “BCM Baltijas Celtniecības Mašīna” 22.05.2007. iesniegumu (turpmāk – Iesniegums). Iesniegumā norādīts, ka SIA „Witraktor” savā interneta mājas lapā un radio SWH ēterā izplata maldinošu reklāmu, norādot, ka Caterpillar Inc., kuras pārstāvis ir iespējamais pārkāpējs, ir izgatavojusi lielāko buldozeru pasaulē.

Iesniedzējs uzskata, ka sludinājuma teksts „*Tur jau viņš nāk! Pasaulē lielākais buldozers! CATERPILLAR buldozers! Bet tu proti to savaldīt! Tu pat proti to remontēt!*” ir reklāma, kas rada nepārprotamu iespaidu, ka Caterpillar Inc. ir izgatavojusi lielāko buldozeru pasaulē.

SIA “BCM Baltijas Celtniecības Mašīna” (turpmāk – BCM) norāda, ka minētais apgalvojums ir nepatiess un ka saskaņā ar SIA „Witraktor” mājas lapā esošo informāciju lielākais Caterpillar Inc. izgatavotais buldozera modelis ir D11R CD (jauda – 634 kW, masa – 113 000 kg). Turpretim Komatsu Ltd., kuras pārstāvis ir BCM, izgatavotā buldozera modeļa D575A-3 Super Dozer dzinēja jauda ir 858 kW un masa – 152 600 kg. Tāpat BCM norāda, ka buldozeru svarīgākie raksturojošie lielumi ir tieši to masa un dzinēja jauda.

Iesniedzējs uzskata, ka sludinājumā izteiktais apgalvojums, ka Caterpillar Inc. ir izgatavojusi „lielāko buldozeru pasaulē”, kaitē BCM kā mašīnu izplatītājam Latvijas tirgū un ka tādā veidā tiek celta Caterpillar Inc. mašīnu reputācija un samazināta Komatsu Inc. reputācija. Iesniedzējs norāda, ka reklāmā izteiktais paziņojums var ietekmēt potenciālo pircēju izvēli (ekonomisko rīcību) par labu Caterpillar Inc. mašīnām arī tādās situācijās, kad netiek lemts par paša lielākā buldozera iegādi.

Norāda, ka tāda reklāma atbilst Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā noteiktajām maldinošas reklāmas pazīmēm.

Nemot vērā iepriekšminēto, BCM lūdz Konkurences padomi izskatīt lietu par iespējamo Reklāmas likuma pārkāpumu, publicējot maldinošu reklāmu; aizliegt reklāmas izplatīšanu; pieprasīt reklāmas atsaukumu un piemērot iespējamajam pārkāpējam administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā.

Iesniegums pamatots ar Reklāmas likuma 8.panta pirmo daļu un otro daļu.

Pārbaudot Iesniegumā un tam pievienotajos materiālos norādīto informāciju, Konkurences padome

konstatēja:

04.06.2007. Konkurences padome saņēma Patērētāju tiesību aizsardzības centra 31.05.2007. vēstuli, ar kuru pēc piekritības nosūtīts BCM 22.05.2007. Iesniegums ar pielikumiem, kas ir identisks Konkurences padomē 25.05.2007. saņemtajam BCM Iesniegumam.

Konkurences padome 06.06.2007. saņēma SIA „Witraktor” 06.06.2007. vēstuli, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 29.05.2007. vēstulē Nr.1178 norādīto aicinājumu sniegt informāciju par SIA „Witraktor” izplatīto sludinājumu.

SIA „Witraktor” paskaidrojusi, ka BCM Iesniegumā neprecīzi norādīts, ka izplatītais darba sludinājums sastāv tikai no frāzēm „*Tur jau viņš nāk! Pasaulē lielākais buldozers! Caterpillar buldozers! Bet Tu proti to savaldīt! Tu pat proti to remontēt!*” Norāda, ka minētās frāzes ir tikai daļa no SIA „Witraktor” darba sludinājuma, kas tika veidots kā ievadfrāzes, kas atspoguļo vizualizāciju par diendusā guļošu servisa meistarū, kurš līdzīgi kā kovbojs sapņo par savvaļas zirgu savaldīšanu, sapņaini asociē Caterpillar buldozeru kā buldozeru, kuru tas kāro kādreiz remontēt. Savukārt ar sludinājuma otro daļu „*Jā, mēs meklējam tieši Tevi! Servisa mehāniķi ar tehnisko izglītību! Sūti īsziņu ar tekstu „GRIBU REMONTĒT” uz numuru 26 15 16 17, un Tev atzvanīs, vai arī sūti savu CV uz e-pastu jelena.dobrjanceva@wihuri.com*” tika uzrunāti ieinteresētie potenciālie meistari un tie tika aicināti pieteikties darbā. Norāda, ka sludinājumā ietvertās ievadfrāzes ir izvērtējamā tikai ciešā kopsakarībā ar tām sekojošo konkrēto aicinājumu pieteikties darbā servisa mehāniķus, un par sludinājuma jēgu nevar tikt spriests analizējot to pa sastāvdaļām. Tāpat SIA „Witraktor” savā atbildes vēstulē norāda, ka sludinājums tika veidots tikai un vienīgi ar mērķi radīt interesi starp potenciālajiem darbiniekiem par darbu ar Caterpillar mašīnām. Pēc SIA „Witraktor” ieskata izplatītais darba sludinājums, pretēji BCM Iesniegumā norādītajam nav ne veidots, ne izplatīts kā reklāma, jo saskaņā ar Reklāmas likums 1.pantu par reklāmu ir uzskatāms tāds paziņojums, kura nolūks ir veicināt preču un pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Minētais sludinājums ne pēc tā formas, ne satura neatbilst minētajai definīcijai, jo tā mērķis ir bijis tikai un vienīgi pieņemt darbā jaunus speciālistus traktortehnikas remontam. Attiecīgi uz darba sludinājumu atsaucās virkne pretendentu, un veicot darba intervijas ar atlasītajiem piemērotākajiem kandidātiem, SIA „Witraktor” pieņēms darbā trīs jaunus servisa mehāniķus. Šo faktu apliecina SIA „Witraktor” Konkurences padomei iesniegtajiem dokumentiem pievienotā jau noslēgtā darba līguma kopija. Bez tam SIA „Witraktor” norāda, ka līdz ar nepieciešamo speciālistu noalgošanu, sludinājuma atskaņošana tika izbeigta.

Vienlaikus SIA „Witraktor” iesniedza Konkurences padomē pieprasīto dokumentu kopijas, kas apstiprina Iesniegumā norādītās Reklāmas izplatīšanu, to skaitā, izvietojuma grafiku, samaksu apliecināšanu dokumentu kopijas, kā arī Reklāmas ieraksta kopiju CD formātā.

Tāpat SIA „Witraktor” sniedza Konkurences padomei informāciju par konkrētā sludinājuma izplatīšanas laiku un izplatīšanas veidu.

Reklāmas likuma 1.pantā noteikts, ka *Reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.*

No minētās tiesību normas izriet, ka komercreklāmas būtiskākās pazīmes ir, pirmkārt, jebkura veida un formas paziņojums, vai pasākums, kas ir saistīts ar saimniecisko darbību, un otrkārt, mērķis – veicināt reklāmdevēja preču vai pakalpojumu noietu (skat. Konkurences padomes 31.01.2007. lēmumu Nr.1, publicēts Latvijas Vēstnesī 15.02.2007. Nr.27; Konkurences padomes 15.11.2006. lēmumu Nr.130, publicēts 08.12.2006. Latvijas Vēstnesī Nr.196). Turklāt Konkurences padome ir secinājusi, ka minētā definīcija būtībā ietver divus

savstarpēji saistītus reklāmas mērķus - iepazīstināt potenciālos patērētājus ar reklamēto firmu, tās piedāvātajām precēm/pakalpojumiem, kā arī ieteikt patērētājiem izmēģināt reklamētās preces pakalpojumus (Konkurences padomes 14.07.2005. lēmums Nr.28).

Saskaņā ar LR Darba likuma 32.pantu, *pastāvot brīvām darba vietām darba devējs ir tiesīgs publiski izplatīt attiecīgās vakances darba sludinājumu.*

Latviešu valodas svešvārdu vārdnīcā termins „sludinājums” skaidrots kā īss paziņojums iedzīvotājiem laikrakstā, radio vai tamlīdzīgi (skat. Latviešu valodas vārdnīca, izdevniecība „Avots”, 2005.g.). Savukārt latviešu literatūras vārdnīcā „sludinājums” definēts arī kā publisks paziņojums rakstveidā vai mutvārdos, parasti par kādu darba piedāvājumu vai sadzīvisku faktu.

Ņemot vērā iegūto informāciju, konstatēts, ka laika periodā no 07.05.2007. līdz 01.06.2007. radiostacijās Radio SWH, Star FM, Radio Skonto un Latvijas Radio 2, kā arī SIA „Witraktor” interneta mājas lapā www.witraktor.lv tika izplatīts SIA „Witraktor” servisa mehāniķa vakances darba sludinājums, kura pilns teksts ir: *„Tur jau viņš nāk! Pasaulē lielākais buldozers! Caterpillar buldozers! Bet tu proti to savaldīt! Tu pat proti to remontēt! Jā, mēs meklējam tieši Tevi! Servisa mehāniķi ar tehnisko izglītību! Sūti īsziņu ar tekstu „GRIBU REMONTĒT” uz numuru 26151617, un Tev atzvanīs, vai arī sūti savu CV uz e-pastu jelena.dobrjanceva@wihuri.com”.*

Konkurences padome norāda, ņemot vērā, ka apstrīdētajā sludinājumā ietvertie atsevišķie paziņojumi veido kopējo tā tekstu un līdz ar to tā faktisko jēgu un nozīmi, sludinājumā ietvertā informācija ir vērtējama kopsakarā, lai konstatētu tās atbilstību Reklāmas likuma 1.panta noteikumiem. Izvērtējusi sludinājuma saturu, noformējumu, pasniegšanas veidu, Konkurences padome piekrīt SIA „Witraktor” paskaidrotajam, ka sludinājums veidots ar mērķi uzrunāt un radīt interesi starp potenciālajiem darbiniekiem par darbu ar Caterpillar mašīnām un aicināt tos pieteikties darbā un šī sludinājuma mērķauditorija ir traktortehnikas mehāniķi. Faktu, ka SIA „Witraktor” izplatītajai informācijai ir minētais mērķis un mērķauditorija un tas vērtējams tieši kā SIA „Witraktor” darba sludinājums apstiprina, pirmkārt, sludinājumā potenciālajiem darbiniekiem tiešā tekstā adresētās informācijas saturs, t.i., informācija, kas satur prasības attiecībā uz darbinieka kvalifikāciju *„Bet tu proti to savaldīt! Tu pat proti to remontēt! Jā, mēs meklējam tieši Tevi! Servisa mehāniķi ar tehnisko izglītību!”* un tai sekojošā jebkuram darba sludinājumam raksturīgā informācija par pieteikšanās iespējām uz vakanto amata vietu *„Sūti īsziņu ar tekstu „GRIBU REMONTĒT” uz numuru 26151617, un Tev atzvanīs, vai arī sūti savu CV uz e-pastu jelena.dobrjanceva@wihuri.com”.* Otrkārt, sludinājuma teksts interneta mājas lapā www.witraktor.lv ir ietverts sadaļas „Aktualitātes” apakšsadaļā „Darba piedāvājumi”, tādējādi ievērojot šīs informācijas izvietojuma veidu, secināms, ka sludinājuma sniegšanas nolūks ir tieši profesionāla darbaspēka piesaiste SIA „Witraktor”. Treškārt, atbilstoši SIA „Witraktor” norādītajam uz minēto darba sludinājumu atsaukušies vairāki pretendenti, no kuriem trīs servisa mehāniķi tiks pieņemti darbā, un sludinājuma izplatīšana ar to izbeigta. Arī minētais apstiprina SIA „Witraktor” sludinājuma sniegšanas nolūku. Pie šādiem apstākļiem SIA „Witraktor” sludinājuma izplatīšana nav uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, un līdz ar to nav pamata ierosināt lietu par Reklāmas likuma iespējamajiem pārkāpumiem un izvērtēt izplatītā sludinājuma atbilstību Reklāmas likuma 8.panta noteikumiem.

Savukārt, ciktāl tas attiecas uz SIA „Witraktor” sludinājumā izvēlēto informācijas pasniegšanas veidu, Konkurences padome norāda, ka jebkuram tirgus dalībniekam Latvijā nepastāv ierobežojumi izplatīt sludinājumus ar darba piedāvājumiem, ciktāl šādi sludinājumi atbilst normatīvajiem aktiem. Darba likums nenosaka ierobežojumus attiecībā uz darbaspēka piesaistes līdzekļu un izteiksmes veida izvēli. Pat ja apstrīdētais sludinājums satur atsevišķus elementus, kas raksturīgi reklāmai, ņemot vērā iepriekš konstatēto konkrētā sludinājuma mērķauditoriju, sludinājums nevar maldināt šo mērķauditoriju, ietekmējot to ekonomisko

rīcību un tādējādi kaitējot konkurentiem, t.i. Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā noteiktajā veidā. Turklāt sludinājums iepriekš minētajā veidā nevar maldināt arī potenciālos klientus, kurus tostarp tas iespējami var sasniegt, ne tikai ievērojot tā formu un pasniegšanas veidu un konstatēto specifisko mērķi un mērķauditoriju, bet arī faktu, ka, pieņemot lēmumu iegādāties buldozeru, persona izvērtē daudzus dažādus tehniskus [protams, arī finansiālus] buldozera darbību raksturojošus rādītājus atkarībā no buldozera izmantošanas paredzamā mērķa, un buldozera lielums ir tikai viens no šiem rādītājiem.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta pirmo daļu, Darba likuma 32.pantu un Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu,

nolēma:

neierosināt lietu uz SIA “BCM Baltijas Celtniecības Mašīna” 22.05.2007. iesnieguma pamata par Reklāmas likuma 8.panta iespējamo pārkāpumu SIA „Witraktor” darbībās.

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

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme