



## KONKURENCES PADOME

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

### L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 104

(Prot. Nr.55, 2.§)

2006.gada 20.septembrī

#### **Par lietas izpētes izbeigšanu**

*Par SIA „Lattelecom” 13.06.2006. iesniegumu Nr.17-2/06-542*

*Lieta Nr.1456/06/09/8*

Konkurences padome 15.06.2006. saņēma SIA „Lattelecom” (turpmāk –Lattelecom) 13.06.2006. iesniegumu Nr.17-2/06-542 (turpmāk –Iesniegums).

Iesniegumā norādīts, ka 2006.gada preses izdevumā „Rīgas Viļņi” Nr.20 (iespējams arī citos minētā laikraksta izdevumos) izplatīta SIA „Baltkom TV SIA” (turpmāk –Baltkom) reklāma, kurā salīdzinātas Baltkom sniegto telekomunikāciju pakalpojumu cenas ar Lattelecom pakalpojumu cenām (turpmāk –Reklāma). Iesniedzējs uzskata, ka Reklāma ir maldinoša Reklāmas likuma 8.panta izpratnē, jo klientiem tiek sniegta maldinoša informācija gan par elektronisko sakaru pieejamību (pakalpojumu pieejamība), gan par pakalpojuma tarifiem un to aprēķināšanas veidu un nosacījumiem: 1) maldinošs ir apgalvojums, ka klients var pats pieslēgt savu līniju Baltkom tīklam, jo telefona līnija nav klienta īpašums, bet elektronisko sakaru komersanta elektronisko sakaru tīkla sastāvdaļa; 2) ņemot vērā to, ka Reklāmā salīdzināti tikai divi elektronisko sakaru komersantu, kuri piedāvā fiksētos telekomunikāciju pakalpojumus - Lattelecom un Baltkom, tarifi, tad Reklāmā skaidri paustais „saglabā savu numuru” vērsts tieši un tikai uz Lattelecom klientiem, tos maldinot; 3) no Reklāmas teksta izriet, ka Latvijā ir tikai divi elektronisko sakaru komersanti, kuri piedāvā fiksētos telekomunikāciju pakalpojumu – Lattelecom un Baltkom; 4) faktiski saskaņā ar Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas (turpmāk –SPRK) interneta mājas lapā [www.sprk.gov.lv](http://www.sprk.gov.lv) pieejamo informāciju Latvijas Republikā ir reģistrēti vismaz 34 elektronisko sakaru komersanti, kuri nodrošina/ās fiksētās vietējās balss telefonijas pakalpojumus, mobilās vietējās balss telefonijas pakalpojumus un starptautiskos balss telefonijas pakalpojumus. Tostarp lielākie pakalpojumu sniedzēji ir VAS Latvijas Dzelzceļš, VAS Latvenergo, SIA Lattelenet u.c.; 5) numura saglabāšanas

pakalpojums jānodrošina visiem elektronisko sakaru komersantiem, kuriem piešķirti numerācijas resursi, un kuri sniedz balss telefonijas pakalpojumus un piešķir abonentiem numurus, tas nozīmē, ka numuru var saglabāt jebkura elektronisko sakaru komersanta abonents, kurš izmanto fiksētos balss pakalpojumus un vēlas pāriet pie cita pakalpojumu sniedzēja;

6) Reklāmā nav nekā minēts par piedāvājuma teritoriālo pieejamību.

Iesniegumā norādīts, ka objektīvu reklāmu vajadzēja veidot, ņemot vērā to, ka Lattelecom nav vienīgais fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējs, kas nodrošina fiksētos balss telefonijas pakalpojumu un numura saglabāšanas pakalpojumu, kā arī vajadzēja salīdzināt vēl ar citiem fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējiem, jo piedāvātie tarifi ir līdzvērtīgi gan Lattelecom piedāvājumam, gan arī Baltkom.

Iesniedzējs uzskata, ka Reklāma ir maldinoša un nepatiesa arī šādu zemāk norādīto iemeslu dēļ:

1) Reklāmā Baltkom salīdzina Lattelecom pamattarifus iekšzemes tālsarunām, sarunām ar LMT un Tele2 abonentiem, kā arī sarunas ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem. Reklāmā norādītās cenas ir maldinošas un Baltkom ir sniegusi nepilnīgu un izkropļotu informāciju par Lattelecom sniegto pakalpojumu cenu. Lattelecom pakalpojumu cenas iedalās atkarībā no diennakts laika –pamattarifs no plkst. 7.00 līdz 20.00 darbdienās; taupības tarifs no plkst. 20.00 līdz 7.00 darbdienās un sestdienās un svētku dienās, kā arī valsts svētku dienās no plkst.00.00 līdz 24.00; iekšzemes tālsarunas:

Pakalpojums	Pamata tarifi (Ls)	Taupības tarifi (Ls)	
		20.00-07.00 darbdienās	00.00-24.00 Sestdienās, svētdienās un valsts svētku dienās
Maksa par savienojumu	0,0118	0,0118	0,0118
Maksa par sarunas minūti Lattelecom tīklā	0,0708	0,0496	0,0496

Visi tarifi norādīti ar PVN (18%)

Norādīts, ka tāda pati tarifu piemērošana ir sarunām ar LMT un Tele2:

Pakalpojums	Pamata tarifi (Ls)	Taupības tarifi (Ls)	
		20.00-07.00 darbdienās	00.00-24.00 Sestdienās, svētdienās un valsts svētku dienās
Maksa par savienojumu	0,0118	0,0118	0,0118
Maksa par sarunas minūti	0,2242	0,1569	0,1569

Visi tarifi norādīti ar PVN (18%)

Iesniegumā norādīts, ka nepārprotami pirmais iespaids, redzot līdzās divas salīdzinoši atšķirīgās pakalpojuma cenas, ir iespaidīgs. Ja Baltkom salīdzinājumu būtu veicis objektīvi, norādot arī Lattelecom taupības tarifu, tad klientam, izvēloties pakalpojumu sniedzēju, būtu izvēles iespēja no tā, kurā laikā sarunas tiek veiktas –dienas laikā vai vakara stundās, un šādā situācijā klients, veicot iekšzemes tālsarunas, ietaupītu nevis 50%, kā to norāda Baltkom, bet gan tikai 28,6%. Norādot taupības tarifu līdzās tarifiem ar LMT un Tele2, 42% vietā ietaupītu vairs tikai 17,1%. T.sk., neprecīzi ir norādīti starptautisko sarunu tarifi, kas klientu maldina, jo Lattelecom piedāvātais tarifs (pamattarifs darbdienās no plkst.7.00 līdz 20.00) ar Angliju un Īriju ir 0,472 Ls/min. pamattarifa laikā un 0,3304 Ls/min taupības tarifa laikā, un ietaupījums taupības tarifa laikā ir 76%.

Lattelecom uzskata, ka jāņem vērā fakts, ka Baltkom piedāvājums adresēts iedzīvotājiem (par to liecina mēdiji, kur izvietota Reklāma), bet atbilstoši Lattelecom statistikai iedzīvotāji darba dienās (no plkst. 7.00 līdz 20.00) veic mazāk kā 35% sarunu. Saskaņā ar publiski pieejamo informāciju [www.baltkom.lv](http://www.baltkom.lv) Baltkom sarunu atlaides atkarībā no diennakts laika nepiedāvā.

2) Lattelecom saviem abonentiem piedāvā dažādas atlaides un tarifu plānus, tā piemēram, tarifu plānu „Mājas tarifs” un „Aktīvie tarifi”. Saskaņā ar Lattelecom statistiku uz 30.04.2006. 52% klientu bija izvēlējušies kādu no izvēles tarifu plāniem, kas norāda, ka šai iedzīvotāju daļai Lattelecom pakalpojumu lietotājiem salīdzinošā reklāma deva nepareizu priekšstatu par faktiskajiem tarifiem un sagaidāmo ietaupījumu. Salīdzinot ar 2005.gada aprīli izvēles tarifu plāna (Mājas tarifu, Aktīvo tarifu u.c.) abonentu skaits ir palielinājies par 72%. Iesniedzējs uzskata, ka minētās tendences liecina par to, ka ļoti daudz abonentu no pamata tarifiem pāriet uz kādu no izvēles tarifu plāniem, piemēram, Mājas tarifiem vai Aktīviem tarifiem, un iemesls tam ir tarifu izdevīgums, ko piedāvā šie tarifu plāni. Tādēļ Baltkom Reklāma maldina ne tikai Lattelecom Mājas tarifu un Aktīvo tarifu abonentus, bet arī esošos Lattelecom pamata tarifu abonentus, kuriem būtu izdevīgāk izvēlēties kādu no Lattelecom tarifu plāniem un ietaupīt, salīdzinot ar Baltkom tarifiem. Saņemot Baltkom maldinošo Reklāmu, ir klienti, kas kļūdaini izvēlas Baltkom telekomunikāciju pakalpojumus, pārmaksā un rezultātā atgriežas pie Lattelecom.

Nemot vērā iepriekš minēto, Iesniedzējs uzskata, ka Reklāma ir maldinoša. Reklāmas likuma mērķis ir aizsargāt patērētāja intereses, kā arī veicināt godīgu konkurenci. Tā iemesla dēļ Reklāmas likums aizliedz maldinošu reklāmu, kā arī regulē salīdzinošas reklāmas izplatīšanu. Lattelecom uzskata, ka Baltkom nav ievērojusi arī Reklāmas likumā noteiktās prasības salīdzinošai reklāmai, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 9.panta otro daļu, kas nosaka, ka salīdzinoša reklāma nevar būt maldinoša, un 9.panta trešo daļu. T.sk., Iesniegumā dota atsauce uz Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 3.punktu.

Lattelecom uzskata, ka Reklāma atbilst maldinošas reklāmas definējumam, jo faktiskie apstākļi atbilst šādām maldinošas reklāmas definējuma tiesiskā sastāva pazīmēm:

1) Reklāma maldina, jo saskaņā ar Baltkom Reklāmu Latvijas fiksēto telekomunikāciju sakaru nodrošinātāji ir tikai divi –Lattelecom un Baltkom.

2) Reklāmas maldinošā rakstura dēļ var tikt ietekmēta patērētāja ekonomiskā rīcība, kas kaitētu Lattelecom: pakalpojumu cenu salīdzinājums nav objektīvs, jo tiek salīdzināti Reklāmas devēja tarifi ar Lattelecom pamata tarifiem. Šāds salīdzinājums var radīt patērētājam priekšstatu, ka Reklāmas devēja tarifi ir lētāki, kaut arī tas neatbilst patiesībai, jo Lattelecom tarifu plāna tarifi ir vismaz tikpat izdevīgi. Iesniedzējs uzskata, ka neapšaubāmi, ka zemāku tarifu piedāvājums varētu ietekmēt patērētāju izvēli par labu Reklāmas devējam, tomēr, ja patērētājs saņemtu objektīvu informāciju, t.i., Reklāmas devēja tarifu plāna salīdzinājumu ar Lattelecom tarifu plāna ietvaros piedāvājumiem tarifiem, viņa izvēle varētu būt arī citāda. Tādējādi Reklāmas rezultātā negodīgi var tikt ietekmēta patērētāja izvēle, radot Lattelecom zaudējumus.

Pēc Lattelecom ieskata Reklāma ir salīdzinoša reklāma Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē, jo tajā izmantots Baltkom pakalpojumu tarifu salīdzinājums, kas tieši norāda uz Lattelecom kā Reklāmas devēja konkurenta fiksēto balss telefonsakaru jomā sniegtajiem pakalpojumiem.

Iesniedzējs uzskata, ka Reklāma neatbilst salīdzinošai reklāmai izvirzītajiem nosacījumiem, tāpēc ir prettiesiska, jo:

1) saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta otro daļu salīdzinoša reklāma nedrīkst būt maldinoša. Lattelecom uzskata, ka Reklāma ir maldinoša arī Reklāmas likuma 9.panta otrās daļas izpratnē, jo maldina patērētāju gan par Reklāmas devēju, gan attiecībā uz Reklāmas

saturu –tā maldina par viena no salīdzinājumiem pakalpojumiem izdevīgumu uz neobjektīvi atspoguļota Lattelecom pakalpojumu it kā neizdevīguma fona.

2) saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta trešo daļu salīdzinoša reklāma ir atļauta, ja tā atbilst visiem minētajā pantā ietvertajiem nosacījumiem. Salīdzinot tarifus, nav ņemtas vērā Lattelecom tarifu atlaides atkarībā no sarunas laika, kas pēc Iesniedzēja ieskata ir ļoti būtiski un ietekmē klienta izvēli sarunas laikam. Tāpēc salīdzinājums nav objektīvs un godīgs, un Reklāmā nav ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai noteiktais nosacījums.

Iesniegumā norādīts, ka Konkurences likuma mērķis ir aizsargāt, saglabāt un attīstīt brīvu un godīgu konkurenci visās tautsaimniecības nozarēs. Mērķa sasniegšanai Konkurences likums aizliedz konkurenci ierobežojošas darbības, tostarp arī negodīgu konkurenci. Lattelecom uzskata, ka Reklāmas devējs ir pārkāpis negodīgas konkurences aizliegumu, jo izplatītā Reklāma satur nepatiesu un nepilnīgu informāciju par Lattelecom piedāvāto pakalpojumu tarifiem, to veidošanas noteikumiem.

Iesniegumā lūgts Konkurences padomei izvērtēt Baltkom Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem; administratīvi sodīt Baltkom par konstatētajiem Reklāmas likuma pārkāpumiem; aizliegt Baltkom turpmāk izplatīt Reklāmu norādītajā redakcijā; uzlikt par pienākumu Baltkom atsaukt Reklāmu; izvērtēt Reklāmas atbilstību Konkurences likuma normām.

Konkurences padome, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu un Administratīvā procesa likuma 55.pantu, 21.06.2006. nolēma (protokola Nr.39, 7.§) uz Lattelecom Iesnieguma pamata ierosināt lietu par Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punkta, 8.panta, 9.panta otrās daļas un 9.panta trešās daļas 2.punkta iespējamiem pārkāpumiem Baltkom darbībās, izplatot Iesniegumā norādītā satura Reklāmu.

Konkurences padome, pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 18.panta trešās daļas 3.punktu un 23.panta trešo daļu, 28.06.2006. pieņēma lēmumu Par lietas neierosināšanu Iesnieguma daļā par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 3.punkta iespējamo pārkāpumu Baltkom darbībās, izplatot Reklāmu.

Konkurences padome, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, 06.09.2006. nolēma (protokola Nr.52, 8.§) pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā uz laiku līdz 20.09.2006.

Konkurences padome, ņemot vērā Lattelecom Iesniegumā norādīto un papildus iegūto informāciju,

### **konstatēja:**

#### ***Lietā iegūtā informācija un lietas dalībnieku viedokļi.***

[1] Konkurences padome 13.07.2006. saņēma Baltkom 10.07.2006. vēstuli Nr.342, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 22.06.2006. vēstulē Nr.1462 norādīto lūgumu sniegt paskaidrojumus par Lattelecom Iesniegumā norādītajiem apstākļiem, kā arī iesniegt pierādījumus, kas apstiprina Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem.

Vēstulē paskaidrots, ka Reklāmas devējs un apmaksātājs ir Baltkom; ka Reklāmas izgatavotājs, izplatīšanas organizētājs un izplatītājs ir SIA „Mārketinga Komunikāciju kompānija „Market Art”, pamatojoties uz 31.10.2005. noslēgto līgumu starp Baltkom un Market Art; ka Reklāma izplatīta 2006.gada aprīlī, maijā un jūnijā SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” izdotajos preses izdevumos „Nedēļa”, „Kas Jauns”, „Rīgas Viļņi”, „Marta”, „Patiesā Dzīve”; ka Reklāmas idejas autors ir Baltkom; ka Reklāmas mērķis un uzdevums ir informēt un pievērst iedzīvotāju uzmanību alternatīvu fiksēto/vietējo balss telefonijas pakalpojumu pieejamībai un izdevīgumam; ka Reklāmas mērķauditorija ir visas sociālās un ekonomiskās

iedzīvotāju grupas, kuras ir citu fiksēto/vietējo balss telefonijas operatoru klienti un personas, kuras vispār nelieto fiksētos balss telefonijas pakalpojumus; ka Baltkom kā galveno prioritāti izvirza informēt un nodrošināt ar fiksētās/vietējās balss telefonijas pakalpojumiem maznodrošinātās personas un pensionārus, kuri veic balss telefonijas zvanus laika periodā no 07.00 līdz 20.00, atrodoties savās dzīvesvietās.

Vēstulē sniegti paskaidrojumi uz Iesniedzēja norādītajiem iebildumiem, t.sk., ka Lattelecom Iesniegumā vērsusi uzmanību uz to, ka Reklāma nav objektīva, jo tajā ir salīdzināti tikai divi elektronisko sakaru komersanti, kas nodrošina fiksētos balss telefonijas pakalpojumus, kaut gan Latvijas Republikas teritorijā ir vismaz 34 elektronisko sakaru pakalpojumu komersanti; ka attiecībā uz minētajiem Iesniedzēju iebildumiem norādāms, ka jau vēsturiski Lattelecom ir bijis vislielākais elektronisko sakaru komersants, kas nodrošina balss telefonijas pakalpojumus; ka, izstrādājot Reklāmu, Baltkom vēlējās veikt salīdzinājumu ar elektronisko sakaru komersantu, kuram ir 95 % tirgus daļa; ka, veicot tirgus izpēti un izanalizējot datus Reklāmas tapšanas procesā, secināms, ka, piemēram, elektronisko sakaru komersanta VAS Latvijas Dzelzceļš interneta mājas lapā [www.ldz.lv](http://www.ldz.lv) informācija par balss telefonijas pakalpojumiem ir norādīta sadaļā „Uzņēmējiem” un tarifu izcenojums nav atrodams, tāpēc ir pamats uzskatīt, ka VAS Latvijas Dzelzceļš savus pakalpojumus sniedz tikai juridiskām personām; ka VAS Latvenergo interneta mājas lapā balss telefonijas pakalpojumu piedāvājums un tarifi ir atrodami zem sadaļas „Juridiskām personām”, kas norāda, ka VAS Latvenergo sniegtie balss telefonijas pakalpojumi ir pieejami juridiskām personām; ka SIA Lattelenet savus pakalpojumus galvenokārt sniedz juridiskām personām; ka pārējiem elektronisko sakaru komersantiem sniegtie balss telefonijas pakalpojumi ir pieejami ierobežotā teritorijā, konkrēta mikrorajona robežās vai pilsētās, kur Baltkom nesniedz balss telefonijas pakalpojumus; ka, izveidojot Reklāmas satura tekstu, Baltkom nepieciešamo informāciju par Lattelecom pamata tarifiem ieguva, izmantojot publiskos interneta resursus, t.i., Lattelecom interneta mājas lapā [www.lattelecom.lv](http://www.lattelecom.lv) 19.04.2006. publicētos datus par pamata tarifiem; ka Reklāmā veikts salīdzinājums starp Lattelecom un Baltkom pamata tarifiem, un tas Reklāmā ir īpaši norādīts; ka citu Lattelecom tarifu plānu salīdzināšana nav veikta, jo tiem ir citas abonēšanas maksas un paši tarifu plāni ir gan ar augstākiem, gan zemākiem tarifiem, nekā pamata tarifs; ka Lattelecom Iesniegumā Konkurences padomei ir norādījis nepatiesu informāciju par to, ka Baltkom sarunu atlaides atkarībā no diennakts laika nepiedāvā; ka informācija par Baltkom sarunu tarifiem un to atlaidēm ir publiski pieejama Baltkom interneta mājas lapā [www.baltkom.lv](http://www.baltkom.lv); ka pēc Baltkom statistikas datiem iedzīvotāji darba dienās no plkst. 07.00 līdz 20.00 veic apmēram 75 % sarunu; ka attiecībā uz Iesniegumā norādītajiem iebildumiem, ka Baltkom Reklāmā nav norādīta teritoriālā pieejamība, tādējādi ir maldināts patērētājs, paskaidrojams, ka Reklāmā ir norādīts, ka reklamētais pakalpojums ir pieejams patērētājiem, kuru dzīves vietā ir Baltkom elektronisko sakaru tīkls; ka bez tam Reklāmā ir norādīts informatīvais tālruņa numurs, pa kuru zvanot, patērētājiem tiek sniegta papildus interesējošā informācija; ka Baltkom lielākais konkurents fiksēto/vietējo balss telefonijas pakalpojumu sniegšanas tirgū fiziskajām un juridiskajām personām ir Lattelecom; ka, izvēloties noformējumu un atlasot izmantojamo informāciju Baltkom telefonsakaru reklāmas materiāliem, par pamatu tika ņemti operatora Lattelecom publiski pieejamo standarta telefonsakaru pakalpojumu tarifi -sarunas cena par vienu minūti; ka tā kā Baltkom telefonsakariem ir vienots tarifs visiem klientiem, Baltkom uzskata, ka Lattelecom pamattarifi un Baltkom pamattarifi ir tieši salīdzināmi lielumi; ka salīdzinātie tarifi attiecas uz iekšzemes sarunām, sarunām ar mobilo sakaru operatoru tīkliem un sarunām ar Anglijas un Īrijas fiksēto tīklu abonentiem, ņemot vērā to, ka tieši šajās valstīs dzīvo un strādā daudz izceļotāju no Latvijas, un tieši sarunas ar Angliju un Īriju mūsu valsts fiksēto telefonsakaru lietotājiem fizisko personu vidū veido lielu īpatsvaru; ka, pamatojoties uz Lattelecom interneta mājas lapā publiski pieejamo informāciju un Baltkom fiksēto telefonsakaru tarifiem, Reklāmā norādīts, cik

daudz iespējams ietaupīt, ja dominējošā fiksēto sakaru operatora klients pāriet uz alternatīvā operatora Baltkom tīklu; ka Reklāmā ietvertā norāde „samazini savu ikmēneša maksājumu līdz pat 83 %” balstīta uz Lattelecom un Baltkom tarifu starpību sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksētā tīkla abonentiem; ka, ja iedzīvotāju zvanu grozā dominē sarunas ar radiem vai draugiem Īrijā vai Anglijā, tad ietaupījums ir 83 %; ka tā kā ne visi zvani tiek veikti uz ārzemēm, bet tiek zvanīts arī uz iekšzemes tīkliem, t.sk., mobilajiem, Reklāmas apgalvojums formulēts „līdz pat 83 %”, norādot šo lielumu kā iespējamo ietaupījuma procentu.

[2] Konkurences padomē 20.07.2006. tikšanās laikā Lattelecom pārstāve precizēja Lattelecom Iesniegumā norādītos iebildumus. Norādīja, ka Baltkom Reklāmā sniegusi klientiem nepatiesu informāciju, t.sk., par elektronisko sakaru pieejamību (pakalpojumu pieejamību); ka tā kā Baltkom pakalpojumi nav pieejami visā Latvijā, tad Reklāmā jānorāda, kuros konkrēti Latvijas rajonos tie ir pieejami; ka Reklāmā salīdzināti tikai divu publisko fiksēto elektronisko sakaru operatoru sniegto balss telefonijas tarifi, neskatoties uz to, ka bija iespējams salīdzināt arī ar citu operatoru tarifiem, tā kā tiem visiem cenas ir vairāk vai mazāk līdzvērtīgas.

T.sk., Lattelecom pārstāve apstiprināja, ka neuztur Iesniegumā norādītos iebildumus par to, ka Baltkom izplatītā Reklāma maldina par reklāmas devēju.

[3] Konkurences padome 27.07.2006. saņēma Lattelecom 26.07.2006. vēstuli Nr.17-2/07-660, kurā sniegta papildus informācija sakarā ar Iesniegumā norādītajiem apstākļiem. Norādīts, ka valsts a/s „Latvijas dzelzceļš” un valsts a/s „Latvenergo” elektronisko sakaru jomā kā elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzēji darbojas vairākus gadu desmitus, jau padomju laikā izbūvējot elektronisko sakaru tīklus savu resoru būvētajos objektos, dzīvojamās mājās, pieslēdzot ražošanas objektus un abonentus valsts specializētajam telekomunikāciju tīklam; ka šiem operatoriem ir sava elektronisko sakaru tīkla infrastruktūra un ievērojams abonentu skaits; ka SPRK izdalīto numerācijas resursu apjomi Baltkom ir 45 000 numuru, Lattelenet un Latvenergo –katram pa 35 000, valsts a/s „Latvijas dzelzceļš” –41 000; ka visu minēto komersantu abonentu skaits sastāda aptuveni 10 000; ka SIA „Lattelenet” nodrošina elektronisko sakaru pakalpojumus gan juridiskām, gan fiziskām personām, un tās abonentu skaits pēdējos gados ir krietni pieaudzis.

Minētajai vēstulei pievienota Lattelecom statistika par iedzīvotāju sarunu apjomu laika posmā no 7.00 – 20.00 un Lattelecom piedāvāto izvēles tarifu plānu abonentu skaitu.

Lattelecom norāda, ka statistika (1.pielikums), analizējot visu sarunu sadalījumu 2006.gadā, rāda, ka pirmdienās –piektdienās darba laikā (no 7.00 – 20.00), laikā, kad darbojas Baltkom Reklāmā norādītie Lattelecom pamattarifi, iedzīvotāji, kuriem adresēta konkrētā reklāma, veic 25,6 (maijā) – 28,7 (janvāris) % sarunu no kopējo sarunu apjoma. Reāli sakarā ar izvēlētajiem izvēles tarifu plāniem, pamattarifus piemēro tikai 47 % iedzīvotāju abonentu līnijām. Statistika (2.pielikums) rāda, ka laika posmā no 2005.gada marta līdz 2006.gada februārim būtiski (no 28,6 % 03.2005. līdz 52,8 % 02.2006.) pieaudzis to privāto abonentu skaits, kuri izvēlējušies kādu no Lattelecom piedāvātajiem tarifu plāniem (Sociālie tarifi, Aktīvie tarifi vai kādu no Mājas tarifu plāniem). Izvēles tarifu plānu lietotāju skaita pieaugums (%) atskaites periodā pret pirmo atskaites mēnesi (03.2005) sasniedz 180-182 procentus.

T.sk., Lattelecom minētajā vēstulē norādījusi, ka tai pievienots abonentu saraksts, kuri, izmantojot numura saglabāšanas pakalpojumu, Baltkom Reklāmas ietekmēti, mainījuši operatoru no Lattelecom uz Baltkom, bet vēlāk mainījuši savus nodomus un atgriezušies pie Lattelecom (uz 01.08.2006. šādu abonentu skaits sasniegs 185), kā arī daži (32) abonentu iesniegumi, kuros izteikta vēlme atgriezties no Baltkom un kļūt atkal par Lattelecom klientiem.

Papildus minētajā vēstulē Lattelecom izteikusi šādu viedokli par Baltkom 10.07.2006. vēstulē Nr.342 sniegtajiem paskaidrojumiem. Lattelecom nepiekrīt, ka maznodrošinātās

personas un pensionāri (Baltkom norādītā Reklāmas galvenā mērķauditorija) ir tie abonenti, kuru sarunas ar Angliju un Īriju veido Baltkom lielāko sarunu īpatsvaru, tādējādi ietaupot 83 % no savas nelielās pensijas. Statistika rāda, ka tikai 25 % sarunas uz Lielbritāniju un 24,2 % uz Īriju iedzīvotāji runā darba dienās un darba laikā, t.i., laikā, kad tiem iedzīvotājiem, kas nav izvēlējušies kādu no izvēles tarifu plāniem, tiek piemēroti Baltkom Reklāmā norādītie tarifi. Pēc sarunu skaita tas ir attiecīgi 31 % un 30,6 %.

Pēc Lattelecom ieskata par Baltkom Reklāmas maldinošo raksturu liecina arī Lattelecom pievienotie abonentu iesniegumi, kuri pārsvarā ir tieši no pensionāriem, un tie ir par vēlmi atgriezties no Baltkom pie Lattelecom.

Lattelecom nepiekrīt Baltkom apgalvojumam, ka valsts a/s „Latvijas dzelzceļš”, valsts a/s „Latvenergo” un SIA „Lattelenet” pakalpojumus sniedz tikai juridiskām personām. Internetā pieejamā informācija par tarifiem liecina, ka pakalpojumi netiek piedāvāti atkarībā no tā, vai esi juridiska vai fiziska persona. Ir zināms, ka gan valsts a/s „Latvijas dzelzceļš”, gan valsts a/s „Latvenergo” pakalpojumus iedzīvotājiem sniedz tajās ēkās un teritorijās, kur dzīvojamais fonds būvēts par šo resursu līdzekļiem. Lattelecom uzskata, ka, salīdzinot pamattarifus reklāmā, vajadzēja ņemt vērā, ka Lattelecom pamattarifi tiek iedalīti atkarībā no diennakts laika. Informācija par tarifu sadalījumu atkarībā no diennakts laika interneta vietnē, kuru Baltkom norāda kā informācijas avotu, ir dalīta un tā nav aplūkojama atsevišķi tikai laika periodā no 7.00-20.00 vai arī tikai no 20.00-7.00 un no 00.00-24.00 sestdienās, svētdienās un svētku dienās. Norādīts, ka Reklāmas tekstā nav norādīts, ka Baltkom pakalpojumi būtu pieejami vietās, kur ir Baltkom TV elektroniskais sakaru tīkls. Ņemot vērā, ka Reklāma tika izvietota preses materiālos, kuri nopērkami un tiek izplatīti visā Latvijas Republikas teritorijā, tad Reklāma attiecināma uz visiem Latvijas Republikas iedzīvotājiem, neatkarīgi no to dzīves vietas un tā, vai viņu dzīves vietā ir izbūvēts Baltkom TV elektronisko sakaru tīkls.

[4] Konkurences padome 03.08.2006. saņēma Baltkom 28.07.2006. vēstuli Nr.372, kurā sniegta papildus informācija par Reklāmas izplatīšanas laiku un vietu. Norādīts, ka Reklāma izplatīta 2006.gada aprīlī, maijā un jūnijā šādos preses izdevumos un laika periodos:

1) žurnāls „Nedēļa”- 02.05.2006., 08.05.2006., 15.05.2006., 22.05.2006., 29.05.2006., 05.06.2006., 12.06.2006.

2) žurnāls „Kas Jauns”- 03.05.2006., 10.05.2006., 17.05.2006., 24.05.2006., 31.05.2006., 07.06.2006.

3) žurnāls „Rīgas Viļņi” – 27.04.2006., 05.05.2006., 11.05.2006., 18.05.2006., 25.05.2006. 01.06.2006., 08.06.2006. 15.06.2006., 22.06.2006., 29.06.2006.

4) žurnāls „Marta”- 28.04.2006., 05.05.2006., 12.05.2006., 19.05.2006., 02.06.2006., 09.06.2006.

5) žurnāls „Patiesā Dzīve”- 09.05.2006. līdz 31.jūlijs.

Apstiprināts, ka, sākot ar 01.07.2006., Baltkom nav veikusi Lattelecom Iesniegumā norādītās Reklāmas izplatīšanu preses izdevumos sakarā ar tās izplatīšanas termiņa beigām. T.sk., paskaidrots, ka Baltkom ir saņēmusi un apmaksājusi no SIA „Mārketinga komunikācijas kompānija „Market Art”” rēķinu par Reklāmas izvietošānu preses izdevumos.

Norādīts, ka pēc Baltkom statistikas datiem iedzīvotāji darba dienās no plkst.7.00 – 20.00 veic apmēram 75 % sarunu. Kā pierādījumu minētajam faktam, Baltkom tās 28.07.2006. vēstulei Nr.372 pievienojusi Baltkom balss telefonijas statistiku par laika periodu no 03.07.2006. līdz 11.07.2006.

Paskaidrots, ka, izstrādājot reklāmu, Baltkom, lai informētu patērētājus, Reklāmas tekstā informēja, ka telefonijas pakalpojums ir pieejams Baltkom TV elektronisko sakaru tīklā, Reklāmā norādot „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %”. Baltkom uzskata, ka Reklāmas saturs tieši norāda, ka patērētājs var izmantot piedāvāto pakalpojumu tajās zonās, kurās ir Baltkom

TV tīkls, turpretī rajonos, kur neatrodas Baltkom TV elektronisko sakaru tīkli, pieslēgt augstāk minēto pakalpojumu nav iespējams. Bez tam Reklāmas tekstā ir norādīts, ka neskaidrību gadījumā par Baltkom TV tīkla pieejamību patērētājs interesējošo informāciju var saņemt, piezvanot uz Baltkom TV informācijas tālruni.

Norādīts, ka, pamatojoties uz to, ka tarifu starpība zvaniem uz ārvalstu (piemēram, Īrijas un Lielbritānijas) elektronisko sakaru tīkliem veido līdz pat 83 % un, ņemot vērā to, ka lielas iedzīvotāju daļas ģimenes locekļi un paziņas loka personas uzturas šajās valstīs, var secināt, ka ietaupījums, izvēloties lētāko ārvalstu zvanu tarifu piedāvājumu, var sasniegt līdz pat 83 %. Paskaidrots, ka Baltkom Reklāmas mērķis ir piesaistīt jaunus klientus Reklāmā minētajam elektronisko sakaru pakalpojumam.

Minētajai vēstulei pievienots Reklāmas izvietojuma grafiks par 2006.gada aprīli – jūniju; rēķins par Reklāmas izvietojumu preses izdevumos; Baltkom uzskaites dati par zvanu skaitu periodā no 03.07.2006. plkst. 07.00 līdz 11.07.2006. plkst. 07.00.; izplatītās Reklāmas paraugs.

[5] Lattelecom atbilstoši Konkurences padomes Biroja 01.09.2006. vēstulē Nr.2158 norādītajam uzaicinājumam 05.09.2006. Konkurences padomē iepazīs ar lietā Nr.1456/06/09/8 esošajiem pierādījumiem un sniedza viedokli. Norādīja, ka Lattelecom nepiekrīt Baltkom apgalvojumam, ka Reklāmā ir norādīts, kur konkrēti ir pieejami Baltkom pakalpojumi; uzskata, ka Baltkom nav ņēmusi vērā to, ka ne visiem patērētājiem ir ierīkota telefona līnija, un līdz ar to nav pamatots Baltkom viedoklis, ka ar Reklāmā ietverto norādi „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam”, Reklāmas adresātiem ir skaidrs, kur konkrēti ir pieejami reklamētie pakalpojumi. Norādīts, ka Lattelecom nepiekrīt Baltkom skaidrojuma par to, ka no Reklāmas izriet, ka patērētājs „var ietaupīt līdz 83 %”, jo Reklāmā apgalvojuma formā ir konkrēti norādīts, ka „ietaupījums ir 83 %”.

T.sk., Lattelecom sniedza papildus informāciju lietā, norādot, ka pamata tarifi ir SPRK apstiprinātie tarifi, tie neietilpst tarifu plānā un nav tarifu plāna nosaukums. Pamata tarifi arī tiek iedalīti pamata tarifos un taupības tarifos, atkarībā no diennakts laika. T.i., pamata tarifi tiek piemēroti darba dienās no plkst. 7.00 līdz 20.00, savukārt taupības tarifi tiek piemēroti darba dienu vakaros, sestdienās, svētdienās un valsts svētku dienās. Apstiprināja, ka gan pamata tarifi, gan taupības tarifi ir SPRK apstiprinātie tarifi.

[6] Baltkom atbilstoši Konkurences padomes Biroja 01.09.2006. vēstulē Nr.2159 norādītajam uzaicinājumam 06.09.2006. Konkurences padomē iepazīs ar lietā Nr.1456/06/09/8 esošajiem pierādījumiem un 12.09.2006. vēstulē Nr.421 sniedza viedokli par tiem. Minētajā vēstulē norādīts, ka Baltkom nepiekrīt Lattelecom iebildumam par to, ka Reklāmā nav norādīta teritoriālā pieejamība Baltkom reklamētajam pakalpojumam; ka Baltkom Reklāmā ir norādījusi, ka Reklāmā norādītais pakalpojums tiek sniegts Baltkom elektronisko sakaru tīklā; ka turklāt, ja potenciālajam abonentam ir radušās neskaidrības, Reklāmā ir norādīts informatīvais tālruņa numurs, uz kuru piezvanot var saņemt interesējošo informāciju; ka pēc Baltkom ieskata nebija nepieciešams salīdzināt vienlaicīgi gan pamata tarifus, gan taupības tarifus; ka tarifu salīdzināšanai Baltkom izvēlējās ne augstākos un ne zemākos Lattelecom tarifus, bet gan tieši „pamata tarifus”, kas arī Reklāmā ir norādīts; ka attiecībā uz Lattelecom norādīto, ka ir klienti, kas kļūdaini izvēlas Baltkom, kā rezultātā pārmaksā un atgriežas atpakaļ pie Lattelecom, norādāms, ka pēc Baltkom ieskata Baltkom klienti, kuri ir pārgājuši atpakaļ pie Lattelecom, nekādā gadījumā nav pārmaksājuši, jo, kā norādīts Reklāmā, Baltkom pamattarifi ir ievērojami zemāki nekā Lattelecom; ka abonentu pāriešanai atpakaļ pie Lattelecom ir citi iemesli, piemēram, abonents maina dzīves vietu, kur Baltkom pakalpojumi nav pieejami; ka Lattelecom kļūdaini norādījusi, ka Reklāmā apgalvojuma formā ir norādīts, ka



ietaupījums ir 83 %; ka Reklāmā tekstā ir norādīts „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %!”.

Minētajā vēstulē, t.sk., precizēts Reklāmas izplatīšanas laiks žurnālā „Patiesā Dzīve”, norādot, ka minētajā žurnālā Reklāma izplatīta vienu reizi -2006.gada 9.maijā.

### ***Lēmumu pamatojošā daļa***

[7] Iesniegumā norādītā Baltkom preses izdevumos izplatītā informācija par Baltkom un Lattelecom sniegto fiksēto balss telefonijas pakalpojumu maksām, ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

[8] Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš konstatētos pārbaudītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka Iesniegumā norādītās Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir Baltkom. 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*.

[9] Saskaņā ar Baltkom lietā sniegto pārbaudīto informāciju Reklāma izplatīta preses izdevumos „Nedēļa (laika periodā no 02.05.2006. līdz 12.06.2006.); „Kas Jauns” (laika periodā no 03.05.2006. līdz 07.06.2006.); „Rīgas Viļņi” (laika periodā no 27.04.2006. līdz 29.06.2006.); „Marta” (laika periodā no 28.04.2006. līdz 09.06.2006.); „Patiesā Dzīve” (09.05.2006.).

Reklāmā sniegta šāda satura informācija (latviešu valodā):

Reklāmas augšējā daļā lieliem burtiem attēlots jautājums „*Vēlies ietaupīt?*”. Zem tā vidēja lieluma burtiem norādīts uzraksts „*Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83%!*”.

Tālāk Reklāmā attēlota zemāk norādītā satura tabula:

*Latvijas fiksēto telekomunikāciju sakaru nodrošinātāju salīdzinošie tarifi:*

<b>Iekšzemes tālsarunas</b>		<b>Sarunas ar LMT un Tele2 abonentiem</b>		<b>Sarunas ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem</b>	
Pakalpojuma sniedzējs	Pamattarifs Ls/min.	Pakalpojuma sniedzējs	Pamattarifs Ls/min.	Pakalpojuma sniedzējs	Pamattarifs Ls/min.
Lattelekom*	0,0708	Lattelekom*	0,2242	Lattelekom*	0,4720
Baltkom	0,0354	Baltkom	0,13	Baltkom	0,08
<b>ietaupi 50 %</b>		<b>ietaupi 42 %</b>		<b>ietaupi 83 %</b>	

\* Lattelekom tarifi norādīti, izmantojot Lattelekom mājas lapā 19.04.2006. publiski pieejamos datus. Visas cenas norādītas ar PVN.

Zem minētās tabulas norādīts uzraksts „*Vairāk informācijas pa tālruni 7480000*”.

Reklāmas apakšējā daļā kreisajā pusē maziem burtiem sniegta informācija par *Baltkom klientu apkalpošanas centru atrašanās vietu*, labajā pusē attēlots *Baltkom logo*.

[10] SIA „Lattelekom” (no 18.05.2006. mainīts nosaukums SIA „Lattelecom”) ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 04.07.2000. reģistrēta (vienotais reģ.Nr.40003500524) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 09.09.2003.), kas, t.sk., sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā telefonu tīklā Latvijas Republikas teritorijā.

SIA „Baltkom TV SIA” ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 29.05.1991. reģistrēta (vienotais reģ.Nr.40003005264) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā

14.08.2003.), kas, t.sk., sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā telefonu tīklā Latvijas Republikas teritorijā.

Ņemot vērā minēto, administratīvā procesa dalībnieku sniegtos paskaidrojumus, to, ka abas minētās komercsabiedrības sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā telefonu tīklā Latvijas Republikas teritorijā, Lattelecom un Baltkom ir uzskatāmas par konkurentēm.

[11] Lietā nepastāv strīds par to, ka Reklāmā tieši salīdzināti Baltkom un Lattelecom publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā piedāvātie sarunu tarifi iekšzemes tālsarunām, sarunām ar LMT un Tele2 abonentiem, sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem.

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

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

[12] Lattelecom Iesniegumā norādījusi uz Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punkta, 8.panta, 9.panta otrās daļas un 9.panta trešās daļas 2.punkta iespējamiem pārkāpumiem Baltkom darbībā, sniedzot Iesniegumā norādītā satura Reklāmu.

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

Atbilstoši Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktam *salīdzinoša reklāma (..) ir atļauta, ja tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākas attiecīgo preču vai pakalpojumu materiālās, saistītās, pārbaudāmās un raksturīgās pazīmes, kas var ietvert arī cenu*.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta otro daļu „*Salīdzinājums nedrīkst būt maldinošs. Salīdzinājumu veido atbilstoši godīgas konkurences principiem, izmantojot faktus, kurus var pierādīt*”.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta pirmo daļu *maldinoša reklāma ir aizliegta*. Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā ir noteikts, ka *salīdzinājums nedrīkst būt maldinošs. (..)* Ņemot vērā to, ka pēc satura minētie tiesiskie sastāvi pārklājas, turklāt Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā noteiktais tiesiskais sastāvs aptver Reklāmas likuma 8.pantā noteikto tiesisko sastāvu, un, ievērojot to, ka konkrētā Reklāma ir salīdzinoša reklāma, Reklāmas tiesiskajam novērtējumam kā speciālā norma piemērojama Reklāmas likuma 9.panta otrā daļa. Nosakot, vai reklāmas devējs ir ievērojis šo Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā salīdzinošai reklāmai izvirzīto nosacījumu, jāņem vērā Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā un trešajā daļā noteiktais. 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*. Reklāmas likuma 8.panta trešajā daļā noteikts, ka, *nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes –atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par (..) pakalpojumu (..) pieejamību, (..) cenu vai cenas aprēķināšanas veidu un nosacījumiem ar kādiem tiek (..) sniegti pakalpojumi, (..) reklāmas devēju*.

[13] 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 pavisms, nolaidīgs vai vieglprātīgs, bet gan vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs. Izvērtējot Baltkom Reklāmu, Konkurences padome ņem vērā līdzšinējo praksi (skat., piemēram, 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 15.03.2006. lēmums Nr.16, [http://www.competition.lv/uploaded\\_files/2006/R16\\_1503.pdf](http://www.competition.lv/uploaded_files/2006/R16_1503.pdf)). Minēto reklāmas izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi arī Administratīvā apgabaltiesa (skat. Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienu tiesu praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienu tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.paragrāfs, [http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplis!prod!](http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplis!prod!); Eiropas kopienu tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr. C-44/01, 55. paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=en&Submit=Submit&alldocs=alldocs&docj=docj&docop=docop&docor=docor&docjo=docjo&numaff=C44%2F01&datefs=&datefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&re smax=100>).

[14] Attiecībā uz Iesniedzēja iebildumiem par to, ka Reklāmā tiek sniegta maldinoša informācija par elektronisko sakaru pieejamību (pakalpojumu pieejamību), Konkurences padome norāda sekojošo. Lattelecom norādījusi, ka Baltkom pakalpojumi nav pieejami visur Latvijā, un Reklāmā nav norādīts, kur konkrēti ir pieejami Baltkom pakalpojumi.

Baltkom 10.07.2006. vēstulē Nr.342 sniegusi paskaidrojumus, ka Reklāmā ir norādīts, ka piedāvātais pakalpojums ir pieejams patērētājiem, kuru dzīves vietā ir Baltkom elektronisko sakaru tīkls; ka bez tam Reklāmā ir norādīts informatīvais tālruņa numurs, pa kuru zvanot, patērētājiem tiek sniegta papildus interesējošā informācija.

Izvērtējot Reklāmā sniegto informāciju, secināms, ka ar Reklāmā ietverto paziņojumu „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %!” patērētājiem norādīts un ir tieši uztverams, ka samazināt ikmēneša telefona maksājumu var, ja telefona līnija tiek pieslēgta Baltkom elektronisko sakaru tīklam. Patērētāju ekonomiskā rīcība nevar tikt ietekmēta, ja šādas iespējas tehnisku vai citu iemeslu dēļ nepastāv. Tas ir pašsaprotami un attiecas uz jebkura pakalpojumu sniedzēja piedāvātajiem pakalpojumiem, ciktāl tas attiecas uz to saņemšanas iespējām. Tādējādi Konkurences padome atzīst par pamatotu Baltkom paskaidroto, ka Reklāmas saturs tieši norāda, ka patērētājs var izmantot piedāvāto pakalpojumu tajās vietās, kurās ir Baltkom tīkls, turpretī vietās, kur neatrodas Baltkom elektronisko sakaru tīkli, pieslēgt augstāk minēto pakalpojumu nav iespējams. Turklāt no Reklāmas satura vidusmēra patērētājam nav uztverams, ka saņemt Baltkom pakalpojumus par reklamētajiem tarifiem un samazināt ikmēneša telefona maksājumu var, nepieslēdzot telefona līniju Baltkom elektronisko sakaru tīklam.

Šajā sakarā Konkurences padome noraida Lattelecom iebildumu, ka ar iepriekš minēto paziņojumu Reklāmā tiek sniegts maldinošs apgalvojums, ka klients pats var pieslēgt savu līniju Baltkom tīklam. Ir vispārzināms fakts, ko nosaka gan likumiskais, gan līgumiskais tiesiskais attiecību regulējums starp elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzēju un abonentu, ka konkrētu elektronisko sakaru pakalpojumu saņemšana ir iespējama tikai pēc šādas vienošanās noslēgšanas. Arī elektronisko sakaru komersanta maiņa un numura saglabāšanas pakalpojuma saņemšana normatīvajos aktos noteiktā kārtībā ir iespējama tikai, noslēdzot šādu vienošanos. Ievērojot minēto, atzīstams, ka ar Reklāmas paziņojumu „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %!”

vidusmēra patērētājs nevar tikt maldināts tādā veidā, kā to norādījis Iesniedzējs, un līdz ar to ietekmēta tā ekonomiskā rīcība.

[15] Iesniedzēja iebildumi ir par to, ka Reklāma nav objektīva, jo no tās teksta izriet, ka Latvijā ir tikai divi elektronisko sakaru komersanti, kuri piedāvā fiksētos telekomunikāciju pakalpojumus, t.i., Lattelecom un Baltkom. Pēc Lattelecom ieskata objektīvu Reklāmu vajadzēja veidot, ņemot vērā to, ka Lattelecom nav vienīgais fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējs, kas nodrošina fiksētos balss telefonijas pakalpojumu un numura saglabāšanas pakalpojumu, kā arī vajadzēja salīdzināt vēl ar citiem fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējiem, jo to piedāvātie tarifi ir līdzvērtīgi gan Lattelecom piedāvājumam, gan arī Baltkom.

Baltkom 10.07.2006. vēstulē Nr.342 paskaidrojusi, ka, izstrādājot Reklāmu, Baltkom vēlējas veikt salīdzinājumu ar elektronisko sakaru komersantu, kuram ir 95 % tirgus daļa. Savukārt pārējo elektronisko sakaru komersantu sniegtie balss telefonijas pakalpojumi ir pieejami ierobežotā teritorijā, konkrēta mikrorajona robežās vai pilsētās, kur Baltkom nesniedz balss telefonijas pakalpojumus.

Konkurences padome norāda, ka Reklāmas likumā reklāmas devējam nav uzlikts par pienākumu, sniedzot salīdzinošu reklāmu, izmantot salīdzinājumu ar konkrētu skaitu konkurentiem. Tās ir Reklāmas devēja tiesības un komerciālā izvēles brīvība veikt salīdzinājumu ar vienu, vairāku vai visu konkurentu piedāvātajiem pakalpojumiem, ja tiek ievēroti Reklāmas likuma 9.pantā salīdzinošai reklāmai izvirzītie nosacījumi. Ņemot vērā minēto, ir noraidāms Iesniedzēja iebildums par to, ka Reklāmā vajadzēja veikt pakalpojumu cenu (tarifu) salīdzinājumu vēl ar citiem fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējiem, nevis tikai ar Lattelecom.

Konkurences padome atzīst, ka nav pamatots arī Iesniedzēja iebildums, ka no Reklāmas teksta izriet, ka Latvijā ir tikai divi elektronisko sakaru komersanti, kuri piedāvā fiksētos telekomunikāciju pakalpojumus, t.i., Lattelecom un Baltkom. Izvērtējot Reklāmu, secināms, ka šāda informācija Reklāmā nav sniegta (lēmuma 9.punkts), un līdz ar to nav uztverama vidusmēra patērētājam. Turklāt, ievērojot elektronisko sakaru komersantu reklāmas un citu tirdzniecības veicināšanas pasākumu apjomu, citu publiski pieejamo informāciju, ir pamatoti pieņemt, ka patērētājiem ir zināms, ka balss telefonijas pakalpojumus fiksētajā elektronisko sakaru tīklā kopš telekomunikāciju tirgus liberalizācijas bez Lattelecom piedāvā arī citi konkurējoši tirgus dalībnieki.

[16] Iesniedzēja iebildumi ir par to, ka Reklāmā sniegtais pakalpojumu cenu salīdzinājums nav objektīvs, jo maldina par vienu no salīdzinātajiem pakalpojumiem izdevīgumu uz neobjektīvi atspoguļota Lattelecom pakalpojumu it kā neizdevīguma fona, jo nav ņemtas vērā Lattelecom tarifu atlaides (taupības tarifi) atkarībā no sarunas laika; kā arī Reklāmā tiek salīdzināti Reklāmas devēja tarifi ar Lattelecom pamata tarifiem. Iesniedzējs norādījis, ka, ja patērētājs saņemtu objektīvu informāciju, t.i., Reklāmas devēja tarifu plāna salīdzinājumu ar Lattelecom tarifu plāna ietvaros piedāvātajiem tarifiem, viņa izvēle varētu būt arī citāda. Pēc Lattelecom ieskata Reklāmā nav ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītais nosacījums.

Baltkom 10.07.2006. vēstulē Nr.342 un 12.09.2006. vēstulē Nr.421 paskaidrojusi, ka Reklāmā veikts salīdzinājums starp Lattelecom un Baltkom pamata tarifiem, un tas Reklāmā ir īpaši norādīts. Visu nepieciešamo informāciju par Lattelecom pamata tarifiem Baltkom ieguva, izmantojot publiskos interneta resursus, t.i., Lattelecom interneta mājas lapā [www.lattelecom.lv](http://www.lattelecom.lv) 19.04.2006. publicētos datus par pamata tarifiem. Citu Lattelecom tarifu plānu salīdzināšana nav veikta, jo tiem ir citas abonēšanas maksas un paši tarifu plāni ir gan ar augstākiem, gan zemākiem tarifiem, nekā pamata tarifs.

Izvērtējot Iesniedzēja iebildumus un Baltkom sniegtos argumentus par Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma prasībām kopsakarā ar Reklāmā sniegto informāciju, Konkurences padome norāda sekojošo.

Lietā nav strīda par to, ka Reklāmā salīdzinātas pakalpojumu materiālās, saistītās, pārbaudāmās un raksturīgās pazīmes. Turklāt, kā izriet no Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā ietvertā nosacījuma, pakalpojuma cena (tarifi) kā tāda ir uzskatāma par šādu pazīmi. Lietā nav strīda arī par to, ka Reklāmā salīdzināti Lattelecom un Baltkom pamattarifi.

Pēc būtības Lattelecom iebildumi ir par to, ka Reklāmā ietvertais tarifu salīdzinājums nav veidots objektīvi.

Konkurences padome norāda, ka salīdzinājums ir veidots objektīvi, ja tas sniedz objektīvu informāciju par salīdzināto pakalpojumu pazīmēm, izceļot šo pakalpojumu atšķirības. Savukārt, ja attiecībā uz salīdzinātajiem pakalpojumiem, piemēram, tiek noklusēta būtiska informācija vai sniegta neprecīza informācija, kas var ietekmēt patērētāja izvēli, uzskatāms, ka salīdzinājums nav veidots, ievērojot Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā ietverto nosacījumu.

Izvērtējot Reklāmā sniegto informāciju, secināms, ka Reklāmā salīdzinošā veidā sniegta informācija par Baltkom publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā piedāvātajiem sarunu tarifiem iekšzemes tālsarunām, sarunām ar LMT un Tele2 abonentiem, sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem un analogiska informācija par Lattelecom pamata tarifiem.

Atbilstoši Lattelecom lietā sniegtajai un interneta mājas lapā [www.lattelecom.lv](http://www.lattelecom.lv) publiski pieejamai informācijai Lattelecom saviem abonentiem sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā par šādiem pamata tarifiem iekšzemes tālsarunām, sarunām ar publisko mobilo elektronisko sakaru tīklu (t.sk., LMT un Tele2) abonentiem un starptautiskajām sarunām, t.sk., ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem :

Iekšzemes tālsarunas			Sarunas ar publisko mobilo elektronisko sakaru tīklu abonentiem			Starptautiskās sarunas (ar Īriju un Lielbritāniju)		
Pamata tarifi (Ls)	Taupības tarifi (Ls)		Pamata tarifi (Ls)	Taupības tarifi (Ls)		Pamata tarifi (Ls)	Taupības tarifi (Ls)	
07.00-20.00 darbdienās	20.00-07.00 darbdienās	00.00-24.00 sestdienās, svētdienās un valsts svētku dienās	07.00-20.00 darbdienās	20.00-07.00 darbdienās	00.00-24.00 sestdienās, svētdienās un valsts svētku dienās	07.00-20.00 darbdienās	20.00-07.00 darbdienās	00.00-24.00 sestdienās, svētdienās un valsts svētku dienās
0,0708	0,0496	0,0496	0,2242	0,1569	0,1569	0,4720	0,3304	0,3304

Atbilstoši interneta mājas lapā [www.baltkom.lv](http://www.baltkom.lv) publiski pieejamai informācijai Baltkom saviem abonentiem sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā par šādiem tarifiem iekšzemes tālsarunām, sarunām ar LMT un Tele2 abonentiem un sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem:

Iekšzemes tālsarunas			Sarunas ar LMT un Tele2 abonentiem		Sarunas ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem	
Darba dienās no 07.00-20.00	Darba dienās no 20.00 - 07.00	Sestdienās un svētdienās	Sestdienās un svētdienās	Darba dienās no 07.00-20.00	Darba dienās no 20.00 - 07.00	Katru dienu un visu diennakti

0,0354	0,0354	0,0354	0,13	0,13	0,13	0,08
--------	--------	--------	------	------	------	------

Konkurences padome atzīst, ka Reklāmā skaidrā un nepārprotamā veidā patērētājiem tiek norādīts un ir uztverams, ka Reklāmā tieši salīdzināti Reklāmas devēja tarifi ar Lattelecom pamata tarifiem attiecībā uz noteikta veida sarunām. Tādējādi, kā konstatēts, lietā esošā interneta mājas lapā [www.lattelecom.lv](http://www.lattelecom.lv) publiski pieejamā informācija apstiprina, ka Reklāmā sniegtā informācija par Lattelecom un Baltkom pamata tarifiem ir patiesa un atbilst faktiskajiem apstākļiem.

Ņemot vērā minēto, atzīstams par pamatotu Baltkom paskaidrotais, ka Reklāmā veikts salīdzinājums starp Lattelecom pamata tarifiem un Baltkom tarifiem, un tas Reklāmā ir īpaši norādīts.

Vienlaikus šajā sakarā norādāms, ka Konkurences padome 15.02.2005. lēmumā Nr.3 jau ir devusi savu novērtējumu Lattelecom iebildumam, ka Reklāmā sniegtais pakalpojumu cenu salīdzinājums nav objektīvs, jo Reklāmā tiek salīdzināti Reklāmas devēja tarifi ar Lattelecom pamata tarifiem, atzīstot, ka, *izvērtējot Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā ietvertajam salīdzinošas reklāmas tiesiskuma nosacījumam, būtiskākais ir, vai Reklāmā ir salīdzināti tarifi, kas pēc to piemērošanas atbilst līdzvērtīgiem nosacījumiem (t.i., subjektu loks, kam konkrētie tarifi ir pieejami; tarifu teritoriālā aptveramība; diennakts laiks, kurā konkrētie tarifi ir spēkā), un šajā sakarā nav nozīmes tam, vai Reklāmā pretstatītie tarifi ir ietverti elektronisko sakaru komersanta piedāvātajā tarifu plānā vai pamata tarifos. Tādējādi, ievērojot Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā noteikto pakalpojumu objektīvas salīdzināšanas nosacījumu, pēc būtības komersantu piedāvātie pamata tarifi un tarifu plāna tarifi ir salīdzināmas pazīmes* (skat. Konkurences padomes 15.02.2005. lēmums Nr.3, [http://www.competition.lv/?object\\_id=615](http://www.competition.lv/?object_id=615)).

Ņemot vērā minēto, arī konkrētajā gadījumā atzīstams, kamēr tiek ievēroti Reklāmas likuma 9.pantā salīdzinošai reklāmai izvirzītie nosacījumi, Reklāmas likums neierobežo reklāmas devēja tiesības izvēlēties salīdzināmos tarifus. Būtiski ir, lai salīdzinošā reklāmā tiktu sniegta objektīva informācija, kas ļautu patērētājam izvērtēt vienādu pakalpojumu izdevīgumu.

[17] Iesniedzēja iebildumi ir par to, ka Reklāmā sniegtais paziņojums „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %!” ir uzskatāms par maldinošu.

Baltkom 10.07.2006. vēstulē Nr.342 un 28.07.2006. vēstulē Nr.372 paskaidrojusi, ka Reklāmā norādīts, cik daudz iespējams ietaupīt, ja dominējošā fiksēto sakaru operatora klients pāriet uz alternatīvā operatora Baltkom tīklu.

Konkurences padome, izvērtējot minētos Lattelecom iebildumus, secina, ka Baltkom, sniedzot Reklāmu ar tajā ietvērto konkrēto paziņojumu, nav pārkāpusi Reklāmas likuma 8.pantā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu. Minētais pamatojams ar sekojošiem argumentiem.

Kā konstatēts (lēmuma 9.punkts), Reklāmā (augšējā daļā) ietverts paziņojums „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %!”. Reklāmā (apakšējā daļā) attēlotajā tabulā ir identificēts konkrētā sarunu veida ietaupījuma apmērs (procentos), kāds iespējams, ņemot vērā Reklāmā tieši norādīto Baltkom un Lattelecom pamata tarifu starpību, t.i., ietaupījums iekšzemes tālsarunām norādīts 50%, sarunām ar LMT un Tele2 abonentiem -42%, sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem -83%. Pārbaudot lietā esošo un interneta mājas lapā [www.lattelecom.lv](http://www.lattelecom.lv) un [www.baltkom.lv](http://www.baltkom.lv) publiski pieejamo informāciju par Lattelecom un Baltkom pamata tarifiem (skat. arī Lēmuma 16.punkts) kopsakarā ar Reklāmā sniegto informāciju par iespējamā ietaupījuma apmēru noteiktam sarunu veidam, secināms, ka

Reklāmā norādīts pareizs, matemātiski precīzi aprēķināts konkrētā sarunu veida iespējamais ietaupījums (procentos).

Konkurences padome, izvērtējot Baltkom lietā sniegto informāciju (Baltkom 10.07.2006. vēstule Nr.342 un 28.07.2006. vēstule Nr.372) un Reklāmā sniegto informāciju kopumā, secina, ka Reklāmā ietvertā norāde „samazini savu ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %” sniegta, ievērojot iespējamo Lattelecom un Baltkom pamata tarifu starpību sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksētā tīkla abonentiem. Tādējādi, ņemot vērā Reklāmā sniegto informāciju kopumā, tās noformējumu un Reklāmas pasniegšanas veidu, atzīstams, ka Reklāmā patērētājiem skaidrā un nepārprotamā veidā tiek norādīts un ir uztverams, ka Reklāmas paziņojumā „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %!” ietvertais skaitliskais rādītājs ir maksimālais ietaupījuma procents, kāds iespējams, veicot noteikta veida sarunas Baltkom fiksētajā elektronisko sakaru tīklā. Kā lēmumā iepriekš konstatēts, Reklāmā ir identificēts, ka reklamētais skaitliskais rādītājs 83 % ir ietaupījuma apmērs, kāds iespējams, ņemot vērā Reklāmā norādīto Baltkom un Lattelecom pamata tarifu starpību sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem. Turklāt, ņemot vērā lēmumā iepriekš sniegtos secinājumus, minētais skaitliskais rādītājs (83 %) atbilst (ir pareizs) tam ietaupījuma apmēram (procentos), kāds iespējams sarunām ar Īrijas un Anglijas fiksēto sakaru abonentiem. Savukārt, veicot Reklāmā norādītās cita veida sarunas, iespējamais ietaupījums ir mazāks, attiecīgi –iekšzemes tālsarunām iespējamais ietaupījums ir 50 %, sarunām ar LMT un Tele2 abonentiem -42%.

Ņemot vērā minēto, maz ticams, ka vidusmēra patērētājs Reklāmas paziņojumā „Pieslēdz savu telefona līniju Baltkom tīklam, saglabā savu numuru un samazini ikmēneša telefona maksājumu līdz pat 83 %!” norādīto skaitlisko rādītāju uztvers kā konstantu ikmēneša telefona maksājuma ietaupījumu, zvanot Baltkom fiksētajā elektronisko sakaru tīklā.

[18] Attiecībā uz Iesniegumā norādīto Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punkta iespējamo pārkāpumu Baltkom darbībā, norādāms sekojošais.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktu *reklāmā aizliegts izmantot cita uzņēmēja vārdu, uzvārdu, nosaukumu (firmu) vai citādu identificējošu apzīmējumu (arī preču zīmi) bez uzņēmēja piekrišanas*. Reklāmas likuma 4.panta trešajā daļā ir noteikts, ka *šā panta otrās daļas 6. un 7.punkta noteikumi neattiecas uz salīdzinošu reklāmu, ja tiek ievēroti šā likuma 9.panta noteikumi*.

Ņemot vērā to, ka Baltkom Reklāmā ir ievēroti Reklāmas likuma 9.pantā salīdzinošai reklāmai izvirzītie nosacījumi, atzīstams, ka Reklāmā nav pārkāpts Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteiktais aizliegums.

[19] Iesniedzējs norādījis, ka Baltkom maldinošās Reklāmas rezultātā vairāki klienti kļūdaini izvēlējās Baltkom elektronisko sakaru pakalpojumus, pārmaksāja un rezultātā atgriezās pie Lattelecom. Kā minēto apstiprinošus pierādījumus Lattelecom 26.07.2006. vēstulei Nr.17-2/07-660 pievienojusi Lattelecom abonentu iesniegumus, kuros, t.sk., izteikts lūgums mainīt elektronisko sakaru operatoru Baltkom un kļūt par Lattelecom abonentu.

Konkurences padome, izvērtējusi Lattelecom 26.07.2006. vēstulei Nr.17-2/07-660 pievienotos Lattelecom abonentu iesniegumus, secina, ka tajos sniegtā informācija neapstiprina Lattelecom norādīto, ka patērētāji tieši konkrētās Baltkom sniegtās Reklāmas rezultātā ir nomainījuši publiskā fiksētā elektronisko sakaru operatoru Lattelecom pret publiskā fiksētā elektronisko sakaru operatoru Baltkom, pārmaksājuši un rezultātā atgriezušies atpakaļ pie Lattelecom, tādējādi tiekot maldināti par faktiskajiem tarifiem un sagaidāmo ietaupījumu. Minētajos Lattelecom abonentu iesniegumos norādīti vairāki operatora maiņas iemesli, t.sk., pakalpojumu neapmierinoša kvalitāte, bet ne iemesli, kas ir cēloniskā sakarībā ar Reklāmu.



Ņemot vērā minēto, Konkurences padome atzīst par nepamatotiem un noraidāmiem Lattelecom iebildumus, ka Reklāmas rezultātā patērētāji ir tikuši maldināti par faktiskajiem tarifiem un sagaidāmo ietaupījumu.

[20] Ņemot vērā lēmumā (skat. lēmuma 14.-18.punkts) iepriekš konstatētos faktus, Konkurences padome atzīst, ka Baltkom, izplatot Reklāmu, nav pārkāpusi Reklāmas likuma 8.pantā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu un 4.panta otrās daļas 6.punktā noteikto aizliegumu, kā arī 9.panta otrās daļas un 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītos nosacījumus.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 6.punktu, 8.pantu, 9.panta otro daļu, 9.panta trešās daļas 2.punktu, 10.pantu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta ceturto, 15.panta sesto un septīto daļu, Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu, Konkurences padome

**nolēma:**

Izbeigt lietas Nr.1456/06/09/8 izpēti.

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