



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 3

(Prot. Nr.10, 2.§)

2005.gada 15.februārī

Par lietas izpētes izbeigšanu

Par SIA „Lattelekom SIA” 27.10.2004. iesniegumu Nr.02-10/140

Lieta Nr.894/04/09/14

Konkurences padome 2004.gada 28.oktobrī saņēma SIA “Lattelekom SIA” (turpmāk – Lattelekom) 27.10.2004. iesniegumu Nr.02-10/140 “Par lietas izpētes uzsākšanu par reklāmas atbilstību Reklāmas likuma un Konkurences likuma normām” (turpmāk –Iesniegums).

Iesniegumā norādīts, ka 14.10.2004. laikrakstos “Dienas Bizness” un “Diena” publicēta reklāma “Attīsti starptautisko biznesu”, kurā salīdzināti Lattelekom sniegto starptautisko pakalpojumu tarifi ar Tele2Telefons sniegto starptautisko sarunu pakalpojumu tarifiem (turpmāk –Reklāma).

Lattelekom norādījis, ka gan Reklāmas aprakstošajā tekstā zem virsraksta “Izdevīgākie telefonsakari”, gan salīdzinošajā tabulā, gan arī Reklāmas apakšdaļā, kur lietots Tele2Telefons logo, kā reklamēto izdevīgo telefonsakaru pakalpojumu sniedzējs minēts Tele2Telefons. Uzņēmējs (komersants) ar nosaukumu Tele2Telefons nav reģistrēts ne uzņēmumu reģistrā, ne arī komercreģistrā. Tādējādi Reklāmas devējs nevar būt uzņēmējs (komersants) ar šādu nosaukumu, un Tele2Telefons varētu uzskatīt par kāda uzņēmēja (komersanta) preču zīmi. Norādīts, ka Komercreģistrā ir reģistrēta SIA “Tele 2” (turpmāk - Tele2), kuras interneta adrese norādīta Reklāmas kreisajā apakšējā daļā, bet kura nav norādīta kā Reklāmas devēja.

Iesniedzējs uzskata, ka patērētājam ir zināms, ka Lattelekom sniedz publiskos fiksētos balss telefonijas pakalpojumus, savukārt patērētājam nav zināms, kādus elektronisko sakaru pakalpojumus sniedz uzņēmējs, kas lieto preču zīmi Tele2Telefons. Pieņemot, ka Tele2 ir saistība ar Reklāmu, jāņem vērā, ka šis komersants sniedz publiskos mobilos elektronisko sakaru pakalpojumus. Reklāmā nav norādīts, ar kāda elektronisko sakaru pakalpojuma veidu (fiksētajiem vai mobilajiem) tiek salīdzināts Lattelekom pakalpojumu tarifs.

Iesniegumā norādīts, ka Reklāmā klienti tiek aicināti izmantot Tele2Telefons sniegtos telekomunikāciju pakalpojumus un starptautiskajām sarunām lietot Tele2Telefons lietišķo tarifu plānu. Lietišķais tarifu plāns Reklāmā tiek salīdzināts ar Lattelekom starptautisko sarunu pamata tarifiem. Saskaņā ar Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas (turpmāk

-SPRK) definīciju tarifu plāns ir elektronisko sakaru komersanta elektronisko sakaru pakalpojumu tarifu piedāvājums, kas atšķiras no pamata tarifiem un tiek piemērots pēc abonenta izvēles, elektronisko sakaru komersantam un abonentam savstarpēji vienojoties. Pamata tarifu un tarifu plānus veido pēc dažādiem principiem, līdz ar to atšķiras abu tarifu veidu piemērošana un būtība. Lattelekom uzskata, ka tādējādi elektronisko sakaru pakalpojumu pamata tarifu salīdzinājums ar tarifiem, kas klientam tiek piedāvāti tarifu plānu ietvaros, nav objektīvs un ir maldinošs.

Lattelekom uzskata, ka Reklāma atbilst Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā noteiktajam maldinošas reklāmas definējumam, ņemot vērā to, ka Reklāmā nav norādīts Reklāmas devējs, un norādes Reklāmā uz Tele2Telefons un Tele2 rada patērētājā neizpratni par to, kurš ir Reklāmas devējs. Turklāt Iesniedzējs norādījis, ka Reklāma maldina arī par Tele2Telefons sniegtajiem pakalpojumiem, jo Reklāmā nav skaidri norādīts, vai tiek reklamēti publiskie fiksētie vai publiskie mobilie elektrosakaru pakalpojumi. Tādējādi Reklāmas maldinošā rakstura dēļ var tikt ietekmēta patērētāja ekonomiskā rīcība, kas kaitētu Lattelekom.

Iesniedzējs norādījis, ka Reklāma saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta pirmo daļu ir atzīstama par salīdzinošu reklāmu, jo tajā izmantots Tele2Telefons sniegto pakalpojumu tarifu plāna salīdzinājums, kas tieši norāda uz Reklāmas devēja konkurenta Lattelekom starptautisko telefonsakaru jomā sniegtajiem pakalpojumiem, un minētā Reklāma neatbilst Reklāmas likuma 9.panta trešajā daļā salīdzinošai reklāmai izvirzītajiem nosacījumiem. Tādējādi Iesniedzējs uzskata, ka ir pārkāpti arī Reklāmas likuma 10.panta trešās daļas noteikumi, kas nosaka reklāmas devēja tiesības izplatīt tikai likumam atbilstošu reklāmu, kā arī Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punkts.

T.sk., Iesniegumā norādīts uz Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 3.punktā noteiktā negodīgas konkurences aizlieguma iespējamo pārkāpumu Reklāmas devēja darbībās, jo tā izplatītā Reklāma satur nepatiesu un nepilnīgu informāciju par Lattelekom piedāvāto pakalpojumu tarifiem, to veidošanas noteikumiem.

Iesniegumā Lattelekom lūdz Konkurences padomi noskaidrot Reklāmas devēju un izskatīt Reklāmas atbilstību Konkurences likuma un Reklāmas likuma normām.

Konkurences padome 2004.gada 3.novembrī, pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, pieņēma lēmumu Nr.72 (protokola Nr.62, 5.§) Par lietas neierosināšanu uz Iesnieguma pamata daļā par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 3.punkta iespējamo pārkāpumu, izplatot Reklāmu.

Konkurences padome 2005.gada 31.janvārī, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, pieņēma lēmumu (protokols Nr.7, 2.§) pagarināt reklāmas izvērtēšanas termiņu lietā Nr.894/04/09/14 uz laiku līdz 2005.gada 16.februārim.

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

konstatēja:

SIA „Tele2 Telecom” (turpmāk –Tele2 Telecom) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā 29.01.2003. reģistrēta (reģ.Nr.000361693) komercsabiedrība, kuras galvenie darbības veidi ir telesakari u.c. statūtos paredzētā darbība.

SIA “Lattelekom SIA” ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 09.01.1992. reģistrēta (vienotais reģ.Nr.40003052786) uzņēmēj sabiedrība (ierakstīta Komercreģistrā 17.12.2004.), kuras galvenie darbības veidi ir publiskā telekomunikāciju tīkla pārvaldīšana, attīstīšana un ekspluatācija; telekomunikāciju tīklu iznomāšana u.c. statūtos paredzētā darbība. Ņemot vērā minēto, to, ka viens no abu norādīto komercsabiedrību darbības virzieniem ir starptautisko tālrunu pakalpojumu sniegšana publiskajā fiksētajā telefonu tīklā, administratīvā procesa dalībnieku sniegtos paskaidrojumus un, ievērojot to, ka norādītie

pakalpojumi to izmantošanas rezultātā sasniedzamā mērķa dēļ ir atzīstami par aizstājamiem pakalpojumiem, SIA „Tele2 Telecom” un SIA “Lattelekom SIA” ir uzskatāmas par konkurentēm starptautisko tālsarunu pakalpojumu sniegšanas tirgū publiskajā fiksētajā telefonu tīklā.

Konkurences padome 02.12.2004. saņēma Tele2 Telecom 29.11.2004. vēstuli Nr.3-1/51, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 09.11.2004. vēstulē Nr.9-1654 norādīto lūgumu sniegt informāciju, dokumentus, kā arī pierādījumus, kas apstiprinātu Reklāmā sniegtās informācijas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem.

Tele2 Telecom Vēstulē apstiprinājusi, ka Reklāmas devējs un apmaksātājs ir Tele2 Telecom. Reklāmas izgatavotājs ir SIA „Garage 4x4”, izplatīšanas organizētājs ir SIA „Mediapool Latvia”.

Norādīts, ka Reklāma tika izplatīta laika periodā no 13.10.2004. līdz 19.10.2004.: preses izdevumos „Lietišķā Diena”, „Diena”, „Dienas Bizness”, „Bizness & Baltija”, „Delavoi Čas” /”Деловой Час”/, „Biznesa Jaunami” (laikraksta „Neatkarīgā Rīta Avīze” pielikums), „Telegraf” /”Телеграф”/ un „Komersant Baltic Daily”, Vēstules pielikumā norādītajā apjomā.

Reklāmas idejas autors ir SIA „Garage 4x4”, Reklāmas mērķis un uzdevums ir informēt Latvijas patērētājus par Tele2Telefons jaunajiem tarifiem un aicināt viņus noslēgt līgumu par Tele2Telefons pakalpojumu izmantošanu. Reklāmas mērķa auditorija ir jebkura fiziska vai juridiska persona, ja tā atbilst Tele2Telefons produkta lietošanas prasībām (piemēram, ir 18 gadu veca, nav parādu par telekomunikāciju pakalpojumiem u.tml.). Izgatavojot Reklāmu, tika ņemta vērā situācija tirgū un patērētāju vajadzības. Informācija par Lattelekom tarifiem iegūta no Lattelekom publiskās interneta mājas lapas www.lattelekom.lv.

Vēstulē paskaidrots, ka Reklāmā norādītais Tele2Telefons sniedz fiksētos telekomunikāciju pakalpojumus. Reklāmā salīdzināti Tele2Telefons starptautisko pakalpojumu tarifi ar Lattelekom starptautisko sakaru tarifiem.

Norādīts, ka Tele2Telefons piedāvā divus pamata tarifu plānus: Lietišķo tarifu plānu un Privāto tarifu plānu. Ņemot vērā to, ka Tele2Telefons piedāvātie tarifu plāni ir vienlīdz pieejami jebkurai juridiskai vai fiziskai personai, Tele2 Telecom uzskata, ka nav būtiskas atšķirības, kuru tarifu plānu uzrādīt Reklāmā, jo tie abi salīdzinātajās pozīcijās piedāvā izdevīgākus tarifus, nekā Lattelekom. Tele2 Telecom paskaidrojusi, ka Reklāmā norādīts tikai viens tarifu plāns, t.i., Lietišķais, tā iemesla dēļ, lai Reklāma izskatītos pārskatāmāka. Ievērojot to, ka abi Tele2Telefons tarifu plāni ir uzskatāmi par pamata (jo netiek piedāvāti citi tarifu plāni ar speciāliem nosacījumiem), lai salīdzinājums būtu korekts, tika izvēlēti tieši Lattelekom pamata tarifi.

Papildus Tele2 Telecom paskaidrojusi, ka gan Lattelekom, gan Latvijas patērētāju sabiedrībai kopumā ir labi zināms, ka ar preču zīmi Tele2Telefons tiek piedāvāti fiksētie telefonu sakari. Jau uzsākot darbību fiksēto sakaru jomā, t.i., 2003.gadā, plaši tika prezentēta Tele2Telefons preču zīme, kā fiksētās telefonijas nodrošinātāja. Ar preču zīmi Tele2Telefons līdz šim nav tikuši piedāvāti citi publiskie sakaru pakalpojumi, kā tikai un vienīgi starptautiskie fiksētie telefonu sakari. Tele2 Telecom norādījusi, ka minēto apstiprina masveida reklāmas kampaņas, piemēram, laika posmā no 30.03.2004. līdz 21.04.2004. ar tiešā pasta metodi izplatīti informatīvie materiāli, kas pievienoti Vēstulei, reklāma televīzijā laika posmā no 30.03.2004. līdz 28.04.2004., un citi Tele2Telefons zīmola veicināšanas pasākumi, kuru gaitā sabiedrība tika iepazīstināta ar Tele2Telefons piedāvātajiem pakalpojumiem.

Vēstulē, t.sk., Tele2 Telecom kā nekorektu vērtē Lattelekom Iesniegumā minēto, ka Reklāma uzskatāma par maldinošu reklāmu, tā kā Reklāmā nav saprotams, vai tiek reklamēti publiskie fiksētie vai publiskie mobilie elektrosakaru pakalpojumi. Tele2 Telecom uzskata, ka šāds apgalvojums liecina, ka Lattelekom subjektīvi uzskata, ka tā preču zīme ir labāk, nekā citu uzņēmumu preču zīmes, ko apliecina vairākas Lattelekom reklāmas, piemēram,

05.06.2004. laikrakstā „Diena” publicētā Lattelekom reklāma „Mēs Francijā jau sen gaidījām Tavi zvanu”, kas arī nesatur norādi, vai tiek piedāvāti fiksētie vai kādi citi elektrosakari.

Vēstulē paskaidrots, ka Tele2Telefons preču zīmi lieto Tele2 Telecom, kas ir fiksēto telekomunikāciju pakalpojumu licences turētāja. Tele2 Telecom vienīgais dalībnieks ir SIA „Tele2 Holdings”. Tele2 Telecom uzskata, ka pakalpojumu sniegšana, izmantojot preču zīmi, nevar būt par pamatu viedoklim, ka šādā gadījumā tiek maldināts patērētājs, ko arī apliecina vairāk vai mazāk ilglaicīga prakse Latvijas elektrosakaru pakalpojumu tirgū, piemēram, interneta pakalpojumi „Apollo” (nodrošian Lattelekom), mobilo sakaru pakalpojumi „Triatel” (nodrošina a/s „Telekom Baltija”).

Tele2 Telecom Vēstulē nepiekrīt Lattelekom Iesniegumā norādītajam, ka Reklāmā ietvertais Tele2Telefons lietišķā tarifu plāna salīdzinājums ar Lattelekom pamata tarifiem maldina un ir neobjektīvs. Norādīts, ka abi Tele2Telefons tarifu plāni (lietišķais un privātais) ir uzskatāmi par pamata tarifiem, jo ir pieejami jebkurai fiziskai vai juridiskai personai, t.i., tie nav atvasināti no kāda cita tarifu plāna vai tarifiem. Tāpat arī Lattelekom vienīgais tarifu plāns, kas tiek piedāvāts jebkurai fiziskai vai juridiskai personai, ir tieši pamata tarifi. Citi Lattelekom tarifu plāni ir paredzēti kādām noteiktām mērķa klientu grupām, un tie ir atvasināti no pamata tarifiem.

Līdz ar to Tele2 Telecom uzskata, ka Tele2Telefons un Lattelekom tarifu salīdzinošajā Reklāmā ir sniegta maksimāli objektīva informācija, kas ļauj patērētājam izvērtēt divu vienādu pakalpojumu izdevīgumu. Reklāmas saturs neapgalvo, ka minētie Lattelekom pamata tarifi būtu vienīgie Lattelekom piedāvātie tarifi, tādējādi izslēdzot jebkādu patērētāju maldināšanas iespēju.

Konkurences padome 02.12.2004. saņēma Latvijas Reklāmas Asociācijas (turpmāk - LRA) 22.11.2004. vēstuli Nr.2/11, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 05.11.2004. vēstulē Nr.9-1618 norādīto lūgumu sniegt viedokli par Iesniegumā norādīto Reklāmu.

Konkurences padome 20.12.2004. saņēma Lattelekom 14.12.2004. vēstuli Nr.17-2/12-73, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 06.12.2004. vēstulē Nr.9-1806 norādīto lūgumu sniegt papildus informāciju par Iesniegumā norādītajiem apstākļiem.

Minētajā vēstulē paskaidrots, ka Lattelekom ir uzņēmums, kuram SPRK noteikusi būtisku ietekmi fiksēto balss pakalpojumu tirgū. Ievērojot minēto, un saskaņā ar Elektronisko sakaru likumu, Lattelekom tarifi, t.sk., starptautisko sarunu tarifi, tiek regulēti. Norādīts, ka pēdējo reizi Lattelekom starptautisko (arī citu) sarunu tarifi tika mainīti 1999.gadā, pēc tam minētie tarifi nav mainīti. Tādēļ Lattelekom, izmantojot likumā piešķirtās tiesības, saviem abonentiem piedāvā dažādus tarifu plānus un atlaides, kur tarifi atšķiras no SPRK apstiprinātajiem, lai starptautisko sarunu pakalpojumu sniegšanā varētu konkurēt ar citiem elektronisko sakaru komersantiem, kuri paši nosaka šos tarifus, nevis SPRK.

Lattelekom vēstulē atkārtoti norādījusi, ka Lattelekom pamata tarifi ir elektronisko sakaru pakalpojumu tarifi, ko apstiprinājusi SPRK. Saskaņā ar SPRK definīciju tarifu plāns ir elektronisko sakaru komersanta elektronisko sakaru pakalpojumu tarifu piedāvājums, kas atšķiras no pamata tarifiem un tiek piemērots pēc abonenta izvēles, elektronisko sakaru komersantam un abonentam savstarpēji vienojoties. Līdz ar to Lattelekom uzskata, ka Reklāmas salīdzinājums ir neobjektīvs, un tā kā Reklāmas devējs Reklāmā ir atsaucies uz Lattelekom interneta mājas lapā www.lattelekom.lv pieejamo informāciju, tad Reklāmas devējam vajadzēja arī ievērot, ka Lattelekom piedāvājumā arī ir tarifu plāni, un šo tarifu plānu būtība ir zemāku tarifu piedāvājums, kas atšķiras no pamata tarifiem. Tādējādi Lattelekom uzskata, ka Reklāmas devējs apzināti ir norādījis Lattelekom augstākos starptautisko sarunu tarifus, ar mērķi uzsvērt to neizdevīgumu. Šajā sakarā Lattelekom norādījusi uz Konkurences padomes 05.04.2004. lēmumu Nr.30 un tajā ietvertajiem secinājumiem.

T.sk., Lattelekom vēstulē nav apšaubījusi faktu, ka preču zīmes lietošana reklāmā nav uzskatāma par pārkāpumu. Lattelekom uzskata, ka konkrētā Reklāma maldina patērētāju, jo nav skaidrs, kurš elektronisko sakaru komersants nodrošina Reklāmā piedāvātos pakalpojumus. Vienīgā atpazīstamā norāde Reklāmā ir uz Tele2, taču Lattelekom rīcībā nav informācijas, ka Tele2 būtu Tele2Telefons preču zīmes īpašnieks. Vienlaikus Lattelekom norādījusi, ka nav skaidrs, kādi starptautisko sarunu pakalpojumu tarifi Reklāmā tiek salīdzināti, ja Tele2 ir mobilo pakalpojumu sniedzējs –sarunām no fiksētā Lattelekom tīkla vai sarunām no mobilā Tele2 tīkla.

Lattelekom atbilstoši Konkurences padomes Biroja 21.12.2004. vēstulē Nr.9-1871 izteiktajam uzaicinājumam 22.12.2004. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.894/04/09/14 esošajiem pierādījumiem un 27.12.2004. vēstulē Nr.17-2/12-94 izteica viedokli par tiem.

Minētajā vēstulē Lattelekom, t.sk., sniegusi paskaidrojumus par atšķirībām starp elektronisko sakaru pakalpojumu tarifu noteikšanu un ar to saistīto tarifu terminoloģiju un tās piemērošanu Lattelekom un Tele2 Telecom gadījumos. Norādīts, ka Lattelekom, izmantojot likumā piešķirtās tiesības, saviem abonentiem piedāvā dažādus tarifu plānus un atlaides, kur tarifi atšķiras no SPRK apstiprinātajiem pamata tarifiem, lai elektronisko sakaru pakalpojumu sniegšanā, t.sk., starptautisko sarunu pakalpojumu sniegšanā varētu konkurēt ar citiem elektronisko sakaru komersantiem, kuri paši nosaka tarifus, bet ne SPRK.

Norādīts, ka Lattelekom nepiekrīt Tele2Telefons apgalvojumam, ka Reklāmā norādītie tarifu plāni ir Tele2Telefons pamata tarifi, paskaidrojot, ja sadzīvē var jaukt terminus „pakalpojumu tarifi” un „pakalpojumu pamata tarifi”, īpaši neuzsverot, vai tos apstiprina vai neapstiprina SPRK, tad tos nevar lietot jēdziena „tarifu plāns” vietā, kas vispirms dod klientam iespēju izvēlēties tam izdevīgāko, pieņemamāko, un tad par to vienoties ar pakalpojumu sniedzēju.

Lattelekom norādījusi, ka arī konkrētajā gadījumā Tele2 Telecom abonentiem ir iespēja bez ierobežojumiem izvēlēties jebkuru no diviem piedāvājumiem –lietišķais tarifu plāns un privātais tarifu plāns, kas pieejams jebkurai klientam neatkarīgi no tā, vai tā ir juridiska vai fiziska persona. Tā kā Tele2 Telecom Reklāmā uzrādītos tarifus SPRK nav apstiprinājusi, tad tie nevar tikt uzskatīti par „pamata tarifiem”. Lattelekom uzskata, ka pie šāda secinājuma ir nonākusi arī pati Tele2 Telecom, savās reklāmās lietojot terminu „tarifu plāns” un, pamatoti nelietojot terminu „pamata tarifi”.

Ņemot vērā minētajā vēstulē norādīto, Lattelekom uzskata, ka Tele2 Telecom Reklāmā ir veikusi nekorektu tarifu salīdzinājumu, salīdzinot tarifu plānu ar Lattelekom pamata tarifiem, un ka šādi veidots salīdzinājums objektīvi neatbilstoši situāciju attiecībā un konkurenta piedāvāto pakalpojumu cenu.

Tele2 Telecom atbilstoši Konkurences padomes Biroja 21.12.2004. vēstulē Nr.9-1872 izteiktajam uzaicinājumam 23.12.2004. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.894/04/09/14 esošajiem pierādījumiem un apstiprināja, ka rakstisks viedoklis lietā netiks izteikts.

Iesniegumā norādītā Tele2 Telecom izplatītā informācija par Tele2Telefons un Lattelekom publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto starptautisko tālsarunu pakalpojumu tarifiem, ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka Iesniegumā norādītās Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir Tele2 Telecom. 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.*

Saskaņā ar 29.11.2004. Tele2 Telecom vēstulē Nr.3-1/51 sniegto informāciju Reklāmas mērķauditorija ir jebkura fiziska vai juridiska persona, ja tā atbilst Tele2Telefons produkta lietošanas prasībām (piemēram, ir 18 gadu veca, nav parādu par telekomunikāciju pakalpojumiem u.tml.). Reklāmas mērķis un uzdevums ir informēt Latvijas patērētājus par Tele2Telefons jaunajiem tarifiem un aicināt viņus noslēgt līgumu par Tele2Telefons pakalpojumu izmantošanu.

Minētajā vēstulē un tās Pielikumā Nr.3 sniegtā informācija apstiprina, ka Reklāma tika izplatīta laika periodā no 2004.gada 13.oktobrim līdz 2004.gada 19.oktobrim sekojošos preses izdevumos: laikrakstā „Lietišķā Diena” (18.10.2004. numurā); „Diena” (15.10.2004. numurā); „Dienas Bizness” (14.10.2004. un 19.10.2004. numuros); „Bizness & Baltija” (14.10.2004. un 19.10.2004. numuros); „Delavoi Čas” /”Деловой Час”/ (18.10.2004. numurā); laikraksta „Neatkarīgā Rīta Avīze” pielikumā „Biznesa Jaunumi” (18.10.2004. numurā); „Telegraf” /”Телеграф”/ (13.10.2004. numurā); „Komersant Baltic Daily” (15.10.2004. numurā).

Minētajos preses izdevumos izplatītās Reklāmas augšējā daļā ar vizuāla attēla palīdzību attēlota pasaules karte, uz tās noteiktās vietās izvietoti dažādu valstu karogi. Zem minētā attēla izvietots uzraksts „Attīsti starptautisko biznesu”, kas attēlots ar lieliem melniem burtiem.

Zemāk Reklāmas kreisajā pusē izvietots sekojoša satura paziņojums „*Izdevīgākie telefonsakari. Lai jūsu sarunas ar biznesa partneriem ārzemēs būtu veiksmīgas un produktīvas, izvēloties lietišķo tarifu plānu, Tele2Telefons piedāvā izdevīgākos tarifus starptautiskajām sarunām. Par Tele2Telefona pieslēgumu un abonēšanu nav jāmaksā. Turklāt jūs varat izvēlēties vienu no 5 valstīm (Lietuva, Igaunija, Krievija, Lielbritānija, Vācija) un līdz gada beigām tērēt tikai 8 santīmus minūtē*”. Minēto paziņojumu papildina informācija par to, kā reģistrēties uz minētajiem Tele2Telefons piedāvātajiem starptautisko tālsarunu pakalpojumiem, norādot, ka „*Piereģistrēties varat pa bezmaksas tālruni 8000696 (ja esat Tele2 mobilo sakaru klients –pa tālruni 696) www.tele2.lv*”.

Reklāmas labajā pusē ar sekojošas tabulas palīdzību tiek salīdzināti Lattelekom un Tele2 Telecom sniegto starptautisko sarunu pakalpojumu tarifi:

	<i>Lattelekom darbdienās (Ls/min) 7.00-20.00</i>	<i>Tele2Telefons lietišķais tarifu plāns darbdienās (Ls/min) 7.00-19.00</i>
Lietuva Igaunija	0.2360	0.1000
ASV Izraēla Krievija Lielbritānija Polija Vācija Zviedrija	0.4130 0.5900 0.5310 0.4720 0.4130 0.4130 0.4130	0.1505
Ukraina	0.5310	0.1700
Baltkrievija	0.5310	0.1800

Zem minētās tabulas sniegta sekojoša satura informācija: „*Lattelekom pamata tarifi norādīti, izmantojot Lattelekom mājaslapā 06.10 publiski pieejamos datus. Maksa par zvana*

savienojumu –Ls 0.0118. Visas cenas norādītas latos, ieskaitot PVN”, un spiedoga formā izvietots teksts „Zemākās cenas - Tele2Telefons - Ar garantiju”.

Reklāmas apakšējā daļā attēlota Tele2Telefons preču zīme.

Analoģiska satura un noformējuma Reklāma tika izplatīta arī krievu valodā Lēmumā iepriekš konstatētajos preses izdevumos.

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.* Līdz ar to salīdzinājumam ar konkurenta precī vai pakalpojumu reklāmā jābūt tieši vai netieši identificējamam un kā tādām uztveramam patērētājam.

Šāda salīdzinošās reklāmas interpretācija atbilst Reklāmas likuma 9.pantā ietvertā tiesiskā regulējuma jēgai un mērķim un izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 1997.gada 6.oktobra Direktīvas 97/55/EK (turpmāk –Direktīva 97/55/EK), ar ko groza Direktīvu 84/450/EEK par maldinošu reklāmu, lai tajā iekļautu salīdzinošo reklāmu (31997L0055, Directive 97/55/EC of European Parliament and of the Council of 6 October 1997 amending Directive 84/450/EEC concerning misleading advertising so as to include comparative advertising; Official Journal L 290, 23/10/1997 P.0018-0023), 2.panta 2.a punkta, kas nosaka, ka “salīdzinošā reklāma ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus”. Tele2 Telecom Reklāmā izmantots tiešs salīdzinājums ar konkurenta, t.i., Lattelekom piedāvātajiem pakalpojumiem, kas izpaudās kā informācijas sniegšana par Lattelekom un Tele2Telefons publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto starptautisko tālrunu pakalpojumu maksas tarifiem, tos vizuāli attēlojot salīdzinošā tabulā, ko papildina attiecīgs skaidrojums teksta formā.

Ņemot vērā minēto, Tele2 Telecom Reklāma ir uzskatāma par salīdzinošu reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē. Minēto ir apstiprinājusi arī Tele2 Telecom tās 29.11.2004. vēstulē Nr.3-1/51 sniegtajos paskaidrojumos.

Izvērtējusi Lattelekom iebildumus, ka Iesniegumā norādītā Reklāma ir maldinoša, jo Reklāmā nav norādīts Reklāmas devējs un nav saprotams, vai tiek reklamēti publiskie fiksētie vai publiskie mobilie elektronisko sakaru pakalpojumi, Konkurences padome norāda sekojošo.

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 pirmajā daļā noteikts, ka *maldinoša reklāma ir aizliegta.* Nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes -atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas norādīta Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 1. – 3.punktā.

Reklāmas likuma 9.panta otrās daļas pirmajā teikumā noteikts, ka „*Salīdzinājums nedrīkst būt maldinošs. (..)*” Ņemot vērā salīdzinošās reklāmas tiesisko regulējumu, nosacījums, ka salīdzinājums nedrīkst būt maldinošs, papildina Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas nosacījumus, kas jāievēro reklāmas devējam, lai salīdzinošo reklāmu atzītu par tiesisku.

Izvērtējot reklāmu, jāņem vērā, kā to uztvertu vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, pietiekami vērtīgs un piesardzīgs; jāņem vērā to personu tips, kurām reklāma ir adresēta (Eiropas Kopienas tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.paragrāfs; 13.01.2000. spriedums lietā Nr.C-220/98 27.paragrāfs, 16.07.1998. spriedums lietā Nr.C-210/96 31. un 37.paragrāfs). Šāds reklāmas izvērtējuma kritērijs ir atbilstošs Konkurences padomes līdzšinējai praksei (22.12.2003. lēmums Nr.68, Latvijas Vēstnesis Nr.9, 20.01.2004.; 05.04.2004. lēmums Nr.30, Latvijas Vēstnesis Nr.62, 21.04.2004.). Konkrētā Reklāma ir izplatīta vienīgi preses izdevumos, kas atšķirībā no reklāmas izplatīšanas radio vai televīzijā

dod iespēju šī Reklāmas vēstījuma saņēmējam Reklāmā ietverto informāciju kopumā, tās atsevišķas detaļas aplūkot sev vēlamā tempā un nepieciešamības gadījumā arī atkārtoti.

Konkurences padome atzīst, ka tā iemesla dēļ, ka Reklāmā tiek norādīta vienīgi reklāmas devēja preču zīme Tele2Telefons, bet netiek norādīta reklāmas devēja firma, Reklāma nav uzskatāma par maldinošu reklāmu Reklāmas likuma 8.panta izpratnē.

Reklāmas likuma viens no mērķiem ir *reglamentēt reklāmas izgatavošanu un izplatīšanu, kā arī noteikt reklāmas izgatavošanā un izplatīšanā iesaistīto personu tiesības, pienākumus un atbildību* (Reklāmas likuma 2.panta 1.punkts). Reklāmas likumā reklāmas devējam nav uzlikts pienākums tā izplatītajā reklāmā norādīt komersanta firmu. Tele2 Telecom, reklamējot tās piedāvātos pakalpojumus -starptautiskās tālsarunas (skat. Tele2 Telecom 29.11.2004. vēstulei Nr.3-1/51 pievienotie reklāmas materiāli), t.sk., konkrētajā Reklāmā, lieto tās preču zīmi Tele2Telefons. Saskaņā ar likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” 1.panta 1., 2.punktu *preču zīme ir apzīmējums, kuru lieto, lai kāda uzņēmuma preces/pakalpojumus atšķirtu no citu uzņēmumu precēm/pakalpojumiem*. Līdz ar to pēc savas jēgas preču zīmes būtiskā funkcija ir kalpot par preces/pakalpojuma izcelsmi identificējošu faktoru, sasaisti ar uzņēmumu tā plašākajā nozīmē un nodrošināt atšķirtspēju, kas neapšaubāmi ir attiecināms arī uz konkrēto Reklāmu, kurā tiek norādīta Tele2 Telecom preču zīme Tele2Telefons. Tādējādi tās ir reklāmas devēja tiesības reklāmā norādīt vienīgi preču zīmi, kas tiek lietota saistībā ar piedāvātajiem pakalpojumiem. Kā Tele2 Telecom 29.11.2004. vēstulē Nr.3-1/51 pareizi norādījusi, preču zīmes lietošana reklāmā, nenorādot komersantu, ir vairāk vai mazāk ilglaicīga prakse Latvijas elektrosakaru pakalpojumu tirgū. Elektronisko sakaru komersanta firmas, kuras pakalpojumi Reklāmā tiek piedāvāti, nenorādīšana neietekmē elektronisko sakaru komersanta pienākumu noslēgt rakstveidā elektronisko sakaru pakalpojumu līgumu ar katru abonentu (Elektronisko pakalpojumu likuma 19.panta pirmās daļas 3.punkts). Turklāt Reklāmā ir skaidri norādīti informācijas iegūšanas avoti, kur šāda Reklāmas vēstījuma saņēmējs var iegūt minēto un citu informāciju par Reklāmā piedāvātajiem pakalpojumiem. Arī Reklāmā zem sadaļas „Kā reģistrēties?” norādītā interneta mājas lapas adrese www.tele2.lv nav atzīstama par tādu informāciju, kuras dēļ Reklāma ir uzskatāma par maldinošu, ņemot vērā, ka tieši minētajā interneta mājas lapā Reklāmas vēstījuma saņēmējam ir pieejama papildus informācija par Reklāmā piedāvātajiem pakalpojumiem, kā arī faktu, ka Tele2 un Tele2 Telecom ir radniecīgi saistītie uzņēmumi, kas ir pietiekams pamats informācijas par minēto uzņēmumu piedāvātajiem pakalpojumiem izvietojšanai vienā interneta mājas lapā. Lattelekom ne Iesniegumā, ne papildus sniegtajā informācijā nav pamatojusi, vai un kā konkrēti reklāmas devējs, neidentificējot Reklāmā tā firmu, ir aizskāris Lattelekom tiesiskās intereses.

Reklāmas devējs nav tieši norādījis, ka Reklāmā tiek salīdzināta maksa par starptautiskajām tālsarunām fiksētajā elektronisko sakaru tīklā. Tomēr arī minētā iemesla dēļ Reklāma nav uzskatāma par maldinošu reklāmu Reklāmas likuma 8.panta izpratnē.

Reklāmā ir skaidri norādīts, ka salīdzināti tiek Lattelekom piedāvātie tarifi starptautiskajām tālsarunām ar Tele2Telefons piedāvātajiem tarifiem starptautiskajām tālsarunām. Patērētājiem ir zināms, ka Lattelekom piedāvā vienīgi fiksētos balss telefonijas pakalpojumus, t.sk., starptautiskās tālsarunas, ko Iesniegumā atzīst arī Lattelekom. Patērētājiem ir arī zināms, ka starptautiskās tālsarunas fiksētajā elektronisko sakaru tīklā kopš telekomunikāciju tirgus liberalizācijas bez Lattelekom piedāvā citi konkurējoši tirgus dalībnieki. Viens no aktīvākajiem un zināmākajiem šī tirgus dalībniekiem ir Tele2 Telecom, kuram 26.03.2003. izsniegta individuālā licence publisko telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanai publiskajā fiksētajā telekomunikāciju tīklā un, kas pēc starpsavienojuma līguma noslēgšanas ar Lattelekom kopš 2004.gada sākuma piedāvā starptautiskās tālsarunas fiksētajā elektronisko sakaru tīklā, reklamējot šos pakalpojumus ar preču zīmi Tele2Telefons. Tele2 Telecom piedāvā tikai un vienīgi starptautisko fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumus, turklāt tikai ar preču zīmi Tele2Telefons. Lattelekom Iesniegumā norādītais elektronisko

sakaru komersants Tele2 nepiedāvā publisko fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumus, bet, kā tas patērētājiem zināms, publisko mobilo elektronisko sakaru pakalpojumus, turklāt šo pakalpojumu reklamēšanai nelieto preču zīmi Tele2Telefons. Tele2 starptautiskajām sarunām publiskajā mobilajā elektronisko sakaru tīklā nepiedāvā arī Reklāmā reklāmas devēja norādīto „Lietišķo tarifu plānu” un ar Tele2Telefons preču zīmi piedāvātos tarifus un līdz ar to Tele2 abonentiem vai potenciālajiem abonentiem publiskajā mobilajā elektronisko sakaru tīklā nav iespējams veikt starptautiskās tālsarunas par Reklāmā norādītajiem tarifiem. Turklāt, kā zināms, par Tele2 pieslēgumu un abonēšanu, lai veiktu starptautiskās sarunas ir jāmaksā, savukārt, kā norādīts Reklāmā, par pakalpojumu, kas tiek reklamēts ar Tele2Telefons preču zīmi, pieslēgumu un abonēšanu nav jāmaksā, kas papildus norāda uz atšķirīgu pakalpojumu. Pakalpojumus par Reklāmā norādītajiem ar preču zīmi Tele2Telefons piedāvātajiem tarifiem iespējams saņemt vienīgi, izmantojot publisko fiksēto elektronisko sakaru tīklu, turklāt tikai pēc reģistrēšanās minētajam pakalpojumam Reklāmā norādītajā kārtībā vai citā veidā noslēdzot līgumu ar Tele2 Telecom par Reklāmā piedāvāto pakalpojumu saņemšanu.

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.

Atbilstoši Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktam *salīdzinošā 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*. Identisks nosacījums salīdzinošas reklāmas tiesiskumam ir ietverts arī Direktīvas 97/55/EK 3.a panta pirmās daļas c) punktā.

Lattelekom nav iebildusi, 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 kā tāda ir uzskatāma par šādu pazīmi.

Lattelekom Iesniegumā norādījusi, ka Reklāmā ir salīdzināti tarifu plāna tarifi ar pamata tarifiem, kas pēc būtības ir atšķirīgi un nesalīdzināmi lielumi, jo tie tiek veidoti pēc dažādiem principiem un atšķiras abu tarifu piemērošana un būtība. Tādējādi Lattelekom uzskata, ka Reklāmā nav ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītais nosacījums.

No minētā secināms, ka būtībā Lattelekom iebildumi ir par to, ka Reklāmā ietvertais tarifu salīdzinājums nav veidots objektīvi.

Iesniegumā norādītajā Reklāmā salīdzināti Tele2Telefons publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto starptautisko tālsarunu pakalpojumu tarifi, kas ietverti Tele2 Telecom piedāvātajā „Lietišķajā tarifu plānā”, ar Lattelekom publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto starptautisko tālsarunu pakalpojumu tarifiem, kas ietverti Lattelekom piedāvātajos „pamata tarifos”.

Konkurences padome norāda, ka Iesniegumā norādītās Reklāmas, kurā salīdzināti konkrētie ar preču zīmi Tele2Telefons publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto starptautisko tālsarunu pakalpojumu tarifi, kas ietverti Tele2 Telecom piedāvātajā „Lietišķajā tarifu plānā” ar Lattelekom publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto starptautisko tālsarunu pakalpojumu tarifiem, kas ietverti Lattelekom piedāvātajos „pamata tarifos”, izvērtējumā nav nozīmes Lattelekom 14.12.2004. vēstulē Nr.17-2/12-73 norādītajai atsaucei uz Konkurences padomes 05.04.2004. lēmumu Nr.30 un tajā ietvertajiem secinājumiem, ņemot vērā lietā Nr.894/04/09/14 esošos atšķirīgos faktiskos apstākļus un izvērtējamo Reklāmu. Konkurences padome 05.04.2004. lēmumā Nr.30 (turpmāk –Lēmums) izvērtēja SIA „Telekom Baltija” (turpmāk –Telekom Baltija) reklāmu, kurā tika salīdzināti konkrētie Telekom Baltija starptautisko tālsarunu tarifi ar reklāmas tabulas sadaļā „Pašreiz Jūs maksājat” norādītajām

cenām. Ievērojot Konkurences padomes Lēmumā konstatēto apstākļu kopumu, to, ka Telekom Baltija reklāmas tabulas sadaļā „Pašreiz Jūs maksājat” nav norādīts, ka tas ir vidējais tarifs; ka Telekom Baltija, norādot sava piedāvātā pakalpojuma cenas, nav norādījusi tās sniegto pakalpojumu vidējo tarifu; ka Telekom Baltija reklāmā ietvertajā tabulā norādījusi Telekom Baltija pakalpojumu cenas atkarībā no laika, kad tiek veikta saruna, proti, reklāmā norādītas pakalpojumu cenas laika posmā no plkst.8.00 līdz 20.00, kā arī laika posmā no plkst.20.00 līdz 8.00, savukārt sadaļā „Pašreiz Jūs maksājat” norādīta tikai viena cena, neizdalot atsevišķi pakalpojumu cenu atkarībā no laika posma, kad tiek veikta tālsaruna; ka Telekom Baltija, norādot cenu reklāmā ietvertās tabulas sadaļā „Pašreiz Jūs maksājat”, nav ņēmusi vērā Lattelekom piedāvāto tarifu plānu atšķirības un citus nosacījumus Lattelekom piedāvātajiem starptautiskajiem tālsarunu tarifiem; ka reklāmas tabulas sadaļā „Pašreiz Jūs maksājat” ir pievienota zvaigznīte, kas norāda, ka cenas uzrādītas bez PVN 18% ar bonusu 5%, savukārt Lattelekom pakalpojumu cenām nav 5% bonusa; ka Telekom Baltija reklāmā krievu valodā tabulas sadaļā „Pašreiz Jūs maksājat” nav pievienota zvaigznīte, kas latviešu valodas tekstā norāda, ka cenas uzrādītas bez PVN 18% ar bonusu 5%, Konkurences padome atzina, ka konkrētajā reklāmā ietvertais cenu salīdzinājums ir neatbilstošs Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītajiem nosacījumiem.

Konkurences padome, pārbaudījusi Lattelekom Iesniegumā norādītos argumentus par to, ka Reklāmā salīdzinātie Tele2 Telecom piedāvātie „Lietišķā tarifu plāna” tarifi un Lattelekom piedāvātie „pamata tarifi” pēc būtības ir atšķirīgi lielumi, konstatē sekojošo.

Lattelekom faktu, ka Iesniegumā norādītajā Reklāmā salīdzinātie Tele2 Telecom piedāvātie „Lietišķā tarifu plāna” tarifi un Lattelekom piedāvātie „pamata tarifi” pēc būtības ir atšķirīgi lielumi, pamatojusi ar SPRK 26.07.2002. apstiprinātajā Telekomunikāciju pakalpojumu tarifu aprēķināšanas metodikā dotajām definīcijām saskaņā ar kurām „pamata tarifs” skaidrots kā telekomunikāciju pakalpojumu tarifs, ko apstiprinājusi SPRK, bet „tarifu plāns” skaidrots kā telekomunikāciju uzņēmuma telekomunikāciju tarifu piedāvājums, kas atšķiras no pamata tarifiem, un tiek piemērots pēc abonenta izvēles, telekomunikāciju uzņēmumam un abonentam savstarpēji vienojoties.

Saskaņā ar lietā esošo informāciju (Lattelekom 14.12.2004. vēstule Nr.17-2/12-73 un 27.12.2004. vēstule Nr.17-2/12-94) Lattelekom ir uzņēmums, kam SPRK noteikusi būtisku ietekmi fiksēto balss telefonijas pakalpojumu tirgū (SPRK 20.11.2003. lēmums Nr.309). Ņemot vērā minēto, un saskaņā ar Elektronisko sakaru likumu Lattelekom piedāvātie elektronisko sakaru pakalpojumu tarifi, t.sk., starptautisko tālsarunu pakalpojumu tarifi, tiek regulēti. Neatkarīgi no tā Lattelekom saviem abonentiem piedāvā arī dažādus tarifu plānus, kur tarifi netiek regulēti un atšķiras no SPRK apstiprinātajiem „pamata tarifiem”.

Kopš telekomunikāciju tirgus liberalizācijas no 2003.gada Latvijā publisko fiksēto elektronisko sakaru pakalpojumu sniegšanas tirgū bez Lattelekom darbojas arī citi elektronisko sakaru komersanti (t.sk., Tele2 Telecom), kuri paši nosaka tarifus.

Reklāmā norādītie Lattelekom tarifi starptautiskajām tālsarunām atbilst Lattelekom piedāvātajiem „pamata tarifiem” starptautiskajām tālsarunām darbdiēnās laika posmā no plkst.7.00 līdz 20.00 un Lattelekom abonentiem ir iespēja šādu pakalpojumu izmantot, un veikt sarunas par Reklāmā norādītajiem tarifiem. Arī Reklāmā ar preču zīmi Tele2Telefons norādītie „Lietišķā tarifu plāna” tarifi starptautiskajām tālsarunām atbilst Tele2 Telecom piedāvātajiem tarifiem starptautiskajām tālsarunām darbdiēnās laika posmā no plkst.7.00 līdz 19.00 un Tele2 Telecom abonentiem ir iespēja šādu pakalpojumu izmantot, un veikt sarunas par Reklāmā norādītajiem tarifiem. Konkurences padome norāda, ka tikai tas fakts, ka Lattelekom pamata tarifus apstiprina SPRK, bet tarifu plāns tiek piemērots pēc abonenta izvēles, telekomunikāciju uzņēmumam un abonentam savstarpēji vienojoties, neliecina, ka Reklāmā veiktais Tele2 Telecom piedāvāto „Lietišķā tarifu plāna” tarifu un Lattelekom piedāvāto „pamata tarifu” salīdzinājums nav veikts objektīvi, t.i., neievērojot Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai noteikto tiesiskuma nosacījumu.

Konkurences padomes kompetencē nav novērtēt SPRK 26.07.2002. apstiprinātajā Telekomunikāciju pakalpojumu tarifu aprēķināšanas metodikā sniegtās „tarifu plāna” un „pamata tarifu” definīcijas un šādam novērtējumam nav būtiskas nozīmes konkrētās Reklāmas izvērtējumā. 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.

Izvērtējot Lattelekom Iesniegumā norādītos iebildumus, ka, lai Reklāma būtu patiesa un objektīva, tajā norādītie tarifi būtu jāsalīdzina ar atbilstošā Lattelekom tarifu plāna tarifiem, Konkurences padome papildus norāda sekojošo.

Tele2 Telecom 29.11.2004. vēstulē Nr.3-1/51 sniegusi paskaidrojumus, ka nepiekrīt Lattelekom iebildumiem, ka Reklāmas salīdzinājums ir neobjektīvs, tā kā abi Tele2Telefons tarifu plāni („Lietišķais tarifu plāns” un „Privātais tarifu plāns”) ir uzskatāmi par pamata tarifiem, jo tie ir pieejami jebkurai fiziskajai vai juridiskajai personai un tie nav atvasināti no kāda cita tarifu plāna vai tarifiem.

Lietā esošā informācija (Tele2 Telecom 06.12.2004. vēstule Nr.3-1/52 un 07.02.2005. vēstule Nr.3-1/59) apstiprina, ka Tele2 Telecom piedāvā „Lietišķo tarifu plānu” un „Privāto tarifu plānu”. Abos minētajos tarifu plānos tiek piedāvāti tarifi starptautiskajām tālsarunām publiskajā fiksētajā telefonu tīklā un tie ir pieejami visiem Tele2 Telecom abonentiem (gan fiziskajām, gan juridiskajām personām), kuri ir izvēlējušies attiecīgo tarifu plānu. Tele2 Telecom piedāvāto „Lietišķā tarifu plāna” un „Privātā tarifu plāna” vienīgā atšķirība ir, ka „Lietišķā tarifu plāna” tarifi starptautiskajām tālsarunām publiskajā fiksētajā telefonu tīklā par zemākām cenām tiek piedāvāti darbdienās laika posmā no plkst.7.00 līdz 19.00, savukārt „Privātā tarifu plāna” tarifi starptautiskajām tālsarunām publiskajā fiksētajā telefonu tīklā par zemākām cenām tiek piedāvāti darbdienas vakaros laika posmā no plkst.19.00 līdz 7.00, kā arī brīvdienās.

Saskaņā ar Lattelekom Iesniegumam pievienoto un interneta mājas lapā www.lattelekom.lv publiski pieejamo informāciju Lattelekom saviem abonentiem līdz ar „pamata tarifiem” piedāvā dažādus tarifu plānus: „Aktīvie tarifi” (pieejams Lattelekom privātajiem abonentiem –fiziskajām personām un nav izmantojams kopā ar citu tarifu plānu), „Biznesa tarifi” (pieejams Lattelekom biznesa abonentiem –juridiskajām personām un nav izmantojams kopā ar citu tarifu plānu), „Darījumu zvani” (pieejams Lattelekom biznesa abonentiem –juridiskajām personām un nav izmantojams kopā ar citu tarifu plānu), „Ekonomiskais dialogs” (pieejams visiem Lattelekom biznesa klientiem), „Sociālie tarifi” (pieejams Lattelekom privātajiem tālruņa līnijas abonentiem –fiziskajām personām), „Zvans draugam” (tarifu plānu var izmantot sarunām Lattelekom publiskajā telefonu tīklā, zvanot vienam konkrētam abonentam ārvalstīs vai vienam konkrētam mobilo telefonu tīklu abonentam), „Mājas tarifi” (pieejams Lattelekom privātajiem abonentiem –fiziskajām personām un nav izmantojams kopā ar citu tarifu plānu).

No minētā secināms, ka Lattelekom piedāvāto tarifu plānu pieejamība un izmantošana ir tieši ierobežota ar noteiktu subjektu loku, kam konkrētais tarifu plāns ir pieejams, t.i., tikai privātajiem abonentiem –fiziskajām personām vai tikai biznesa abonentiem –juridiskajām personām. Kā konstatēts iepriekš, Tele2 Telecom Reklāmā norādīto „Lietišķā tarifu plāna” tarifu izmantošanai šāds ierobežojums nepastāv.

Savukārt Reklāmas salīdzinājumā norādītie Lattelekom „pamata tarifi” starptautiskajām tālsarunām, tāpat kā Tele2 Telecom „Lietišķā tarifu plāna” tarifi, uz

līdzvērtīgiem nosacījumiem ir pieejami visiem šo elektronisko sakaru komersantu abonentiem (gan fiziskajām, gan juridiskajām personām), veicot sarunas uz Reklāmā norādītajām valstīm konkrētajā laikā.

Līdz ar to Konkurences padome atzīst, ka Reklāmā izmantotajā Tele2 Telecom piedāvāto „Lietišķā tarifu plāna” tarifu un Lattelekom piedāvāto „pamata tarifu” salīdzinājumā ir ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītais nosacījums.

Šajā sakarā Konkurences padome atzīst par pamatotiem Tele2 Telecom 29.11.2004. vēstulē Nr.3-1/51 sniegtos paskaidrojumus, ka Tele2Telefons un Lattelekom tarifu salīdzinošajā Reklāmā ir sniegta objektīva informācija, kas ļauj patērētājam izvērtēt divu vienādu pakalpojumu izdevīgumu.

Vienlaikus, ņemot vērā minēto, Konkurences padome noraida Lattelekom Iesniegumā norādītos iebildumus, ka Reklāma maldina par vienu no salīdzinātajiem pakalpojumiem izdevīgumu uz neobjektīvi atspoguļota Lattelekom pakalpojumu it kā neizdevīguma fona.

Uz citiem Reklāmas likuma 9.panta trešajā daļā ietverto salīdzinošai reklāmai izvirzīto nosacījumu pārkāpumiem Lattelekom Iesniegumā nav norādījusi.

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, ka Tele2 Telecom izplatītajā Reklāmā ir ievēroti Reklāmas likuma 9.pantā salīdzinošai reklāmai izvirzītie nosacījumi, Reklāmā nav pārkāpts Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteiktais aizliegums.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto, un, pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 4.panta otrās daļas 6.punktu, 4.panta trešo daļu, 8.pantu, 9.panta otro daļu, 9.panta trešās daļas 2.punktu, 10.pantu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta ceturto daļu, 15.panta sesto un septīto daļu,

nolēma:

Izbeigt lietas Nr.894/04/09/14 izpēti.

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

Priekšsēdētājs

P.Vilks