



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 17

(Prot. Nr.19, 2.§)

2003.gada 14.maijā

Par Reklāmas likuma pārkāpumiem

Par SIA "BT 1" 28.02.2003. iesniegumu Nr.72/02

Par Reklāmas likuma pārkāpumiem un negodīgu konkurenci

6.starptautiskās specializētās būvniecības un ēku aprīkojuma izstādes

"Būvniecības pasaule" reklāmās

Lieta Nr.102/03/07/7

Konkurences padome 28.02.2003. saņēma SIA "BT 1" 28.02.2003. iesniegumu Nr.72/02 *Par Reklāmas likuma pārkāpumiem un negodīgu konkurenci 6.starptautiskās specializētās būvniecības un ēku aprīkojuma izstādes "Būvniecības pasaule" reklāmās* (turpmāk tekstā – Iesniegums).

Iesniegumā norādīts, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima", informējot par 6.starptautisko specializēto būvniecības un ēku aprīkojuma izstādi "Būvniecības pasaule" (turpmāk – Izstāde), kas paredzēta olimpiskajā SKONTO hallē no 06.03.2003. līdz 09.03.2003., dažādos masu informācijas līdzekļos un citā veidā ir izplatījusi reklāmu, kas, t.sk. satur paziņojumu par Izstādi kā *lielāko būvniecības izstādi Baltijā* (turpmāk – Reklāma). Kā apstiprinājumu minētajam Iesniedzējs norādījis uz Reklāmas paziņojumiem, kas ietverti *interneta mājas lapās* (piem.www.nams24.lv, www.delfi.lv) un Iesniegumam pievienojis laikrakstā "Dienas bizness" publicēto Reklāmu.

Iesniegumā paskaidrots, ka šīs pašas nozares izstādes Latvijā rīko arī SIA "BT 1" (izstādes "Māja I" un "Māja, Dzīvoklis"), bet Lietuvā izstāžu sabiedrība LITEXPO (izstāde "RESTA"). Iesniedzējs norādījis arī uz datiem, kas Izstādes Reklāmā minēti kā kritēriji, nosakot Izstādi par lielāko Baltijā (dalībnieku skaits un preču zīmju skaits):

	"Būvniecības pasaule"2003	Māja I 2003	RESTA 2002	"Būvniecības pasaule"2002	Māja I 2002
Dalībnieku skaits	280 (reklāmas dati)	285 (šobrīd) 400 (plānots)	572 (dati no www.litexpo.lt)	191 (dati no www.prima.lv)	407
Preču zīmju	840	Noteikti	Nav zināms	Vairāk kā 800	Vairāk kā

skaits	(reklāmas dati)	vairāk kā 1000		(dati no www.prima.lv)	1000
--------	-----------------	----------------	--	------------------------	------

Iesniedzējs uzskata, ka, ievērojot minētos datus, Izstādes Reklāma ir pretrunā ar Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 3. un 5.punktos noteikto un pilnībā atbilst Reklāmas likuma 8.pantā noteiktās aizliegtas maldinošas reklāmas pazīmēm ar neatļautas salīdzinošas reklāmas elementiem. Reklāmā ļaunprātīgi izmantots netiešs salīdzinājums ar konkurentu piedāvāto preci un pakalpojumu (dati par konkurentu būvniecības izstādēm ir publiski pieejami internetā), nepamatoti, maldinoši un bez objektīvas raksturīgo pazīmju salīdzināšanas, konstatējot Izstādes pārākumu pār konkurentu precēm un pakalpojumiem. Iesniegumā norādīts, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta otro daļu, Izstādes Reklāma uzskatāma par maldinošu, jo tās saturošā informācija par Izstādes lielumu, ņemot vērā Reklāmā ietvertos kritērijus, neatbilst objektīviem rādītājiem, un sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personu ekonomisko rīcību (papildus dalībnieku un apmeklētāju piesaistīšana Izstādei), kā arī kaitē konkurentiem (tostarp arī SIA “BT 1”) līdzīga rakstura izstāžu veidošanā, potenciālo dalībnieku un apmeklētāju piesaistīšanas jomā, papildus precīzas informācijas izplatīšana sabiedrībā u.c.

Iesniedzējs uzskata, ka, izplatot šāda satura Reklāmu, SIA “Izstāžu sabiedrība – Prima” ir veikusi arī negodīgas konkurences darbības, kuru rezultātā ir radusies konkurences kavēšana, ierobežošana un deformēšana.

Konkurences padome, ņemot vērā Iesniegumā norādīto un papildu iegūto informāciju

konstatēja:

Konkurences padome 20.03.2003. saņēma SIA “Izstāžu sabiedrība – Prima” 17.03.2003. vēstuli ar pielikumu (turpmāk tekstā - Vēstule), kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes biroja 06.03.2003. vēstulē Nr.7-209 norādīto lūgumu iesniegt informāciju, dokumentus, kā arī pierādījumus, kas apstiprinātu Izstādes Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem. Vēstulē ir norādīts, ka SIA “Izstāžu sabiedrība – Prima” ir Izstādes Reklāmas devējs un apmaksātājs, ko apstiprina minētās Reklāmas pasūtījuma apliecinājumi, kā arī izrakstītie un apmaksātie rēķini. Tā pat Vēstulē ir paskaidrots, ka SIA “Izstāžu sabiedrība – Prima” ir Izstādes Reklāmas izgatavotājs un izplatīšanas organizētājs, kā arī Reklāmas idejas autors, bet konkrētie reklāmas izplatītāji ir atsevišķu mediju pārstāvniecības vai redakcijas. SIA “Izstāžu sabiedrība – Prima” Vēstulē ir norādījusi šādus Izstādes Reklāmas izplatīšanā iesaistītos masu informācijas līdzekļus, konkrētos Reklāmas izplatīšanas laika periodus un apjomus.

Televīzija:

Kanāls	Laika periods	Spotu skaits
Latvijas Televīzijas 1.programma	2. - 8.marts	7
Latvijas Neatkarīgā Televīzija	28.februāris - 8.marts	30
TV 3	1. - 8.marts	11
Pirmais Baltijas Kanāls	28.februāris - 8.marts	19

Radio:

Kanāls	Laika periods	Spotu skaits
Latvijas Radio 1	1. - 7.marts	12
Latvijas Radio 2	28.februāris - 7.marts	38

SWH	3. - 8.marts	23
SWH +	3. - 8.marts	27
Radio SKONTO	28.februāris - 7.marts	52
STAR FM	27.februāris - 8.marts	80
Radio Jūrmala	27.februāris - 9.marts	120
PIK	28.februāris - 7.marts	58

Prese:

Izdevums	Laika periods	Laukums
Diena	28.februāris - 7.marts	231,2
Dienas Bizness	28.februāris - 7.marts	236,8
Neatkarīgā Rīta Avīze	5.marts	306,0
Lauku Avīze	1.marts	150
SM Reklāma	27.marts	484,5
Čas	5.marts	366,0
Vestji Segodņa	3., 5.marts	304,2
Moj Dom	Janvāra numurs	7,14
Moj Dom	Februāra numurs	333,54
Žurnāls Praktiskā Būvniecība	Decembra un februāra numurs	2 x A4
Žurnāls Nedvižemostj	Marta un aprīļa numurs	2 x A4
Žurnāls Būvēt	Februāra un marta numurs	2 x A4
Žurnāls Enerģētika un Automatizācija	Marta numurs	A4
Avīze Būve, Interjers, Celtne	Februāra un marta numurs	2 x A4
Žurnāls Māja.Dzīvoklis	Marta numurs	A4

Internets:

Portāls	Laika periods
www.delfi.lv	27.februāris - 8.marts
www.delfi.ru	27.februāris - 8.marts
www.building.lv	17.februāris - 9.marts
www.zl.lv	27.februāris - 9.marts
www.nams24.lv	21.februāris - 9.marts
www.nekustamaisipasums.lv	14.decembris - 9.marts
www.leta.lv	
www.bns.lv	27.februāris - 9.marts
www.baltictimes.lv	8.decembris - 9.marts
www.7222222.lv	27.februāris - 9.marts
www.balthaus.lv	28.februāris - 9.marts
www.cvonline.lv	27.februāris - 9.marts

Vides reklāma:

Formāts	Izplatīšanas areāls	Laika posms
3 x 6 m	Rīga	6.februāris - 9.marts
1,20 x 1,76 m	Latvija	17.februāris - 9.marts

A1	Rīga	24.februāris - 8.marts
----	------	------------------------

Kino reklāma:

Kinoteātris	Laika posms
Daile 1	28.februāris - 6.marts

SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" paskaidro, ka Izstāde ir specializēta izstāde, kuras mērķauditorija (apmeklētāji) ir profesionāli un speciālisti būvniecības nozarē, ko apliecina izstādes dalībnieku sastāvs, t.i. - lielākā daļa ir vadošie uzņēmumi būvniecības nozarē, kuru ražotā produkcija vai pakalpojumi ir domāti profesionālam apmeklētājam. Tādējādi SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" uzskata, ka līdzvērtīgas izstādes Baltijā nav un tā ir lielākā šādas specifiskas izstāde Baltijā, kā arī norāda, ka Izstādei nav konkurentu, jo Izstāde ir profesionāla būvniecības izstāde ar vislielāko apmeklējumu šāda profila izstādei. Vēstulē norādīts, ka, piesaistot potenciālos Izstādes dalībniekus, sauklis "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" netika lietots, uzsvars tika likts uz vadošajiem nozares speciālistiem un profesionalitāti, ko apliecina kompānijām izsūtītie materiāli pa pastu un e - pastu. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" paskaidro, ka Reklāmas mērķis ir informēt par Izstādi, kā arī aicināt to apmeklēt. Savukārt Reklāmas mērķauditorija ir būvniecības nozares speciālisti un citi interesenti, kas interesējas par būvniecības nozares jaunumiem un iespējām.

Konkurences padomes 24.03.2003. saņēma Latvijas Izstāžu rīkotāju apvienības (turpmāk - LIRA) 21.03.2003. vēstuli Nr.AD - 128 *Par viedokļa sniegšanu*, kurā norādīts, ka Izstādes Reklāmā minētie formulējumi "profesionālā/specializētā" un citi nevar tikt izmantoti, veicot izstāžu klasifikāciju, jo nav pieņemti kritēriji, pēc kuriem izstāde pieskaitāma vienai vai otrai grupai. LIRA paskaidro, ka visas izstādes, kuru tematika pilnībā vai daļēji sakrīt, uzskatāmas par konkurējošām un ka ne LIRA, ne citu izstāžu rīkotāju apvienību izstrādātajos noteikumos nav paredzēts, kurš no izstādi raksturojošiem parametriem uzskatāms par noteicošo, lai salīdzinātu izstādes pēc lieluma. Minētajā vēstulē arī norādīts, ka LIRA apkopo izstāžu rīkotāju iesniegtos datus par izstādes neto un bruto platību, Latvijas un ārvalstu, tiešo un netiešo dalībnieku skaitu, dalībvalstu skaitu un apmeklētāju skaitu. LIRA Konkurences padomei iesniedza tās apkopoto izstāžu statistiku 1998. - 2001.gadam. LIRA uzskata, ka izstādes apmeklētāju skaits nekādā gadījumā nevar tikt uzskatīts par kritēriju izstādes lielumam, tāpēc Izstādes Reklāmā ietvertais paziņojums attiecībā uz izstādes lielumu nevar tikt uzskatīts par patiesu. Tajā pašā laikā LIRA norāda, ka Reklāmas paziņojums "lielākā būvniecības izstāde" nevar tikt objektīvi novērtēts, jo nav izstrādāti kritēriji izstāžu salīdzināšanai pēc lieluma.

SIA "BT 1" 02.04.2003. vēstulē Nr.117/04 *Par pieprasīto informāciju* norāda, ka Izstādes Reklāmas mērķauditorija ir ne tikai profesionālas būvniecības organizācijas, kuras varētu veikt mājokļu celtniecību, kā to Konkurences padomei adresētajā Vēstulē paskaidro SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima", bet arī personas, kuras saimnieciskā kārtā veic savu mājokļu remontu vai labiekārtošanu, t.i. tā pati mērķauditorija, kas SIA "BT 1" šīs pašas tematikas izstādēm. To apliecina arī SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" norādītais Izstādes apmeklētāju skaits, kā arī Reklāmās minētais plašais balvu un laimestu klāsts Izstādes apmeklētājiem. SIA "BT 1" uzskata, ka konkrētās Izstādes apmeklējums ir apstrīdētās Izstādes Reklāmas rezultāts un tāpēc Izstādes Reklāmas prettiesiskuma izvērtēšanā nav ņemams vērā. Izstādes apmeklējums nepalielina izstādes ekspozīcijas platību un nepaaugstina izstādes kvalitāti, bet gan ir uzskatāms par Reklāmas kampaņas rezultātu. Turklāt SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" Izstādes Reklāmas kampaņā ir izmantoti konkrēti kritēriji (dalībnieku skaits un preču zīmju skaits), pēc kuriem Izstāde ir nodēvēta par "lielāko Baltijā". SIA "BT 1" paskaidro, ka izstāžu statistikas raksturlielumi attiecībā uz izstādēs prezentēto preču zīmju

skaitu starptautiski netiek uzskatīti par izstādes novērtējuma rādītājiem un netiek pieprasīti ne no LIRA, ne no vadošajām starptautiskajām izstāžu rīkotāju asociācijām AUMA un M+S. Turklāt šādu raksturojošo lielumu precīzi nav iespējams uzskatīt un attiecīgi dokumentēt, lai ieinteresētās personas spētu šos datus pārbaudīt. Līdz ar to SIA "BT 1" uzskata, ka neparbaudāmu faktu izvērtēšana pretstatā būtiskiem un pārbaudāmiem izstāžu raksturojošiem lielumiem (piemēram, ekspozīcijas platība un dalībnieku skaits) ir vērtējama kritiski.

Konkurences padome 03.04.2003. saņēma SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 02.04.2003. vēstuli Nr.48, kurā sniegts viedoklis par 28.03.2003. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" uzrādītajiem lietā Nr.102/03/07/7 esošiem pierādījumiem. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" paskaidro, ka Izstādes Reklāmā saukli "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" izmantoja pamatojoties uz prognozējamo statistiku par apmeklētāju skaitu. Minētajai vēstulei SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" ir pievienojusi līgumu kopijas ar masu informācijas līdzekļiem, kas izplatījuši Izstādes Reklāmu. Vienlaikus SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" Konkurences padomes birojam iesniedza televīzijā un radio izplatītās Reklāmas video un audio ierakstus latviešu un krievu valodās. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" televīzijā un radio izplatītā Izstādes Reklāma t.sk. satur šādu verbālu informāciju (paziņojumu) par Reklāmas devēja piedāvāto un sniegto pakalpojumu:

- "Skonto hallē. Lielākā būvniecības izstāde Baltijā."

- "Ja domā par mājokļa remontu, iekārtošanu vai celtniecību, nepieciešamo atradīsi lielākajā būvniecības izstādē Skonto hallē."

Bez tam televīzijā izplatītajā Izstādes Reklāmā vienlaikus ar minētajiem paziņojumiem papildus ietverta šāda informācija teksta veidā:

- "Lielākā būvniecības izstāde."

Televīzijā un radio izplatītā Izstādes Reklāma gan latviešu, gan krievu valodās satur identisku iepriekš norādīto informāciju.

SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 28.04.2003. vēstulei pievienojusi Izstādes Reklāmas paraugus Reklāmai, kas tika izplatīta preses izdevumos un kā vides reklāma, kā arī informāciju par SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" rīkoto izstāžu "Būvniecības pasaule 2002" un "Būvniecības pasaule 2003" dalībniekiem. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" preses izdevumos izplatītā Izstādes Reklāma gan latviešu, gan krievu valodā satur t.sk. šādu informāciju (teksta veidā):

- "Lielākā būvniecības izstāde Skonto hallē Rīgā, Melngaiļa ielā 1a."

- "Ja domā par mājokļa remontu, iekārtošanu vai celtniecību, nepieciešamo atradīsi lielākajā būvniecības izstādē Baltijā" (tikai Reklāmai latviešu valodā).

- "Šogad izstādē vairāk kā 280 dalībnieku, 840 preču zīmes."

SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" iesniegtā Izstādes Reklāma, kas tika izplatīta kā vides reklāma nesatur informāciju par Izstādi, kā lielāko Baltijā.

30.04.2003. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" iepazinās ar lietā Nr.102/03/07/7 esošajiem materiāliem un 02.05.2003. vēstulē Nr.69 izteica savu viedokli.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka Iesniedzēja norādītās Izstādes Reklāmas devējs ir SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima". Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu un ievērojot Reklāmas likuma 10.panta trešajā daļā noteikto, reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu un reklāmas atbilstību Reklāmas likuma normām. Izplatot Izstādes Reklāmu televīzijā, radio, preses izdevumos, interneta portālos, kino, Reklāmas devēja norādītajā apjomā un laika periodā, SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" ir nodrošinājusi minētajai Reklāmai auditoriju visā Latvijas Republikas teritorijā, tādējādi panākot maksimāli lielāku efektu šīs reklāmas iedarbībai uz konkrēto mērķauditoriju.

Atbilstoši SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" sniegtajai informācijai, Izstādes Reklāmas mērķauditorija ir būvniecības nozares speciālisti un citi interesenti, kas interesējas par būvniecības nozares jaunumiem un iespējām. Konkurences padome uzskata, ka fakts, ka Izstādes Reklāmas mērķauditorija galvenokārt ir šīs tematikas izstādes interesenti, potenciālie apmeklētāji, apstiprina Reklāmas saturu un netieši - Reklāmas izplatīšanas laika periodu, veidu un apjomu.

Konkurences padome atzīst, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima", izplatot televīzijā, radio, internetā, kino, preses izdevumos Izstādes Reklāmu, kurā ietverts paziņojums par Izstādi kā lielāko būvniecības izstādi Baltijā, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzāmās vispārīgās prasības un Reklāmas likuma 8.panta pirmajā daļā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu.

Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikts, ka "Reklāmai ir jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem." 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". Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 1.punktu nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes - atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par "(..) pakalpojumu (..) īpašībām (..)".

Jebkuram tirgus dalībnieka reklāmā sniegtajam paziņojumam attiecībā uz šī tirgus dalībnieka piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, ja tā precizitāti un pareizību iespējams objektīvi pārbaudīt, jābūt patiesam. Šāds ar Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu noteiktais ierobežojums ir būtisks sabiedrības un ar reklāmas paziņojumu iespējami aizskarto tirgus dalībnieku likumisko interešu nodrošināšanas garants. Izstādes Reklāmā sniegtais paziņojums attiecībā uz Izstādes lielumu ir objektīvi pārbaudāms un līdz ar to šādu paziņojumu lietošanas brīvību ierobežo tā atbilstības patiesībai prasība.

Konkurences padomes rīcībā ir LIRA biedru, t.sk. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" un SIA "BT 1", rīkoto izstāžu statistikas apkopojums par 1998. līdz 2001.gadam. LIRA ir apstiprinājusi konkrētus parametrus statistikas apkopošanai par tās biedru rīkotajām izstādēm, kas ir - izstādes neto un bruto platība, Latvijas un ārvalstu, tiešo un netiešo dalībnieku skaits, dalībvalstu skaits un apmeklētāju skaits. Uz minētajiem parametriem, kā izstādi raksturojošiem rādītājiem atsaucas LIRA, SIA "BT 1", kā arī SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" (SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 02.04.2003. vēstule Nr.48, 02.04.2003. vēstule Nr.69). Līdz ar to Konkurences padome uzskata, ka LIRA apstiprinātie izstādes raksturojošie statistikas dati var tikt izmantoti un ir pietiekami, lai objektīvi salīdzinātu dažādu izstāžu organizētāju rīkotās izstādes.

SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" sniedza atšķirīgu pamatojumu Izstādes Reklāmas paziņojuma par Izstādi, kā lielāko būvniecības izstādi Baltijā pareizībai un patiesumam, t.sk. norādot, ka izstāde "Būvniecības pasaule" ir profesionāla būvniecības izstāde ar vislielāko apmeklējumu šāda profila izstādei (SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 17.03.2003. vēstule), kā arī, ka sauklis "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" Izstādes Reklāmā tika izmantots, pamatojoties uz prognozējamo statistiku par apmeklētāju skaitu (SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 02.04.2003. vēstule Nr.48), kā arī to, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" rīkotajai izstādei "Būvniecības pasaule 2003" ir vislielākais apmeklētāju skaits no šīs nozares izstādēm Baltijā (SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 02.05.2003. vēstule Nr.69). Citus argumentus un

pierādījumus, pamatojot Izstādes Reklāmas paziņojuma "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" pareizību un atbilstību Reklāmas likuma normām, SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" nav iesniegusi.

Konkurences padome uzskata, ka tā kā Izstādes Reklāmā dominējošā paziņojuma "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" mērķis ir pievērst potenciālo apmeklētāju uzmanību Izstādei kā lielākajai šādas tematikas izstādei, tādējādi izceļot to starp citām konkurējošām nozares izstādēm un veicināt Izstādes apmeklējumu, būtiska ir minētā Reklāmas paziņojuma atbilstība faktiskajiem apstākļiem.

Konkurences padome atzīst, ka par izstādes lielumu liecina dati, kas raksturo pašu izstādi, kā tās platība (bruto platība (m²)), izstādes dalībnieku stendu platība (neto platība (m²)), izstādes dalībnieku skaits. Uz pēdējo raksturojošo rādītāju preses izdevumos publicētajā Izstādes Reklāmā ir norādījusi arī SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima", kā arī šādus datus par būtiskiem, pārbaudāmiem un pierādāmiem uzskata SIA "BT 1". Konkurences padomes rīcībā esošā informācija un SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" sniegtie argumenti neapstiprina iepriekš norādīto izstādes lielumu raksturojošo datu pārākumu SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" organizētajai būvniecības izstādei "Būvniecības pasaule" pār līdzīgas tematikas konkurējošām izstādēm, kā "Māja I". SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" norādītais Izstādes apmeklētāju skaits var liecināt tikai par izstādes popularitāti, t.sk. par izstādes organizētāja veikto mārketinga un reklāmas pasākumu rezultātu, bet nevis apstiprina pašas izstādes lielumu.

Izstādes Reklāmā paziņojot, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" organizētā Izstāde ir lielākā šādas tematikas izstāde un pamatojot šādu apgalvojumu tikai ar apmeklētāju skaitu, SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" nepamatoti ir attiecinājusi šo rādītāju uz pašas izstādes lielumu, nav ņēmusi vērā patiesus un pieejamus datus par līdzīgas tematikas konkurējošām izstādēm un līdz ar to Reklāma, ņemot vērā tajā ietverto informāciju, noformējumu un pasniegšanas veidu, var maldināt patērētājus un ietekmēt to ekonomisko rīcību, kā arī nodarīt kaitējumu SIA "BT 1", kā SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" konkurentam. Turklāt ikviena tirgus dalībnieka reklāmā sniegta pārbaudāma paziņojuma pareizības un patiesuma atbilstība faktiskajiem apstākļiem jābūt nodrošinātai līdz reklāmas izplatīšanai, nevis jābalstās uz šādas reklāmas iespējamu rezultātu.

Arī LIRA tās 21.03.2003. vēstulē Nr.AD - 128 *Par viedokļa sniegšanu* norāda, ka "Tikai izstādes apmeklētāju skaits nekādā gadījumā nevar tikt uzskatīts par kritēriju izstādes lielumam, tāpēc minētais reklāmā ietvertais paziņojums nevar tikt uzskatīts par patiesu."

Izvērtējot Izstādes Reklāmu ar tajā ietverto paziņojumu "lielākā būvniecības izstāde Baltijā", ir pietiekami salīdzināt līdzīgas tematikas izstādes Latvijā, lai konstatētu tās atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem. Pie tam Izstādes Reklāmas mērķauditorija, ņemot vērā Izstādes norises vietu un Reklāmas izplatīšanas teritoriju ir Latvijas patērētāji.

Konkurences padome noraida SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" argumentus, ka tās organizētajai izstādei "Būvniecības pasaule" līdzvērtīgas izstādes Baltijā nav un tā ir lielākā šādas specifiskas izstāde, jo Izstāde ir specializēta būvniecības izstāde, ko apliecina Izstādes dalībnieku sastāvs - lielākā daļa ir vadoši uzņēmumi būvniecības nozarē.

LIRA 21.03.2003. vēstulē Nr.AD - 128, sniedzot viedokli, ir paskaidrojusi, ka "visas izstādes, kuru tematika pilnībā vai daļēji sakrīt, uzskatāmas par konkurējošām", kā arī sniegusi informāciju par ar būvniecību saistītajām izstādēm. LIRA ir norādījusi uz trīs izstāžu organizētāju ar būvniecību saistītajām rīkotajām izstādēm (kopskaitā četras izstādes). Konkurences padome uzskata, ka jebkura izstāde ir kādas nozares jeb specializēta izstāde. SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" savā mājas lapā internetā ir izvietojusi informāciju par tās rīkotajām izstādēm. Lielākā daļa no šīm izstādēm ir norādītas kā specializētas attiecīgās nozares izstādes. Konkurences padomes lietā Nr.102/03/07/7 esošie materiāli (SIA "BT 1" 17.04.2003. vēstule Nr.132/04 un SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 28.04.2003. vēstule)

apstiprina, ka liela daļa uzņēmumu piedalās gan SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" rīkotajā izstādē "Būvniecības pasaule", gan SIA "BT 1" rīkotajā izstādē "Māja I". SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" nav iesniegusi pierādījumus, kas apstiprinātu, ka tās organizētā Izstāde būtu pēc tematikas atšķirīga un nekonkurētu ar SIA "BT 1" rīkoto izstādi "Māja I" un ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" rīkotajā izstādē "Būvniecības pasaule" atšķirībā no konkurējošām izstādēm piedalās vadošie uzņēmumi būvniecības nozarē. Turklāt SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 02.05.2003. vēstulē Nr.69 norāda uz tās organizētajai izstādei "Būvniecības pasaule" līdzīgu izstāžu esamību.

Konkurences padome piekrīt SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" argumentam, ka latviešu valodā īpašības vārdam ir trīs pakāpes: pamata pakāpe (liels), pārākā pakāpe (lielāks) un vispārākā pakāpe (vislielākais). Tomēr tajā pašā laikā Konkurences padome norāda, ka lai gan Izstādes Reklāma nav uzskatāma par salīdzinošu reklāmu saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta pirmajā daļā noteikto definīciju, jebkura reklāma jāvērtē no tās mērķauditorijas iespējamās uztveres viedokļa. Izstādes Reklāmas paziņojums satur vārdkoku "lielākā būvniecības izstāde Baltijā", kur īpašības vārds "lielākā" sevī ietver slēptu, bezpersonisku salīdzinājumu un neatkarīgi no tā, vai šajā Reklāmā izteikts salīdzinājums ar citu konkurējošu izstādi vai ne, vai arī Reklāmas paziņojumā īpašības vārds "liels" lietots pārākajā vai vispārākajā pakāpē, no Izstādes Reklāmas paziņojuma "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" saprotams, ka citas konkurējošas izstādes ir mazākas. Līdz ar to SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" arguments, ka "izstādes "Būvniecības pasaule" rīkotāji nav izmantojuši pārāko pakāpi reklāmas saukļos, tādējādi atstājot citām līdzīgu izstāžu rīkotāju kompānijām iespēju izmantot vispārāko pakāpi un pretendēt uz vislielākās izstādes titulu", nav pamatots. Turklāt, pamatojot Izstādes Reklāmas paziņojuma pareizību un atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem, SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" norāda (SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 17.03.2003. vēstule un 02.05.2003. vēstule Nr.69) tieši uz vislielāko apmeklētāju skaitu.

Nav pamatots SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" arguments, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" ne rakstveidā, ne mutiski nav saņēmusi neviena apmeklētāja pretenzijas Izstādes laikā, kā arī pēc tās par Izstādes Reklāmas saukli un tā neatbilstību saturam.

Konkurences padome 28.02.2003. ir saņēmusi SIA "BT 1" 28.02.2003. iesniegumu Nr.72/02, kurā Iesniedzējs norāda, ka Izstādes Reklāma kaitē tā interesēm un likumīgajām tiesībām, kā arī ir uzskatāma par maldinošu. Reklāmas likuma 8.panta otrā daļa un 15.panta piektā daļa kā kvalificējošu apstākli nenosaka seku iestāšanos izplatītā reklāmas paziņojuma rezultātā, turpretī Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktā ģenerālklausula definē reklāmas pieļaujamības robežas.

Nemot vērā to, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" masu informācijas līdzekļos un citā veidā izplatītā informācija par 6.starptautisko specializēto būvniecības un ēku aprīkojuma izstādi "Būvniecības pasaule" ar paziņojumu par Izstādi, kā lielāko šīs nozares izstādi, saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu uzskatāma par reklāmu, izvērtējot Iesniegumā norādītos apstākļus un pieņemot lēmumu, piemērojamas Reklāmas likumā noteiktās materiālās un procesuālās tiesību normas, ierobežojot Konkurences likuma 18.pantā noteiktā negodīgas konkurences aizlieguma kā vispārējās tiesību normas attiecināšanu uz konkrētajām SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" darbībām, izplatot Izstādes Reklāmu.

Atbilstoši Reklāmas likuma 14.panta trešajai daļai Uzraudzības institūcija, konstatējot pārkāpumu, pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem. Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.-3.punktos minētos tiesiskos pienākumus, t.i., papildināt reklāmas saturu ar būtisku informāciju vai izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus, vai arī aizliegt reklāmas izplatīšanu, atbilstoši to mērķim ir lietderīgi piemērot tad, ja reklāmas izplatīšana tiek turpināta. Pēc Konkurences padomes rīcībā esošās informācijas Izstādes Reklāmas izplatīšana ir pārtraukta marta sākumā. Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 4.punkts nosaka, ka Uzraudzības institūcija, konstatējot pārkāpumu, ir

tiesīga pieņemt lēmumu, kurā pieprasa reklāmas atsaukumu. Šāda tiesiskā pienākuma uzlikšana ir saistīta ar mērķi novērst Reklāmas likuma noteikumiem neatbilstošās reklāmas sekas. Izplatot Izstādes Reklāmu ar paziņojumu "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" sekas var izpausties kā patērētāju maldināšana un ar SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" konkurējošo izstāžu rīkotāju (SIA "BT 1") tiesisko interešu aizskaršana.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos argumentus, lietas dalībnieku viedokli par lietā Nr.102/03/07/7 esošajiem pierādījumiem, Izstādes Reklāmas kopējo saturu, tās pasniegšanas veidu un noformējumu, izplatīšanas laika periodu, apjomu, izplatīšanas veidu, t.sk. to, ka Izstādes Reklāmas izplatīšanas teritorijas robežas ir visa Latvijas Republika un ievērojot samērīguma principu, pamatojoties uz Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 8.panta pirmo, otro un trešo daļu, 10.panta otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtās daļas 4.punktu, 15.panta otro daļu, 15.panta piekto daļu, 15.panta septīto daļu, 16.pantu un Ministru kabineta 13.06.1995. noteikumu Nr.154 "Administratīvo aktu procesa noteikumi" 62.punktu

nolēma:

1. Atzīt, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima", izplatot 6.starptautiskās specializētās būvniecības un ēku aprīkojuma izstādes "Būvniecības pasaule" Reklāmu ar paziņojumu par izstādi, kā lielāko šīs nozares izstādi, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzāmās vispārīgās prasības un Reklāmas likuma 8.panta pirmajā daļā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu.

2. Uzlikt par pienākumu SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" 20 dienu laikā no šī lēmuma saņemšanas dienas patērētājiem uztveramā veidā izplatīt šāda satura Izstādes Reklāmas atsaukumu Latvijas Televīzijas 1.programmā visskatāmākajā (prime time) laikā, t.i. no plkst.18:00 līdz plkst. 22:00 un Latvijas Radio 1 visklausāmākajā (prime time) laikā, t.i. no plkst. 12:00 līdz plkst. 15:00, kā atsevišķu informācijas vienību:

"Konkurences padome 14.05.2003. pieņēma lēmumu, ar kuru atzina, ka SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima", izplatot 6.starptautiskās specializētās būvniecības un ēku aprīkojuma izstādes "Būvniecības pasaule" Reklāmu, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzāmās vispārīgās prasības un Reklāmas likuma 8.panta pirmajā daļā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu, jo Reklāmā ietvertais paziņojums "lielākā būvniecības izstāde Baltijā" nav patiess, ir patērētājus maldinošs un aizskar SIA "BT 1" likumīgās intereses."

Reklāmas atsaukumā jānorāda, ka ar šo paziņojumu Reklāma tiek atsaukta, kā arī masu informācijas līdzekļu veidi, kādi tika izmantoti, izplatot Reklāmu.

Par uzliktā tiesiskā pienākuma izpildi SIA "Izstāžu sabiedrība – Prima" iesniegt pierādījumus Konkurences padomei septiņu dienu laikā no Reklāmas atsaukuma publicēšanas dienas.

Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Rīgas pilsētas Centra rajona tiesā saskaņā ar LR Civilprocesa likuma Pārejas noteikumu 1.punktu, Latvijas Civilprocesa kodeksa 24.-A nodaļu un Reklāmas likuma 17. panta otro daļu viena mēneša laikā no lēmuma pieņemšanas brīža.