



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

2005.gada 13.oktobrī

Nr. 51

(Prot. Nr.52, 2.§)

Par pārkāpuma konstatēšanu un naudas soda uzlikšanu

Lieta Nr.203/05/06/6

Par 17.03.2005. SIA „12 Dimensijas” iesniegumu

17.03.2005. Konkurences padome saņēma Tieslietu ministrijas pārsūtīto SIA „12 Dimensijas” 02.03.2005. sūdzību izskatīšanai pēc būtības par iespējamiem Konkurences likuma pārkāpumiem SIA „BT 1” darbībā.

SIA „12 Dimensijas” sūdzībā norāda, ka SIA „BT 1” darbību rezultātā ir noticis SIA „12 Dimensijas” tiesisko interešu aizskārums.

SIA „12 Dimensijas” esot vairākkārt izteikusi SIA „BT 1” pārstāvjiem vēlēšanos piedalīties SIA „BT 1” rīkotajās izstādēs „Skola ...”, „Grāmata ...”, bet SIA „BT 1” neesot veikusi darbības līguma – pieteikuma noformēšanai un noslēgšanai starp SIA „BT 1” un SIA „12 Dimensijas” par laikraksta „Izstāde” piedalīšanos SIA „BT 1” rīkotajā izstādē „Skola 2005”, „Grāmata 2005” laika periodā no 03.03.2005. līdz 06.03.2005.

Sūdzībā skaidrots, ka jau 26.11.2004. SIA „12 Dimensijas” ar zvērināta notāra palīdzību esot nosūtījusi SIA „BT 1” ierakstītu paziņojuma - pieteikuma vēstuli, bet līdz šim brīdim no SIA „BT 1” atbilde par līguma – pieteikuma noslēgšanu nav saņemta, kas sekojoši SIA „12 Dimensijas” neveda iespēju piedalīties minētajās izstādēs.

Tieslietu ministrija ir norādījusi, ka minētais jautājums ir jāvērtē Konkurences padomei atbilstoši Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktam un 13.panta 1.punktam. SIA „12 Dimensijas” konkrētas Konkurences likuma normas, kuras varētu būt pārkāptas, sūdzībā nav norādījusi.

13.04.2005. Konkurences padome, pamatojoties uz Konkurences likuma 22.panta 1.punktu, 23.panta trešo daļu, ierosināja lietas izpēti par iespējamo Konkurences likuma 13.panta 1.punkta pārkāpumu SIA „BT 1” darbībā.

Vienlaicīgi Konkurences padome secināja, ka nav pamata lietas ierosināšanai pēc Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta. SIA „12 Dimensijas” iesniegumā nebija sniegusi ziņas par iespējamiem vienošanās dalībniekiem (saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 11.punktu vienošanās — divu vai vairāku tirgus dalībnieku līgums vai saskaņota darbība, kurā tirgus dalībnieki piedalās, kā arī lēmums, ko pieņēmusi reģistrēta vai neregistrēta tirgus dalībnieku apvienība (asociācija, savienība u.tml. vai tās amatpersona), kuri būtu vienojušies par to, ka SIA „12 Dimensijas” ir jāatstāj reklāmas pakalpojumu sniegšanas tirgus, vai arī ir jāapgrūtina SIA „12 Dimensijas” iekļūšana šajā tirgū. Turklāt uz šī

Konkurences likuma panta izvērtēšanu bija norādījusi Tieslietu ministrija nevis SIA „12 Dimensijas”.

26.07.2005. un 29.07.2005. Konkurences padomes Birojs nosūtīja paziņojumus procesa dalībniekiem par lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanu un uzaicināja procesa dalībniekus iepazīties ar lietas materiāliem, izteikt savu viedokli un iesniegt papildu informāciju. 29.07.2005. SIA „12 Dimensijas” pārstāvis un 02.08.2005. SIA „BT 1” pārstāvji iepazīnās ar lietas materiāliem. 07.09.2005. tika saņemts SIA „BT 1” viedoklis lietā (02.09.2005. vēstule Nr.127/09).

Izvērtējot lietas materiālus, Konkurences padome

k o n s t a t ē j a :

1. SIA „12 Dimensijas” ir laikraksta „Izstāde” – reklāminformatīva laikraksta, kurš veltīts tematiskām izstādēm Latvijā, dibinātājs un izdevējs, kurš iznāk kopš 2000.gada marta. Laikraksts „Izstāde” reģistrēts LR Uzņēmumu reģistrā 09.02.2000. ar Reģ. Nr.000702424, Reģ. apliecība Nr. M00669. Lietā apskatīts viens no SIA „12 Dimensijas” uzņēmējdarbības veidiem. Jau sesto gadu SIA „12 Dimensijas” slēdz līgumus ar dažādiem subjektiem par reklāmas izvietojumu laikrakstā „Izstāde”. Piemēram, izstādes “Skola ...” gadījumā tiek slēgti līgumi ar skolām, augstskolām, kuras ievieto reklāmu avīzē “Izstāde”. Līgumi tiek noslēgti uz konkrētu izstādi un konkrētam avīzes izdevuma numuram. SIA “12 Dimensijas” ir svarīgi atrasties tieši izstādes telpās, izplatot laikraksta “Izstāde” eksemplārus, jo šeit ir sastopama laikrakstā ievietotās informācijas mērķa auditorija. Izstādes “Skola ...” gadījumā mērķa grupa ir skolnieki, studēt gribošie.

2. Saskaņā ar SIA „BT 1” mājas lapā www.bt1.lv un 13.04.2005. vēstulē Nr.73/04, kā arī 02.09.2005. vēstulē Nr.127/09 sniegto informāciju starptautisko izstāžu rīkotājsabiedrība SIA “BT 1” jau desmito gadu organizē starptautiskas, nacionālas un reģionālas izstādes. To ietvaros izstāžu dalībnieki nomā daļu no izstāžu centra telpām. SIA “BT 1” projekti, aptver visplašāko tautsaimniecībai nozīmīgāko nozaru spektru, kā arī virkni izklaides un dzīves stila pasākumu.

3. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu konkrētās preces tirgus – noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības.

15.04.2005. saņemtajā vēstulē SIA „BT 1” ir norādījusi, ka, rīkojot izstādes, tā ievēro sekojošus mērķus un pamatprincipus: izstrādā un nosaka izstādes ģenerālo piedāvājumu izstāžu tematikās, profesionāli informē izstādes apmeklētāju par ģenerālo piedāvājumu un izstādes tematiku, izstrādā speciālus piedāvājumus katrai konkrētai tautsaimniecības sektora nozares uzņēmējdarbības pārstāvniecībai.

Tā kā SIA „BT 1” organizē dažādu tematiku izstādes, tad Konkurences padome izvērtēja aizstājamības faktorus dažādu tematiku izstādēm un secināja, ka dažādu atšķirīgu tematiku izstāžu pazīmes un to mērķauditorija atšķiras. Līdz ar to nepastāv piedāvājuma un pieprasījuma aizvietojamība dažādu tematiku izstādēm. Konkurences padome uzskata, ka konkrētās preces tirgus ir konkrētu specializētu tematisku izstāžu rīkošanas tirgus. Ņemot vērā minēto Konkurences padome secina, ka konkrētais preces tirgus ir jāanalizē šaurākā kontekstā, ietverot tajā tikai noteiktas tematikas izstāžu rīkošanu, jo konkurēt var tikai vienādas vai līdzīgas tematikas izstādes.

Tā, piemēram, Konkurences padome uzskata, ka ar izglītības (skolas) tematiku un grāmatas tematiku saistīto izstāžu organizēšana ir nodalāma divos atsevišķos konkrētās preces tirgos. Ar grāmatas tematiku saistītajās izstādēs galvenokārt piedalās grāmatu izdevēji, apgādi, grāmatu vairumtirgotāji, bet ar izglītības (skolas) tematiku saistītajās izstādēs galvenie dalībnieki ir izglītības iestādes, mācību centri, mācību līdzekļu piedāvātāji. Līdz ar to pastāv konkrēto preču atšķirības starp šīm divām SIA "BT 1" organizētajām tematiskajām izstādēm. Dalības mērķis un reklamējamā prece, arī mērķauditorija abās minētajās izstādēs atšķiras. Augstāk nosauktās izstādes, katra atsevišķi ir orientēta uz atšķirīgu pieprasījumu. Pastāv gan pieprasījuma, gan piedāvājuma atšķirības, minētajām izstādēm ir atšķirīgas lietošanas īpašības. Līdz ar to tās nav aizvietojamās savā starpā.

Lai gan atvērto durvju dienas, karjeras dienas, izstādes ar izglītības tematiku organizē arī bērnudārzi, skolas, augstskolas, kurās arī ir iespējams iegūt informāciju par izglītības iespējām, Konkurences padome uzskata, ka tās nav iekļaujamas konkrētajā preces tirgū, jo skolas un augstskolas nav uzskatāmas par konkurentiem izstāžu rīkošanas sabiedrībām, tādēļ, ka izstāžu rīkošanas sabiedrības uz izstādi spēj sapulcināt lielu skaitu izglītības iestāžu atšķirībā no atsevišķu skolu un augstskolu organizētajām atvērto durvju dienām vai karjeras dienām, kuras sniedz informāciju par izglītības iespējām daudz šaurākā apjomā un turklāt parasti bez maksas.

Citi tirgus dalībnieki, tādi kā Latvijas Tirdzniecības un Rūpniecības kameras Latvijas izstāžu rīkotāju apvienības biedri, kuri organizē vietēja vai reģionāla mēroga izglītības tematikas izstādes, nav uzskatāmi par efektīviem un līdzvērtīgiem konkurentiem SIA „BT 1” rīkotajai izstādei „Skola ..”. Līdz ar to nepastāv aizvietojamība vai arī pastāv tikai daļēja aizvietojamība starp šīm reģionālajām izstādēm un SIA „BT 1” rīkoto, jo reģionālās izglītības izstādes tiek organizētas daudz mazākos apjomos un aptver mazāku dalībnieku un interesentu skaitu. Tomēr tās tika iekļautas konkrētajā tirgū.

Tā kā SIA „12 Dimensijas” iesnieguma būtība ir saistīta ar SIA “BT 1” atteikumu piedalīties izstādēs „Skola 2005”, „Baltijas grāmatu svētki 2005” laika periodā no 03.03.2005. līdz 06.03.2005., tad Konkurences padome uzskata, ka ir pamats sašaurināt konkrēto preces tirgu saistībā ar konkrētu tematiku izstāžu rīkošanu. Turklāt, ņemot vērā to, ka SIA “12 Dimensijas” izdots laikraksts “Izstāde” – Izglītība 2005 numurs, kuru SIA “12 Dimensijas” vēlējas izplatīt minētajās izstādēs bija saistīts ar izglītības tematiku, tad Konkurences padome secina, ka nav pamata lietā apskatīt atsevišķo ar grāmatas tematiku izstāžu rīkošanu saistīto tirgu.

Līdz ar to saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu konkrētais preces tirgus lietā ir izglītības tematikas izstāžu rīkošanas tirgus.

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 3.punktu konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir visa Latvijas teritorija, jo konkurences apstākļi ir pietiekami līdzīgi visiem tirgus dalībniekiem, kuri organizē ar izglītības tematiku saistītās izstādes.

Konkrētais tirgus lietā saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 4.punktu ir izglītības tematikas izstāžu rīkošanas tirgus Latvijas teritorijā.

4. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 1.punktu dominējošais stāvoklis – *tirgus dalībnieka vai vairāku tirgus dalībnieku ekonomisks (saimniecisks) stāvoklis konkrētajā tirgū, ja šā dalībnieka vai šo dalībnieku tirgus daļa šajā tirgū ir vismaz 40 procentu un šis dalībnieks vai šie dalībnieki spēj ievērojami kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū pietiekami ilgā laika posmā, darbojoties pilnīgi vai daļēji neatkarīgi no konkurentiem, klientiem vai patērētājiem.*

SIA „BT 1” noliedz dominējošā stāvokļa esamību izstāžu rīkošanā.

Konkurences padome ir konstatējusi, ka Latvijā ir tikai divi tirgus dalībnieki SIA „BT 1” un Latvijas Tirdzniecības un Rūpniecības kameras Latvijas izstāžu rīkotāju apvienības biedri, kuri organizē ar izglītības tematiku saistītās izstādes.

Konkurences padome secina, ka SIA „BT 1” atrodas dominējošajā stāvoklī specializētu izstāžu, kuras saistītas ar izglītības (skolas) tematiku, rīkošanas tirgū. Dominējošā stāvokļa noskaidrošanu Konkurences padome ir veikusi pēc izstāžu dalībnieku, apmeklētāju un ekspozīciju platību (m²) kritērijiem.

SIA „BT 1” tirgus daļa konkrētajā tirgū - izglītības tematikas izstāžu rīkošanas tirgū Latvijas teritorijā ir būtiski lielāka nekā citiem tirgus dalībniekiem.

Arī 15.04.2005. saņemtajā vēstulē SIA „12 Dimensijas” norāda, ka pēc profesionālās tematikas, satura un formas SIA „BT 1” rīkotā tematiskā kompleksā izstāde „Skola 2005”, “Baltijas Grāmatu izstāde 2005” ir vienīgā Latvijā pieejamā starptautiska mēroga izstāde.

2003.gads	<i>Dalībnieki</i>	<i>Apmeklētāji</i>	<i>Neto platības m²</i>
SIA „BT 1” Skola 2003	173	35609	1699
Izglītības iespējas 2003 Daugavpils	30	4000	158
Izglītības iespējas Vidzemē 2003 Cēsis	31	1000	146
Izglītības iespējas 2003 Liepāja	30	2000	150
Kopā	264	42609	2153
SIA „BT 1” tirgus daļa	65,5%	83,5%	78,9%

2004.gads	<i>Dalībnieki</i>	<i>Apmeklētāji</i>	<i>Neto platības m²</i>
SIA „BT 1” Skola 2004	160	37561	1750
Informācija un izglītība 2004 Rēzekne	14	800	90
Izglītības iespējas 2004 Daugavpils	27	4000	162
Izglītības iespējas Vidzemē 2004 Valmiera	12	600	50
Kopā	213	42961	2052
SIA „BT 1” tirgus daļa	75,1%	87,4%	85,2%

2005.gads	<i>Dalībnieki</i>	<i>Apmeklētāji</i>	<i>Neto platības m²</i>
SIA „BT 1” Skola 2005	175	38733	1861
Informācija un izglītība 2005 Rēzekne	15	1000	98
Izglītības iespējas 2005 Daugavpils	26	3000	156
Kopā	216	42733	2115
SIA „BT 1” tirgus daļa	81%	90,6%	87,9%

SIA „BT 1” 02.09.2005. viedoklī Nr.127/09 par apkopotajiem materiāliem ir norādījusi, ka Konkurences padome nav apkopojusi visu informāciju pa notikušajām izglītības tematikas izstādēm Latvijā. Taču Konkurences padome secina, ka nav iespējams iegūt pilnīgu statistiku. Konkurences padome lietā ir apzinājusi izstādes, kuras varētu būt vērtējamas par aizstājējām SIA „BT 1” rīkotajai izstādei „Skola ..”.

Reģionālo izstādi “Skola 2005” Jēkabpilī nevar iekļaut konkrētajā preces tirgū, jo tā bijusi bezmaksas pasākums un organizēta, kā atvērto durvju diena. Reģionālā izstāde “Skola 2005” Jēkabpilī ir organizēta daudz mazākā apjomā, tas ir, Jēkabpils rajona ietvaros un aptvērā mazāku dalībnieku un apmeklētāju skaitu. Līdz ar to tā nav aizvietojama ar SIA „BT 1” organizēto izstādi „Skola 2005”.

Arī tad, ja Latvijā ir tikušas rīkotas vēl kādas citas reģionālas izstādes ar izglītības tematiku, to apjoms nav tik liels un Konkurences padome secina, ka SIA "BT 1" viennozīmīgi sasniedz 40% sliksni izglītības tematikas izstāžu rīkošanas tirgū Latvijas teritorijā, kā arī SIA „BT 1” ir iespējas darbojoties pilnīgi vai daļēji neatkarīgi no konkurentiem, klientiem vai patērētājiem.

5. SIA „BT 1” 04.04.2005. sarunu protokolā ir paskaidrojusi, ka līgumu ar SIA „12 Dimensijas” neslēdza, jo izdots laikraksts „Izstāde” neatbilstot komplekso izstāžu „Skola 2005”, „Baltijas grāmatu svētki 2005” rīkošanas mērķim un tematikai. SIA „BT 1” esot sniegusi tai mutisku atbildi, ka sadarbība ar SIA „12 Dimensijas” nav izdevīga.

Atteikuma sakarā SIA "BT 1" ir norādījusi argumentus, ka SIA „BT 1” komercdarbība ir saistīta ar to, ka SIA „BT 1” iznomā dalībniekiem platības atbilstoši izstādes tematikai. Dalībnieki izstādēs galvenokārt ir ražotāji, pakalpojumu sniedzēji vai to pārstāvji. SIA „BT 1” piedomājot, lai dalībnieki būtu tādi, kas var dot pilnu un patiesu informāciju izstāžu apmeklētājiem par ražotajiem produktiem un pakalpojumiem. SIA „BT 1” SIA „12 Dimensijas” uzskata par starpnieku, vai reklāmas pakalpojumu sniedzēju, kas papildu informāciju klientiem nevar sniegt par to informāciju, kuru SIA „12 Dimensijas” ir ievietojusi avīzē „Izstāde”. SIA „BT 1” uzskata, ka laikraksts „Izstāde” satur tikai un vienīgi reklāmu un SIA „12 Dimensijas” produkts ir trešo personu uzdevumā veidots reklāmas materiāls. Turklāt netiekot nodrošināta reklāmdevēju (pakalpojumu sniedzēju) tieša saskarsme ar izstādes apmeklētāju. Turklāt SIA „BT 1” esot privāto tiesību subjekts un pati vērtē ar ko sadarboties un ar ko nē. Parasti dalībnieki uz izstādi paši nāk ar savu reklāmu. Ja tiek organizēta izstāde „Skola ...”, tad pati augstskola nāk uz izstādi ar savu reklāmu.

Savukārt 20.05.2005. saņemtajā vēstulē SIA „BT 1” skaidro, ka SIA „12 Dimensijas” akcepts nekad nav un nekādā veidā nav pausts, ņemot vērā SIA „12 Dimensijas” neatbilstību konkrētās izstādes tematikai, mērķim, vispārējām pamatnostādņēm. SIA „BT 1” skaidro, ka izstādes „Skola 2005”, „Baltijas grāmatu svētki 2005” neietverot masu informācijas līdzekļu jomu.

5.1. Konkurences padome 11.05.2005. nosūtīja SIA „BT 1” informācijas pieprasījuma vēstuli Nr.585, kurā vēlējās noskaidrot, kad pieteicās pēdējais dalībnieks izstādei „Skola 2005”. 19.05.2005. SIA „BT 1” vēstulē Nr.90/05 tika izskaidrots, ka pastāvēja iespēja organizēt ekspozīcijas vietas komercsabiedrībām šajās izstādēs, jo pēdējais dalībnieks uz izstādi „Skola 2005” pieteicās tikai 01.03.2005. Tā kā no lietā atrodošiem materiāliem (10.01.2005. apliecinājums par paziņojuma nosūtīšanu) ir konstatējams, ka SIA „BT 1” 26.11.2004. SIA „12 Dimensijas” ar zvērināta notāra palīdzību nosūtīto ierakstīto paziņojuma - pieteikuma vēstuli ir saņēmusi 30.11.2004, tad līdz ar to atteikuma fakts no SIA „BT 1” puses pastāvēja no 30.11.2004. līdz 02.03.2005., tas ir, trīs mēnešus.

5.2. SIA „BT 1” mājas lapā ievietotā informācija un SIA „BT 1” iesniegtie dalības noteikumi izstādēs „Skola 2004” un „Skola 2005” nosaka, ka SIA „BT 1” ir tiesīga atteikt dalībniekam dalību izstādē, ja dalībnieka piedāvājums neatbilst izstādes tematikai un pamatmērķim. Konkurences padome izvērtēja, vai SIA „BT 1” atteikums ir saistāms ar objektīvi attaisnojošiem iemesliem un vai SIA „12 Dimensijas” izdots laikraksts „Izstāde” – Izglītība 2005 numurs neatbilst šo izstāžu rīkošanas pamatmērķim un tematikai. Konkurences padome uzskata, ka SIA „12 Dimensijas” izdots laikraksts „Izstāde” – Izglītība 2005 numurs atbilst izstādes „Skola 2005” tematikai, jo satur vienīgi un tikai informāciju par mācību iestāžu izglītības programmām.

5.3. 04.03.2004.-07.03.2004. SIA „12 Dimensijas” pēc Konkurences padomes rīcībā esošās informācijas piedalījās izstādēs „Skola 2004”, „Latvijas grāmatu izstāde 2004”, nomājot daļu no izstāžu sabiedrības SIA „BT 1” telpām Ķīpsalā. Konkurences padome secina, ka SIA „BT 1”, atļaujot SIA „12 Dimensijas” piedalīties minētajā kompleksajā izstādē iepriekšējā gadā, bija jau izvērtējusi, definējusi savu viedokli un atzinusi, ka laikraksts

„Izstāde” atbilst izstādes „Skola 2004” tematikai un pamatmērķim. Tā kā laikraksts „Izstāde” nebija mainījis savu veidoju 2005.gadā un izstādes dalības noteikumi bija gandrīz tie paši, tad SIA „BT 1” argumenti par SIA „12 Dimensijas” neatbilstību izstādes mērķim un tematikai ir nepamatoti.

5.4. Iepazīstoties ar SIA „BT 1” oficiālo katalogu izstādei „Skola 2005”, Konkurences padome secina, ka šajā izstādē kā dalībnieki ir bijušas uzņēmējdarbības, kas veic līdzīgu uzņēmējdarbību SIA „12 Dimensijas” (izdod laikrakstus vai katalogus). Tā izstādē „Skola 2005” ir piedalījušies - avīze „Citadel”, avīze „Izglītība un karjera”, avīze „Izglītība un kultūra”, katalogs „Izglītības ceļvedis”, katalogs „Augstākā izglītība Latvijā un Ārzemēs”. Arī 2004. gadā izstādē „Skola 2004” dalību ņēma deviņi izdevēji un laikraksti. Nosauktajos laikrakstos un katalogos arī ir izvietota reklāma un ietverti raksti par skolām, izglītību. Daļa no tiem tika izplatīti izstādēs bez maksas.

5.5. Konkurences padomes rīcībā esošā informācija liecina, ka citu SIA „BT 1” rīkoto tematiku izstādēs (celtniecības tematikas izstādēs) arī tiek izplatīti reklāminformatīvi laikraksti, piemēram, laikraksts „Moi Dom”, kurš paredzēts izplatīšanai izstāžu zālēs bez maksas.

5.6. Izstādes “Skola 2005” pamatmērķis SIA “BT 1” Konkurences padomei iesniegtajos dokumentos rakstiski nav noformulēts.

Ņemot vērā to, ka dažādi citi mediji - gan maksas, gan bezmaksas Krievijas izstāžu hallē ir iekļuvuši un piedalījušies Izstādē „Skola 2005”, tad Konkurences padome secina, ka nebija objektīva pamata atteikt dalību izstādē arī SIA “12 Dimensijas”.

6. 20.05.2005. saņemtajā vēstulē SIA „BT 1” skaidro, ka SIA “BT 1” ir reklāmas devējs tikai nodrošinot paša rīkoto izstāžu atpazīstamību ar mērķi tās popularizēt un veicināt pieprasījumu pēc tām.

6.1. SIA “BT 1” uzskata, ka nav reklāmas izgatavotājs un izplatītājs attiecībā pret savu klientu (izstāžu dalībnieku) – neveic tiešu atsevišķu komercsabiedrību reklāmu. Minētajam Konkurences padome daļēji nepiekrīt, jo SIA “BT 1” ir uzskatāma par reklāmas izplatītāju Reklāmas likuma 12.pants pirmās daļas izpratnē - *Reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam*. Konkurences padomes rīcībā esošā informācija liecina, ka SIA “BT 1” izplata oficiālo izstādes “Skola ...” katalogu izstādē, kurā bez standarta informācijas ir ievietoti arī plašāki reklāmas materiāli lielākos reklāmas laukumos nekā standarta informācija.

6.2. SIA „BT 1” izdots oficiālais izstādes katalogs arī ir masu informācijas līdzeklis, kurā bez standarta informācijas katalogā izstāžu dalībniekiem ir iespējams izvietot papildu reklāmu, nopērkot lielākus reklāmas laukumus informācijas ievietošanai katalogā. Dažas skolas un augstskolas katalogā ir ievietojušas lielāku informāciju nekā standarta, reklamējoties plašākā apjomā. Tā, piemēram, izstādes „Skola 2005” katalogā plašāku reklāmu ir izvietojušas Rīgas Tehniskā Universitāte, Baltijas Krievu Institūts, Rīgas Pedagoģijas un Izglītības Vadības Augstskola, Rēzeknes Augstskola, Restorānu servisa skola, P. Stradiņa veselības un sociālās aprūpes koledža, Rīgas Ekonomikas augstskola.

Kataloga izdevējs ir informācijas un reklāmas aģentūra BTR un izstādes katalogs ir masu informācijas līdzeklis, kurš reģistrēts LR Uzņēmumu reģistrā 27.02.1996. ar Nr.000701923.

6.3. Tā kā izstādes organizēšana ir komplekss pasākums, tad viens no tās elementiem ir izstādes oficiālā kataloga izgatavošana un izplatīšana. Katalogs veic papildu pastiprinošu mērķauditorijas informēšanas funkciju par pieejamajām precēm un pakalpojumiem (konkrētā gadījumā izglītības iespējām), kura komercsabiedrība vai skola to piedāvā. Kataloga izgatavošana prasa SIA „BT 1” resursu izmantošanu. Tomēr jāņem vērā, ka SIA „BT 1” katalogs galvenokārt ir tās piedāvātā produkta – izstādes – sastāvdaļa, un izstādes katalogs ietilpst konkrētās izstādes pakalpojumu kompleksā.

6.4. Konkurences padome secina, ka netieši SIA „BT 1” konkurē ar SIA „12 Dimensijas” ar izglītības tematiku izstāžu rīkošanas tirgu saistītajā reklāmas pakalpojumu tirgū. SIA „BT 1” gatavo katalogus dažām savām organizētajām izstādēm. Salīdzinot izstādes „Skola 2005” katalogu ar SIA „12 Dimensijas” sagatavoto produktu – laikrakstu „Izstāde” – Izglītība 2005 numuru var saskatīt līdzības, jo informācija par izglītības iestādēm, kas izvietota katalogā un laikrakstā, pamatā ir līdzīga. Līdz ar to abas minētās uzņēmējdarbības konkurē reklāmas pakalpojumu tirgū.

6.5. Būtiska atšķirība ir šo abu izdevumu izplatīšanā. SIA „BT1” ir sniegusi informāciju, ka izstādes dalībnieki un profesionālie apmeklētāji katalogu saņem bez maksas, bet pārējiem izstādes apmeklētājiem katalogs ir par maksu (cena robežās no Ls 0.50 līdz 2.50). Savukārt SIA „12 Dimensijas” savas avīzes „Izstāde” – Izglītība 2005 numuru izplata bez maksas. Katrā no izdevumiem atšķiras piedāvātais informācijas apjoms (izglītības iestāžu skaits, par kurām informācija sniegta), taču ne būtiski. SIA „12 Dimensijas” laikrakstā ievieto reklāmu arī par tām skolām, augstskolām, kas nav izstādes dalībnieki.

6.6. Konkurences padome uzskata, ka SIA „BT 1” un SIA „12 Dimensijas” intereses saskaras ar konkrēto tirgu saistītajā tematiskās reklāmas pakalpojumu tirgū. Minēto pierāda 02.09.2005. SIA „BT 1” paskaidrojums Nr.127/09 paustais, no kā var izsecināt, ka abi minētie uzņēmumi ir uzskatāmi par konkurentiem reklāmas pakalpojumu tirgū. Minēto apgalvojumu apliecina arī SIA „BT 1” paskaidrojums rakstūtais, ka SIA „12 Dimensijas” dalība jebkurā no rīkotajām izstādēm apdraud SIA „BT 1” ekonomiskās intereses, kas liecina, ka minētie abi uzņēmumi konkurē.

6.7. Konkurences padome secina, ņemot vērā to, ka SIA „12 Dimensijas” reklāminformatīvie laikraksta „Izstāde” atsevišķie numuri ir veltīti tematiskām izstādēm Latvijā, to apmeklētājiem un to dalībniekiem, un izstāžu rīkotājiem un dalībniekiem tajā ir iespējas izvietot informāciju, reklāmu, uzrunāt eventuālos sadarbības partnerus, laikrakstā tiek informēti par turpmākajām notiekošajām izstādēm, kā arī laikraksta „Izstāde” dibināšanas un izdošanas mērķis bijis saistīts ar laikraksta izplatīšanu tieši izstāžu zālēs, tad līdz ar to SIA „12 Dimensijas” ir būtiski atrasties tieši izstāžu telpās, izplatot laikraksta „Izstāde” atsevišķos tematiskos numura eksemplārus, jo izstāžu zālēs atrodas laikrakstā „Izstāde” ievietotās informācijas mērķa auditorija. Tā, piemēram, Izstādes „Skola ...” gadījumā mērķa grupa ir skolnieki, studēt gribošie. Konkurences padome secina, ka SIA „12 Dimensijas” ir būtiski atrasties SIA „BT 1” rīkotajā izstādē „Skola ..” un izplatīt laikrakstu „Izstāde” tieši ar konkrētu tematiku organizēto izstāžu saistītajā vidē.

SIA „BT 1” 02.09.2005. paskaidrojumu Nr.127/09 izvērtējums

7. Iepazīstoties ar SIA „BT 1” un SIA „12 Dimensijas” sniegtajiem paskaidrojumiem, ir secināms, ka domstarpības starp abām uzņēmējdarbībām pastāv jau kopš 2000-2001.gada. SIA „BT 1” 27.04.2001. vēstulē Nr.169/04 raksta, ka: „SIA „12 Dimensijas” vairākkārtējie vienveidīgie piedāvājumi slēgt savstarpēju darījumu par reklāminformatīvā laikraksta izplatīšanu SIA „BT 1” rīkotajās izstādēs SIA „BT 1” atbildīgajiem darbiniekiem nav izraisījuši pietiekamu interesi finansiālu apsvērumu dēļ, jo nav peļņu nesošs darījums. Arī turpmāk SIA „12 Dimensijas” iesniegtie neadekvātie piedāvājumi par savstarpēju sadarbību no SIA „BT 1” puses tiks noraidīti”.

Lai gan lietas izmeklēšanas noslēguma stadijā gan no SIA „BT 1”, gan no SIA „12 Dimensijas” ir iesniegta informācija, kas varētu liecināt par SIA „BT 1” līdzīgu darbību jau 2001.gadā, jo jau 2001.gadā SIA „12 Dimensijas” vēlējās piedalīties izstādē „Skola 2001”, bet ir saņēmusi atteikumu, tomēr Konkurences padome šīs lietas izvērtēšanas sakarā neveica

detalizētu 2001.gada notikumu izpēti, jo SIA „12 Dimensijas” savā iesniegumā Konkurences padomei to nebija lūgusi.

SIA „BT 1” 02.09.2005. viedoklī Nr.127/09 paustais, ka konkrētais preces tirgus ir skatāms plašākā kontekstā, jo kopš 2000.gada SIA „12 Dimensijas” vēlas piedalīties visās SIA „BT 1” rīkotajās izstādēs, ir noraidāms. Tas, ka SIA „12 Dimensijas” vēlas piedalīties visās SIA „BT 1” rīkotajās izstādēs nenozīmē, ka pastāv aizvietojamība starp šīm izstādēm un tās ir iekļaujamā vienā konkrētā preču tirgū.

SIA „BT 1” 02.09.2005. viedoklī Nr.127/09 pauž, ka SIA „12 Dimensijas” laikrakstam „Izstāde”- Izglītība 2005 numuram nav savas mērķauditorijas un tas iznāk retāk kā vienu reizi trijos mēnešos, tā periodiskums ir viens kalendārais gads. SIA „BT 1” ir norādījusi, ka SIA „12 Dimensijas”, izdodot laikrakstu „Izstāde”- Izglītība 2005 numuru, neizpilda likumdošanas prasības, lai pēc būtības vispār būtu uzskatāms par masu informācijas līdzekli Latvijas Republikas likumdošanas noteiktajā izpratnē. Konkurences padome secina, ka laikraksts „Izstāde” kopumā panāk nepieciešamo periodiskumu, katru reizi izdodot specializētu numuru. Šobrīd nav pamata apgalvot, ka SIA „12 Dimensijas” neievēro likumu „Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem”. Minētā jautājuma izvērtēšana nav Konkurences padomes kompetencē. Norādām, ka saskaņā ar likuma „Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” 12.pantu tiesības ierosināt tiesā izskatīt jautājumu par masu informācijas līdzekļa darbības izbeigšanu ir LR ģenerālprokuroram, LR Uzņēmumu reģistra galvenajam notāram un finanšu ministram.

Ņemot vērā visu augstāk minēto Konkurences padome uzskata, ka ir notikusi diskriminācija attiecībā pret SIA „12 Dimensijas” un bez objektīva attaisnojoša iemesla ir atteikts slēgt darījumu ar SIA „12 Dimensijas”, tādējādi ir ietekmēta cita tirgus dalībnieka SIA „12 Dimensijas” darbība ar izglītības tematiku izstāžu rīkošanas tirgu saistītajā reklāmas pakalpojumu tirgū, kur abi šie tirgus dalībnieki SIA „BT 1” un SIA „12 Dimensijas” konkurē. SIA „BT 1” darbībā ir konstatējams Konkurences likuma 13.panta 1.punkta: „*Jebkuram tirgus dalībniekam, kas atrodas dominējošā stāvoklī, ir aizliegts jebkādā veidā ļaunprātīgi to izmantot Latvijas teritorijā. Dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana var izpausties arī kā: 1) atteikšanās slēgt darījumu ar citu tirgus dalībnieku (...) bez objektīvi attaisnojoša iemesla*” pārkāpums konkrētajā tirgū laika periodā no 30.11.2004. līdz 02.03.2005.

8. Saskaņā ar Konkurences likuma 14.panta pirmo daļu, ja Konkurences padome konstatē tirgus dalībnieku darbības šā likuma 13.panta pārkāpumu, tā pieņem lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu.

Konkurences padome, izvērtējot lietā Nr.203/05/06/6 esošos materiālus, secina, ka nav pamata tiesiskā pienākuma uzlikšanai, jo faktiskā situācija liecina par to, ka pārkāpums no SIA „BT 1” puses neturpinās, tas ir izbeidzies, jo uz SIA „BT 1” rīkoto izstādi „Skola 2005” varēja pieteikties līdz 02.03.2005.

Saskaņā ar Konkurences likuma 14.panta otrās daļas noteikumiem Konkurences padome var uzlikt tirgus dalībniekiem naudas sodu līdz 5 procentu apmēram no to pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma katram, bet ne mazāk kā 250 latu katram. Lai noteiktu pārkāpumā iesaistītā uzņēmuma SIA „BT 1” naudas soda apmēru, Konkurences padome vadījās no 19.10.2004. Ministru kabineta noteikumiem Nr.862 “Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā un 13.pantā minētajiem pārkāpumiem” (turpmāk - Noteikumi) un Administratīvā procesa likuma 8.panta - tiesību normu saprātīgas piemērošanas principa, lai sasniegtu taisnīgāko un lietderīgāko rezultātu, 13.panta - samērīguma principa, kā arī minētā normatīvā akta 65. un 66.panta.

Nosakot naudas soda apmēru, Konkurences padome ņem vērā pārkāpuma smagumu un ilgumu. Saskaņā ar Noteikumu 15.punktu pēc pārkāpuma veida dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas pārkāpums ir vērtējams kā smags pārkāpums. SIA „BT 1” ekonomiskais stāvoklis konkrētajā tirgū, tā tirgus daļa ir ievērojama, un tā loma pārkāpumā ir

bijusi aktīva. Konkurences padome, vērtējot pārkāpuma sekas, ir konstatējusi, ka ar konkrēto tirgu lietā saistītais reklāmas pakalpojumu tirgus ir ietekmēts ļoti minimālā apjomā. Pārkāpums ir ietekmējis tikai vienu tirgus dalībnieku, bet nav būtiski ietekmējis reklāmas pakalpojumu tirgu kopumā.

Saskaņā ar Noteikumu 18.punktu ņemot vērā pārkāpuma smaguma pakāpi, naudas soda apmēru nosaka šādi: ja izdarīts smags pārkāpums, - no 0,5 līdz 1,5% no pēdējā finansu gada neto apgrozījuma. SIA „BT 1” neto apgrozījums 2004.gadā ir bijis 1419184.00 LVL. Saskaņā ar Noteikumu 19.punktu, ņemot vērā pārkāpuma ilgumu, naudas soda apmēru nosaka šādi: ja pārkāpuma ilgums nepārsniedz gadu vai pārkāpums izpaužas kā vienreizēja darbība, saskaņā ar šo noteikumu 18.punktu noteikto naudas soda apmēru nepalielina. Ņemot vērā to, ka pārkāpuma izraisītās sekas reklāmas pakalpojumu tirgū nav būtiskas, Konkurences padome konstatē, ka naudas sodu ir iespējams aprēķināt no zemākās robežas minētajam pārkāpuma veidam. Līdz ar to piemērojamais naudas sods 0,5% apmērā no pēdējā finansu gada neto apgrozījuma būtu 7095,92 LVL.

Konkurences padome uzskata par pamatotu un nepieciešamu pārkāpējam samazināt naudas sodu, ievērojot:

1) tiesību normu saprātīgas piemērošanas principu, kurš paredz, ka iestāde, piemērojot tiesību normas, izmanto tiesību normu interpretācijas pamatmetodes, lai sasniegtu taisnīgāko un lietderīgāko rezultātu.

2) lietderības apsvērumus – šajā tiesiskajā situācijā ir nepieciešama administratīvā akta izdošana un tāda administratīvā akta izdošana, kas konstatētu pārkāpumu un uzliktu par to naudas sodu, jo ir izdarīts smags Konkurences likuma pārkāpums un ir nepieciešams uzlikt sodu par tā izdarīšanu, lai sodītu par izdarīto pārkāpumu un atturētu šī lēmuma adresātus un citus tirgus dalībniekus no Konkurences likuma pārkāpumu izdarīšanas. Tomēr privātpersonas tiesību aizskārumam ir jābūt samērīgam ar sabiedrības interešu ieguvumu (Administratīvā procesa likuma 66.pants). Ņemot vērā konkrētās lietas apstākļus un pārkāpuma veidu, Konkurences padome uzskata, ka labums sabiedriskajām interesēm var tikt sasniegts ar mazāka naudas soda piemērošanu nekā aprēķinātais naudas sods.

3) Saskaņā ar Noteikumu 24.punktu „Ja tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījums pārkāpumā iesaistītajā konkrētajā tirgū ir mazāks par 10% no šī tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma, kopējo naudas soda apmēru var samazināt.” Tā kā saskaņā ar Noteikumu 24.punktu SIA „BT 1” neto apgrozījums pārkāpumā iesaistītajā konkrētajā tirgū ir mazāks par 10% no pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma, tad Konkurences padome secina, ka pastāv apstākļi naudas soda samazināšanai. Nosakot naudas soda apmēru, Konkurences padome ir ņēmusi vērā Administratīvā procesa likuma 8., 13., 65. un 66. pantā ietvertos samērīguma un lietderības apsvērumus, kā arī Noteikumu 24.punktu, un tādējādi Konkurences padome SIA "BT 1" nosaka naudas sodu 710 LVL apmērā.

Ievērojot minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 3.punktu, 13.panta 1.punktu, 14.panta pirmo, otro un ceturto daļu, 19.10.2004. Ministru kabineta noteikumu Nr.862 “Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā un 13.pantā minētajiem pārkāpumiem” 13., 14., 15., 16., 17., 18., 19., 24.punktu, Administratīvā procesa likuma 8., 13., 65., 66.pantu, Konkurences padome

n o l ē m a :

1. lietā Nr.203/05/06/6 „Par 17.03.2005. SIA „12 Dimensijas” iesniegumu” konstatēt Konkurences likuma 13.panta 1.punkta pārkāpumu SIA „BT 1” darbībās izglītības tematikas izstāžu rīkošanas tirgū Latvijas teritorijā laika periodā no 30.11.2004. līdz 02.03.2005., kas ir

izpaudies kā atteikšanās slēgt darījumu ar SIA „12 Dimensijas” bez objektīvi attaisnojoša iemesla, liedzot SIA „12 Dimensijas” iespēju izplatīt laikraksta „Izstāde” – Izglītība 2005 numuru Izstādē ”Skola 2005”.

2. Uzlikt SIA “BT 1” naudas sodu 710 LVL (septiņi simti desmit latu) apmērā. Uzlikto naudas soda summu viena mēneša laikā no šī lēmuma spēkā stāšanās dienas ieskaitīt valsts budžetā (Valsts kasē Reģ. Nr.90000050138, konta Nr.LV93TREL1060001010900, Latvijas banka, kods LACBLV2X).

3. Mēneša laikā pēc 2.punktā noteiktā termiņa ziņot Konkurences padomei par lēmuma 2.punktā uzliktā pienākuma izpildi.

Saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu Konkurences padomes lēmums ir pārsūdzams Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no šī lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētājs

P. Vilks