



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 54

(Prot. Nr.33, 6§)

2007.gada 6.jūnijā

Par lietas neierosināšanu

Par SIA „Tele Media” 08.05.2007. iesniegumu

Konkurences padome 08.05.2007. saņēma SIA „Tele Media” (turpmāk –Tele Media) 08.05.2007. iesniegumu (turpmāk –Iesniegums).

Iesniegumā norādīts, ka Tele Media (līdz 19.12.2006. iepriekšējais nosaukums Eniro Latvija) ir informatīvo mediju uzņēmums, kas darbojas Latvijas uzziņu tirgū kopš 02.09.1992. Uzņēmuma saimnieciskā darbība ir saistīta ar informatīvo tālruņu katalogu izdošanu, uzziņu sniegšanu internetā un uzziņu dienestā 1189.

Norādīts, ka kopš 2000.gada viens no uzņēmuma pamatproduktiem ir tālruņu katalogs „Auto&Travel”, kas ir paredzēts lietotājiem –autobraucējiem –,„visiem tiem, kas ir pie stūres”, kā arī interesentiem, kam ir nepieciešama informācija par ceļošana iespējām, izklaidi un tūrismu. Norādīts, ka, sākot ar 2000.gadu, uzņēmums izdeva šo katalogu ik gadu, izvietojot tajā informāciju par uzņēmumiem, kas ir saistīti ar šī kataloga mērķauditoriju, un tādējādi, gūstot ienākumus no reklāmas. Kataloga izplatīšana notiek visā Latvijas teritorijā, izmantojot dažādus izplatīšanas kanālus. Kataloga koncepcija savulaik tika rūpīgi izstrādāta un balstījās uz Tele Media (Eniro Latvija) pašu veidoto datu bāzi, un, izmantojot Tele Media pārdošanas koncepciju (*know-how*). Katalogs sava mazā formāta (A5) un interesantās koncepcijas dēļ bija ātri ieguvis popularitāti reklāmas devēju un lietotāju vidū. Uzņēmuma darbības plānos ietilpa koncepcija par šī produkta tālāko attīstību, pilnveidojot tā saturu un veidojot kataloga „spoguļversiju” internetā.

Iesniegumā norādīts, ka 2006.gada septembrī Tele Media kļuva zināms fakts, ka SIA „Pro Bus” (turpmāk –Pro Bus) ir pierēģistrējusi uz sava vārda domēnu www.autotravel.lv, un, izveidojot web lapu, paziņoja tajā par nodomiem no 01.11.2006. sākt sniegt informatīvos pakalpojumus šajā jomā. Norādīts, ka Tele Media tajā laikā (t.i., 2006.gada rudens) arī aktīvi

strādāja pie kārtējā „Auto&Travel” kataloga sagatavošanas, piesaistot tajā informāciju no reklāmas devējiem. Norādīts, ka šajā laikā uzņēmuma konsultanti sastapās ar lielu pretestību no reklāmdevēju puses par informācijas izvietojumu katalogā, jo klienti bija sākuši saņemt līdzīgus piedāvājumus no Pro Bus konsultantiem par informācijas izvietojumu kataloga internet-versijā ar identisku nosaukumu www.autotravel.lv. Ņemot vērā šo faktu, Tele Media bija spiesta 2006.gadā atcelt savu pārdošanas kampaņu uz šo katalogu un atlikt kataloga „Auto&Travel” izdošanu 2006.gada decembrī. Informāciju par tiem klientiem, kas 2006.gada vasaras mēnešos jau bija noslēguši ar Tele Media pārdošanas līgumus, Tele Media bija spiesta izvietot katalogā „Visa Latvija”, kas iznāca 2006.gada decembrī. Norādīts, ka līdz ar pārdošanas kampaņas „Auto&Travel” pārtraukšanu Tele Media neguva plānotos ieņēmumus Ls 20 000 apmērā.

Norādīts ka, analizējot internet portāla www.autotravel.lv uzbūvi, izmantoto nozaru reģistru un izvietoto klientu datu bāzi, Tele Media konstatēja, ka Pro Bus ir aktīvi izmantojusi Tele Media *know-how* šajās jomās. Turklāt drīz vien atklājās, ka Pro Bus strādā bijušie Tele Media darbinieki, t.i., Ilze Krauze, kas laika periodā no 03.02.2003. līdz 16.06.2006. strādāja Tele Media kā pārdošanas grupas un kampaņas „Auto&Travel” vadītāja, Aiga Lināre –līdz 17.08.2006. strādāja Tele Media kā dizaingrafiku nodaļas vadītāja, Aina Sproga –līdz 16.06.2006. strādāja Tele Media kā klientu konsultante, Inga Ervalde, Aiga Krūmiņa, Ingrīda Meldere un Inga Maksimčuka –strādāja Tele Media kā konsultanti.

Iesniedzējs norādījis, ka iepriekš minēto faktu dēļ, kā arī, lai nemulsinātu savu klientus – reklāmas devējus, Tele Media 2007.gadā bija spiesta atteikties no plāniem veidot pārdošanas kampaņu uz katalogu „Auto&Travel” un atlikt šī kataloga iznākšanu tirgu uz nenoteiktu laiku. Līdz ar to Tele Media arī 2007.gada neiegūs plānotos ikgadējos ieņēmumus no reklāmas šajā katalogā Ls 20 000 apmērā.

Norādīts, ka 01.12.2006. Tele Media vērsās pie Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta ar lūgumu anulēt domēna autotravel.lv reģistrāciju uz Pro Bus vārda un dot iespēju pārreģistrēt to uz Tele Media (līdz 2003.gadam šis domēns jau bija reģistrēts uz Tele Media vārda, bet savulaik nebija laicīgi pārreģistrēts). Tomēr uz šo lūgumu Tele Media saņēma atteikuma vēstuli ar ieteikumu vērsties šī jautājumu izskatīšanai civiltiesiskā kārtībā.

Pēc Iesniedzēja ieskata Pro Bus, izveidojot internetproduktu ar identisku kā Tele Media ilggadēji izdotā kataloga nosaukumu „Auto&Travel” un, izmantojot Tele Media pārdošanas koncepciju un *know-how* uzziņu reklāmas jomā, ir rīkojusies klaji negodīgi un neatbilstoši godīgas uzņēmējdarbības praksei. Tādējādi Tele Media uzskata, ka Pro Bus ir pārkāpusi Konkurences likuma 18.pantu. Iesniegumā norādīts, ka šādas Pro Bus darbības ir ne tikai nodarījušas Tele Media tiešos zaudējumus Ls 40 000 apmērā (negūtie ieņēmumi 2006. un 2007.g.), bet arī grauj Tele Media uzņēmuma imidžu reklāmdevēju vidū, kas tiek mulsināti ar internetportāla autotravel.lv „priekšrocībām” un labvēlīgākiem sadarbības nosacījumiem no Pro Bus puses.

Iesniegumā lūgts Konkurences padomei izvērtēt Pro Bus darbības, anulēt tai piešķirto domēnu autotravel.lv un piedzīt kompensāciju par labu Tele Media par morālo kaitējumu un nodarītajiem zaudējumiem neiegūto ieņēmumu veidā 2006.-2007.gadā Ls 40 000 apmērā.

Izvērtējot Iesniegumā un tam pievienotajos materiālos norādīto informāciju, kā arī papildus iegūto informāciju Konkurences padome

konstatēja:

[1] Konkurences padomē 28.05.2007. tikšanās laikā Tele Media sniedza papildus informāciju Iesnieguma sakarā, t.sk., norādīja, ka ar Iesniegumā norādīto Tele Media *know-how* saprotama pati produkta ideja, t.i., izveidot katalogu, kurā tiktu apkopota visa informācija par

reklāmas devējiem, pakalpojumu sniedzējiem attiecīgajā interešu jomā, kas saistīta ar auto un ceļošanu; ka līdz šim šī informācija tika izvietota katalogā „Auto&Travel”; ka Pro Bus ir izveidojusi identisku interneta mājas lapu www.autotravel.lv, kurā arī tiek sniegta šāda informācija; ka savulaik Tele Media izvēlējās konkrēto nozari tā iemesla dēļ, ka tā ir dinamiska nozare, tajā veidojas daudz jaunu klientu, rodas arvien vairāk lietotāju, arvien vairāk cilvēku ceļo, un līdz ar to šī nozare pēc Tele Media ieskata likās peļņu nesoša; ka darbiniekiem, kas agrāk strādāja Tele Media un pašlaik strādā Pro Bus, bija labi zināms šis produkts, pārdošanas koncepcija, t.i., kā pārdot produktu, ko reklāmas devējiem labāk piedāvāt utt.; ka savulaik Eniro Latvija valde lēma par šī produkta izveidi un īstenošanu, iekļaujot to Eniro Latvija produktu klāstā; ka pirmais katalogs iznāca 2000.gadā; ka Tele Media darba līgumos ar darbiniekiem ir iekļauts punkts, kas nosaka, ka intelektuālās tiesības, visa informācija par produktu, ir komercnoslēpums, kas, izbeidzot darba attiecības, ir jānodod Tele Media; ka papildus ar atsevišķiem darbiniekiem tika noslēgtas vienošanās par konkurences ierobežojumu pēc darba tiesisko attiecību izbeigšanās Tele Media strādāt konkurējošā uzņēmumā; ka Tele Media „know-how” bija pieejams visiem tiem Tele Media bijušajiem darbiniekiem, kas norādīti Iesniegumā.

Paskaidroja, ka Pro Bus pārkāpums ir izpaudies, pirmkārt, atdarinot Tele Media izdoto katalogu interneta versijā, t.i., identiski ir katalogā lietotie nozaru nosaukumi, nozaru struktūra un katalogā izmantotā Tele Media datu bāze (reklāmas devēji); ka nozaru struktūra katalogam ir nemainīga katru gadu, mainās tikai reklāmas devēji; ka, uzsākot 2006.gadā kārtējā kataloga kampaņu, I.Krauze bija kampaņas vadītāja, viņai bija tiesības pasūtīt datu bāzes izdrukas uz visiem klientiem; ka, balstoties uz šīm izdrukām, ir ļoti viegli kontaktēties ar klientu. Otrkārt, Iesniedzēja iebildumi ir par to, ka Pro Bus ir izveidojusi interneta mājas lapu ar identisku nosaukumu www.autotravel.lv; ka domēns autotravel.lv līdz 2003.gadam bija reģistrēts uz Tele Media (Eniro Latvija) vārda; ka pēc Iesniedzēja Ieskata Pro Bus izmanto jau ilgu laiku tirgū pastāvoša Tele Media produkta nosaukumu, kas klientiem ir ļoti labi atpazīstams.

Tikšanās laikā Iesniedzējs, t.sk., precizēja, ka Pro Bus ar Iesniegumā norādītajām un tikšanās laikā izskaidrotajām darbībām, ir pārkāpusi Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1., 2. un 4.punktu.

Norādīja, ka Tele Media nav vērsusies pie Pro Bus ar lūgumu izbeigt Iesniegumā norādītās darbības, jo neuzskatīja to par atbilstošu situācijas risinājumu vērsties pie bijušajiem darbiniekiem, kuriem tāpat bija zināms, kas ir šis konkrētais produkts un ka tas ir aizsargāts.

Papildus sniedza informāciju, ka Latvijā uzziņu pakalpojumu sniegšanas tirgū ir trīs lielākie spēlētāji, t.i., SIA „Interinfo Latvija”, SIA „Latvijas Tālrunis”, SIA „Tele Media”; ka tagad klāt nācis jauns konkurents SIA „Pro Bus”.

[2] Konkurences padome 28.05.2007. saņēma Pro Bus 28.05.2007. vēstuli, kurā sniegta atbildes uz Konkurences padomē 25.05.2007. tikšanās laikā uzdotajiem jautājumiem. T.sk., norādīts, ka domēns www.autotravel.lv uz Pro Bus vārda tika reģistrēts 21.07.2006.; ka 20.11.2006. LR Patentu valdē tika reģistrēta AutoTravel preču zīme uz Pro Bus vārda; ka interneta mājas lapa tika izveidota 2006.gada novembrī, kad arī tika sākta informācijas sniegšana tūristiem; ka nosaukums www.autotravel.lv interneta mājas lapai tika izvēlēts tādēļ, ka jau sākotnēji tika nolemts nodarboties ne tikai ar ārvalstu tūristu piesaisti Latvijai caur informācijas sniegšanu, bet arī ar maršrutu sastādīšanu visiem ceļot gribētājiem; ka, rūpīgi izanalizējot citu valstu pieredzi šajā jomā, Pro Bus secināja, ka interneta mājas lapas ar nosaukumu www.autotravel ir populāras daudzās valstīs; ka starptautiskajā meklētājā Google vien pieminētas vismaz 9 šādas lapas, piemēram, Krievijā ir reģistrētas 4 šādas lapas (www.autotravel.org.ru; www.autotravel.ru; www.autotravel.spb.ru u.c.), gan Lielbritānijā, Vācijā, un pat Ķīnas Tautas Republikā (www.autotravel.ch); ka Pro Bus bija informēta par to, ka

eksistē drukātā izdevuma katalogs Auto&Travel, kas pēc Pro Bus ieskata ir absolūti cits produkts.

Apstiprināts, ka Pro Bus strādā daži no minētajiem darbiniekiem, piemēram, Ilze Krauze ir Pro Bus valdes priekšsēdētāja, Aiga Sproga ieņem biroja administratores amatu, Aiga Lināre – galvenās mākslinieces amatu, Inga Maksimčuka –reklāmas konsultantes amatu; ka visi šie darbinieki ir strādājuši Tele Media, bet citos amatos.

Minētajā vēstulē sniegta informācija, ka idejas autors konkrētā projekta izveidei ir Sandra Čibule, kas arī strādā Pro Bus; ka projekta realizētājs ir SIA „Data Pro Grupa”, ko apliecina abu pušu noslēgtais sadarbības līgums par programmatūras izstrādes pakalpojumiem; ka darbs pie projekta izstrādes sākās ar Pro Bus dibināšanu ka projekts tika izstrādāts kopīgi ar IT speciālistiem no Data Pro Grupas; ka ar reklāmas devēju piesaisti informācijas izvietojšanai mājas lapā www.autotravel.lv nodarbojas reklāmas konsultanti; ka informācija par klientiem tiek iegūta gan tūrisma izstādēs, gan pašvaldībās, gan citos uzziņu portālos, kā arī Pro Bus ir sadarbība ar Tūrisma Attīstības Valsts aģentūru; ka pēc Pro Bus ieskata nevar salīdzināt divus pilnīgi atšķirīgus produktus –drukāto izdevumu un interneta portālu; ka Iesniegumā norādītais, ka „katalogs sava mazā formāta (A5) dēļ ātri ieguvis popularitāti reklāmas devēju un lietotāju vidū” tikai apstiprina, ka drukātam izdevumam Auto&Travel un interneta portālam www.autotravel.lv ir pilnīgi atšķirīga mērķauditorija; ka katalogs ir ņemams ceļā līdzī, patērētāji to izmanto kā ceļvedi; ka turklāt, kā Iesniegumā norādīts, kataloga izplatīšana notiek visā Latvijas teritorijā; ka savukārt Pro Bus veidotais produkts www.autotravel.lv vairāk mērķēts uz ārvalstu tūristiem (pašlaik portāls ir pieejams trijās valodās –LV, RU, ENG), tūrists saplāno savu atpūtu Latvijā, ar portāla starpniecību var 24 stundas diennaktī pasūtīt automašīnu, sadarbībā ar a/s „Latvijas Valsts ceļi” tūrists var iegūt visu aktuālāko informāciju par ceļu stāvokli Latvijā, par ceļu remontdarbiem (informācija tika atjaunota vasarā vienu reizi diennaktī, ziemas periodā ik pēc 6 stundām), ik dienu iegūt informāciju par meteoroloģiskajiem laika apstākļiem u.c. aktuālo informāciju; ka tādējādi Pro Bus nesaskata līdzību ar Tele Media veidotiem produktiem; ka pēc Pro Bus ieskata Pro Bus projekts ir ļoti specifisks un konkurentu Pro Bus nav.

[3] No Iesniegumā un Konkurences padomē 28.05.2007. tikšanās laikā Tele Media sniegtās informācijas secināms, ka Iesniedzēja iebildumi pēc būtības ir 1) par to, ka Pro Bus, izveidojot interneta mājas lapu www.autotravel.lv, ir izmantojusi Tele Media *know-how*; 2) par to, ka Pro Bus ir izveidojusi interneta mājas lapu ar identisku nosaukumu www.autotravel.lv; 3) par to, ka Pro Bus interneta mājas lapa www.autotravel.lv atdarina Tele Media izdoto katalogu „Auto&Travel”. Pēc Iesniedzēja ieskata tādējādi Pro Bus ir pārkāpusi Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1., 2. un 4.punktu.

[4] Izvērtējot Tele Media iebildumus par to, ka Pro Bus, izveidojot interneta mājas lapu www.autotravel.lv, ir izmantojusi Tele Media *know-how*, norādāms sekojošais.

Atbilstoši Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 4.punktam *Negodīga konkurence var izpausties (..) kā cita tirgus dalībnieka komercnoslēpumu ietverošas informācijas iegūšana, izmantošana vai izplatīšana bez tā piekrišanas.*

No Iesniegumā sniegtās informācijas secināms, ka ar Iesniegumā norādīto *know-how* saprotama Tele Media izdotā kataloga „Auto&Travel” pārdošanas koncepcija (saskaņā ar Konkurences padomē 28.05.2007. tikšanās laikā Tele Media norādīto, produkta pārdošanas koncepcija ietver sevī zināšanas par to, kā pārdot produktu, ko reklāmas devējiem labāk piedāvāt) un reklāmas devēju datu bāze. Papildus Konkurences padomē 28.05.2007. tikšanās laikā Tele Media paskaidroja, ka ar Iesniegumā norādīto Tele Media *know-how*, ko izmantojusi Pro Bus, saprotama produkta ideja, t.i., izveidot katalogu (katalogu „Auto&Travel”), kurā tiktu

apkopota visa informācija par reklāmas devējiem, pakalpojumu sniedzējiem attiecīgajā interešu jomā, kas saistīta ar auto un ceļošanu.

Jēdziens *zinātība* (jeb *know-how*) ir definēts Latvijas Republikas Ministru kabineta 25.04.2006. Noteikumu Nr.317 „Noteikumi par atsevišķu horizontālo sadarbības vienošanos atbrīvošanu no Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā noteiktā vienošanās aizlieguma” 1.5.punktā, t.i., *zinātība (know –how) –nepatentētas praktiskas informācijas kopums, kas rodas pieredzes un pārbaužu rezultātā. Šī informācija nav plaši zināma un pieejama, tā ir neaizstājama preču ražošanā vai tehnoloģiskā procesa piemērošanā, un iepriekšminētās pazīmes ir iespējams pārbaudīt.*

Konkurences likumā nav noteikta *know-how* (jeb *zinātības*) aizsardzība pret neatļautu izmantošanu. Tajā pašā laikā likuma 18.panta trešās daļas 4.punktā ir paredzēta aizsardzība pret komercnoslēpumu saturošas informācijas neatļautu iegūšanu, izmantošanu vai izplatīšanu. Tādējādi, ja tirgus dalībnieka *know-how* (jeb *zinātība*) atbilst visām komercnoslēpuma pazīmēm, tas ir pakļauts Konkurences likumā noteiktajai aizsardzībai.

Saskaņā ar Komerclikuma 19.panta pirmo daļu komercnoslēpuma statusu komersants var piešķirt tādām saimnieciska, tehniska vai zinātniska rakstura lietā un rakstveidā vai citādā veidā fiksētām vai nefiksētām ziņām, kuras atbilst visām šīs daļas 1. – 5.punktā noteiktajām pazīmēm, t.sk., *tās nav vispārpieejamas trešajām personām.*

Pārbaudot lietas materiālus, iesniegumā norādītajā interneta portālā www.autotravel.lv sniegto informāciju, iesniedzēja norādītos tā lielāko konkurentu izdotos līdzīga satura produktus, konkrētajā gadījumā Tele Media (Eniro Latvija) ideja radīt noteiktu produktu, t.i., izdot katalogu, kurā būtu apkopota informācija par pakalpojumu sniedzējiem un reklāmas devējiem auto un ceļošanas jomā un kataloga pārdošanas koncepcija jeb zināšanas par to, kā pārdot produktu, ņemot vērā noskaidrotos faktiskos apstākļus nav uzskatāmas par komercnoslēpumu saturošu informāciju.

Kā norādīts Iesniegumā, un ko apstiprina Konkurences padomē 28.05.2007. tikšanās laikā Tele Media papildus sniegtā informācija, Tele Media (iepriekš Eniro Latvija) katalogu „Auto&Travel”, kurā sniegta informācija auto un ceļošanas jomā, izdod kopš 2000.gada, un tas tiek izplatīts visā Latvijas teritorijā. Tādējādi Tele Media ideja ir realizējusies noteiktā produktā, un faktiski tā kopš kataloga izdošanas brīža ir kļuvusi plaši zināma ikvienam kataloga lietotājam. Potenciāli jebkuram tirgus dalībniekam ir tiesības uzsākt saimniecisko darbību tajā pašā tirgū, kurā to veic iesniedzējs vai cieši saistītajos tirgos, piedāvājot līdzīga satura produktu. Iesniedzēja un Pro Bus piedāvātajiem produktiem līdzīgus produktus piedāvā arī SIA „Latvijas Tālrūnis”, izdodot katalogu „Auto ceļvedis” un piedāvājot informāciju interneta mājas lapā www.autocelvedis.lv. Fakts, ka iesniedzēja piedāvātais katalogs „Auto&Travel” un Pro Bus interneta portālā www.autotravel.lv sniegtā informācija ne pēc pasniegšanas veida, ne pēc noformējuma, ne arī pēc satura nav identiski, apstiprina lietas materiāli. Iesniedzēja norādītā informācija par kataloga „Auto&Travel” reklāmas devējiem ir iekļauta pašā katalogā un līdz ar to šāda informācija ir pieejama ikvienam kataloga lietotājam. Turklāt, kā paskaidrojusi Pro Bus informāciju par klientiem (reklāmas devējiem) Pro Bus iegūst tūrisma izstādēs, pašvaldībās, citos uzzīņu portālos, kā arī sadarbojoties ar Tūrisma Attīstības Valsts aģentūru.

Attiecībā uz Iesniedzēja norādītajiem iebildumiem par to, ka Pro Bus ir izmantojusi Tele Media kataloga „Auto&Travel” pārdošanas koncepciju, Konkurences padome secina, ka Tele Media nav sniegusi lietā informāciju un pierādījumus par to, ka kataloga „Auto&Travel” pārdošanas koncepcija, kas, kā norādījis Iesniedzējs, ietver sevī zināšanas par to, kā pārdot produktu, Tele Media ir aizsargāta kā komercnoslēpumu saturoša informācija, Komerclikuma 19.panta pirmās daļas 5.punktā un Darba likuma 83.panta pirmajā daļā noteiktajā veidā. Pierādījumus, kas būtu par pamatu uzskatīt, ka Tele Media pastāv fiksētā veidā noformēta individuāli izstrādāta kataloga „Auto&Travel” pārdošanas koncepcija, piemēram, speciāli

noteikumi, īpašu zināšanu apkopojums par to, kā labāk pārdot produktu reklāmas devējam, un kam būtu noteikts komercnoslēpuma statuss, iesniedzējs nav sniedzis. Tele Media norādītās darbinieku zināšanas par to, kā pārdot produktu, parasti ir jebkura tirgus dalībnieka darbiniekam, kas nodarbojas ar produktu pārdošanu, arī, piemēram, reklāmas devēju piesaisti produktam, šo darbinieku iegūto zināšanu un uzkrātās darba pieredzes rezultātā. Tas, ka notiek iepriekšējā darba vietā iegūto zināšanu un pieredzes izmantošana jaunajā darba vietā, ir loģiska likumsakarība, un katram darbiniekam ir savi individuāli darba paņēmieni un domu gaita, kuri, mainot darba devēju, nemainās. Tajā pašā laikā iesniedzēja iebildumiem, kas ļautu izlemt par lietas ierosināšanu jābūt balstītiem uz pietiekamu pierādītu informāciju, kas apliecinātu komercnoslēpumu ietverošās informācijas iegūšanas, izmantošanas vai izplatīšanas pamatotu iespējamību, kas šajā gadījumā nav konstatējams.

Izvērtējot minēto, Konkurences padome konstatē, ka iesniedzēja iesniegums nesatur, papildus sniegtā informācija nav pietiekama un Konkurences padome nav ieguvusi informāciju par pierādījumiem, kuri liecina par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 4.punktā noteiktā aizliegumu iespējamo pārkāpumu Pro Bus darbībā un tādējādi Konkurences padomei nav pamata ierosināt lietu uz Pro Bus iesnieguma pamata.

Vienlaikus šajā sakarā norādāms, ka nav nozīmes citiem Iesniedzēja norādītajiem apstākļiem lietā, t.sk., ka Pro Bus strādā bijušie Tele Media darbinieki un, ka ar atsevišķiem darbiniekiem bija noslēgtas vienošanās par konkurences ierobežojumu pēc darba tiesisko attiecību izbeigšanās Tele Media strādāt konkurējošā uzņēmumā. Konkurences padome jau iepriekš citās lietās, izvērtējot līdzīgus iebildumus (skat. Konkurences padomes 12.02.2007. lēmums Nr. 5, Latvijas Vēstnesis Nr.33, 23.02.2007), ir secinājusi, ka Satversmes 106.pantā ir noteiktas tiesības *ikvienam brīvi izvēlēties nodarbošanos un darbavietu atbilstoši savām spējām un kvalifikācijai*. Saskaņā ar Satversmes 116.pantu šīs tiesības var ierobežot vienīgi likumā paredzētajos gadījumos. Likumdevējs šādu ierobežojumu ir paredzējis Darba likuma 84.pantā, nosakot darba devējam iespēju un tiesības vienoties ar darba ņēmēju par ierobežojumiem strādāt pie konkurenta arī pēc darba tiesisko attiecību izbeigšanās (konkurences ierobežojums). Šajā sakarā radušies strīdi ir risināmi civiltiesiskā kārtībā tiesā. Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 4.punkts neparedz ierobežojumus Satversmes 106.pantā noteiktajās nodarbošanās izvēles tiesībās, kā arī neparedz darba devēja interešu aizsardzību, ierobežojot savu bijušo darbinieku zināšanu vai pieredzes, ko tie ieguvuši iepriekšējā darba vietā, likumīgu izmantošanu pie tirgus dalībnieka konkurentiem.

[5] Izvērtējot Iesniedzēja norādītos iebildumus par to, ka Pro Bus ir izveidojusi interneta mājas lapu ar iesniedzēja izdotajam katalogam „Auto&Travel” identisku nosaukumu www.autotravel.lv, un ka Pro Bus interneta mājas lapa www.autotravel.lv atdarina Tele Media izdoto katalogu „Auto&Travel”, norādāms uz šādiem faktiskajiem un tiesiskajiem apstākļiem.

Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktā ir noteikts, ka *Negodīga konkurence var izpausties (..) kā cita tirgus dalībnieka (eksistējoša, savu darbību izbeigūša vai reorganizēta) likumīgi lietota nosaukuma, atšķirības zīmju un citu pazīmju izmantošana vai atdarināšana, ja tas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti*. Saskaņā ar Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktu *Negodīga konkurence var izpausties (..) kā cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšana, preču zīmes izmantošana, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi*.

Konkurences padomē 28.05.2007. tikšanās laikā Tele Media norādīja, ka līdz 2003.gadam domēns autotravel.lv bija reģistrēts uz Tele Media (Eniro Latvija) vārda; ka pēc Iesniedzēja ieskata Pro Bus nelikumīgi izmanto jau ilgu laiku tirgū pastāvoša Tele Media produkta nosaukumu, kas klientiem ir ļoti labi atpazīstams; ka pēc Iesniedzēja ieskata identiska

ir Tele Media katalogā „Auto&Travel” un Pro Bus interneta mājas lapā www.autotravel.lv izmantotā nozaru struktūra un datu bāze.

Konkurences padome secina, ka Tele Media iebildumi pēc būtības ir par to, ka Pro Bus ir izveidojusi interneta mājas lapu ar nosaukumu www.autotravel.lv, kas ir ar identisku nosaukumu tam, kādu iepriekš, izdodot katalogu, ir izmantojusi Tele Media, un ka šajā mājas lapā izmantotā nozaru struktūra un datu bāze ir līdzīga Tele Media katalogā „Auto&Travel” izmantotajai nozaru struktūrai un datu bāzei. Tele Media nav norādījusi uz faktiem, kas liecinātu, ka Pro Bus būtu izmantojusi vai atdarinājusi Iesniedzēja nosaukumu (firmu), atšķirības zīmes vai citas pazīmes, kas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti. Pārbaudot Tele Media iebildumu atbilstību Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta tiesiskajam sastāvam, secināms, ka Tele Media izdotā kataloga nosaukums „Auto&Travel” nav tirgus dalībnieka nosaukums vai atšķirības zīme Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta izpratnē, bet gan Tele Media piedāvātā prece.

Ievērojot minēto, secināms, ka faktiski (un tiesiski) Tele Media iebildumi ir par konkrētas preces, t.i., kataloga „Auto&Travel” nosaukuma izmantošanu, kas var maldināt par preces izcelsmi. Līdz ar to iesniedzēja sniegtā informācija un iebildumi, to pietiekamība un atbilstība Konkurences likuma 23.panta otrajai daļai, ir vērtējami Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta kontekstā.

Pro Bus 28.05.2007. vēstulē sniegusi paskaidrojumus, ka domēns www.autotravel.lv 21.07.2006. reģistrēts uz Pro Bus vārda; ka 20.11.2006. Latvijas Republikas Patentu valdē reģistrēta AutoTravel preču zīme uz Pro Bus vārda; ka, izvēloties interneta mājas lapai nosaukumu www.autotravel.lv, tika analizēta citu valstu pieredze šajā jomā, un secināts, ka interneta mājas lapas ar nosaukumu www.autotravel.lv ir populāras daudzās valstīs.

Pro Bus 28.05.2007. vēstulei pievienotā Latvijas preču zīmes reģistrācijas apliecība apstiprina, ka 20.11.2006. uz Pro Bus vārda reģistrēta preču zīme (reģ. Nr. M 57 010), kurā kā atsevišķs elements ietverts arī vārdu salikums *Auto Travel*, kuru Pro Bus izmanto kā savu domēna vārdu interneta mājas lapā www.autotravel.lv. Tādējādi, izvērtējot Tele Media iebildumus, secināms, ka strīds ir par Pro Bus piederošās preču zīmes būtiska elementa izmantošanu domēna nosaukumā www.autotravel.lv.

Šajā sakarā norādāms, ka saskaņā ar Unificētajiem domēna vārdu strīdu risināšanas noteikumu (ICANN Uniform Domain Name Resolution Policy) 7.punktu visi strīdi par jau reģistrētiem domēna vārdiem tiek risināti vispārējās jurisdikcijas tiesās vai arbitrāžas tiesā Latvijas Republikā, kamēr nav izveidots Administratīvais strīdu risināšanas pakalpojums domēnu vārdu strīdiem Latvijā. Tādējādi, ņemot vērā minēto, un to, ka saskaņā ar lietā iegūto informāciju Pro Bus pieder 21.07.2006. Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūtā reģistrēts domēna vārds [autotravel.lv](http://www.autotravel.lv), Konkurences padomes kompetencē nav izvērtēt Iesniedzēja iebildumus par domēna vārda [autotravel.lv](http://www.autotravel.lv) izmantošanu Pro Bus komercdarbībā. Minētais secinājums atbilst līdzšinējai Konkurences padomes praksei (skat. Konkurences padomes 19.12.2003. lēmums Nr.65, http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2003/N65_1912.doc; Konkurences padomes 10.11.2005. lēmums Nr.62, 30.11.2005. Latvijas Vēstnesis, Nr.191; Konkurences padomes 11.04.2007. lēmums Nr.28, 20.04.2007. Latvijas Vēstnesis, Nr.65). Ir arī jānorāda, ka Konkurences likums Konkurences padomei nepiešķir tiesības anulēt citas iestādes (konkrētajā gadījumā Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta) tirgus dalībniekam piešķirto domēna vārdu, kā to iesniegumā lūdzis iesniedzējs.

Turklāt vārdu salikums *Auto Travel* nav oriģināls, bet tam ir konkrēto precī aprakstošs raksturs un vārdi *Auto* un *Travel* paši par sevi šī iemesla dēļ nav tiesiski aizsargājami.

Cita starpā Tele Media iebildusi par to, ka Pro Bus interneta mājas lapā www.autotravel.lv izmantotā nozaru struktūra un datu bāze ir līdzīga Tele Media izdotajā katalogā „Auto&Travel” izmantotajai nozaru struktūrai un datu bāzei. Šajā sakarā Pro Bus

28.05.2007. vēstulē paskaidrojusi, ka nevar salīdzināt divus pilnīgi atšķirīgus produktus –drukāto izdevumu un interneta portālu.

Izvērtējot minētos iesniedzēja iebildumus saistībā ar Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta iespējamo pārkāpumu Pro Bus darbībās un lemjot par lietas ierosināšanu vai neierosināšanu, nozīme ir Tele Media un Pro Bus piedāvātajai konkrētajai precei, tās pazīmēm.

Saskaņā ar lietā iegūto informāciju (skat. Tele Media Iesniegums; Konkurences padomes un Tele Media 28.05.2007. sarunu protokols; Pro Bus 28.05.2007. vēstule) Tele Media (Eniro Latvija) kopš 2000.gada izdod katalogu (drukāta izdevuma veidā) „Auto&Travel”, kurā sniegtas uzziņas auto un ceļošanas jomā. Pro Bus 2006.gada novembrī ir izveidojusi interneta mājas lapu www.autotravel.lv, kurā tiek sniegtas uzziņas auto un ceļošanas jomā.

Abos gadījumā prece ir noteikta veida informācija (uzziņas) auto un ceļošanas jomā. Tomēr, ņemot vērā to, ka pastāv dažāda veida uzziņu sniedzēju piedāvātie uzziņu sniegšanas veidi, arī uzziņas ir dažāda veida –uzziņas katalogā, uzziņas internetā, uzziņas pa tālruni, uzziņas informācijas centros u.c. Gan Tele Media, gan Pro Bus sniedz uzziņas auto un ceļošanas jomā, taču atšķirīgi ir šo uzziņu sniegšanas veidi. Tele Media uzziņas sniedz drukāta izdevuma veidā katalogā „Auto&Travel”, savukārt Pro Bus uzziņas sniedz interneta mājas lapā www.autotravel.lv.

Iepriekš minētā kontekstā uzziņas auto un ceļošanas jomā katalogā un šāda veida uzziņas interneta mājas lapā nav pilnīgi savstarpēji aizstājamas. Pirmkārt, tā iemesla dēļ, ka kataloga izmantošana pēc būtības ir neierobežota, to visur var paņemt līdzi un pie vajadzības izmantot uzziņu iegūšanai, savukārt internetā sniegto uzziņu iegūšanu ierobežo nepieciešamība pēc interneta pieslēguma, kas ne vienmēr un pie visiem apstākļiem ir iespējams. Otrkārt, Tele Media katalogā „Auto&Travel” uzziņas tiek sniegtas latviešu valodā, tātad to var izmantot interesents, kurš zina latviešu valodu. Savukārt Pro Bus interneta mājas lapā www.autotravel.lv uzziņas tiek sniegtas trīs valodās –latviešu, krievu un angļu, līdz ar to uzziņas šajā mājas lapā var izmantot plašāks interesentu loks. Treškārt, katalogā sniegtās informācijas (uzziņu) apjoms ir ierobežots, t.i., tas lielākoties aprobežojas ar kontaktinformācijas par konkrētu komercsabiedrību (pakalpojumu sniedzēja) sniegšanu, bet interneta mājas lapā sniegtās uzziņas par konkrētu pakalpojumu sniedzēju nereti ir sasaistītas ar šī komersanta interneta mājas lapu, kur var iegūt padziļinātu informāciju par interesējošo pakalpojumu sniedzēju. Pie šādiem apstākļiem Tele Media un Pro Bus piedāvātās preces (t.i., Tele Media –uzziņas katalogā, Pro Bus –uzziņas internetā) ir pietiekami atšķirīgas preces.

Turklāt Konkurences padome ņem vērā faktu, ka Tele Media izdotā kataloga „Auto&Travel” izlaidumdatos un Pro Bus interneta mājas lapā www.autotravel.lv patērētājiem ir skaidri norādīts, kas ir konkrētā kataloga izdevējs un interneta mājas lapas īpašnieks un uzturētājs, pie tam minētajos produktos atšķirtspējas nodrošināšanai ir izmantotas iesniedzēja un Pro Bus preču zīmes. Tādējādi tā kā katrā gadījumā uzziņu sniedzējs ir identificējams un patērētājiem ir dota iespēja pārliecināties par konkrēto uzziņu sniedzēju identitāti, vidusmēra patērētājs nevar tikt maldināts attiecībā uz preces izcelsmi.

Ņemot vērā minēto, Konkurences padomei nav pamata ierosināt lietu uz Tele Media Iesnieguma pamata par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta un 2.punkta iespējamo pārkāpumu Pro Bus darbībās.

Līdz ar to, ievērojot šī lēmuma 4. un 5.punktā norādītos apsvērumus un pamatojoties uz Konkurences likuma 23.panta ceturtais daļas 1.punktu, Konkurences padome atzīst par pamatotu pieņemt lēmumu par lietas neierosināšanu.

Ņemot vērā minēto un, pamatojoties uz Konkurences likuma 6. panta pirmās daļas 1.punktu, 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 18.panta trešās daļas 1., 2. un 4.punktu, 23.panta otrās daļas 2.punktu, trešo daļu, ceturtās daļas 1.punktu, Konkurences padome

nolēma:

neierosināt lietu par Konkurences likuma 18. panta trešās daļas 1., 2 un 4.punktā noteikto aizliegumu iespējamo pārkāpumu SIA „Pro Bus” darbībā.

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

Priekšsēdētāja v.i.

T.Jefremova