



## KONKURENCES PADOME

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

### L Ē M U M S

Rīgā

2006.gada 20.decembrī

Nr.146

(Prot. Nr.72, 7.§)

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

Lieta Nr.970/06/06/8

#### **Par Konkurences likuma 13.panta ģenerālklausulas iespējamo pārkāpumu SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” darbībās**

24.04.2006. Konkurences padome saņēma a/s „Lauku Avīze” iesniegumu, kurā norādīja, ka SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” cenšas pārdalīt par labu sev esošo preses izplatīšanas tirgu un periodiskajos izdevumos publicējamās reklāmas tirgu, kā rezultātā a/s „Lauku Avīze” norāda uz konkurences deformēšanu.

24.05.2006. Konkurences padome, izvērtējot saņemto informāciju no iesaistītajām pusēm, nolēma neierosināt lietu uz a/s „Lauku Avīze” 21.04.2006. iesnieguma pamata par Konkurences likuma 11.panta un 18.panta iespējamo pārkāpumu SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” darbībās. Ņemot vērā lietā iegūtās ziņas, Konkurences padome, pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 22.panta 1.punktu un 23.panta pirmo un trešo daļu un pamatojoties uz a/s „Lauku Avīze” iesniegumu, ierosināja lietu „Par Konkurences likuma 13.panta ģenerālklausulas iespējamo pārkāpumu SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” darbībās”.

Lietas apstākļu izvērtēšanas gaitā tika iegūta papildu informācija no LR Uzņēmumu Reģistra, SIA „Laikraksts Diena”, valsts a/s „Latvijas Pasts”, Latvijas Preses Izdevēju asociācijas, SIA „Mediju nams”, a/s „Diena”, SIA „Izdevniecības nams Petits”, SIA „Izdevniecība Dienas bizness”, SIA „Izdevniecību nams Fenster”, SIA „TNS Latvia”.

Saskaņā ar Konkurences likuma 27. panta pirmo daļu, lēmuma pieņemšanas termiņš lietā tika noteikts līdz 24.11.2006. Savukārt 22.11.2006. Konkurences padome pagarināja lietas izpēti uz laiku līdz 28.12.2006.

Konkurences padome 15.11.2006. sēdē konstatēja, ka lietā ir iegūti visi nepieciešamie fakti lēmuma pieņemšanai un pamatojoties uz Konkurences likuma 26.panta sesto un septīto daļu, Konkurences padome par to 20.11.2006. informēja a/s „Lauku Avīze” (vēstule Nr.2996) un SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” (vēstule Nr.2997).

SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” pilnvarotais pārstāvis ar lietas materiāliem tika iepazīstināts 23.11.2006. un rakstisks viedoklis par lietas materiāliem Konkurences padomē tika iesniegts 01.12.2006.

A/s „Lauku Avīze” pilnvarotais pārstāvis ar lietā esošajiem materiāliem iepazīs 01.12.2006., taču rakstisks viedoklis netika sniegts.

A/s „Lauku Avīze”, reģ.Nr.010302725, juridiskā adrese – Dzirnau iela 21, Rīga. Galvenie darbības veidi – izdevējdarbība, poligrāfiskā izpilde un ar to saistītie pakalpojumi.

SIA „Izdevniecība LAMA Grupa”, reģ.Nr.000702928, juridiskā adrese – Šauļu iela 1-83, Rīga. Galvenais darbības veids – izdevējdarbība.

Izvērtējot lietā esošo informāciju, Konkurences padome

### **konstatēja:**

#### *1. Konkrētais tirgus un dominējošā stāvokļa izvērtēšana*

Lai noteiktu konkrēto tirgu, tika izvērtēta komercdarbība, kas saistīta ar laikrakstu izdošanu. Tika secināts, ka laikrakstu izdevēji gūst ienākumus no divām atšķirīgām klientu grupām:

- 1) lasītāji;
- 2) reklāmdevēji.

Šie divi sektori daudzos gadījumos ir savstarpēji saistīti, jo laikrakstiem bez lasītājiem nebūtu iespējams ieinteresēt reklāmdevējus un savukārt laikrakstu izdevējiem bez reklāmdevējiem laikraksta izplatīšana nestu daudz mazāku ekonomisko labumu. Taču pastāv laikraksti, kuriem ir tikai viens no minētajiem ienākumu gūšanas veidiem. Tie ir tā saucamie bezmaksas laikraksti, pie kuriem pieder arī SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” izdots laikraksts „Rītdiena”. SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” 23.05.2006. vēstulē Nr.1283 ir norādīts, ka izdevniecība, izdodot laikrakstu „Rītdiena”, savu darbību veic reklāmas pakalpojumu tirgū. Līdz ar to Konkurences padome secina, ka ietekmētā nozare konkrētajā lietā ir reklāmas tirgus, nepievēršot būtisku nozīmi attiecībām, kas veidojas starp laikrakstu izdevējiem un lasītājiem. Savukārt, analizējot laikraksta un reklāmdevēja attiecības, tika noteikts, ka konkrētajā lietā konkrētais preču tirgus ir reklāmas pakalpojumu tirgus drukātajos medijos.

Lietas izpētes laikā ir iegūta informācija, ka reklāmdevēji mēdz izvietot savu reklāmu vairāk kā vienā preses izdevumā, lai sasniegtu maksimālo potenciālo klientu skaitu, kā arī reklāmdevēji izvieto to dažāda veida medijos. Taču vienlaicīgi Konkurences padome atzīmē, ka reklāma, kas izvietota viena veida medijā, nevar tikt pilnībā vai tieši aizvietota ar reklāmu cita veida medijā, jo vienas reklāmas izvietošana drukātajā presē var nodot pavisam citu ziņojumu (tā var tikt uztverta pavisam savādāk, nekā tā pati reklāma tiktu pārraidīta radio vai televīzijas kanālos). Konkurences padomes 02.05.2002. lēmumā lietā Nr.54/02/07/7 ir jau norādīts, ka „katrs atsevišķs reklāmas veids pilda savu specifisko funkciju, tā, piemēram, televīzijas reklāmai ir vizualizācijas un audializācijas iespējas kopā, kas nav cita veida reklāmai.” Tas liecina par to, ka arī presē izvietotā reklāma nodod vizualizācijas iespējas un salīdzinot ar citos medijos izvietotajām reklāmām, tā var sasniegt citādu efektu nekā tās pašas reklāmas izvietošana, piemēram, televīzijā, radio. Minētais reklāmas sadalījums ir apstiprināts arī 04.12.2002. pirmās instances tiesas spriedumā par a/s „Radio SWH” sūdzību par Konkurences padomes 2002.gada 2.maija lēmumu Nr.21, kur tiesa atzinusi, ka ievērojot to, ka pastāv dažāda veida izplatītāju (radio, televīzijas, preses) piedāvātie raidlaiki, arī reklāmas ir dažāda veida – radio reklāma, televīzijas reklāma, preses reklāma. Konkurences padomes ievērotā prakse ir izpaudusies arī 17.05.2004. lēmumā par lietu Nr.524/03/07/20, kur Konkurences padome ir secinājusi, ka „reklāmas tirgus tiek iedalīts ievērojot pastāvošos reklāmas izplatīšanas veidus: radio reklāma, televīzijas reklāma, vides reklāma, preses reklāma, interneta reklāma, kino reklāma. Visu minēto reklāmas veidu galvenā funkcija ir informācijas sniegšana par reklamēto precī un pakalpojumu.” Kā arī minētajā lēmumā Konkurences padome ir atzinusi, ka „reklāmas veidi veido vispārīgo preces tirgu – reklāmas realizācijas tirgu, kam pakārtoti konkrētie preces tirgi”. Par būtiskām atšķirībām attiecībā uz

reklāmas izplatīšanas veidiem liecina arī izmaksu atšķirības.

Lai noteiktu konkrēto preces tirgu, Konkurences padome ir ņēmusi vērā iesniedzēja - a/s „Lauku Avīze” iesniegumā sniegto informāciju, kur tiek norādīts, ka SIA „LAMA Grupa” ar savu darbību iespējams pārdala par labu sev esošo preses izplatīšanas tirgu un periodiskajos izdevumos publicējamās reklāmas tirgu.

Nosakot konkrēto ģeogrāfisko tirgu, Konkurences padome ir ņēmusi vērā, ka SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” laikrakstu „Rītdiena” izplata visā Latvijas teritorijā, kā arī reklāma, kas tiek ievietota laikrakstā tiek uztverta visā Latvijas teritorijā, līdz ar to par galvenajiem SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” un a/s „Lauku Avīze” konkurentiem konkrētajā tirgū tiek uzskatītas tādas izdevniecības kā a/s „Diena”, kas izdod laikrakstus „Diena” un citus laikrakstus, viens no tiem ir bezmaksas laikraksts „5 min.”, SIA „Izdevniecība Dienas Bizness”, kura izdod laikrakstu „Dienas Bizness” un tās pielikumus, SIA „Mediju nams” – izdod laikrakstus „Vakara ziņas” un „Neatkarīgā Rīta Avīze”, SIA „Izdevniecības nams PETITS”, kas izdod laikrakstus „Rīgas Santīms”, „Tava Programma” un citi laikrakstu izdevēji.

Konkrētā tirgus dalībnieki laikrakstos izvieto aktuālas ziņas un tematiskus rakstus gan par Latvijā notiekošo, gan arī pasaules notikumus. Salīdzinoši būtisku vietu laikrakstos ieņem reklāmas laukumi.

Konkurences padome ir secinājusi, ka gan bezmaksas, gan maksas laikraksti ir viena tirgus dalībnieki, jo par reklāmas izvietošanu reklāmdevējam ir jāmaksā neatkarīgi no tā, kāda veida laikrakstos (maksas, bezmaksas) to reklāma tiek izvietota. Bezmaksas laikraksti un maksas laikraksti konkurē savā starpā, kā arī reklāma, kas izvietota laikrakstos tiek tulkota kā informācija un vai tā atrodas maksas laikrakstā, vai bezmaksas – šāda reklāmas informācija var konkurēt gan par lasītāju auditoriju, gan reklāmas tirgū. Šāds secinājums ir izteikts Apvienotās Karalistes Brīvās tirdzniecības biroja Ģenerāldirektorāta 16.07.2001. lēmumā lietā Nr.CA98/5/2001<sup>1</sup>.

Ievērojot teikto, pamatojoties uz Konkurences likuma 1.panta 4.punktu, konkrētais tirgus tiek definēts kā reklāmas pakalpojumu tirgus drukātajos nacionālajos preses izdevumos Latvijas teritorijā.

Ņemot vērā, ka laikraksts „Rītdiena” tiek izdots kopš 2005.gada aprīļa, tad aprēķinot konkrētas tirgus daļas, Konkurences padome par pamatu ir ņēmusi vērā 2005.gada II pusgada kopējo drukātās preses realizācijas apgrozījumu latos no reklāmas publikācijām (LVL 9 640 200, Latvijas Reklāmas asociācijas datu apkopojums). (\*) Līdz ar to attiecībā uz SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” neizpildās Konkurences likuma 1.panta 1.punktā noteiktais dominējošā stāvokļa kritērijs un tā neatrodas dominējošā stāvoklī reklāmas pakalpojumu tirgū drukātajos nacionālajos preses izdevumos.

## *2. Par laikraksta „Rītdiena” datu bāzi*

Izpētes laikā Konkurences padome ir konstatējusi, ka nacionālās ziņu aģentūras LETA publicētajos materiālos SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” izplatītais laikraksts „Rītdiena” tiek atspoguļots kā abonētākais laikraksts Latvijā, ar abonementu skaitu – 108 351 uz 2006.gada 1.septembri, līdz ar to ieņemot būtisku šī tirgus segmenta daļu, taču Konkurences padomes rīcībā esošā informācija neliecina, ka abonēšanas sektora tirgū SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” ieņemtu tik būtisku tirgus daļu, kāda tiek norādīta nacionālās ziņu aģentūras LETA publicētajos abonēšanas rezultātos.

Noskaidrojot, vai laikraksta „Rītdiena” izplatīšanai ir izveidota atsevišķa datu bāze, Konkurences padomes Biroja amatpersonas 28.09.2006. apmeklēja SIA „Izdevniecība LAMA Grupa”. Apmeklējuma laikā tika iegūta informācija, ka SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” rīcībā nav izveidota datu bāze laikraksta „Rītdiena” izplatīšanai, jo visu pieteikšanās un izplatīšanas

<sup>1</sup> Apvienotās Karalistes brīvās tirdzniecības biroja oficiālā mājas lapa - <http://www.oft.gov.uk/NR/rdonlyres/63F6F9FD-13D3-4ECB-BF8B-816C9244FEA0/0/aberdeen.pdf>

procesu, kas saistīts ar laikrakstu „Rītdiena”, veic valsts a/s „Latvijas Pasts”. Apmeklējuma laikā tika noskaidrots, ka SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” nav atļaujas uz šāda veida datu bāzes izveidi un glabāšanu. SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” rīcībā ir ziņas par abonentu skaitu, jo minētā komercsabiedrība saņem informāciju no valsts a/s „Latvijas Pasts” par abonentu skaitu, kas pieteikušies uz laikraksta saņemšanu.

04.10.2006. Konkurences padomes Biroja amatpersonas apmeklējuma laikā pie valsts a/s „Latvijas Pasts” pasta nodaļu Nr.11. Šī apmeklējuma laikā, Konkurences padomes Biroja amatpersonas guva apstiprinājumu iepriekš iegūtajai informācijai par trīs dažādiem pieteikšanās veidiem uz laikrakstu „Rītdiena” saņemšanu konkrētās personas pasta kastītē:

- pieteikšanās uz vietas valsts a/s „Latvijas Pasts” pasta nodaļās, aizpildot abonēšanas darījumu kvīti PR4;
- pieteikšanās, izmantojot interneta pakalpojumus valsts a/s „Latvijas Pasts” mājas lapā – [www.pasts.lv/abone](http://www.pasts.lv/abone),
- pieteikšanās, izmantojot valsts a/s „Latvijas Pasts” bezmaksas tālruni.

Izvērtējot iegūto informāciju, Konkurences padome ir konstatējusi pretrunas starp SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” minēto, ka visu pieteikšanās un izplatīšanas procesu, kas saistīts ar laikrakstu „Rītdiena”, veic valsts a/s „Latvijas Pasts”, jo valsts a/s „Latvijas Pasts” 26.10.2006. vēstulē Nr.07-07/103 kā vienu no uz laikraksta „Rītdiena” pieteikšanās veidiem, papildus jau iepriekš minētajiem trim, norāda pieteikšanos pie izdevēja redakcijā, t.i., pie SIA „Izdevniecība LAMA Grupa”. SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” uz katra mēneša pirmo datumu 2006.gadā sākot no janvāra līdz septembrim ir sniegusi informāciju valsts a/s „Latvijas Pasts” par 42 068 laikraksta „Rītdiena” abonementiem. Ņemot vērā, ka SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” valdes priekšsēdētājs A.Stendzenieks 28.09.2006. sarunu protokolā nav minējis kā vienu no iespējam pieteikties arī izdevniecībā uz laikraksta saņemšanu, kā arī to, ka 09.03.2006. valsts a/s „Latvijas Pasts” ir izdevusi rīkojumu Nr.975 „Par laikraksta Rītdiena bezmaksas abonēšanu un piegādi juridiskajām personām 2006.gadā Rīgā un Rīgas rajonā”, kura 1.1. punktā teikts, ka „katra mēneša pirmajos divos piegādes datumos piegādāt laikraksta Rītdiena 2 (divus) eksemplārus juridisko personu abonentiem uz norādīto adresi saskaņā ar redakcijas iesniegto PR4 kvīti”, Konkurences padomei ir pamats apšaubīt SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” sniegto laikraksta „Rītdiena” abonementu skaita atbilstību patiesībai, kas tiek iesniegti valsts a/s „Latvijas Pasts”.

26.10.2006. vēstulē Nr.07-07/103 valsts a/s „Latvijas Pasts” apstiprināja 20.07.2006. vēstulē Nr.8-5.1/618 minēto, ka tai nav izveidota speciāla datu bāze laikraksta „Rītdiena” pieteikšanai un izplatīšanai, jo visa piegāde tiek veikta pamatojoties uz abonēšanas darījuma kvītīm PR4. Šādām kvītīm, ja abonents ir pieteicies personīgi ir trīs eksemplāri, no kuriem viens tiek atdots abonentam, viens pastniekam (piegādes adresāts), trešais nonāk valsts a/s „Latvijas Pasts” Preses pakalpojumu dienestam, kur tādi dati kā izdevuma nosaukums, pasta nodaļas indekss, pasūtīto laikrakstu eksemplāru skaits tiek ievadīts valsts a/s „Latvijas Pasts” preses piegādes sistēmā tirāžas sadales veidošanai. Vienlaicīgi tiek norādīts, ka šajā sistēmā netiek uzkrāti dati par piegādes adresi un klienta nosaukumu, jo šai sistēmai ir īpatnība, ka no jauna ievadītie dati dzēš iepriekš uzkrātos datus un sistēmā nevar apskates režīmā atjaunot, senāk apstrādātos datus par preses eksemplāru sadales tabulām. Šajā sistēmā tiek fiksēts tikai abonentu skaits.

Līdz ar to, informācijas trūkuma dēļ nav iespējams izvērtēt un uzzināt iepriekšējos abonentus, kā arī juridisko personu un fizisko personu procentuālo attiecību no kopējā abonentu skaita, lai varētu veikt pārbaudi par faktiskajiem abonentiem.

Izvērtējot rīcībā esošo informāciju, Konkurences padome konstatē, ka SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” darbībā konkrētajā tirgū, reklāmas pakalpojumu tirgū drukātajos nacionālajos preses izdevumos, nav konstatējamas Konkurences likuma 13.panta ģenerālklausulas pārkāpuma sastāva pazīmes, jo SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” neatrodas dominējošā stāvoklī konkrētajā tirgū.

Konstatētais fakts, ka kopš 2005. gada aprīļa, kad laikraksts „Rītdiena” ir sāks izplatīt, SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” savu saimniecisko darbību veic ar zaudējumiem, nav iemesls konkurences kavēšanai vai ierobežošanai, jo neviens no preses brīvības pamatprincipiem nenosaka, ka izdevniecībai būtu jāsedz visi radušies izdevumi, kas saistīti ar laikraksta izdošanu no ieņēmumiem par reklāmas laukumu pārdošanu.

Ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu, 13.pantu, Administratīvā procesa likuma 63.panta pirmās daļas 4.punktu Konkurences padome

**nolēma:**

izbeigt lietas Nr. 970/06/06/8 “ Par Konkurences likuma 13.panta ģenerālklausulas iespējamo pārkāpumu SIA „Izdevniecība LAMA Grupa” darbībās” izpēti.

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

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme

(\*) – ierobežotas pieejamības informācija.