



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S Rīgā

Nr.130

(Prot. Nr.65,3.§)

2006.gada 15.novembrī

Par lietas izpētes izbeigšanu

Par SIA „YOTA Ltd” 01.08.2006. iesniegumu

Lieta Nr.1948/06/09/10

Konkurences padomes Birojs 07.08.2006. saņēma SIA „YOTA Ltd” 01.08.2006. iesniegumu par Reklāmas likuma un Konkurences likuma pārkāpumu konstatēšanu un administratīvās lietas ierosināšanu, kurā norādīts, ka 21.07.2006. SIA „YOTA Ltd” konstatēja, ka a/s „Delfi” meklētājā portālā <http://delfi.lv> ierakstot uzņēmuma „YOTA Ltd” nosaukumu, parādās atrasto ierakstu saraksts, kura sākumā kā ‘īpašais kontakts’ norādīts uzņēmums SIA „Unisat satelīta televīzija”, kas ir SIA „YOTA Ltd” nozīmīgākais konkurents.

Iesniegumā norādīts, ka portāls www.delfi.lv piedāvā iespēju iegādāties vietu portāla meklētājā, kurā, ierakstot atslēgas vārdu – attiecīgā konkurentuzņēmuma nosaukumu, kā īpašā kontaktpersona uzrādās noteiktais reklāmas pasūtītājs. Iesniedzējs uzskata, ka portāls www.delfi.lv un tā piedāvātais meklētājs, kas tiek izmantots informācijas iegūšanai par uzņēmumiem, ņemot vērā tā saturu un pasniegšanas veidu, uzskatāms par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo veicina preču un pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Iesniedzējs uzsver, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” uzrādās ‘īpašajos kontaktos’ nevis meklējot uzņēmējdarbības nozarē, bet gan ievadot SIA „YOTA Ltd” nosaukumu (YOTA, YOTA Ltd). Līdz ar to patērētājam rodas iespaids, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir SIA „YOTA Ltd” partneris, struktūrvienība vai oficiālais izplatītājs. Tādējādi SIA „Unisat satelīta televīzija” asociē sevi ar SIA „YOTA Ltd”, piesaistot SIA „YOTA Ltd” iespējamus klientus.

Iesniedzējs norāda, ka līdz ar to SIA „Unisat satelīta televīzija” ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību un kaitē SIA „YOTA Ltd” interesēm, tādējādi minētā reklāma portālā www.delfi.lv uzskatāma par maldinošu Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 3.punkta izpratnē, jo reklāmā sniegta informācija par reklāmas devēju kā SIA „Unisat satelīta televīzija” nevis SIA „YOTA Ltd”, saistot sevi ar SIA „YOTA Ltd” labajām īpašībām un identitāti.

Iesniedzējs uzskata, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir uzskatāma par reklāmas devēju un ir atbildīga par reklāmas saturu (Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa), bet www.delfi.lv uzskatāma par reklāmas izplatītāju Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē, tādēļ www.delfi.lv ir pienākums izplatīt tādu reklāmu, kas atbilst Reklāmas likuma un citu normatīvo aktu noteikumiem. Pēc iesniedzēja ieskats ar maldinošas reklāmas publicēšanu a/s „Delfi” ir pārkāpusi arī Konkurences likuma 18.panta pirmo daļu, kas nosaka, ka negodīga konkurence ir aizliegta. Minētajā reklāmā SIA „Unisat satelīta televīzija” izmantojusi cita tirgus dalībnieka likumīgi lietoto nosaukumu, maldinot patērētāju, tādējādi pārkāpjot Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktu.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 8.panta pirmo daļu, 8.panta trešās daļas 3.punktu, 10.panta otro daļu, 12.panta pirmo daļu, 15.panta ceturto daļu, Konkurences likuma 18.panta pirmo daļu un trešās daļas 1.punktu, iesniedzējs lūdz Konkurences padomi:

- 1) izskatīt a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” iespējamo Reklāmas likuma un Konkurences likuma pārkāpumu;
- 2) aizliegt minētās reklāmas izplatīšanu un a/s „Delfi” atsaukt reklāmu;
- 3) ierosināt administratīvo lietu pret a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” par Reklāmas likuma un Konkurences likuma pārkāpumiem;
- 4) saukt pie atbildības iespējamo pārkāpēju, jo šāda klaji maldinoša informācija rada ekonomiska rakstura zaudējumus, grauj uzņēmuma reputāciju un maldina patērētāju.

15.08.2006. tikšanās laikā SIA „YOTA Ltd” pārstāvji paskaidroja, ka iesniegumā aprakstītie apstākļi konstatēti 21.07.2006. SIA „YOTA Ltd” direktors piezvanīja SIA „Unisat satelīta televīzija” vadībai un informēja, ka šī situācija ir pretrunā ar Reklāmas likumu un lūdza to novērst. SIA „Unisat satelīta televīzija” atzina, ka tā ietverta „Īpašajos kontaktos”, ja meklēts tiek pēc atslēgvārda YOTA un lūdza laiku, lai to novērstu. Līdz dotajam termiņam (28.07.2006.) tas netika izdarīts, tādēļ iesniedzējs vērsās Konkurences padomē. Turklāt vēl joprojām Delfi meklētajā informācija par SIA „Unisat satelīta televīzija” parādās, ja meklēts tiek pēc konkurentu nosaukumiem – Intersat, Telesputņik.

Nosaukumu YOTA izdomāja SIA „YOTA Ltd”. Tā ir arī reģistrēta preču zīme. SIA „YOTA Ltd” iepērk komunikāciju sistēmas no ražotāja un pievieno tai savu preču zīmi YOTA. Šādas preces SIA „YOTA Ltd” izplata gan vairumtirdzniecībā, gan mazumtirdzniecībā.

Kad SIA „YOTA Ltd” atklāja, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir redzama kā „Īpašais kontakts” Delfi meklētajā pēc atslēgvārda YOTA, SIA „YOTA Ltd” darbinieks zvanījies uz a/s “Delfi” Reklāmas nodaļu, kur viņam atbildēts, ka ir iespējams saņemt pakalpojumu – parādīties kā „Īpašais kontakts” kad tiek meklēts konkurents. Reklāmas nodaļas darbiniece iedevusi citu telefonu, kur tas noskaidrojams precīzāk. Pa šo telefonu vēlreiz apliecināts, ka tas ir iespējams.

Šādu darbību rezultātā patērētāji var padomāt, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir SIA „YOTA Ltd” sadarbības partneris, bet tā nav.

SIA „YOTA Ltd” pārstāvji tikšanās laikā neuzturēja savus iebildumus pret a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” par iespējamo Konkurences likuma pārkāpumu, bet norādīja, ka a/s „Delfi” ir pārkāpusi Reklāmas likumu kā pretlikumīgas reklāmas izplatītājs, bet SIA „Unisat satelīta televīzija” kā reklāmdevējs. SIA „YOTA Ltd” pārstāvji lūdza konstatēt Reklāmas likuma pārkāpumu a/s „Delfi” un SIA „Unisat satelīta televīzija” darbībās un saukt pie atbildības, bet atsauca savu lūgumu uzlikt par pienākumu a/s „Delfi” atsaukt reklāmu.

11.08.2006. tikšanās laikā a/s “Delfi” pārstāvis J.Mendziņš sniedza sekojošu informāciju. A/s “Delfi” ir noslēgusi līgumu ar SIA “Lursoft IT” par meklētāja tehnoloģijas

DBIS pakalpojumus piedāvā, zvanot uzņēmumiem, norunājot tikšanās un prezentējot pakalpojumu – prioritārā saite Delfi meklētājā. Konsultants rāda reālus piemērus internetā, stāsta statistiku, piedāvā atspoguļot uzņēmuma informāciju. Pēc tam sniedz tehnisku informāciju, piemēram, cik simbolu ietilpst aprakstā. Meklēšanas kritērijus – atslēgvārdus izvēlas uzņēmums, jo uzņēmums vislabāk pārzina konkrēto nozari. Kad konsultants iet pie uzņēmuma, parasti sagatavo tos atslēgvārdus, kas ir uzņēmuma katalogā 1188, norāda, ka tos var izmantot. Ja uzņēmums vērstos ar jautājumu, vai atslēgvārdos var izmantot konkurentu nosaukumus, DBIS ieteiktu tā nedarīt. Cik zināms, neviens tā nav jautājis.

Ja uzņēmumi paši vēlas saņemt Delfi meklētāja pakalpojumus, visbiežāk zvana uz a/s „Delfi”. A/s „Delfi” reklāmas projektu vadītājs pieraksta interesenta koordinātes un atsūta tos DBIS reklāmas pārdošanas vadītājam Jurim Rožkalnam vai iedod interesentam viņa telefona numuru. Tad interesents zvana J.Rožkalnam, kurš pieraksta klienta koordinātes un iedod tās konsultantam, lai norunātu tikšanos ar klientu. Par DBIS uzzina arī no katalogiem. Parasti zvanot vaicā, kas jādara, lai parādītos zem nosaukuma *Īpašie kontakti* tāpat kā citi.

Piedāvājumu SIA „Unisat satelīta televīzija” izteica Māris Grīnfelds, kurš šobrīd vairs nestrādā DBIS. Konsultanti ir pilnvaroti slēgt šādus līgumus.

(2) Konkurences padome 01.09.2006. saņēma no a/s „Delfi” sekojošu informāciju. A/s „Delfi” nenodarbojas ar reklāmas materiālu izvietošanu resursā <http://smart.delfi.lv>, kā arī nenodarbojas ar šī meklētāja tehnisko uzturēšanu. Tādēļ a/s „Delfi” nevar uzņemties atbildību par iespējamiem normatīvo aktu pārkāpumiem, kurus, iespējams, pieļāvuši citi. „Delfi Smart” meklētāja lietotājiem jāņem vērā saistību atruna, kas norādīta Delfi meklētāja noteikumos: „Delfi portāls nav atbildīgs par meklēšanas rezultātu absolūtu precizitāti. Delfi nav atbildīgs par interneta lapu saturu.” (<http://smart.delfi.lv/disclaimer.php>)

Ar reklāmas materiālu izvietošanu „Delfi Smart” meklētājā nodarbojas DBIS, par ko 01.11.2004. noslēgts sadarbības līgums. A/s „Delfi” nepiedāvā reklāmas izvietošanu resursā <http://smart.delfi.lv> un šāds pakalpojums nav iekļauts a/s „Delfi” piedāvāto pakalpojumu sarakstā. Klientiem nav iespējas, griežoties a/s „Delfi”, iegādāties jebkādu pakalpojumu, kas saistīti ar projektu „Delfi Smart”, šādi interesenti automātiski tiek aicināti griezties DBIS.

A/s „Delfi” norāda, ka nesaskata Reklāmas likuma 8.panta pārkāpumu faktā, ierakstot vienu atslēgas vārdu meklētājā „Delfi Smart”, lietotājs saņem informāciju, kas tieši neattiecas uz to, kā tas ir gadījumā ar meklētājā izvietoto saiti uz SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapu. Pirmkārt, interneta meklētāja atrasta saite uz kādu mājas lapu nav atzīstama par reklāmu, jo tā ir tikai informācija par to, kā lietotājs var atrast mājas lapu. Interneta meklētāju piedāvātie rezultāti netiek kvalificēti kā reklāma, balstoties arī uz citu nozaru pieredzi. Otrkārt, saite uz SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapu, tās sastāvdaļas un kopējais saturs, noformējums un arī informācija par SIA „Unisat satelīta televīzija” nemaldina patērētāju un arī nepieļauj iespēju, ka patērētājs varētu tikt maldināts, jo tā ir nepārprotami nodalīta no informācijas par SIA „YOTA Ltd” un tās abas sajaukt nav iespējams. Treškārt, vispārpieņemta prakse interneta vidē (www.google.com, www.yahoo.com utt.) ir tāda, ka interneta meklētāju lietotājiem (patērētājiem) uz viņu pieprasījumu tiek dota ne tikai tieši pieprasītā informācija, bet arī tāda, kas netieši attiecas uz informācijas pieprasījumā minēto. Līdz ar to saprātīgam interneta meklētāju lietotājam jāspēj atšķirt meklētāja sniegtajā informācijā atbildi uz viņa uzdotajiem meklēšanas parametriem no informācijas, kas ir netieši saistīta ar pieprasījumu. Pamatojoties uz minēto, kā arī vispārpieņemtu praksi interneta vidē, a/s „Delfi” nepiekrīt, ka Reklāma ir ar maldinošu raksturu, kā arī uzskata, ka tai nevar tikt noteikta administratīva atbildība par citu personu darbību.

(3) Konkurences padome 01.09.2006. saņēma no DBIS statistikas datus par Delfi meklētāja lietotāju klikšķiem uz SIA „Unisat satelīta televīzija” saites, meklējot pēc

atslēgvārdiem *YOTA*, *Telesputnik* un *Intersat*, kā arī 30.03.2006. līguma ar SIA „Unisat satelīta televīzija” kopiju.

(4) Konkurences padome 06.09.2006. saņēma sekojošu informāciju no SIA “Unisat satelīta televīzija”. Apstrīdētās reklāmas devējs ir SIA “Unisat satelīta televīzija”. Reklāma tika izplatīta no 22.09.2005. – 21.03.2006. un no 01.04.2006. – 07.08.2006. Reklāmas idejas autors ir Māris Grīnfelds – DBIS pārstāvis, tās mērķis un uzdevums – palīdzēt potenciālajam pircējam atrast preci, sniegt nepieciešamo informāciju par preci un ar to saistītajiem satelīta un interneta pakalpojumiem. SIA “Unisat satelīta televīzija” nepiekrīt iesniedzēja norādītajiem argumentiem attiecībā uz minētās reklāmas maldinošo raksturu. SIA “Unisat satelīta televīzija” rīcībā nav informācijas, kā strādā meklēšanas sistēma portālā www.delfi.lv un kādā veidā reklāma tiek izvietota zem virsraksta *Īpašie kontakti*, jo šādi fakti līgumā nav atrunāti.

(5) Konkurences padome 05.10.2006. saņēma sekojošu informāciju no SIA “YOTA Ltd”. SIA “YOTA Ltd” uzskata, ka DBIS pārkāpusi Reklāmas likuma 8.pantu, jo izplatījusi meklēšanas portālā maldinošu reklāmu. Nav pamatots a/s “Delfi” valdes priekšsēdētāja J.Mendziņa apgalvojums, ka SIA “Unisat satelīta televīzija” nav slēgusi līgumu ar DBIS par reklāmas izvietojumu, jo 30.08.2006. sarunu protokolā J.Rožkalns minējis, ka DBIS tika dibināta ar mērķi piedāvāt reklāmdevējiem reklāmu meklētājā, ko paskaidrojumos apliecina arī SIA “Unisat satelīta televīzija”, norādot, ka galamērķis līgumam – lai cilvēki iepirktos SIA “Unisat satelīta televīzija”.

(6) Māris Grīnfelds 10.10.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu sniedza sekojošu informāciju. M.Grīnfelds strādājis SIA “Interinfo Latvijā” no 2005.gada aprīļa līdz 2006.gada augustam vai jūlijam. Šajā laikā M.Grīnfelds bijis klientu menedžeris, piedāvājis pakalpojumus, kurus sniedza DBIS. M.Grīnfeldam bijusi pilnvara parakstīt līgumus DBIS vārdā. M.Grīnfelds aizgājis no darba SIA “Interinfo Latvijā”, jo nevarējis apvienot to ar otru darbu.

M.Grīnfelda darba pienākumos ietilpa zvanīt klientiem un norunāt tikšanos. Aizejot pie klienta, izstāstīt par meklētāju, kas meklē informāciju Latvijas internetā, un parādīt, kā tas darbojas. Piedāvājuma būtība – lai informācija par klientu zem noteiktiem meklēšanas vārdiem būtu redzama kā pirmā pašā augšā, zem nosaukuma *Īpašie kontakti*. Nosaukumam *Īpašie kontakti* nav burtiskas nozīmes, svarīgi ir tas, ka kāda firma redzama kā pirmā un var saprast, ka firma nodarbojas tieši ar to, kas ir meklēts. Kad M.Grīnfelds gājis pie klientiem, minētos pakalpojumus piedāvājis kā reklāmas pakalpojumus. Tekstu informācijai izvēlējās klients. Parasti ziliem burtiem ieraksta firmas nosaukumu, ar melniem – ar ko nodarbojas. Atslēgvārdus izdomā klients, parasti ietverot tos produktus vai pakalpojumus, kādus klients piedāvā. Pirms došanās pie klienta M.Grīnfelds parasti apskatījies, ar ko firma nodarbojas. Nav bijuši tādi gadījumi, kad firma par sevi gribētu rakstīt kaut ko nepatiesu. Slēdzot līgumus, M.Grīnfelds apskatījis atslēgvārdus. Tūrisma firmai, piemēram, jābūt atslēgvārdiem *tūrisms*, *ceļojums*. Autofirmas, piemēram, rakstīja atslēgvārdos preču zīmes mašīnām, kuras tirgoja. Oficiālie partāvji raksta preču zīmes, kuras tie tirgo. Atslēgvārdus ievada DBIS darbinieks, bet ne klientu menedžeris.

SIA “Unisat satelīta televīzija” bija M.Grīnfelda klients, kura kontaktpersonas bija N.Gušča un O.Maksimeņa. Atslēgvārdus izdomājuši un apsprieduši M.Grīnfelds un N.Gušča. N.Gušča kopā ar kolēģiem atlasījusi atslēgvārdus, bet M.Grīnfelds tos pārskatījis. M.Grīnfelds nav prasījis N.Gušcai, kāpēc tieši šādi atslēgvārdi izvēlēti. Kādus atslēgvārdus SIA “Unisat satelīta televīzija” vēlējas, tādus DBIS ielika. SIA “Unisat satelīta televīzija” sākumā bija izdomājuši vairāk atslēgvārdus, dažus atmeta, pēc tam prasīja, vai var likt tos,

kas palikuši. M.Grīnfelds teica, ka var. N.Gušča nav paskaidrojusi, kāpēc ietverts atslēgvārds YOTA, M.Grīnfelds nav to prasījis. Slēdzot otro līgumu 2006.gadā, vēl pierakstīti klāt 5 atslēgvārdi, kurus ieteica SIA “Unisat satelīta televīzija”. M.Grīnfelds nav zināms, kādā sakarā ievietots atslēgvārds *telesputnik*. N.Gušča ir prasījusi M.Grīnfeldam, vai var tādu ievietot, M.Grīnfelds atbildējis, ka var, jo tas ir saistīts ar televīziju.

Delfi meklētāju interneta lietotāji izmanto, ja meklē kādu informāciju vai vēlas kaut ko pirkt. Ja M.Grīnfelds būtu zinājis, ka kāds klients atslēgvārdos ieraksta konkurenta nosaukumu, viņš konsultētos ar savu priekšnieku, pats nekādus lēmumus nepieņemtu. Līgumu ar klientu pirms tam šādos gadījumos neslēgtu. Visus M.Grīnfelda parakstītos līgumus apskatījis un apstiprinājis J.Rožkalns.

(6) Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu a/s „Delfi” 26.10.2006. iepazīnās ar lietā Nr.1948/06/09/10 esošajiem materiāliem un izteica sekojošu viedokli par tiem. A/s „Delfi” nekādā veidā nevar ietekmēt Delfi meklētāja saturu un vispār to nekontrolē. DBIS pārdod atslēgvārdus, ienākumus sadala a/s „Delfi” un DBIS, par ko ir noslēgts sadarbības līgums.

(7) Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA „YOTA Ltd” 31.10.2006. iepazīnās ar lietā Nr.1948/06/09/10 esošajiem materiāliem un 02.11.2006. vēstulē izteica sekojošu viedokli par tiem. SIA „YOTA Ltd” lūdz Konkurences padomi izvērtēt a/s „Delfi” un DBIS 01.11.2004. sadarbības līgumu un izvērtēt a/s „Delfi” atbildību par atslēgvārdu lietošanu Delfi meklētājā. Gadījumā, ja Konkurences padome neuzskatīs a/s „Delfi” par saistītu ar Reklāmas likuma pārkāpumu lietā, SIA „YOTA Ltd” neiebilst pret lietas izbeigšanu pret a/s „Delfi”.

Lēmuma pamatojuma daļa

(8) SIA „YOTA Ltd” ir LR Uzņēmumu reģistrā 13.07.1992. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003082776) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 20.12.2004.), kuras galvenais darbības veids ir satelīta televīzijas iekārtu tirdzniecība.

A/s „Delfi” ir LR Uzņēmumu reģistrā 02.08.2000. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003504352) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 15.12.2003.), kuras galvenais darbības veids ir reklāmas pakalpojumu sniegšana.

(9) A/s „Delfi” portālā www.delfi.lv izvietots meklētājs *Delfi smart*, kurā reklāmdevējiem tiek piedāvāts pakalpojums – meklētājā (*Delfi smart*) ievietot informāciju par uzņēmumu un norādīt meklēšanas kritērijus jeb atslēgvārdus, pēc kuriem meklējot informāciju, saite ar iepriekšminēto informāciju zem nosaukuma *Īpašie kontakti* tiek uzrādīta kā prioritārā saite, vienlaicīgi kā saite uz uzņēmuma mājas lapu.

Starp DBIS un SIA “Unisat satelīta televīzija” 15.09.2005. noslēgts līgums *Reklāma Delfi smart* Nr.6096050041 un 30.03.2006. atkārtoti noslēgts līgums Nr.7096050011 par iepriekšminētā pakalpojuma Delfi meklētājā nodrošināšanu SIA „Unisat satelīta televīzija”. A/s „Delfi” portāla <http://www.delfi.lv> meklētājā (*Delfi smart*) ievietota informācija par SIA „Unisat satelīta televīzija”: *SIA „Unisat” Tel-7144244 Satelītu un ētera antenu ražošana, uzstādīšana, apkalpošana, internets caur satelītu*. Saskaņā ar 15.09.2006. un 30.03.2006. līgumiem *Reklāma Delfi smart* SIA „Unisat satelīta televīzija” izvēlējusies meklēšanas kritērijus jeb atslēgvārdus, pēc kuriem meklējot informāciju, saite ar iepriekšminēto tekstu zem nosaukuma *Īpašie kontakti* tiek uzrādīta kā prioritārā saite, vienlaicīgi kā saite uz SIA „Unisat satelīta televīzija” mājas lapu. Kā vienu no meklēšanas kritērijiem jeb atslēgvārdu SIA „Unisat satelīta televīzija” izvēlējusies *YOTA*.

(10) A/s „Delfi” uzskata, ka interneta meklētāja saite uz kādu mājas lapu nav atzīstama par reklāmu, jo tā ir tikai informācija par to, kā lietotājs var atrast mājas lapu. SIA “YOTA Ltd” uzskata, ka šāds apgalvojums nav pamatots, jo portālā www.delfi.lv piedāvātais meklētājs, ņemot vērā tā saturu un pasniegšanas veidu, ir uzskatāms par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, turklāt DBIS pārstāvis 30.08.2006. sarunu protokolā norādījis, ka DBIS dibināta ar mērķi piedāvāt reklāmdevējiem reklāmu meklētājā.

Reklāmas likuma 1.pantā dota reklāmas definīcija, tas ir, *reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem. Padomes Direktīvā 84/450/EEK (10.09.1984.) par dalībvalstu un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā un maldinošu reklāmu reklāma definēta kā priekšstata veidošana jebkādā veidā saistībā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu, ieskaitot nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus.*

No minētajiem definējumiem izriet, ka komercreklāmas svarīgākās pazīmes ir: 1) jebkura veida paziņojums vai pasākums, kas rada priekšstatu un saistīts ar saimniecisko darbību; 2) mērķis – veicināt reklāmdevēja preču vai pakalpojumu noietu.

Arī speciālajā literatūrā reklāma skaidrota kā *informācijas izplatīšanas pasākumu kopums*, ikdienā ar to saprotot *vēstījumus par precēm vai pakalpojumiem, ko ar reklāmas aģentūru un plašsaziņas līdzekļu palīdzību izplata ražošanas, tirdzniecības vai finanšu uzņēmumi, lai ietekmētu patērētāju* (Veide R. Reklāmas psiholoģija – R.: Jumava, 2006. – 10.lpp.). Interneta adresē <http://en.wikipedia.org/wiki/Advertising> reklamēšana skaidrota kā *darbība publikas uzmanības pievēršanai precēm un pakalpojumiem, kas veiktas ar dažādu mediju palīdzību*. Saskaņā ar Latviešu valodas skaidrojošajā vārdnīcā doto skaidrojumu reklāma ir *1. darbību kopums, 2. paziņojums, plakāts u.c., kurā kas reklamēts* (<http://www.ailab.lv/Vardnica/servlet/Vardnica?vards=rekl%E2>).

Tādējādi iepriekšminētās reklāmas definīcijas un skaidrojumi norāda, ka reklāma nav vienīgi tradicionālā veidā sniegts paziņojums par uzņēmuma piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, reklāma var būt arī pasākums (darbība) vai pasākumu (darbību) kopums, kas veikts, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu.

SIA „Unisat satelīta televīzija”, veicot ar uzņēmuma un tā piedāvāto preču/pakalpojumu popularitāti un pieprasījuma veicināšanu saistītos pasākumus (slēdzot līgumu ar DBIS, apmaksājot līguma summu par pakalpojumu sniegšanu, izvēloties atslēgvārdus utt.), ir sniegusi informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija”, tās piedāvātajām precēm un pakalpojumiem, lai veicinātu preču noietu. Šādu darbību kopums apliecina, ka informācija veidā, kādā SIA „Unisat satelīta televīzija” to sniegusi Delfi meklētājā, ir atzīstama par Reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē (turpmāk tekstā – “Reklāma”).

A/s „Delfi” viedoklis, ka interneta meklētāju rezultāti paši par sevi nav reklāma, ir uzskatāms par pareizu tiktāl, ciktāl tas attiecas uz meklēšanas rezultātiem, kuri iegūstami vispārējā kārtībā, kāda paredzēta interneta meklētājā. Tomēr Reklāmas devēja mērķtiecīgas darbības, piemēram, pasūtot informācijas sniegšanu par savu uzņēmumu kā prioritāro saiti, sniedzot papildus informāciju, tas ir, informāciju par savu uzņēmumu, piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, izvēloties un nosakot meklēšanas kritērijus jeb atslēgvārdus, izceļot šādu informāciju vispārējo meklēšanas rezultātu starpā, kas notiek attiecīgā uzņēmuma uzdevumā un interesēs, uzskatāmas par Reklāmu, par kuras saturu ir atbildīgs reklāmas devējs.

Cita starpā minēto apstiprina tas, ka dažādos interneta meklētāju portālos šādi pakalpojumi piedāvāti kā interneta reklāmas pakalpojumi. Piemēram, portālā www.yahoo.com (<http://searchmarketing.yahoo.com/local/index.php>), ContextWeb, Inc.

piedāvā līdzīga veida pakalpojumus kā konteksta reklāmu (http://contextweb.com/Corporate/index.php?option=com_content&task=view&id=40&Itemid=67), portālā www.google.lv (<https://adwords.google.com/select/Login>) piedāvāts sponsorētās saites izvietot kā reklāmas *Google* lapās. Interneta vidē šādu reklāmu sauc par klikšķu reklāmu (*click-advertising, pay per click advertising*). Atšķirīgs var būt vienīgi apmaksas veids. Biežāk tiek noteikta maksa nevis par reklāmas izplatīšanu konkrētā laika periodā, bet gan noteikta maksa par katru reizi, kad interneta lietotājs uzklikšķina uz sponsorētās saites.

Atbilstoši DBIS pārstāvja paskaidrojumiem, DBIS ir dibināta ar mērķi piedāvāt reklāmdevējiem reklāmas pakalpojumus internetā, kas liecina, ka tās pamatdarbība, t.sk. prioritāro saišu izveidošanas piedāvāšana, ir interneta reklāmas pakalpojumu sniegšana. DBIS 03.11.2006. paskaidrojumos atzīst, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” sniegtā informācija ir Reklāma, un arī rezultātu lapā sadaļa *Īpašie kontakti* ir acīmredzami atdalīta no pārējās informācijas un nepārprotami ir uztverama kā reklāma. Arī M.Grīnfelds kā DBIS pārstāvis SIA “Unisat satelīta televīzija” piedāvājis izvietot informāciju Delfi meklētājā kā reklāmas pakalpojumu, par ko starp SIA “Unisat satelīta televīzija” un DBIS 15.09.2005. noslēgts līgums *Reklāma Delfi smart* Nr.6096050041 un 01.04.2006. atkārtots līgums Nr.7096050011. To, ka SIA “Unisat satelīta televīzija” sniegtā informācija Delfi meklētājā ir uzskatāma par Reklāmu, apstiprina arī SIA “Unisat satelīta televīzija” norādītais, ka tā ir sniegtās Reklāmas devējs, ka Reklāmas Delfi meklētājā izmaksas sastādaniecīgu daļu no kopējām uzņēmuma reklāmas izmaksām, turklāt kā maksājuma mērķis 27.04.2006. maksājuma uzdevumā Nr.673 norādīts *reklāmas pakalpojumi*. Tādējādi secināms, ka arī Reklāmas devējs, tas ir, SIA „Unisat satelīta televīzija” informācijas izvietojumu Delfi meklētājā un ar to saistītos piekļuves nodrošināšanas pasākumus savas komercdarbības ietvaros uzskata par reklāmu un tās izmaksas ietver reklāmas izdevumus. Bez tam atbilstoši SIA „Unisat satelīta televīzija” paskaidrojumiem šādu darbību mērķis ir piesaistīt pircējus, kā arī operatīva un mērķtiecīga uzņēmumā izplatītās tehnikas realizācija, kas arī faktiski un atbilstoši Reklāmas likuma 1.pantam ir reklāmas mērķis.

Konkurences padome noraida arī DBIS viedokli, ka Reklāma ir tikai sponsorētais meklēšanas rezultāts, bet ne atslēgvārdi jeb izvēlētie meklēšanas kritēriji. Konkrētā Reklāma ir vērtējama kā darbību kopums, nevis tikai atsevišķs paziņojums atrauti no pārējā procesa. Izmantojot interneta meklētāju, Reklāmas vēstījuma saņēmējs ievada atslēgvārdu, kā rezultātā saņem informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija”, kas izvietota zem nosaukuma *Īpašie kontakti* kā prioritārā saite. Līdz ar to atslēgvārds tiek izmantots kopējā Reklāmas pasākumā. Tādējādi Konkurences padome norāda, ka kā meklēšanas kritēriji izmantotie atslēgvārdi ietilpst Reklāmā un to izmantošanas likumība ir vērtējama, t.sk. saskaņā ar Reklāmas likumu. Minēto apstiprina arī tas, ka piemēram, līdzīga pakalpojuma sniedzējs *Fluid Dynamics Software*, aprakstot reklāmas iespējas interneta meklētājā, reklāmdevēja atslēgvārdu izvēli norāda kā vienu no reklāmas trim sastāvdaļām (<https://www.xav.com/scripts/search/help/1041.html>), savukārt, interneta portālā www.google.lv reklāmdevējiem norādīts brīdinājums, izvēloties atslēgvārdus, ievērot likumus un noteikumus, t.sk. par preču zīmju izmantošanas noteikumiem (<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?defaultView=3>). Tādējādi secināms, ka interneta vidē atslēgvārdi tiek uzskatīti par vienu no reklāmas sastāvdaļām, kam jāatbilst normatīvajos aktos reklāmai izvirzītajām prasībām.

Ievērojot iepriekšminētos apstākļus, secināms, ka pasākums, Delfi meklētājā izplatot informāciju un nodrošinot piekļuvi atbilstoši 15.09.2005. līgumam Nr.6096050041 un 30.03.2006. līgumam Nr.7096050011 starp DBIS un SIA „Unisat satelīta televīzija” ietvertajiem nosacījumiem, ņemot vērā tā saturu un pasniegšanas veidu, ir uzskatāms par Reklāmu.

(11) A/s "Delfi" uzskata, ka tā nevar uzņemties atbildību par iespējamām likumdošanas normu pārkāpumiem, kurus, iespējams, pieļāvuši citi, jo a/s "Delfi" nenodarbojas ar reklāmas materiālu izvietojumu resursā <http://smart.delfi.lv>, kā arī nenodarbojas ar šī meklētāja tehnisko uzturēšanu, bet gan izmanto kā ārpakalpojumu SIA "Lursoft IT" tehnisko risinājumu. Ar reklāmas materiālu izvietojumu Delfi meklētājā nodarbojas DBIS, par ko 01.11.2004. ir noslēgts sadarbības līgums.

Attiecībā uz minēto a/s "Delfi" iebildumu Konkurences padome norāda sekojošo. Delfi meklētājs atrodas portālā www.delfi.lv, kura īpašnieks ir a/s „Delfi”. No 01.11.2004. a/s "Delfi" un DBIS sadarbības līguma secināms, ka a/s „Delfi” ir meklēšanas portāla, kas apzīmē a/s „Delfi” pārvaldītu adresi smart.delfi.lv kopā ar apkašlappusēm, pārvaldītājs, kuram ir tiesības mainīt meklēšanas portāla uzbūvi, dizainu, reklāmas platību daudzumu un atrašanās vietas, bet DBIS apņēmusies sniegt a/s „Delfi” reklāmas platību tirdzniecības pakalpojumus, (**). SIA "Unisat satelīta televīzija" Reklāma, par kuru iebildusi SIA "YOTA Ltd", izplatīta a/s "Delfi" pārvaldītājā meklēšanas portālā. Tādējādi a/s „Delfi” Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē ir uzskatāma par SIA „Unisat satelīta televīzija” Reklāmas izplatītāju Delfi meklētājā, kas ir atbildīga par izplatīto reklāmu saskaņā ar Reklāmas likuma 12.pantu.

Reklāmas likuma 12.pants nosaka, ka:

(1) *Reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.*

(2) *Reklāmas izplatītājs ir tiesīgs izplatīt reklāmu jebkādā veidā, ja tā atbilst šā likuma un citu normatīvo aktu prasībām, kā arī līgumam, kas noslēgts starp reklāmas izplatītāju un reklāmas devēju vai tā pilnvarotu personu.*

(3) *Reklāmas izplatītājam ir pienākums nodalīt reklāmu no cita veida informācijas.*

(4) *Reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanas aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.*

(5) *Reklāmas izplatītājam ir aizliegts pieņemt no reklāmas devēja vai tā pilnvarotas personas izplatīšanai reklāmu, nepieprasot šādu informāciju:*

1) *no juridiskās personas – nosaukumu, reģistrācijas numuru un juridisko adresi;*

2) *no fiziskās personas – vārdu, uzvārdu un personas kodu.*

Izvērtējot Reklāmas likuma 12.pantā reklāmas izplatītājam noteiktās tiesības un pienākumus, Konkurences padome secina, ka a/s "Delfi" norādītā atruna Delfi meklētāja noteikumos interneta lietotājiem, ka *Delfi portāls nav atbildīgs par meklēšanas rezultātu absolūtu precizitāti*, neizslēdz a/s "Delfi" kā Reklāmas izplatītāja atbildību Reklāmas likuma 12.panta izpratnē.

(12) Saskaņā ar SIA „Unisat satelīta televīzija” lietā sniegto informāciju, apstrīdētā Reklāma izplatīta a/s „Delfi” interneta portāla Delfi meklētājā laika periodā no 22.09.2005. līdz 21.03.2006. un no 01.04.2006. līdz 07.08.2006.

(13) SIA „YOTA Ltd” iebildumi pēc būtības ir par to, ka a/s „Delfi” izplatījusi SIA „Unisat satelīta televīzija” Reklāmu, kurā izmantots SIA „YOTA Ltd” nosaukums (firma). SIA „YOTA Ltd” uzskata, ka tās firmas izmantošana (izmantojot kā atslēgvārdu *YOTA*, Reklāmas vēstījuma saņēmēji Delfi meklētājā informāciju par SIA „Unisat satelīta televīzija” iegūst kā prioritāro saiti uz tās mājas lapu zem nosaukuma *Īpašie kontakti*) šādā veidā maldina patērētājus, jo rada iespaidu, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” ir SIA „YOTA Ltd” sadarbības partneris, struktūrvienība, oficiālais vai galvenais izplatītājs, un šādi piesaista SIA „YOTA Ltd” iespējamus klientus.

SIA "YOTA Ltd" uzskata, ka a/s "Delfi" ir izplatījusi Reklāmu, kuru tai bija aizliegts izplatīt, un kā Reklāmas izplatītāja ir atbildīga par SIA "Unisat satelīta televīzija" sniegtās Reklāmas neatbilstību Reklāmas likuma nosacījumiem.

Konkurences padome, izvērtējot a/s „Delfi” kā reklāmas izplatītāja atbildību par a/s "Delfi" interneta portāla www.delfi.lv Delfi meklētājā izplatīto Reklāmu, norāda sekojošo. Delfi meklētājā tiek piedāvāti reklāmas pakalpojumi, reklāmdevējiem nosakot atslēgvārdus – kritērijus meklēšanai. Minētos atslēgvārdus reklāmdevēji izvēlas paši, jo tieši viņi vislabāk pārziņa savu nozari, zina, pēc kādiem kritērijiem klienti varētu meklēt informāciju, kas ir saistīta ar reklāmdevēja saimniecisko darbību. Tādējādi reklāmas izplatītājs katrā atsevišķā gadījumā nevar zināt, vai reklāmdevēja uzdotie atslēgvārdi tiešām atbilst reklāmdevēja saimnieciskajai darbībai. Reklāmas izplatītājs a/s „Delfi” nevar arī pārbaudīt, vai visus no uzdotajiem atslēgvārdiem reklāmdevējs ir norādījis pamatoti, tas ir, vai visi ir saistīti ar tā saimniecisko darbību, vai nesniedz maldinošu informāciju un vai kāds no tiem nav cita tirgus dalībnieka identificējošs apzīmējums, vai kāds no cita tirgus dalībnieka identificējošiem apzīmējumiem nav izmantots bez tā piekrišanas. Konkurences padome norāda, ka Reklāmas izplatītājam nav pienākums pārbaudīt, kāda iemesla dēļ Reklāmas devējs līgumā norādījis konkrētos atslēgvārdus. Šāds pienākums nebūtu samērīgs arī tā iemesla dēļ, ka atbilstoši DBIS sniegtajai informācijai reklāmdevēju uzdoto atslēgvārdu skaits atsevišķos gadījumos sasniedz pat līdz 200. Turklāt atbilstoši a/s "Delfi" sniegtajai informācijai reklāmdevēju uzdotie atslēgvārdi līgumā ar DBIS a/s "Delfi" rīcībā vispār nenonāk, tādēļ a/s "Delfi" vispār nav iespējams kontrolēt atslēgvārdu izvēles pamatotību.

Reklāmas izplatītājs ir atbildīgs par izplatīto reklāmu vienīgi tādos gadījumos, ja tam ir zināms vai vajadzēja zināt, ka šādas reklāmas izplatīšana ir aizliegta. Noteicoši, ievērojot Reklāmas likumā noteikto atbildības sadalījumu starp reklāmas devēju un izplatītāju, tā ir reklāmas izplatītāja atbildība par reklāmas formu, ne saturu. Vēl jo vairāk, ja reklāmas atbilstības Reklāmas likuma prasībām noteikšanai tiek pieprasīta (nepieciešama) papildus analīze. Saskaņā ar Reklāmas likuma 12.panta noteikumiem, jo īpaši, ņemot vērā 12.panta ceturtajā daļā noteikto, a/s „Delfi” kā reklāmas izplatītāja atbildība par izplatīto reklāmu Delfi meklētājā varētu iestāties, piemēram, tādos gadījumos, kad reklāmas devējs vai kāds cits būtu informējis a/s „Delfi”, ka reklāmas saturs ir maldinošs vai citādi neatbilstošs normatīvajiem aktiem, arī, piemēram, ja tas ir viegli nosakāms, ņemot vērā paša izplatītāja rīcībā esošo informāciju, vai, kad a/s „Delfi” pārstāvji paši būtu piedāvājuši reklāmdevējiem izvietot Delfi meklētājā nelikumīgu reklāmu un tādējādi zinājuši, ka tiek izplatīta nelikumīga reklāma.

Lietā nav iegūts apstiprinājums šādu apstākļu esamībai, proti, ka a/s „Delfi” būtu zinājusi vai tai vajadzēja zināt, ka SIA „Unisat satelīta televīzija” Reklāma ir nelikumīga un ka līdz ar to šādu Reklāmu ir aizliegts izplatīt. Lietā nav arī apstiprinājies iesniedzēja norādītais, ka a/s "Delfi" piedāvā izmantot konkurenta nosaukumu vai citādi identificējošu apzīmējumu kā atslēgvārdu, lai zem nosaukuma *Īpašie kontakti* izvietotu informāciju par savu uzņēmumu.

Konkurences padome, ievērojot iepriekšminēto, atzīst, ka a/s "Delfi" darbībās, izplatot SIA "Unisat satelīta televīzija" Reklāmu Delfi meklētājā, nav konstatējams Reklāmas likuma 8.panta pārkāpums.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 8.pantu, 12.panta pirmo, otro un ceturto daļu, 13.panta pirmo daļu, 15.panta sesto un septīto daļu, Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu un Administratīvā procesa likuma 63.panta pirmās daļas 1.punktu,

nolēma:

izbeigt lietas Nr.1948/06/09/10 izpēti.

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

I.Jaunzeme

(**) – ierobežotas pieejamības informācija