



## KONKURENCES PADOME

Elizabetes ielā 41/43, Rīgā, LV-1010 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

### L Ē M U M S

Rīgā

2002.gada 20.februārī

Nr. 9

(Prot. Nr.7, 3.§)

#### **Par SIA “COLGATE-PALMOLIVE (LATVIA)” iesniegumu**

Lieta Nr. 439/01/06/21a

21.09.2001. Konkurences padome saņēma SIA “COLGATE-PALMOLIVE (LATVIA)” iesniegumu Nr.48-i-2001 (tālāk tekstā - iesniegumu), kurā tika norādīts uz iespējamo Reklāmas un Konkurences likuma pārkāpumu zobu pastas *Blend-a-Med* izplatītāju darbībā.

Iesniegumā ir minēts, ka 2001.gada septembrī SIA “*Procter&Gamble Marketing Latvia Ltd.*” un SIA “*Procter&Gamble Eastern Europe S*” izplata Latvijā 100ml zobu pastu *Blend-a-Med* plastmasas tūbiņās uz kuras iepakojuma malas ar izceltiem sarkaniem cipariem uz zelta vai dzeltena fona veidotais uzraksts “75ml+25ml” ir radīts ar nodomu maldināt pircējus attiecībā par faktu, ka par to pašu cenu tiek piedāvāts 25% vairāk zobu pastas produkta. Tādējādi ir pārkāpts Reklāmas likuma 8.pantā noteiktais maldinošās reklāmas aizliegums. Savukārt uzraksts uz iepakojuma “100ml ar “*Mineral Action*” sistēmu” tiek izmantots kā paņēmieni piesaistīt pircēja uzmanību, “(..) radot iespaidu, ka “*Mineral Action*” sistēmai ir kādas īpašas iedarbes spējas”.

Izvērtējot iesniegto informāciju, lietā esošos materiālus un ar lietu saistītos apstākļus atbilstoši Reklāmas likuma normām, Konkurences padome

#### **konstatēja:**

Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka: “*Reklāma ir ar uzņēmējdarbību vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem*”.

Konkurences padome izvērtēja, vai SIA “*Procter&Gamble Marketing Latvia Ltd.*” darbības, t.i., *Blend-a-Med* zobu pastas iepakojumā ar uzrakstu “75ml+25ml” izplatīšana mazumtirdzniecībā, ir uzskatāmas par reklāmu.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta nosacījumiem SIA “Procter&Gamble Marketing Latvia Ltd.” sniedza skaidrojumu Konkurences padomei, ka minētais uzraksts “75ml+25ml” uz iepakojuma tika veidots pircēju informēšanas nolūkā, lai darītu zināmu, ka jaunajā *Blend-a-Med* zobu pastas iepakojumā pircējs atradīs nevis 75ml, bet gan 100ml zobu pastas (Konkurences padomes un SIA “Procter & Gamble Marketing Latvia Ltd.” 06.12.2001. Jautājumu apspriešanas un ar pierādījumiem iepazīstināšanas protokols). Šādas informācijas izvietošanas nepieciešamību izraisījis fakts, ka uzņēmēj sabiedrībai bija radusies pārlicība, ka patērētājiem ir grūtības atšķirt 75 ml zobu pastas iepakojumu no 100 ml iepakojuma.

Minēto SIA “Procter&Gamble Marketing Latvia Ltd.” skaidrojumu Konkurences padome uzskata par pamatotu.

Konkurences padome uzskata par pamatotu Latvijas Iepakojuma asociācijas viedokli (12.11.2002. vēstule), ka spilgtā josla ar skaitļiem “75ml+25ml” nav uzskatāma par reklāmu, bet par informāciju pircējam. Minētā informācija ir uzskatāma par etiķeti, kas satur visu nepieciešamo rakstisko un grafisko informāciju produkta identifikācijai un instrukciju produkta lietošanai, un uzglabāšanai, un tā ir iepakojuma sastāvdaļa.

Vērā tika ņemts arī Patērētāju tiesību aizsardzības centra viedoklis (11.01.2002. vēstule Nr.7/05-76), ka: “(..) uzraksts “75ml+25ml” vērtējams kā dekoratīvs elements, kas vizuāli uztveramākā un pircēju uzmanību piesaistošākā veidā dublē informāciju par preces tilpumu (..)” un to, ka “(..) potenciālajam pircējam konkrētajā gadījumā nav objektīva pamata pieņemt vai uzskatīt citādi”.

Konkurences padome vērtē spilgto joslu ar skaitļiem “75ml+25ml” kā papildu informāciju pircējiem par produkta tilpumu, kuras nolūks nav veicināt preces popularitāti vai pieprasījumu pēc tās. Uzraksts “75ml+25ml” uzskatāms kā īpaši veidots grafisks elements, kas ir uztveramāks pircējiem un atkārtu informāciju par preces tilpumu.

Savukārt par uzlīmi, uz kuras dzeltenā fona ar izceltiem burtiem ir uzraksts “100ml ar “Mineral Action” sistēmu”, SIA “Procter&Gamble Marketing Latvia Ltd.” 06.12.2001. tikšanās laikā (Konkurences padomes un SIA “Procter & Gamble Marketing Latvia Ltd.” 06.12.2001. Jautājumu apspriešanas un ar pierādījumiem iepazīstināšanas protokols) sniedza skaidrojumu Konkurences padomei, ka tā informē par zobu pastas tilpumu un uzsver informāciju par zobu pastas iedarbības kvalitāti nodrošinot īpašībām.

Konkurences padome vērtē uzlīmi “100ml ar “Mineral Action” sistēmu” kā īpaši veidotu grafisku elementu, kas atkārtu informāciju par *Blend-a-Med* zobu pastas tilpumu un tās īpašībām.

Tādējādi Konkurences padome secina, ka uzraksts “75ml+25ml” un uzraksts “100ml ar “Mineral Action” sistēmu” nav uzskatāmi par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu, Konkurences padome

#### **nolēma:**

konstatēt, ka Reklāmas likuma pārkāpums SIA “Procter & Gamble Marketing Latvia Ltd.” darbībās nav noticis un izbeigt lietas Nr. 439/01/06/21a izpēti SIA “COLGATE-PALMOLIVE (LATVIA)” iesnieguma sakarā.

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

Priekšsēdētājs

P.Vilks