



## KONKURENCES PADOME

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

### L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 61

(Prot. Nr.50, 4.§)

2004.gada 15.septembrī

#### **Par Reklāmas likuma pārkāpumu**

*Par SIA „Tele2” 19.06.2004. iesniegumu Nr.1-1/1508 Par Konkurences un Reklāmas likuma pārkāpumiem*

*Lieta Nr.559/04/09/8*

Konkurences padome 29.06.2004. saņēma SIA „Tele2” (turpmāk –Tele2) 19.06.2004. iesniegumu Nr.1-1/1508 Par Konkurences un Reklāmas likuma pārkāpumiem (turpmāk – Iesniegums). Iesniegumā norādīts, ka Tele2 rīcībā ir nonākusi informācija, ka, sākot no 2004.gada 28.maija, SIA „Lattelekom SIA” (turpmāk –Lattelekom) ir uzsākusi reklāmas publikācijas, kurās tiek salīdzināti vietējo sarunu tarifi Lattelekom fiksēto un Tele2 mobilo sakaru tīklā (turpmāk –Reklāma). Reklāma regulāri tika publicēta tādos preses izdevumos kā “Latvijas Avīze”, “Diena”, “Neatkarīgā Rīta Avīze”, “Vestji Segodņa” un, iespējams, arī citos, bet precīzas ziņas par Reklāmas publikāciju apjomu Tele2 nav pieejamas.

Iesniedzējs uzskata, ka Lattelekom salīdzinātie mobilo un fiksēto sakaru pakalpojumi gan pēc sava izmantošanas specifikas, gan pēc cenu veidošanas principiem, gan vairākiem citiem rādītājiem ir principiāli atšķirīgi. Līdz ar to Tele2 mobilo sakaru pakalpojumu tarifi un Lattelekom fiksēto pakalpojumu tarifi pēc savas būtības nav uzskatāmi par salīdzināmiem lielumiem.

Iesniedzējs uzskata, ka Reklāmā izmantotais salīdzinājums pārkāpj gan Konkurences likumā noteikto negodīgas konkurences aizliegumu, gan Reklāmas likuma normas par salīdzinošo reklāmu.

Tele2 uzskata, ka Lattelekom, izplatot Reklāmu, ir pārkāpusi Konkurences likuma 18.pantā noteikto negodīgas konkurences aizliegumu, kas izpaudies kā nepilnīgas un izkropļotas informācijas izplatīšana par Tele2 piedāvāto mobilo pakalpojumu izmaksu salīdzinājumā ar Lattelekom piedāvāto fiksēto pakalpojumu izmaksām, kā arī Lattelekom nav ievērojis Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktu.

Iesniedzējs uzskata, ka Lattelekom Reklāma sniedz izkropļotu informāciju par Tele2 pakalpojumu lietderību un trūkumiem. Reklāmā izmantotais salīdzinājums rada nepatiesu priekšstatu par Tele2 abonētu izmaksām salīdzinājumā ar Lattelekom abonētu izmaksām, tādējādi maldinot klientus par to, cik patiesībā un pie kādiem nosacījumiem klients var ietaupīt, ja tas izmanto Lattelekom vai Tele2 sniegtos sakaru pakalpojumus.

Iesniegumā paskaidrots, ka šāda Reklāma rada Lattelekom fiksētajiem pakalpojumiem mākslīgas priekšrocības, kā arī rada patērētājiem nepamatotu priekšstatu par mobilo sakaru pakalpojumu kā salīdzinoši dārgu, līdz ar to Tele2 uzskata, ka šāds salīdzinājums var ietekmēt konkrētas mērķauditorijas lēmuma pieņemšanu iegādāties vai neiegādāties Tele2 piedāvātos mobilo telekomunikāciju pakalpojumus.

Tele2 lūdz Konkurences padomi uzsākt lietas izpēti par Konkurences un Reklāmas likuma iespējamiem pārkāpumiem.

Konkurences padome 15.07.2004., pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, pieņēma lēmumu Nr.51 (protokola Nr.40., 3.§) Par atteikšanos ierosināt lietu Iesnieguma daļā par Konkurences likuma 18.panta iespējamo pārkāpumu SIA "Lattelekom SIA" darbībā, izplatot Reklāmu.

Konkurences padome 30.08.2004., pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, pieņēma lēmumu (protokols Nr.45, 2.§) pagarināt reklāmas izvērtēšanas termiņu lietā Nr.559/04/09/8 līdz 2004.gada 15.septembrim.

Konkurences padome, ņemot vērā Iesniegumā norādīto un papildus iegūto informāciju,

### **konstatēja:**

Konkurences padome 12.07.2004. saņēma Lattelekom 08.07.2004. atbildes vēstuli Nr.16-2/07-665 (turpmāk –Vēstule), kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes 02.07.2004. vēstulē Nr.9-984 norādīto lūgumu sniegt informāciju, dokumentus, kā arī pierādījumus, kas apstiprinātu Reklāmā sniegtās informācijas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem. Vēstulē norādīts, ka Reklāmas devējs, izgatavotājs un apmaksātājs ir Lattelekom, savukārt Reklāmas izplatītājs ir Lattelekom sadarbības partneris mediju pakalpojumu jomā -SIA „OMD Latvia”, kas darbojas, pamatojoties uz pušu 16.03.2004. noslēgto līgumu.

Vēstulē norādīts, ka Reklāma tika izplatīta Latvijas teritorijā laika periodā no 04.06.2004. līdz 16.06.2004. preses izdevumos „Diena”, „Latvijas Avīze” un „Vestji Segodņa”. Reklāmas mērķis ir Latvijas iedzīvotāju informēšana par tiem izdevīgiem piedāvājumiem. Veicot noslodzes analīzi, Lattelekom konstatēja, ka iedzīvotāji visvairāk sarunas veic vakara stundās, svētku dienās un brīvdienās, kad spēkā ir sarunu atlaides. Lattelekom noteica vietējām sarunām brīvdienās un svētku dienās sarunu maksas atlaidi, kas paredz, ka maksa par sarunu nepārsniedz 5 santīmu robežu neatkarīgi no sarunu garuma. Reklāmas mērķa auditorija ir jebkura vecuma lietotājs, kas izmanto elektronisko sakaru pakalpojumus.

Lattelekom norāda, ka saskaņā ar 2002.gada Eiropas Savienības Elektronisko sakaru regulējumu netiek dalīti elektroniskie sakaru pakalpojumi atkarībā no tehnoloģijām un pakalpojumu nodrošināšanas veida, tāpēc konkurentu uzskats, izdalot fiksēto un mobilo tīklu, nav korekts. Lattelekom paskaidro, ka balss pakalpojuma lietošana un sniegšana ir iespējama, izmantojot gan fiksēto, gan mobilo elektronisko tīklu, gan internetu (VOIP), gan kabeļtelevīziju u.c. tehnoloģijas. Tāpat Lattelekom norāda uz Ministru kabineta noteikumiem Nr.304 “Elektronisko sakaru likums”, kurā netiek izdalīti elektronisko sakaru pakalpojumi atkarībā no pakalpojuma nodrošināšanai nepieciešamās tehnoloģijas un saskaņā ar likumā doto definīciju balss telefonijas pakalpojums ir publiski pieejams elektronisko sakaru pakalpojums, lai pārraidītu runas signālu starp elektronisko sakaru tīkliem vai elektronisko sakaru tīklu noteiktiem pieslēgumu punktiem pieslēgtām elektronisko sakaru galiekārtām reālā laika mērogā, līdz ar to jebkurš mobilā elektronisko sakaru tīkla abonents var izsaukt fiksētā elektronisko sakaru tīkla abonementu un otrādi. Lattelekom norāda, ka praksē jau vairākus gadus iedzīvotāji, kuriem ir pieejami vairāku elektronisko sakaru operatoru dažādi

pakalpojumi, piemēram fiksētā līnija mājās, mobilais telefons, taksofons uz ielas, izvēlas vienam un tam pašam mērķim, lietot viņam izdevīgāko vai ērtāko elektronisko sakaru veidu.

Iesniedzējs tāpat norāda, ka gan fiksētie, gan mobilie elektronisko sakaru pakalpojumi ir balss pakalpojumi un tie ir paredzēti vienam mērķim – klientu sarunu nodrošināšanai. Abu pakalpojumu sniedzēju licences paredz nodrošināt elektronisko sakaru balss pakalpojumu sniegšanu klientam, neatkarīgi no tehnoloģijas, no elektronisko sakaru gala iekārtas (telefona aparāta), no sarunas veida un satura. Lattelekom nepiekrīt Tele2 Iesniegumā norādītajam viedoklim, ka nevar salīdzināt fiksētos un mobilos sakaru pakalpojumus. Daudzi Latvijas iedzīvotāji ir viena vai pat abu mobilo sakaru tīkla abonenti vai lietotāji un vienlaicīgi arī Lattelekom vai cita fiksētā elektronisko sakaru tīkla abonenti un tas norāda uz fiksēto un mobilo balss pakalpojumu vienādu lietošanas mērķi. Šādos apstākļos Reklāma darbojas patērētāju interesēs un norāda tiem uz finansiāli izdevīgāko sarunu veikšanas veidu.

Pamatojoties uz minēto, Lattelekom uzskata, ka Reklāmas atspoguļotais salīdzinājums ir atbilstošs Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas normām, jo 1) Lattelekom un Tele2 ir licencēti elektronisko sakaru komersanti, kuru mērķis ir nodrošināt elektronisko sakaru pakalpojumus, tai skaitā elektronisko sakaru balss pakalpojumus; 2) Reklāmā ir salīdzināti elektronisko sakaru pakalpojumi, kuri paredzēti vienu un to pašu lietotāju vajadzību apmierināšanai – savstarpējai saziņai un tāpēc ir salīdzināmi; 3) daudzu elektronisko sakaru pakalpojumu lietotāji ir arī Tele2 elektronisko sakaru pakalpojumu lietotāji un otrādi; 4) Reklāmā objektīvi un patiesībai atbilstoši tiek salīdzinātas Lattelekom un Tele2 pakalpojumu cenas; 5) Reklāma nerada neskaidrības par reklāmas devēju, jo Reklāmas apakšējā daļā skaidri norādīta Lattelekom preču zīme; 6) Reklāma neceļ neslavu Tele2.

Konkurences padome 09.08.2004. saņēma Tele2 04.08.2004. vēstuli Nr.1-1/1639 (turpmāk -Vēstule), kurā sniegta papildus informācija un paskaidrojumi lietā Nr.559/04/09/8.

Vēstulē norādīts, ka, neskatoties uz Ministru kabineta noteikumos Nr.304 “Elektronisko sakaru likums” doto balss telefonijas pakalpojuma definīciju, minētajam pakalpojumam pastāv būtiski atšķirīgas izmantošanas specifikas.

1. *Mobilā telekomunikāciju tīkla* specifika ir sakaru lietotāja mobilitāte -sakaru līdzekļi (telefonu) iespējams izmantot:

a) neatkarīgi no atrašanās vietas, nepārslēdzot līgumu ar operatoru, gan iekšzemē, gan ārvalstīs, kas tiek nodrošināts ar viesabonēšanu, t.i., iespēju pierēģistrēties cita operatora tīklā, nepārslēdzot līgumu ar sākotnējo - “mājas” operatoru;

b) papildus balss telefonijas pakalpojumiem mobilajā telekomunikāciju tīklā iespējama arī citu datu pārraide -SMS, GPRS, MMS bez papildus ierīču izmantošanas utt.;

c) mobilie telekomunikāciju sakari nodrošina augstāku drošības līmeni. Ņemot vērā datu pārraides specifiku un signāla kodēšanu, to noklausīšanās ir ļoti dārga un daudz sarežģītāka, nekā fiksētajā telekomunikāciju tīklā. Turklāt nesankcionēta pieslēgšanās mobilajam sakaru tīklam ir praktiski neiespējama pretstatā fiksēto sakaru tīklam, kur pieslēguma īpašniekam nezinot, viegli iespējams veikt pieslēgšanos un pakalpojumu saņemšanu uz pieslēguma īpašnieka rēķina.

Datu pārraide mobilo sakaru tīklos balstās uz signālu apraidi, izmantojot konkrētas radioviļņu frekvences, līdz ar to, nodrošinot pietiekošu signālu, ir iespējams sazināties neatkarīgi no atrašanās vietas. Minētās īpašības dēļ mobilajiem sakariem piemīt būtiska priekšrocība attiecībā pret fiksētajiem sakariem.

2. *Fiksēto sakaru tīklā* datu pārraide tiek nodrošināta ar fizisko (vadu/kabeļu utml. tīkla elementu) palīdzību, līdz ar to sazināties iespējams, tikai atrodoties tiešā tīkla tuvumā, izmantojot konkrētus tīkla pieslēguma punktus.

Vēstulē norādīts uz atsevišķu mobilās balss telefonijas un fiksētās balss telefonijas regulāciju, paskaidrojot, ka Elektronisko sakaru likumā dotajā balss telefonijas pakalpojuma definīcijā ir iekļauti termini (pieslēguma punkts un galiekārtas), kas netieši norāda uz būtisku

atšķirību starp mobilajiem un fiksētajiem sakaru pakalpojumiem. Lai mobilie un fiksētie telekomunikāciju pakalpojumi būtu salīdzināmi, izmantojot pieejamās galiekārtas un pieslēguma punktus, būtu jāiegūst vienots rezultāts -balss telefonijas pakalpojums. Tomēr, kā Vēstulē norādījusi Tele2, tas nav iespējams, jo:

1. *galiekārtas* mobilajiem un fiksētajiem sakariem ir atšķirīgas, jo mobilie sakari tiek nodrošināti ar radioviļņu palīdzību, bet fiksētie vismaz līdz galalietotāja pieslēguma punktam tiek nodrošināti ar vadu palīdzību. Mobilo sakaru galiekārtas var izmantot dažādos mobilo sakaru operatoru tīklos, bet nav iespējams izmantot mobilo sakaru galiekārtas fiksēto sakaru operatoru tīklos un otrādi.

2. *pieslēguma punkts* mobilajiem un fiksētajiem sakariem ir praktiski nesalīdzināms termins. Fiksēto sakaru gadījumā lietotājam faktiski pastāv tikai viens pieslēguma punkts - vieta, kur galiekārta ir pievienota tīklam. Ja fiksētas galiekārtas lietotājs vēlas pievienoties tīklam citā pieslēguma punktā, tam nepieciešama pieslēguma punkta īpašnieka piekrišana vai arī jāreģistrē jauns pieslēguma punkts (jauns numurs). Savukārt, mobilie sakari nodrošina praktiski neierobežotu iespēju pieslēgties sakaru tīklam, vienīgais ierobežojošais faktors ir mobilā tīkla pārklājums.

Tele2 Vēstulē, t.sk., sniegusi detalizētus paskaidrojumus par cenu veidošanas principiem -pakalpojumu izmaksas, konkurence pakalpojumu tirgū un tirgus pieprasījums.

Ņemot vērā Vēstulē iepriekš minēto, Tele2 uzskata, ka Lattelekom 08.07.2004. vēstulē Konkurences padomei paustais viedoklis, ka atbilstoši Ministru kabineta noteikumos Nr.304 "Elektronisko sakaru likums" dotajām definīcijām mobilie balss telefonijas sakari un fiksētie balss telefonijas sakari uzskatāmi par identiskiem, ir nepamatots un balstīts uz spekulācijām par likumā lietoto sakaru pakalpojumu vispārināšanas augsto pakāpi, ignorējot šo atšķirīgo produktu (pakalpojumu) faktiskos sagatavošanas un praktiskos lietošanas apstākļus. Tele2 norādījusi, ka šāda divu būtiski atšķirīgu sakaru pakalpojumu salīdzināšana iedzīvotājiem var izraisīt nepatiesu priekšstatu par Tele2 sniegto mobilo telekomunikāciju pakalpojumu izdevīgumu. Tele2 Vēstulē uzsver, ka Lattelekom Reklāmā netiek salīdzināti fiksētās un mobilās balss telefonijas pakalpojumu tarifi, bet tieši Tele2 mobilo telekomunikāciju pakalpojumu tarifi, kas patērētājiem šāda atšķirīgu pakalpojumu negodīga salīdzinājuma rezultātā var izraisīt nepamatotu priekšstatu par it kā augstajām Tele2 pakalpojumu izmaksām, tādējādi radot zināmas priekšrocības SIA "Latvijas Mobilais Telefons", kas ir Lattelekom saistītais uzņēmums un mobilo telekomunikāciju tirgus galvenais konkurents.

Tele2 Vēstulei pievienota Latvijas Reklāmas asociācijas (turpmāk -LRA) 16.06.2004. vēstule Nr.09/EL, kurā LRA izteikusi viedokli par Iesniegumā norādīto Lattelekom Reklāmu.

Tele2 atbilstoši Konkurences padomes Biroja 16.08.2004. vēstulē Nr.9-1135 izteiktajam uzaicinājumam 19.08.2004. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.559/04/09/8 esošajiem pierādījumiem un norādīja, ka Tele2 viedoklis ir izteikts Tele2 04.08.2004. vēstulē Nr.1-1/1639.

Lattelekom atbilstoši Konkurences padomes Biroja 16.08.2004. vēstulē Nr.9-1134 izteiktajam uzaicinājumam 25.08.2004. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.559/04/09/8 esošajiem pierādījumiem un 03.09.2004. vēstulē Nr.16-2/09-795 (turpmāk - Lattelekom Vēstule) izteica viedokli par tiem.

Lattelekom Vēstulē norādījusi, ka nepiekrīt Tele2 Iesniegumā izteiktajam viedoklim, ka Lattelekom, t.sk., Reklāmā nav ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punkts, jo Tele2 Iesniegumā norādījusi uz atšķirībām un salīdzina elektronisko sakaru tīklus, kas, pirmkārt, nav viens un tas pats, kas prece vai pakalpojums, un otrkārt, nav saistīts ar sūdzības būtību -iespējamo Reklāmas likuma 9.panta pārkāpumu.

Vēstulē paskaidrots, ka visi elektronisko pakalpojumu sniedzēji, kuri nodrošina elektroniskos balss sakaru pakalpojumus Latvijas teritorijā, neatkarīgi no pakalpojumu nodrošināšanas tehnoloģijas, ir Lattelekom konkurenti.

Lattelekom norādījusi, ka fiksētie un mobilie elektronisko balss sakaru pakalpojumi ir balss pakalpojumi un tie ir paredzēti vienam mērķim - klientu sarunu nodrošināšanai. Abu pakalpojumu sniedzēju licences paredz nodrošināt elektronisko sakaru balss pakalpojumu sniegšanu klientam, neatkarīgi ne no tehnoloģijas, ne no elektronisko sakaru gala iekārtas. Ņemot vērā minēto, Lattelekom uzskata, ka Reklāma ir objektīva un tā salīdzina pakalpojumus, kas paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām un vieniem un tiem pašiem mērķiem - divu elektronisko sakaru lietotāju savstarpējām sarunām.

Vēstulē norādīts, ka ne vienmēr klienti veic sarunas starp fiksētā elektroniskā tīkla abonentu un mobilā elektroniskā tīkla abonentu un otrādi. Daudziem no iedzīvotājiem ir pieejami vienlaicīgi vairāki sakaru līdzekļi (fiksētais telefons mājā vai darbā un mobilā telefona pieslēgums). Sarunas bieži vien notiek fiksētā vietā - ofīsā, mājās, kur klientam vienlaicīgi ir pieejami vairāki iepriekšminētie sakaru veidi. Tādēļ Reklāma ir orientēta uz patērētāju, piedāvājot viņam izvēlēties lētāko un izdevīgāko saziņas veidu atkarībā no situācijas.

Lattelekom Vēstulē norādījusi, ka Latvijā pēc iestāšanās Eiropas Savienībā nozares likumdošana tiek mainīta un saskaņota ar Eiropas Savienības 2002./gada normatīvo bāzi (direktīvām), paskaidrojot, ka normatīvie akti, uz ko atsaucas Tele2, ir izdoti saskaņā ar likumu "Par telekomunikācijām", kas zaudējis spēku 01.05.2004. Ministru kabineta noteikumu Nr.304 "Elektronisko sakaru likums" Pārejas noteikumos noteikts, ka sešu mēnešu laikā no šo noteikumu spēkā stāšanās dienas Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (SPRK) nodrošina visu šajos noteikumos paredzēto noteikumu, kārtību, procedūru un metodiku izstrādāšanu. Līdz šo noteikumu, kārtību, procedūru un metodiku spēkā stāšanās dienai tiek piemēroti saskaņā ar likumu "Par telekomunikācijām" izdotie noteikumi, kārtības, procedūras un metodikas, ciktāl tie nav pretrunā ar šiem noteikumiem. Lattelekom norādījusi uz 07.03.2002. Direktīvas 2002/21/EK preambulas 5.pantu un 18.pantu, no kuriem secināms, ka tiks mainīta liela daļa no SPRK izdotajiem noteikumiem, uz ko atsaucas Tele2. Līdz ar to Lattelekom daļēji var piekrist Tele2 viedoklim par regulēšanas atšķirību, paskaidrojot, ka reklāma, pakalpojumi un pakalpojumu racionālas lietošanas ieradumi nav saistīti ar regulēšanu.

Vēstulē norādīts, ka pretēji Tele2 viedoklim, Lattelekom nesaskata būtisku atšķirību attiecībā uz Elektronisko sakaru likumā dotajām definīcijām par pieslēguma punktu un galiekārtām, paskaidrojot, ka praktiski gala iekārtu atšķirība un pieslēguma punkts nemaina pakalpojuma būtību - sarunu, kura tiek salīdzināta Reklāmā.

Lattelekom Vēstulē, t.sk., piekritusi arī Latvijas Reklāmas asociācijas paustajam viedoklim attiecībā uz cenu atspoguļojumu Reklāmā, kas nebija ar mērķi maldināt klientu. Lattelekom norādījusi, ka Reklāmā izmantoti patiesi tarifi un, ņemot vērā to, ka Latvijā klients ir izglītots un pārzina gan fiksēto, gan mobilo sakaru atšķirības, to izmantošanas specifiku un cenu atšķirības, Reklāma nevar veicināt klienta izvēli un ekonomisko rīcību par sliktu Tele2 un par labu Lattelekom.

Vienlaikus Lattelekom Vēstulē sniegusi paskaidrojumus par faktu, ka Reklāmā salīdzinātas tieši Tele2 pakalpojumu cenas, nevis SIA "Latvijas Mobilais telefons" (turpmāk - LMT) cenas. Kā norādījusi Tele2, LMT pakalpojumu cenas ir augstākas par Tele2 pakalpojumu cenām, un Tele2 sauklis visās reklāmās ir "Prieks par vislabāko cenu!" Veidojot Reklāmu, Lattelekom vēlējusies klientiem parādīt, ka Lattelekom vietējo sarunu tarifi ir visizdevīgākie par citiem izdevīgākajiem piedāvājumiem.

Iesniegumā norādītā Lattelekom izplatītā informācija par Lattelekom fiksēto un Tele2 mobilo sakaru pakalpojumu maksām, ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka Iesniegumā norādītās Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir Lattelekom. Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu*. Savukārt, Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem*.

Saskaņā ar Lattelekom sniegto informāciju, Reklāmas mērķauditorija ir jebkura vecuma lietotājs, kas izmanto elektronisko sakaru pakalpojumus. Lattelekom 08.07.2004. vēstules Nr.16-2/07-665 Pielikumā Nr.2 Pasūtījuma darba uzdevumā precizēts, ka [\*].

Lattelekom 08.07.2004. vēstulē Nr.16-2/07-665 un tās Pielikumā Nr.3 sniegtā informācija apstiprina, ka Reklāma tika izplatīta laika periodā no 2004.gada 4.jūnija līdz 2004.gada 16.jūnijam preses izdevumos "Diena" (04.06.2004., 07.06.2004., 09.06.2004., 14.06.2004. numuros), "Latvijas Avīze" (04.06.2004., 11.06.2004., 15.06.2004. numuros) un "Vestji Segodņa" (04.06.2004., 08.06.2004., 10.06.2004., 16.06.2004. numuros) visā Latvijas Republikas teritorijā.

Lattelekom Reklāmā salīdzinošā tabulā sniegta informācija par Lattelekom fiksēto sakaru balss telefonijas pakalpojuma maksas tarifiem un Tele2 mobilo sakaru balss telefonijas pakalpojumu maksas tarifiem, kvantitatīvi norādot, ka Lattelekom fiksēto sakaru pakalpojumu lietotāja maksa par 2 min. ilgu sarunu sastāda Ls 0,02; 5 min. -Ls 0,05; 20 min. -Ls 0,05; 1 h - Ls 0,05. Savukārt, Tele2 mobilo sakaru pakalpojuma lietotāja maksa par 2 min. ilgu sarunu sastāda Ls 0,16; 5 min.- Ls 0,40; 20 min. -Ls 1,60; 1 h -Ls 4,80. Minēto tabulu papildina sekojoša satura paziņojums: *"Brīvdienās un svētku dienās jāmaksā par Lattelekom vietējo sarunu tikai līdz brīdim, kad maksa par sarunu sasniedz 5 santīmus. Pārējā sarunas daļa ir bezmaksas. Informācija pa bezmaksas tālruni 800 80 40 vai www.lattelekom.lv"*. Reklāmas apakšējā daļā ietverta informācija: *"TELE2 tarifi norādīti, izmantojot TELE2 mājas lapā 25.05 publiski pieejamos datus. Par pamatu ņemti Starta tarifa sarunu tarifi pārējā laikā"*, un grafiski attēlota Lattelekom preču zīme.

Konkurences padome, pārbaudījusi Tele2 Iesniegumā norādītos faktus par to, ka mobilo un fiksēto sakaru pakalpojumi ir atšķirīgi gan pēc to izmantošanas specifikas, cenu veidošanas principiem un citiem rādītājiem, Tele2 04.08.2004. vēstulē Nr.1-1/1639 sniegtos skaidrojumus par mobilās balss telefonijas un fiksētās balss telefonijas atsevišķo normatīvo regulāciju, kā arī Lattelekom 03.09.2004. vēstulē Nr.16-2/09-795 norādītos paskaidrojumus par izmaiņām telekomunikāciju nozares likumdošanā, konstatē sekojošo.

Neskatoties uz to, ka balss telefonijas pakalpojumus var nodrošināt gan publiskajā fiksētajā, gan publiskajā mobilajā telefonu tīklā, Eiropas Savienībā un Latvijā elektronisko sakaru regulēšanas jomā publiskā fiksētā telefonu tīkla pakalpojumi un publiskā mobilā telefonu tīkla pakalpojumi tiek uzskatīti par atšķirīgiem pakalpojumiem, kas nav savstarpēji aizstājami.

Minēto apstiprina Eiropas Komisijas 13.10.1999. lēmumā lietā COMP/M.1439 - Telia/Telenor konstatētais, ka publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegtie pakalpojumi pagaidām nav savstarpēji aizvietojami ar publiskajā mobilajā telefonu tīklā sniegtajiem pakalpojumiem, uzsverot, ka mobilitāte ir galvenā atšķirība starp mobilajiem un fiksētajiem balss telefonijas pakalpojumiem.

Līdzīgu secinājumu ir devusi Eiropas Komisija, 11.02.2003. Rekomendācijā (turpmāk -EK 11.02.2003. Rekomendācija) *"Par preču un pakalpojumu tirgiem elektronisko komunikāciju sektorā, atzīstot ex ante regulējumu saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2002/21 EC Par vispārējo regulējošo ietvaru elektroniskajiem telekomunikāciju tīkliem un pakalpojumiem"* (Commission Recommendation "On Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex

*ante regulation to accordance with Directive 2002/21 EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services*”) atzīstot, ka publiskā mobilā telefonu tīkla balss telefonijas pakalpojuma lietotājiem pagaidām neapšaubāmi nav aizstājēja mobilo sakaru nodrošināšanas jomā. Kā galveno argumentu patērētāja izvēlei lietot publiskā mobilā telefonu tīkla balss telefonijas pakalpojumus Eiropas Komisija nosaukusi mobilitāti, t.i., mobilo sakaru lietotājam jebkurā laikā ir iespējams veikt/saņemt zvanus, kas, izmantojot publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto balss telefonijas pakalpojumu, ir iespējams tikai tad, ja konkrētā pakalpojuma lietotājs nepārtraukti atrodas tīkla pieslēguma punkta tuvumā. T.sk., EK 11.02.2003. Rekomendācijā norādījusi uz atšķirīgajiem publiskajā mobilajā telefonu tīklā un publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegtajiem balss telefonijas pakalpojumu tarifiem, kā arī uz īsziņām (SMS) kā atsevišķu publiskā mobilā telefonu tīkla piedāvāto papildus iespēju, jo, kā atzinusi Eiropas Komisija “pie noteiktiem apstākļiem SMS var tikt uzskatīta par mobilā zvana aizvietošanu”.

Ņemot vērā EK 11.02.2003. Rekomendācijā secināto, Konkurences padome atzīst par pamatotiem Tele2 04.08.2004. vēstulē Nr.1-1/1639 sniegtos skaidrojumus attiecībā uz balss telefonijas pakalpojumu atšķirīgo izmantošanas specifiku, papildus mobilitātei kā galvenajai atšķirībai starp publiskajā mobilajā telefonu tīklā un publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegtajiem balss telefonijas pakalpojumiem norādot uz attiecīgajā telefonu tīklā sniegtā balss telefonijas pakalpojuma atšķirīgajiem tarifiem. T.sk., Konkurences padome atzīst par pamatotu minētajā Tele2 vēstulē norādīto atsauci uz SPRK, kas arī atsevišķi nodala fiksētos un mobilos telekomunikāciju tīklus. Minēto faktiski apstiprina SPRK 03.12.2002. “Noteikumi par speciālām prasībām telekomunikāciju uzņēmumiem ar būtisku ietekmi tirgū”, no kā izriet, ka publiskajā fiksētajā telefonu tīklā un publiskajā mobilajā telefonu tīklā sniegtie balss telefonijas pakalpojumi iedalāmi divos atšķirīgos tirgos, SPRK 14.01.2004. apstiprinātās “Metodika balss telefonijas pakalpojumu kvalitātes pārbaudei publiskajā fiksētajā telekomunikāciju tīklā” un “Metodika balss telefonijas pakalpojumu kvalitātes pārbaudei publiskajā mobilajā telekomunikāciju tīklā”, kas norāda uz atšķirīgu metodiku elektronisko sakaru pārbaudei publiskajā fiksētajā un publiskajā mobilajā telefonu tīklā, kā arī SPRK atšķirīgā tarifu regulācija balss telefonijas pakalpojumu sniegšanas publiskajā fiksētajā/mobilajā telefonu tīklā jomā.

Vienlaikus Konkurences padome noraida Lattelekom 03.09.2004. vēstulē Nr.16-2/09-795 sniegtos skaidrojumus attiecībā uz telekomunikāciju nozares likumdošanas izmaiņām, Latvijai iestājoties Eiropas Savienībā, ņemot vērā to, ka gan SPRK izdotie, konkrēto nozari regulējošie noteikumi, uz ko pamatojusies Tele2 tās 04.08.2004. vēstulē Nr.1-1/1639, gan arī Ministru kabineta 15.04.2004. noteikumi Nr.304 “Elektronisko sakaru likums”, lēmuma pieņemšanas brīdī ir spēkā esoši normatīvie akti.

Konkurences padome savu vērtējumu fiksēto un mobilo telefonu tīklu sniegto balss telefonijas pakalpojumu jomā jau ir devusi 13.08.2002. lēmumā Nr.37 (Konkurences padomes 13.08.2002. lēmums Nr.37; “Latvijas Vēstnesis” Nr.124, 03.09.2002.), kurā, t.sk., secināts, ka publiskajā fiksētajā telefonu tīklā un publiskajā mobilajā telefonu tīklā ir atšķirīgi tarifi vietējām un iekšzemes sarunām; ka, neskatoties uz to, ka Latvijā novērojama zināma fiksēto balss pakalpojumu un mobilo balss pakalpojumu konverģence, lēmumā minētais neļauj atzīt, ka publiskā fiksētā telefonu tīkla operatora Lattelekom sniegtie balss telefonijas pakalpojumi varētu tikt uzskatīti par savstarpēji aizstājamiem ar publisko mobilo telefonu tīklu operatoru LMT un Tele2 sniegtajiem balss telefonijas pakalpojumiem; ka publiskā fiksētā telefonu tīkla balss pakalpojumiem piemīt visas publiskā mobilā telefonu tīkla balss pakalpojumu īpašības, bet nepiemīt tādas klientiem ļoti būtiskas īpašības kā pakalpojumu pieejamība klienta mobilitātes gadījumā un personālā adresācija, ievērojot ko publiskā mobilā telefonu tīkla pakalpojumi un publiskā fiksētā telefonu tīkla pakalpojumi nav savstarpēji aizvietojami u.c. Līdz ar to, ņemot vērā Konkurences padomes 13.08.2002. lēmumā Nr.37 norādītos faktiskos apstākļus, Konkurences padome konstatējusi, ka publiskā fiksētā telefonu tīkla operatora

Lattelekom sniegtie balss telefonijas pakalpojumi nav uzskatāmi par savstarpēji aizvietojamiem ar publisko mobilo telefonu tīklu operatoru LMT un Tele2 sniegtajiem balss telefonijas pakalpojumiem.

SIA "Tele 2" ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 15.11.1995. reģistrēta (reģ.Nr.000327285) uzņēmējsabiedrība, kuras galvenie darbības veidi ir telesakari u.c. statūtos paredzētā darbība.

SIA "Lattelekom SIA" ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 09.01.1992. reģistrēta (reģ.Nr.000305278) uzņēmējsabiedrība, kuras galvenie darbības veidi ir publiskā telekomunikāciju tīkla pārvaldīšana, attīstīšana un ekspluatācija; telekomunikāciju tīklu iznomāšana u.c. statūtos paredzētā darbība.

Ievērojot Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra sniegto informāciju un lietas dalībnieku argumentus, minētās uzņēmējsabiedrības sniedz elektronisko sakaru balss pakalpojumus Latvijas teritorijā. Ņemot vērā lietā Nr.559/04/09/8 noskaidrotos faktiskos apstākļus, jo sevišķi administratīvā procesa dalībnieku lietā sniegtos paskaidrojumus par konkurences attiecību pastāvēšanu starp elektronisko pakalpojumu sniedzējiem, kuri nodrošina balss telefonijas pakalpojumus, t.sk., Lattelekom un Tele2, un faktu, ka Lattelekom Reklāmā ir salīdzinājusi savu kā publiskā fiksētā telefonu tīkla operatora balss telefonijas pakalpojuma tarifu, to pretstatot Tele2 kā publiskā mobilā telefonu tīkla operatora balss telefonijas pakalpojuma tarifam, līdz ar to, faktiski atzīstot Tele2 sniegtos pakalpojumus par Lattelekom konkurējošiem pakalpojumiem, kā arī Reklāmas likuma 9.panta pirmajā daļā noteikto salīdzinošas reklāmas definīciju, salīdzinošās reklāmas definīcijā ietvertā norāde uz konkurentu vai tā piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem ir plaši tulkojama, ievērojot šī reklāmas veida specifiku, jēgu un mērķi, vien nosakot stingrus nosacījumus, kas attiecas uz pašu salīdzinājuma pieļaujamību.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta pirmo daļu *salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kurā izmantots salīdzinājums, kas tieši vai netieši norāda uz konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem.* Līdz ar to salīdzinājumam ar konkurenta precī vai pakalpojumu reklāmā jābūt tieši vai netieši identificējamam un kā tādām uztveramam patērētājam.

Šāda salīdzinošās reklāmas interpretācija atbilst Reklāmas likuma 9.pantā ietvertā tiesiskā regulējuma jēgai un mērķim un izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 1997.gada 6.oktobra Direktīvas 97/55/EK, ar ko groza Direktīvu 84/450/EEK par maldinošu reklāmu, lai tajā iekļautu salīdzinošo reklāmu (31997L0055, Directive 97/55/EC of European Parliament and of the Council of 6 October 1997 amending Directive 84/450/EEC concerning misleading advertising so as to include comparative advertising; Official Journal L 290, 23/10/1997 P.0018-0023), 1.panta 3.punkta, kas nosaka, ka "salīdzinošā reklāma" ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus.

Lattelekom Reklāmā izmantots tiešs salīdzinājums ar konkurenta, t.i., Tele2 (ko apstiprina Reklāmā izmantotais Tele2 nosaukums/preču zīme) piedāvātajiem balss telefonijas pakalpojumiem, kas izpaudās kā informācijas sniegšana par Lattelekom publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegto balss telefonijas pakalpojumu maksas tarifiem un Tele2 publiskajā mobilajā telefonu tīklā sniegto balss telefonijas pakalpojumu maksas tarifiem, tos vizuāli attēlojot salīdzinošā tabulā, ko papildina attiecīgs skaidrojums teksta formā.

Ņemot vērā minēto, Lattelekom Reklāma ir uzskatāma par salīdzinošu reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē. Minēto ir apstiprinājusi arī Lattelekom tās 08.07.2004. vēstulē Nr.16-2/07-665 un 03.09.2004. vēstulē Nr.16-2/09-795 sniegtajos paskaidrojumos.



Konkurences padome atzīst, ka Lattelekom, izplatot Reklāmu par Lattelekom fiksēto sakaru balss telefonijas pakalpojuma tarifiem un Tele2 mobilo sakaru balss telefonijas pakalpojuma tarifiem, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzāmās vispārīgās prasības, 4.panta otrās daļas 6.punktā un 9.panta trešās daļas 1.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzīto nosacījumu.

Reklāmas likuma 9.panta trešajā daļā ir noteikts, ka *salīdzinoša reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja ievēroti visi turpmāk minētie nosacījumi*. Līdz ar to minētā norma skaidri nosaka, ka salīdzinoša reklāma ir atļauta, ja ievēroti visi Reklāmas likuma 9.panta trešajā daļā no 1. līdz 7.punktam ietvertie nosacījumi, kas attiecināms arī uz konkrēto Reklāmu.

Atbilstoši Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktam *salīdzinošā reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja tā salīdzina preces vai pakalpojumus, kas paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem*.

Tele2 04.08.2004. vēstulē Nr.1-1/1639 norādījusi, ka Tele2 mobilo sakaru pakalpojumu tarifi un Lattelekom fiksēto sakaru pakalpojumu tarifi nav salīdzināmi lielumi, jo mobilo un fiksēto sakaru pakalpojumi ir atšķirīgi gan pēc to izmantošanas specifikas, gan pēc cenu veidošanas principiem, gan arī vairākiem citiem kritērijiem, tādējādi Tele2 uzskata, ka Lattelekom Reklāmā nav ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punkts.

Lattelekom 08.07.2004. vēstulē Nr.16-2/07-665 norādījusi, ka nepiekrīt Tele2 Iesniegumā izteiktajam viedoklim, ka fiksētie elektronisko sakaru pakalpojumi un mobilie elektronisko sakaru pakalpojumi to atšķirību dēļ nav salīdzināmi pakalpojumi, paskaidrojot, ka gan fiksētie, gan mobilie elektronisko sakaru pakalpojumi ir balss pakalpojumi un tie ir paredzēti vienam mērķim - klientu sakaru nodrošināšanai.

Iesniegumā norādītajā Reklāmā salīdzināti Lattelekom publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegtie balss telefonijas pakalpojumu tarifi ar Tele2 publiskajā mobilajā telefonu tīklā sniegtajiem balss telefonijas pakalpojumu tarifiem.

Lai preces vai pakalpojumus varētu uzskatīt par tādiem, kas paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punkta izpratnē, tām ne vienmēr ir jābūt identiskām precēm vai identiskiem pakalpojumiem, tomēr salīdzinātajām precēm vai salīdzinātajiem pakalpojumiem jāpiemīt vienlīdzīgām/identiskām funkcijām un no patērētāju viedokļa jābūt aizstājamām.

Konkurences padome uzskata, ka, izvērtējot Lattelekom Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktam, būtiski ir ņemt vērā patērētāja (līdz ar to reklāmas mērķauditorijas) vajadzības, kas nosaka patērētāja izvēli par labu vienam vai otram elektronisko sakaru operatoram.

Kā lēmumā iepriekš konstatēts, gan fiksētais, gan mobilais telekomunikāciju tīkls nodrošina balss telefonijas pakalpojumus, kas būtībā nozīmē sarunu reālā laika mērogā apmaiņu starp pakalpojuma lietotājiem. Tomēr Konkurences padome secina, ka minētās vajadzības apmierināšanai patērētājiem galvenais ir tas, ar ko katrā gadījumā ērtāk un izdevīgāk sazināties, nevis tas, ka abi elektronisko sakaru veidi (fiksētie, mobilie) piedāvā balss telefonijas pakalpojumus, kā to norādījusi Lattelekom 08.07.2004. vēstulē Nr.16-2/07-665 un 03.09.2004. vēstulē Nr.16-2/09-795. Izmantojot publiskā mobilā telefonu tīkla pakalpojumus, patērētāja neapšaubāma priekšrocība ir mobilitāte, t.i., pakalpojumu saņemšanas iespēja nav saistīta ar galiekārtas fiksētu pieslēguma punktu, kas padara mobilajā telefona tīklā sniegtos pakalpojumus pieejamākus, un kas ir galvenā atšķirība starp publiskajā mobilajā un publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegtajiem balss telefonijas pakalpojumiem. Līdz ar to Konkurences padome noraida Lattelekom 03.09.2004. vēstulē Nr.16-2/09-795 sniegtos paskaidrojumus attiecībā uz to, ka publiskā fiksētā/mobilā telefonu tīkla galiekārtas un pieslēguma punkti nenosaka būtisku atšķirību starp publiskajā mobilajā un publiskajā fiksētajā telefonu tīklā sniegtajiem balss telefonijas pakalpojumiem. Konkurences padome norāda, ka katram no elektronisko sakaru operatoru piedāvātajiem pakalpojumiem, kas tiek

sniegti, par pamatu izmantojot publisko mobilo vai publisko fiksēto telefonu tīklu, ir savas priekšrocības un savi trūkumi, kas nosaka minēto pakalpojumu atšķirības gan funkcionālajā, gan pakalpojumu aizstājamības ziņā.

Savukārt patērētāja mērķis, izvēloties lietot mobilos vai fiksētos elektroniskos sakarus, izriet no patērētāja vajadzībām, ar ko saprot nepieciešamību pēc kaut kā, un ko nosaka patērētāja vecums, amats, kultūras līmenis, pirkspēja un citi faktori. Iegādājoties preci/pakalpojumu, patērētāja izvēli par labu noteiktai precei/pakalpojumam, galvenokārt, nosaka patērētāja pārlicība par to, ka viņš ir iegādājies patiesi nepieciešamo preci/pakalpojumu un viņa vajadzība tiks apmierināta, turklāt ņemot vērā arī tādus preci/pakalpojumu raksturojošus kritērijus kā preces/pakalpojuma cena, preces/pakalpojuma kvalitāte, preces/pakalpojuma funkcionalitāte, preces/pakalpojuma pieejamība u.tml.

Konkrētajā gadījumā patērētāja vajadzības var būt gan sarunu apmaiņa (balss telefonija), gan arī piedāvāto papildus iespēju izmantošana. Publiskā fiksētā un publiskā mobilā telefona tīkla operatori piedāvā atšķirīgas papildus iespējas. Tā, piemēram, ja publiskajā fiksētajā telefona tīklā iespējams saņemt faksa, ISDN pieslēgumu, kā arī iezvanpieeju internetam u.c., tad tikai publiskajā mobilajā telefona tīklā sniegtie pakalpojumi papildus nodrošina tādu patērētāja vajadzību apmierināšanu kā iespēju sūtīt/saņemt īsziņas (SMS), iespēju tieši piekļūt internetam, neizmantojot citas blakus ierīces, iespēju veikt dažādas izklaides funkcijas (MMS, GPRS funkcijas, spēles u.c.) u.tml. Bez tam patērētāja vajadzību pēc mobilā telekomunikāciju veida var noteikt arī patērētāja vēlme lietot mobilo telefonu kā noteiktu mobilā telefona lietotāja imidžu veidojošu priekšmetu. Arī Lattelekom 08.07.2004. vēstulei Nr.16-2/07-665 pievienotajā Pasūtījuma darba uzdevumā attiecībā uz Lattelekom Reklāmas mērķauditoriju, t.sk., norādītais, ka [\*], būtībā apstiprina lēmumā iepriekš konstatēto, ka patērētāja izvēli lietot mobilā vai fiksētā sakaru operatora sniegtos pakalpojumus nosaka patērētāja konkrētās vajadzības. Ņemot vērā minēto, Konkurences padome secina, ka tādējādi balss telefonijas pakalpojums ir tikai viens no patērētāja vajadzību apmierināšanas veidiem, ko faktiski apstiprina apstākļi, ka ļoti bieži patērētāji paralēli fiksēto telekomunikāciju tīkla sniegtajiem pakalpojumiem izvēlas un lieto mobilo telekomunikāciju tīkla sniegtos pakalpojumus. Minēto ir apstiprinājusi arī Lattelekom, 08.07.2004. vēstulē Nr.16-2/07-665 un 03.09.2004. vēstulē Nr.16-2/09-795 norādot, ka daudzi Lattelekom elektronisko sakaru pakalpojumu lietotāji ir arī Tele2 elektronisko sakaru lietotāji, un ka patērētāji, kuriem ir pieejami vairāku elektronisko sakaru operatoru dažādi pakalpojumi (fiksētā līnija mājās, mobilais telefons, taksofons uz ielas), izvēlas vienam un tam pašam mērķim (piemēram, sarunai) lietot viņam izdevīgāko vai ērtāko elektronisko sakaru veidu.

Līdz ar to, vadoties no iepriekš minētā, Konkurences padome secina, neskatoties uz to, ka balss telefonijas pakalpojumus nodrošina kā publisko fiksēto, tā arī publisko mobilo telefonu tīkli, patērētājam būtiski ir atkarībā no konkrētajām vajadzībām saņemt pakalpojumus, neatkarīgi no fiksētas sasaistes ar konkrētu pieslēguma punktu, tādējādi neierobežojot vajadzības apmierināšanu telpā.

Ņemot vērā minēto, to, ka mobilo elektronisko un fiksēto elektronisko sakaru tīklu operatoru sniegtie balss telefonijas pakalpojumi, ievērojot iepriekš norādītos faktiskos apstākļus, nav savstarpēji aizstājami pakalpojumi, tie nav paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām, kā arī, ievērojot funkcionālo atšķirību, Konkurences padome atzīst, ka Lattelekom Reklāmā ietverot Lattelekom publiskajā fiksētajā telefona tīklā sniegto balss telefonijas pakalpojumu tarifu salīdzinājumu ar Tele2 publiskajā mobilajā telefona tīklā sniegto balss telefonijas pakalpojumu tarifu, nav ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītais nosacījums.

Konkurences padome norāda arī uz lietā Nr.559/04/09/8 esošo Latvijas Reklāmas asociācijas (turpmāk -LRA) viedokli, kurā skaidrots, ka LRA Lattelekom Reklāmā izmantoto salīdzinājumu uzskata par nekorektu gan no likuma, gan profesionālās ētikas viedokļa. LRA

norādījusi, ka Reklāmā salīdzināti fiksēto un mobilo telefonsakaru pakalpojumi, kas nav paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām un mērķiem, un tātad tie nav līdzvērtīgi. Tādējādi tiek pārkāpts Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punkts, kas šāda veida salīdzinājumu nepieļauj. Vienlaikus LRA norādījusi, ka Reklāmā pārkāpts arī Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodeksa 7.3.2.punkts, jo salīdzinājums nav veidots godprātīgi un rada mākslīgas priekšrocības reklamētajiem pakalpojumiem. Pamatojoties uz minētajām Reklāmas likuma un Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodeksa normām, LRA uzskata, ka Tele2 vārda un tarifu izmantojums šādā kontekstā nav pieļaujams.

Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteikts, ka reklāmā aizliegts izmantot cita uzņēmēja vārdu, uzvārdu, nosaukumu (firmu) vai citādu identificējošu apzīmējumu (arī preču zīmi) bez uzņēmēja piekrišanas. Saskaņā ar Reklāmas likuma 4.panta trešo daļu šā panta otrās daļas 6.un 7.punkta noteikumi neattiecas uz salīdzinošo reklāmu, ja tiek ievēroti šā likuma 9.panta noteikumi.

Konkurences padome, ņemot vērā to, ka Reklāmā nav ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītais nosacījums, atzīst, ka Lattelekom ir pārkāpusi Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteikto aizliegumu.

Ievērojot iepriekš konstatēto, Konkurences padome atzīst, ka Lattelekom Reklāma ir veidota pretēji godprātīgai reklāmas praksei un godīgas konkurences principiem, un tādējādi tā neatbilst Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā, kas nosaka, ka *“reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem”*, reklāmai izvirzītajām vispārīgām prasībām.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu Uzraudzības institūcija, konstatējot pārkāpumu, pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem. Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 4.punkts nosaka, ka Uzraudzības institūcija, konstatējot pārkāpumu, ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā pieprasa reklāmas atsaukumu. Šāda tiesiskā pienākuma uzlikšana ir saistīta ar mērķi novērst Reklāmas likuma noteikumiem neatbilstošas reklāmas sekas, kas šajā gadījumā var izpausties kā Lattelekom konkurenta, t.i., Tele2, tiesisko interešu aizskaršana, kā arī atturēt konkurentus no Reklāmas likuma pārkāpuma izdarīšanas.

Vadoties no lietderības apsvērumiem, nosakot Lattelekom uzliekamo tiesisko pienākumu, Konkurences padome ir ņēmusi vērā lietas Nr.559/04/09/8 apstākļus, lietas dalībnieku viedokļus par lietā esošajiem pierādījumiem, argumentus lietā, izvērtējusi Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, Reklāmas noformējumu, tās izplatīšanas ilgumu, apjomu, teritorijas robežas un izplatīšanas veidu, kā arī apstākli, ka ar tiesisko pienākumu pēc iespējas jāpanāk personas, kā arī visas sabiedrības tiesisko interešu aizsardzība reklāmas jomā, un tiesiskā pienākuma preventīvo funkciju.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto, un, pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 3.panta pirmo daļu, 9.panta pirmo daļu, 9.panta trešās daļas 1.punktu, 10.panta otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 4.punktu, 15.panta piekto, septīto daļu, 16.pantu un Administratīvā procesa likuma 66.pantu,

#### **nolēma:**

1. Atzīt, ka SIA "Lattelekom SIA", izplatot Reklāmu lēmumā norādītajā redakcijā, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzāmās vispārīgās prasības,

4.panta otrās daļas 6.punktā reklāmai noteikto aizliegumu un Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzīto nosacījumu.

2. Uzlikt par pienākumu SIA "Lattelekom SIA" 45 dienu laikā no šī lēmuma saņemšanas dienas patērētājiem saprotamā un viegli uztveramā veidā atsaukt Reklāmu. Reklāmas atsaukumu izplatīt vienu reizi tajos preses izdevumos, kuros Reklāma tika izplatīta, kā atsevišķu informācijas vienību:

"Atbilstoši Konkurences padomes 15.09.2004. lēmumam SIA "Lattelekom SIA" atsauc preses izdevumos "Diena" (04.06.2004., 07.06.2004., 09.06.2004., 14.06.2004. numuros), "Latvijas Avīze" (04.06.2004., 11.06.2004., 15.06.2004. numuros) un "Vestji Segodņa" (04.06.2004., 08.06.2004., 10.06.2004., 16.06.2004. numuros) publicēto reklāmu ar tajā ietvertu Lattelekom publiskajā fiksētajā telefonu tīklā un Tele2 publiskajā mobilajā telefonu tīklā sniegto balss telefonijas pakalpojumu tarifu salīdzinājumu, jo minētajā reklāmā salīdzināti pakalpojumi, kas nav paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām."

Par uzliktā tiesiskā pienākuma izpildi uzdot SIA "Lattelekom SIA" iesniegt pierādījumus Konkurences padomei 10 dienu laikā no Reklāmas atsaukuma izplatīšanas dienas.

Konkurences padomes lēmumu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad ieinteresētā persona uzzināja vai tai vajadzēja uzzināt par pieņemto lēmumu.

Priekšsēdētāja v.i.

T.Jefremova

[\*] -ierobežotas pieejamības informācija