



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 2

(Prot. Nr.1, 6.§)

2004.gada 7.janvārī

Par Reklāmas likuma pārkāpumu

Lieta Nr.800/03/09/11

Par SIA „Lattelekom SIA” 08.12.2003. iesniegumu Nr.02-10/161

Konkurences padome 11.12.2003. saņēma SIA „Lattelekom SIA” (turpmāk tekstā – Lattelekom) 08.12.2003. iesniegumu Nr.02-10/161 (turpmāk tekstā – Iesniegums) par a/s „Telekom Baltija” (turpmāk tekstā – Telekom Baltija) izplatīto reklāmas materiālu.

Iesniegumā norādīts, ka Lattelekom rīcībā ir nonācis reklāmas materiāls (turpmāk tekstā – Reklāma), kas tika izsūtīts lielai daļai Latvijas iedzīvotāju un uzņēmumu, kurā tiek reklamēti Telekom Baltija sniegtie telekomunikāciju pakalpojumi un to cenas. Reklāmas materiālā tiek pievienots arī Līguma par telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanu uz priekšapmaksas noteikumiem eksemplārs.

Iesniedzējs uzskata, ka Telekom Baltija Reklāma ir maldinoša, jo klientiem tiek sniegta maldinoša informācija gan par Lattelekom sniegto telekomunikāciju pakalpojumu cenu un tās aprēķināšanas veidu, gan paša telekomunikāciju pakalpojuma sniedzēja Telekom Baltija cenām.

Iesniegumā paskaidrots, ka Reklāmā, salīdzinot tarifus, Telekom Baltija ir sniegusi nepilnīgu un izkropļotu informāciju par Lattelekom sniegto pakalpojumu cenu sekojošu iemeslu dēļ: Reklāmā norādītā cena, kuru klients „maksā patreiz” un attiecas uz Lattelekom pakalpojumiem, ir atšķirīga no Lattelekom tarifos noteiktās cenas, kā arī cenās „patreiz Jūs maksājat” netiek izdalīti tarifi atkarībā no pakalpojumu izmantošanas laika, kuros cenas Lattelekom ir atšķirīgas; norādot pakalpojumu cenas, kuru klients maksās, izmantojot Telekom Baltija sniegtos pakalpojumus, tās sadalās atkarībā no pakalpojumu izmantošanas laika; norādot Telekom Baltija pakalpojumu cenas, tām pievienota zvaigznīte (*), kas norāda uz pievienotās vērtības nodokļa (PVN) iekļaušanu vai neiekļaušanu pakalpojuma cenā, bet norādot Lattelekom pakalpojumu cenu zvaigznītes (*) nav, kas arī klientu maldina par pakalpojuma īsto cenu.

Iesniedzējs uzskata, ka nepārprotami pirmais iespaids, redzot līdzās divas salīdzinoši atšķirīgās pakalpojuma cenas, atšķirības ir iespaidīgas – tieši tādas kā to Telekom Baltija norāda – trīs reizes mazākas!

Iesniedzējs uzskata, ka apgalvojums „Patreiz Jūs maksājat” ir maldinošs un nepatiess sekojošu iemeslu dēļ, jo Lattelekom saviem abonentiem piedāvā dažādas atlaides un tarifu plānus, kā piemēram: tarifu plāna „Aktīvie tarifi” lietotāji par sarunām uz viņu izvēlētu valsti maksā Ls 0.19 par sarunas minūti ar PVN; nedēļas nogalēs abonentu maksā Ls 0.19 par sarunas minūti ar PVN par sarunām ar valsti, uz kuru tiek rīkota akcija; „Sociālo tarifu” abonentu, kuri maksā citus (paaugstinātus) sarunu tarifus un kuriem saskaņā ar šā tarifu izvēles plāna noteikumiem citu „operatoru izvēles” pakalpojums nav pieejams; darba dienās no 20:00 līdz 07:00, ja starptautiskās sarunas ilgums ir lielāks par 4 minūtēm (240 sekundēm), par katru sarunas minūti, kas seko pēc ceturtais sarunas minūtes (sākot ar 241 sarunas sekundi), tiek piemērota 30 % atlaide no spēkā esošā taupības tarifa (atlaide netiek piemērota tarifu plānu „Aktīvie tarifi” un „Darījumu zvani” abonentiem).

Iesniedzējs norāda, ka salīdzinot Lattelekom tarifus ar Telekom Baltija tarifiem, kas tika pievienoti Iesniegumam pielikumos Nr.2. un Nr.3., ir uzskatāmi pamanāms tas, ka Telekom Baltija tarifi ir 3 vai vairākas reizes zemāki par Lattelekom tarifiem tikai ļoti šaurā laika periodā t.i. darba dienās no 07:00 rītā līdz 08:00 rītā sarunām ar Maskavu, Sanktpēterburgu (3 reizes) un Izraēlu (3.3 reizes).

Iesniedzējs uzskata, ka, ņemot vērā visu iepriekšminēto, Telekom Baltija ir apzināti pārkāpusi Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 2.punktu, Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 4.punktu un Konkurences likuma 18.panta otrās daļas 3.punktu.

Iesniedzējs lūdz Konkurences padomi izskatīt Telekom Baltija Reklāmas atbilstību Konkurences likuma, Reklāmas likuma un citu normatīvo aktu prasībām, kā arī saskaņā ar Reklāmas likuma 15.pantu pieprasīt reklāmas atsaukumu un administratīvi sodīt Telekom Baltija.

Konkurences padome, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, 19.12.2003. pieņēma lēmumu (prot. Nr.45., 15.§) pagarināt lietas Nr.800/03/09/11 izskatīšanas termiņu par desmit dienām.

Konkurences padome, ņemot vērā Iesniegumā norādīto un papildu iegūto informāciju:

konstatēja:

Konkurences padome 18.12.2003. saņēma Telekom Baltija 18.12.2003. vēstuli ar pielikumiem (turpmāk tekstā – Vēstule), kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes 12.12.2003. vēstulē Nr.9-1604 norādīto lūgumu sniegt informāciju, dokumentus, kā arī pierādījumus, kas apstiprinātu Reklāmā sniegtās informācijas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem. Vēstulē norādīts, ka Telekom Baltija ir Reklāmas devējs un apmaksātājs. Vēstulē paskaidrots, ka, pamatojoties uz 08.10.2003. līgumu Nr.310-2003-01 starp Telekom Baltija un SIA „San Rīga”, kas sniedz reklāmas pakalpojumus Telekom Baltija, tika realizēta Telekom Baltija telekomunikāciju pakalpojuma 198 reklāmas kampaņas organizācija. Vēstulē norādīts, ka, pamatojoties uz līgumiem, Reklāmas izplatītāji ir a/s „Diena”, ar kuru 02.09.2003. tika noslēgts līgums par reklāmas izdevumu izplatīšanu, un SIA „Media Bridge”, ar kuru 21.10.2003. tika noslēgts reklāmas apkalpošanas līgums Nr.MB 310/2003.

Vēstulē Telekom Baltija norāda, ka Reklāmas materiālu izplatīšana uzsākta 14.11.2003. un izplatīšana tika organizēta, izmantojot tiešo pastu. Reklāmas materiālu adresāti bija abonēšanas centra „Diena” pastāvīgie klienti un Elkor grupas atsevišķo veikalu tīklu apmeklētāji.

Vēstulē norādīts, ka Reklāmas idejas autors ir SIA „San Rīga” un Reklāmas mērķis ir populāri informēt Latvijas Republikas iedzīvotājus par telekomunikāciju tīkla operatora izvēles iespēju, kā arī popularizēt Telekom Baltija telekomunikāciju pakalpojumu 198 un Reklāmas uzdevums bija efektīvi izstāstīt par Telekom Baltija telekomunikāciju pakalpojuma

198 būtību un, ņemot vērā Latvijas iedzīvotāju mobilizācijas līmeni, popularizēt starptautiskās sarunas veikšanas izdevīgumu, izmantojot fiksētā tīkla pakalpojumus. Vēstulē paskaidrots, ka uz doto brīdi mūsu sabiedrībā pastāv uzskats, ka operatoru skaits Latvijā ir ierobežots un Telekom Baltija gribēja šo aplamo uzskatu apstrīdēt, t.sk., radīt interesi par Telekom Baltija telekomunikāciju pakalpojumiem, līdz ar to Telekom Baltija Reklāmas mērķauditorija nebija konkrēti noteikta, bet tika ņemta vērā sabiedrība kopumā.

Telekom Baltija Vēstulē paskaidro, ka, izgatavojot Reklāmu, tika ņemti vērā Latvijas publisko tīklu operatoru tarifi attiecīgajiem virzieniem. Telekom Baltija norāda, ka Latvijas publisko tīklu operatoru tarifi starptautiskajām tālsarunām ir brīvi pieejami gan sazinoties ar attiecīgā operatora informācijas dienestiem, gan Internet tīklā. Telekom Baltija tālāk paskaidro, ka Reklāmā ietvertajā salīdzinājumā tika izmantotas publisko tīklu operatoru ar būtisko ietekmi starptautisko tālsarunu vidējās cenas. Telekom Baltija Vēstulei pievienoja publisko tīklu operatoru ar būtisko ietekmi (pēc Telekom Baltija uzskatiem) SIA „Latvijas Mobilais Telefons”, SIA „Tele 2”, SIA „Lattelekom SIA” starptautisko sarunu tarifu izdrukas no mājas lapām, kā arī SIA „Zetkom” (Amigo karte) kā operatora bez būtiskās ietekmes tirgū starptautisko sarunu tarifus. Izdrukās Telekom Baltija atsevišķi atzīmēja virzienus, kuri tika norādīti Reklāmā. Vēstulē tika norādīti SIA „Lattelekom SIA” konkrētie starptautiskie sarunu tarifi, kas tika iegūti zvanot uz klientu apkalpošanas dienestu 808040.

Telekom Baltija un Lattelekom viens no darbības virzieniem ir starptautisko tālsarunu pakalpojumu sniegšana publiskajā fiksētajā telekomunikāciju tīklā. Ņemot vērā minēto, Telekom Baltija un Lattelekom konkurē starptautisko tālsarunu pakalpojumu sniegšana tirgū publiskajā fiksētajā telekomunikāciju tīklā un tādējādi Konkurences likuma 1.panta 7.punkta izpratnē ir uzskatāmas par konkurentiem.

Telekom Baltija sniegtā informācija par telekomunikāciju pakalpojumu 198, ņemot vērā tās saturu, izplatīšanas un pasniegšanas veidu un mērķi, saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu uzskatāma par reklāmu. Iesniegumā norādītās konkrētās Telekom Baltija darbības uzskatāmas par darbībām reklāmas jomā, līdz ar to Iesniegumā norādīto apstākļu izvērtējumam un lēmuma pieņemšanā piemērojamas Reklāmas likumā noteiktas materiālās un procesuālās tiesību normas, ierobežojot Konkurences likuma 18.pantā noteiktā negodīgas konkurences aizlieguma kā vispārējās tiesību normas attiecināšanu uz konkrētajām Telekom Baltija darbībām, izplatot Iesniegumā norādīto Reklāmu. Konkurences padome 23.12.2003. vēstulē Nr.9 – 1650 informēja SIA „Lattelekom SIA” par Konkurences padomes pieņemto lēmumu izvērtēt a/s „Telekom Baltija” Iesniegumā norādītās darbības atbilstoši Reklāmas likuma procesuālajām un materiālajām normām, ierobežojot Konkurences likuma 18.panta kā vispārējās normas attiecināšanu uz iespējamo pārkāpumu a/s „Telekom Baltija” darbībās.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka Iesniegumā izplatītās informācijas par telekomunikāciju pakalpojumu 198 Reklāmas devējs ir Telekom Baltija. Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu un ievērojot Reklāmas likuma 10.panta trešajā daļā noteikto reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu un reklāmas atbilstību Reklāmas likuma normām.

Telekom Baltija 23.12.2003. tikšanās laikā ar Konkurences padomes pārstāvjiem (23.12.2003. sarunu protokols), kas tika organizēta ar mērķi iegūt papildu informāciju lietā, norādīja, ka Reklāma tika izplatīta Rīgas teritorijā, bet dažos gadījumos arī ārpus Rīgas teritorijas. Telekom Baltija norādīja, ka Reklāma tika izplatīta abonēšanas centra „Diena” klientiem 100 000 eksemplāru apjomā trīs nedēļu laikā no 2003.gada 14.novembra, izmantojot tiešo pastu, kā arī Elkor grupas tirdzniecības vietās.

Telekom Baltija Reklāmā ietverta informācija gan latviešu valodā, gan krievu valodā par Telekom Baltija piedāvātajiem starptautisko tālsarunu pakalpojumiem. Reklāmas augšējā daļā ietverts uzraksts „Uzkarsē līniju! 3x lētākas tālsarunas”. Tālāk seko teksta daļa, kurā

norādīts „**Godātais klient!** Akciju sabiedrība Telekom Baltija piedāvā starptautisko pakalpojumus no fiksētajām tālruņu līnijām, izmantojot pieejas kodu 198.” Tālāk tekstā seko sekojoša informācija: „**Izmantojot pieejas kodu 198, starptautiskās tālsarunas ir pat trīsreiz lētākas!** Lai kļūtu par Telekom Baltija klientu, Jums ir jāreģistrē savs fiksētais tālruņa numurs, ierakstot to līgumā. Telekom Baltija klientiem pilnībā saglabājas viņu noslēgtie līgumi par Lattelekom pakalpojumu izmantošanu. Aizpildiet, parakstiet un nosūtiet mums līguma pirmo eksemplāru (apmaksātas atbildes aploksne ir pievienota līgumam). Pēc tam, kad būsim saņēmuši Jūsu aizpildīto un parakstīto līguma eksemplāru, 24 stundu laikā varēsiet sākt izmantot Telekom Baltija pakalpojumus. Vienlaikus Jūsu abonenta kontā tiks ieskaitīta Telekom Baltija vienreizēja dāvana – starptautiskās sarunas Ls 3 vērtībā. Tālāk Reklāmā izvietota sekojoša informācija: „**Lai zvanītu no sava reģistrēta fiksētā tālruņa numura, Jums jāuzgriež: 198 + 00 + valsts kods + pilsētas kods + izsaukamā abonenta numurs**”.

Tālāk tekstā ir ietverta sekojoša tabula:

Valsts/pilsēta	Patreiz maksājat Jūs	Izmantojot Telekom Baltija pakalpojumus 8.00 – 20.00*	Izmantojot Telekom Baltija pakalpojumus 20.00 – 8.00*
ASV	0,35 Ls	0,17 Ls	0,15 Ls
Vācija	0,35 Ls	0,17 Ls	0,15 Ls
Izraēla	0,50 Ls	0,17 Ls	0,15 Ls
Maskava	0,45 Ls	0,17 Ls	0,15 Ls
Sanktpēterburga	0,45 Ls	0,17 Ls	0,15 Ls

* bez PVN ar bonusu 5% (Rīga, Rīgas rajons)

Tālāk Reklāmā patērētājs tiek informēts par divām iespējām papildināt personīgo kontu – ieskaitot Telekom Baltija norēķinu kontā nepieciešamo summu un saņemot papildus 5% no pārskaitītās summas vai iegādājoties Interkarti 198, piezvanot uz norādīto numuru un sekojot balss instrukcijām, papildinot kontu.

Reklāmas apakšējā daļā patērētājs tiek informēts par vietām, kur iespējams saņemt līgumus, kā arī iegādāties Interkarti. Teksta nobeiguma daļā tiek norādīti bezmaksas informācijas avoti – attiecīgs tālruņa numurs un Internet lapa.

Reklāmai klāt pievienots Līguma par telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanu uz priekšapmaksas noteikumiem eksemplārs.

Konkurences padome, izvērtējot Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, tās noformējumu, uzskata, ka Reklāma, ievērojot tās tekstuālajā daļā, kas vērsta uz Telekom Baltija piedāvāto telekomunikāciju pakalpojuma 198 popularizēšanu, ietverto informāciju, nepārprotami ir adresēta fiksētā tālruņa esošajam abonentam. Minēto apstiprina sekojoši Reklāmā ietvertie paziņojumi: Telekom Baltija piedāvā starptautiskos sakaru pakalpojumus no fiksētajām tālruņu līnijām, izmantojot pieejas kodu 198; Reklāmā konkrēti norādīts, ka, lai kļūtu par Telekom Baltija klientu, ir jāreģistrē savs fiksētais tālruņa numurs; tāpat Reklāmā norādīts, ka patērētājam, lai saņemtu reklamēto pakalpojumu, izmantojot kodu 198, ir jāzvana no reģistrēta fiksētā tālruņa numura; turklāt reklamētie starptautiskie pakalpojumi, izmantojot kodu 198, nav pieejami mobilo telefonu lietotājiem; Reklāmai klāt pievienots līguma eksemplārs par telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanu uz priekšapmaksas noteikumiem, kur vienā no ailēm, ko aizpilda potenciālais klients, ir jānorāda pakalpojuma pieslēguma tālruņa numurs fiksētajā telekomunikāciju tīklā. Ņemot vērā Reklāmā vienlaikus sniegto paziņojumu, ka „Telekom Baltija klientiem pilnībā saglabājas viņu noslēgtie līgumi par

Lattelekom pakalpojumu izmantošanu”, Reklāmas tabulas iedaļā „Patreiz Jūs maksājat” norādītās cenas patērētājs var uztvert kā Lattelekom piedāvāto konkrēto starptautisko tālsarunu esošās cenas. Telekom Baltija 18.12.2003. vēstulē uz Konkurences padomes pieprasīto informāciju, kā arī 06.01.2004. paskaidrojumos par lietā Nr.800/03/09/11 par SIA „Lattelekom SIA” 08.12.2003. iesniegumu esošajiem pierādījumiem par Reklāmas tabulā ietvertajā cenu salīdzinājumā sadaļā „Patreiz Jūs maksājat” izmantotās cenas veidošanu kā vienīgo publisko telekomunikāciju tīkla operatoru, kas sniedz telekomunikāciju pakalpojumus publiski fiksētajā telekomunikāciju tīklā, ir norādījis SIA „Lattelekom SIA”.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta pirmajā daļā doto definīciju 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 jēdziena 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.

Nemot vērā minēto, Telekom Baltija Reklāma ir uzskatāma par salīdzinošu reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē.

Konkurences padome uzskata, ka Telekom Baltija, izplatot Reklāmu par starptautiskajiem sakaru pakalpojumiem, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzītās vispārīgās prasības un Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītos nosacījumus.

Atbilstoši Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktam salīdzinoša reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja „tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākus attiecīgo preču vai pakalpojumu materiālās, saistītās, pārbaudāmās un raksturīgās pazīmes”.

Telekom Baltija Reklāmā ietvertajā tabulā norāda Telekom Baltija pakalpojumu cenas atkarībā no laika, kad tiek veikta saruna, un proti, Reklāmā norādītās pakalpojumu cenas laika posmā no 8.00 – 20.00, kā arī laika posmā no 20.00 – 8.00, savukārt sadaļā „Patreiz Jūs maksājat” norādīta tikai viena cena, neizdalot atsevišķi pakalpojumu cenu atkarībā no laika posma, kad tiek veikta tālsaruna. Tāpat tabulas iedaļā Telekom Baltija pakalpojumu cenas ir uzrādītas bez pievienotās vērtības nodokļa (PVN), savukārt iedaļā „Patreiz Jūs maksājat” pēc Telekom Baltija pārstāvju sniegtās informācijas (24.12.2003. sarunu protokols) cenas tiek norādītas ar PVN. Telekom Baltija potenciālajam klientam norāda starptautisko tālsarunu visizdevīgāko tarifu, kur cena tiek norādīta ar 5% bonusu, ko var saņemt tikai tad, ja klients papildina savu personīgo kontu, ieskaitot Telekom Baltija norēķinu kontā nepieciešamo priekšapmaksas summu. Telekom Baltija, norādot cenu Reklāmā ietvertās tabulas sadaļā „Patreiz Jūs maksājat”, nav ņēmusi vērā SIA „Lattelekom SIA” piedāvāto tarifu plānu atšķirības („Sociālie tarifi”, „Pamata tarifi”, „Aktīvie tarifi”, „Zvans draugam”, „Darījumu zvani „Starptautiskais un mobilais””) un citus nosacījumus Lattelekom piedāvātajiem starptautiskajiem tālsarunu tarifiem.

Telekom Baltija Vēstulē un 24. 12.2003. tikšanās laikā norādītais arguments, ka iedaļā „Patreiz Jūs maksājat” ir norādītas publisko telekomunikāciju tīklu operatoru (SIA „Latvijas Mobilais Telefons”, SIA „Tele 2”, SIA „Lattelekom SIA”, SIA „Zetkom”) vidējās tarifa cenas, ir uzskatāms par nekorektu un noraidāmu, kā arī šāds salīdzinājums ir neatbilstošs Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītiem

nosacījumiem, jo, pirmkārt, ņemot vērā iepriekš norādīto, Reklāma adresēta fiksēto tālrunu abonentiem un Reklāmas tabulas iedaļā „Patreiz Jūs maksājat” norādītās cenas kopsakarā ar Reklāmas kopējo saturu patērētājam uztveramas tieši kā Lattelekom piedāvāto starptautisko tālrunu cenas, otrkārt, izvēloties konkrēto telekomunikāciju operatoru, sev nepieciešamo un atbilstošo tarifu plānu ar konkrētām cenām, vidējais patērētājs neidentificē visu publisko telekomunikāciju operatoru vai publisko telekomunikāciju operatoru ar būtisku ietekmi tirgū vidējo tarifu visās tarifu grupās, treškārt, Telekom Baltija Reklāmas tabulas sadaļā „Patreiz Jūs maksājat” nav norādīts, ka tas ir vidējais tarifs, ceturtkārt, Telekom Baltija, norādot sava piedāvātā pakalpojuma cenas, nav norādījis tās sniegto pakalpojumu vidējo tarifu. Šādi veidots salīdzinājums objektīvi neatbilst patieso situāciju attiecībā uz konkurenta piedāvāto pakalpojumu cenu. Salīdzinājumā būtiski ir informēt patērētāju par sava pakalpojuma priekšrocībām attiecībā pret konkurenta piedāvājumiem, objektīvi salīdzinot pastāvošas, nozīmīgas un pierādāmas pakalpojuma pazīmes, kas attiecas arī uz pakalpojuma cenu, patērētājiem skaidri un nepārprotami uztveramā veidā.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu un Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā noteikto kā obligāts nosacījums reklāmai, t.sk., salīdzinošai reklāmai ir izvirzītais objektivitātes un patiesuma kritērijs, kas, ņemot vērā minēto, Reklāmā nav ievērots.

Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikts, ka „reklāma veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi”. Ņemot vērā Reklāmas kopējo saturu Reklāmas salīdzinājums veidots pretēji godīgas konkurences principiem.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta otro daļu „Maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam”.

Konkurences padome uzskata, ka Telekom Baltija Reklāma nav atzīstama par maldinošu reklāmu Reklāmas likuma 8.panta otrās daļas izpratnē. Arguments ir pamatojams ar sekojošiem apsvērumiem: saskaņā ar Eiropas Justīcijas tiesas 2000.gada 13.janvāra spriedumu lietā Nr.C-220/98 (Estee Lauder v.Lancaster group) „vidējais patērētājs” ir saprātīgi piesardzīga, labi informēta, uzmanīga un vērtīga persona. Minētā definīcija, jo sevišķi piemērojama attiecībā uz patērētāju, kuram ir adresēta reklāma attiecībā uz pakalpojuma cenu un ja pretēji ierastajam tiek piedāvāts jauns pakalpojums. Reklāma esošam fiksētā telefona abonentam, piedāvā jaunu telekomunikāciju pakalpojumu (pakalpojums 198), saglabājot līgumu ar Lattelekom. Vidusmēra patērētājs, iepazīstoties ar Reklāmā sniegto informāciju, pirms nolems izdarīt izvēli un uzņemties noteiktas saistības, t.i., noslēgt līgumu par jaunu, pretēji ierastajam, pakalpojuma saņemšanu, iegūs un rūpīgi izvērtēs pieejamo izvēles izdarīšanai nepieciešamo informāciju, t.sk., kas attiecas uz konkrēta pakalpojuma priekšrocībām. Tādējādi Konkurences padome secina, ka, Reklāmā sekojoši norādītie paziņojumi „3x lētākas tālrunas” un „(..) starptautiskās tālrunas ir pat trīsreiz lētākas”, ņemot vērā Telekom Baltija un Lattelekom iesniegtos lietā Nr.800/03/09/11 esošos starptautisko tālrunu salīdzināmos tarifus, to ka vidusmēra patērētājs pirms izvēles izdarīšanas pārbaudīs reāli apzināmo būtisko informāciju, kas attiecas uz pakalpojuma cenām (tarifiem un citiem maksājumiem), neietekmēs personas ekonomisko rīcību.

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 3.punkts nosaka, ka Uzraudzības institūcija, konstatējot pārkāpumu, ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā aizliedz reklāmas izplatīšanu. Konkurences padome, izvērtējot Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, Reklāmas noformējumu, tās izplatīšanas ilgumu, apjomu, teritorijas robežas un izplatīšanas veidu, vadoties no Ministru kabineta noteikumu Nr.154 „Administratīvo aktu procesa noteikumu” 62.punktā noteiktiem lietderības apsvērumiem, uzskata par samērīgu un pamatotu

noteikt tiesisko pienākumu aizliegt turpmāku starptautisko tālsarunu pakalpojumu 198 Reklāmu lēmumā minētajā redakcijā.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos argumentus, lietas dalībnieku viedokli par lietā Nr.800/03/09/11 esošajiem pierādījumiem, Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, tās izplatīšanas ilgumu, apjomu, teritorijas robežas, pamatojoties uz Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 8.panta otro daļu, 9.panta pirmo daļu, trešās daļas 2.punktu, 10.panta otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 3.punktu, 15.panta piekto daļu, 15.panta septīto daļu, Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 5.punktu, un Ministru kabineta 13.06.1995. noteikumu Nr.154 „Administratīvo aktu procesa noteikumu” 62.punktu,

nolēma:

1. Atzīt, ka a/s „Telekom Baltija”, izplatot starptautisko tālsarunu pakalpojumu 198 konkrēto Reklāmu, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzāmas vispārīgās prasības un Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktā salīdzinošai reklāmai izvirzītos nosacījumus.
2. Aizliegt a/s „Telekom Baltija” turpmāk izplatīt starptautisko tālsarunu pakalpojumu 198 Reklāmu lēmumā minētajā redakcijā.

Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Rīgas pilsētas Centra rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad ieinteresētā persona uzzināja vai tai vajadzēja uzzināt par pieņemto lēmumu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu, Civilprocesa likuma Pārejas noteikumu 1.punktu un LR Civilprocesa kodeksa 24-A nodaļu.

Priekšsēdētājs

P.Vilks