



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 77

(Prot. Nr.65, 2.§)

2004.gada 17.novembrī

Par lietas izpētes izbeigšanu

Lieta Nr.720/04/09/11

Par SIA „Telīa MultiCom Dati” 20.08.2004. iesniegumu Nr.04-331/04

Konkurences padome 27.08.2004. saņēma SIA „Telīa MultiCom Dati” 20.08.2004. iesniegumu Nr.04-331/04 (turpmāk – Iesniegums), kurā norādīts, ka 2004.gada 4.augustā laikrakstā „Diena” tika publicēta Apollo reklāma ar nosaukumu „Novērtē cenu” (turpmāk – Reklāma), kas reklamē Apollo interneta pieslēgumu. Iesniedzējs uzskata, ka Reklāma uzskatāma par salīdzinošu reklāmu atbilstoši 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 salīdzinošu reklāmu, 1.pantā noteiktajam, kur salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus.

Iesniedzējs uzskata, ka Reklāma identificē SIA „Telīa MultiCom Dati”, jo tikai SIA „Telīa MultiCom Dati” sniegto interneta pakalpojumu cena mēnesī ir Ls 3.95 (XS tarifu grupa) un modema īres maksa ir Ls 3.00 mēnesī. Norāda, ka atbilstoši Reklāmā ietvertai informācijai attiecībā uz interneta pakalpojumiem kopumā ir iespējami sekojoši maksājumi: 1) pieslēguma maksa (vienreizējs maksājums); 2) abonēšanas maksa (ikmēneša maksājums); 3) modema īre (ikmēneša maksājums).

Iesniedzējs norāda, ka Reklāmā paustais apgalvojums „Īstenībā jums nāksies maksāt vēl arī par pieslēgumu (apmēram Ls 20) un modema īri (apmēram Ls 3 mēnesī), kopā gandrīz Ls 30” ir nepareizs. Uzskata, ka Reklāmas devējs apzināti maldina patērētāju, jo aprēķinā tiek summēts ikmēneša maksājums kopā ar vienreizējo maksu par pieslēgumu, tādējādi radot nepareizu un maldinošu gala rezultātu par interneta ikmēneša abonēšanas maksājumu apjomu. Norāda, ka, veicot korektu aprēķinu par ikmēneša maksājumiem, Reklāmā būtu jābūt: abonēšanas maksa Ls 3.95 + modema īres maksa Ls 3 = kopā Ls 6.95 mēnesī, līdz ar to Reklāmā norādītais apgalvojums „kopā gandrīz Ls 30) uzskatāms par nepatiesu. Uzskata, ka nav pamata summēt interneta abonēšanas maksu ar modema īres maksu, jo SIA „Telīa MultiCom Dati” piedāvā klientiem arī modema iegādes iespēju, līdz ar to nepastāv modema ikmēneša īres maksājums.

Iesniegumā norādīts, ka Reklāmas apakšējās daļas norādītajā tekstā, kas sniedz „solījumu” par Apollo pakalpojumu, analogiski Reklāmas augšējā daļā norādītajam „brīdinājumam”, abonēšanas maksa (sākot no Ls 9 mēnesī) tiek nodalīta no DSL termināļa īres maksas (Ls 2.54 mēnesī), līdz ar to Reklāmā nekur neuzrādot kopējo abonēšanas maksu mēnesī par Apollo interneta pakalpojumiem, šajā gadījumā – Ls 11.54 (interneta abonēšanas maksa mēnesī + DSL termināļa īres maksa mēnesī).

SIA „Telia MultiCom Dati” uzskata, ka sniegtais aprēķins nav korekts un vērtējams kā maldinoša reklāma, kas var izraisīt situāciju, kad patērētājs pieņem sev kaitīgu lēmumu, iegādājoties preces vai izmantojot pakalpojumus. Uzskata, ka Reklāmas devējs izmanto patērētāju uzticēšanos un pieredzes vai zināšanu trūkumu, tādējādi apzināti maldinot patērētāju. Norāda, ka Reklāma maldina patērētāju un aplami salīdzina Apollo piedāvāto interneta pakalpojumu cenas ar SIA „Telia MultiCom Dati” interneta pakalpojumu cenām.

SIA „Telia MultiCom Dati” lūdz Konkurences padomi izvērtēt Apollo interneta Reklāmu, pieprasīt informāciju par to, kad un kuros masu medijos tika publicēta Reklāma, veikt iespējamo Reklāmas likuma pārkāpuma izmeklēšanu, kā arī aizliegt turpmāku Reklāmas izplatīšanu un pieprasīt Reklāmas atsaukumu.

Konkurences padome, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, 13.10.2004. pieņēma lēmumu (Prot. Nr.57, 3.§) pagarināt Reklāmas izvērtēšanas termiņu lietā Nr.720/04/09/11 uz laiku līdz 2004.gada 25.novembrim.

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

konstatēja:

Konkurences padome 17.09.2004. saņēma SIA „Telia MultiCom Dati” 16.09.2004. atbildes vēstuli Nr.14-122/04 uz Konkurences padomes Biroja pieprasīto informāciju. Norāda, ka SIA „Telia MultiCom Dati” piedāvā XS tarifu grupu par cenu Ls 3.95 no 2004.gada 4.aprīļa un neviens cits interneta operators nepiedāvā interneta pakalpojumu abonēšanas maksu par Ls 3.95.

SIA „Telia MultiCom Dati” uzskata, ka Reklāma rada nepareizu un maldinošu priekšstatu patērētājiem, jo tajā nav norādīts, ka pieslēguma maksa ir vienreizējs maksājums, bet modema īre ir ikmēneša maksājums, un skaitot kopā šīs summas tiek iegūts Reklāmā norādītais „Istenībā jums nāksies maksāt vēl par pieslēgumu (apmēram Ls 20) un modema īri (apmēram Ls 3), kopā – gandrīz Ls 30”. Norāda, ka šis apgalvojums rada maldīgu priekšstatu par patieso pakalpojuma cenu patērētājam, kuram vēl nav interneta pieslēguma un kas vēl nav izvēlējis konkrētu interneta pakalpojumu sniedzēju. Uzskata, ka patērētājam, visticamāk, nav izprotams, ka pieslēguma maksa ir vienreizējs maksājums, bet abonēšanas maksa un modema īre ir ikmēneša maksājums.

Atbildes vēstulē norādīts, ka Reklāma var kaitēt SIA „Telia MultiCom Dati”, jo patērētājs izpētot tirgū pieejamo informāciju par interneta pakalpojumiem un tā cenām var identificēt Apollo Reklāmā sniegto salīdzinājumu ar SIA „Telia MultiCom Dati” sniegtajiem pakalpojumiem. Paskaidro, ka, veicot korektu aprēķinu par ikmēneša SIA „Telia MultiCom Dati” nepieciešamajiem maksājumiem par interneta pakalpojumiem, Reklāmā kā salīdzinājumā būtu jābūt – abonēšanas maksa Ls 3,95 + modema īres maksa Ls 3 = kopā Ls 6,95 mēnesī.

SIA „Telia MultiCom Dati” uzskata, ka Reklāma, maldinot patērētāju, var ietekmēt tā ekonomisko rīcību, kā arī Reklāma kaitē konkurentam – SIA „Telia MultiCom Dati”.

Konkurences padome 01.10.2004. saņēma SIA „Lattelekom SIA” 30.09.2004. atbildes vēstuli Nr.16-2/09-923 *Par informācijas sniegšanu lietā sakarā ar SIA „Telia MultiComa Dati” 20.08.2004. iesniegumu* (turpmāk – Vēstule). Vēstulē norādīts, ka Lattelekom izplatītajā Reklāmā nav vārdiskas (tiešas) norādes uz konkrētu konkurentu vai konkurenta piedāvātām precēm, t.sk., nav norādes uz SIA „Telia MultiCom Dati”, ne uz tās piedāvātajām precēm, jo, pirmkārt, interneta pakalpojumu tirgū darbojas daudzi pakalpojumu sniedzēji, otrkārt, šajā tirgū kāds no dalībniekiem lielā tirgus dalībnieku skaita dēļ nav tik atpazīstams vai dominējošs, lai patērētājs katru vispārīgu atsauci uz interneta pakalpojumu sniedzēju vai interneta pakalpojuma cenu identificētu ar konkrētu interneta pakalpojumu sniedzēju, treškārt, cenas Ls 3.95, Ls 3.00, Ls 20.00 ir izvēlētas nejauši, bet vienīgais izvēles priekšnoteikums ir, ka šādas cenas asociējas ar patērētājam pieejama pakalpojuma cenām, kā arī šādas cenas saviem pakalpojumiem norāda daudzi interneta pakalpojumu sniedzēji. Pamatojoties uz minēto, uzskata, ka Reklāma nevar tikt uzskatīta par salīdzinošo reklāmu, jo tajā nav saskatāmas Reklāmas likuma 9.panta pirmajā daļā norādītās salīdzinošās reklāmas pazīmes – tā ne tieši, ne netieši nenorāda ne uz vienu konkurentu, t.sk., uz SIA „Telia MultiCom Dati”.

SIA „Lattelekom SIA” norāda, ka Reklāmas mērķis bija informēt patērētājus, pievēršot viņu uzmanību interneta pakalpojumu cenām un to veidošanas mehānismam, par kuru sabiedrība ir maz informēta. Reklāma tika veidota, lai patērētājs netiktu maldināts ar lētiem piedāvājumiem un slēptiem maksājumiem. Reklāmas mērķis ir pievērst patērētāja uzmanību tam, ka interneta pakalpojumu pilnā cena, kuru patērētājs faktiski maksā par pakalpojumu, veidojas no vairākām maksājuma pozīcijām, kas bieži netiek atspoguļotas reklāmās.

Vēstulē paskaidrots, ka Reklāmas augšējā daļā lietotais asociatīvais apgalvojums ir matemātiski uzskatāmi nepareizs un nejaušs, un bez norādes uz konkrētu pakalpojumu sniedzēju un konkrētu pakalpojumu, tas ir abstrakts. Veidojot Reklāmu, ir ņemts vērā, ka patērētājs, kas ir Reklāmas mērķauditorija, ir pietiekami kompetents, lai nepareizo aprēķinu neuztvertu burtiski (matemātiski), bet uztvertu asociatīvi, saprotot, ka šis aprēķins ilustrē to, ka interneta pakalpojumu pilnā cena veidojas no vairākām maksājuma pozīcijām un tā rezultātā pakalpojuma pilnā cena var izrādīties lielāka, kā bieži tiek norādīts reklāmās. Uzskata, ka Reklāmas augšējā daļā lietotais aprēķins nekādi nevar ietekmēt patērētāja ekonomisko izvēli vai kaitēt konkurentam, jo tas ir pārāk nekonkrēts, līdz ar to nekonkrētības dēļ patērētājs nevar izdarīt secinājumus, kuru konkurentu pakalpojumi ir tie, kurus neizvēlēties, jo salīdzinājums jāveic ar abstraktu pakalpojumu. Patērētāja izvēli Reklāmas rezultātā ietekmē tas, vai viņam ir pieņemama interneta pakalpojumu cena, kas izriet no Reklāmas apakšējā daļā publicētās informācijas. Norāda, ka Reklāmas apakšējā daļā SIA „Lattelekom SIA” norādījis precīzas interneta pakalpojumu pilnās cenas veidošanas pozīcijas, atbilstoši izmaksu pozīcijām, no kurām visbiežāk sastāv pastāvīgā interneta pakalpojumu cenas: 1) interneta pakalpojumu ierīkošanas maksa; 2) interneta pakalpojuma ikmēneša abonēšanas maksa; 3) modema vai termināļa ikmēneša abonēšanas maksa vai vienreizēja pirkuma vai vienreizēja abonēšanas maksa; 4) citu papildpakalpojumu samaksa (piekļuve ārzemju internetam, interneta resursu apjoma patēriņš.

SIA „Lattelekom SIA” norāda, ka, ievērojot Reklāmā pausto problemātiku par interneta pakalpojumu pilnās cenas veidošanos, Reklāmas apakšējā daļā precīzi atšifrējis maksājumu pozīcijas, kuras konkrēto interneta pakalpojumu gadījumā tiek piemērotas. Līdz ar to patērētājam dota iespēja būt informētam par Apollo interneta pakalpojumu pilno cenu, kas sastāda Reklāmā minētās maksājuma pozīcijas.

SIA „Lattelekom SIA” uzskata, ka SIA „Telia MultiCom Dati” norāde, ka Reklāmas maldinošais raksturs izpaužas tādējādi, ka netiek norādīta kopējā abonēšanas maksa mēnesī, ir nepamatota, jo Reklāmas apakšējās daļas pirmajā rindā ir norādītas interneta pakalpojumu pilnās maksas veidošanas pozīcijas, kas dod iespēju patērētājam aprēķināt pakalpojuma pilno cenu. Norāda, ka SIA „Lattelekom SIA” patērētājiem piedāvā vairāk nekā septiņus pastāvīgā

interneta pakalpojumu veidus, un Reklāmā netiek akcentēts kāds konkrēts Apollo interneta pakalpojums, tāpēc nav iespējams summēt divus reklāmā esošos maksājumus – ikmēneša maksu par internetu un termināļa īres maksu, jo atsevišķiem pakalpojumiem abonēšanas maksas apmērs atšķiras. Reklāmā tika norādīta zemākā iespējamā Apollo interneta pakalpojumu ikmēneša maksa „sākot no Ls 9 mēnesī”, bet termināļa īre ir atsevišķs pakalpojums, līdz ar to ikmēneša īres maksa Ls 2.54 Reklāmā norādīta atsevišķi.

Vēstulē paskaidrots, ka Reklāmā ir norādīta kontaktinformācija, kur patērētājs var saņemt papildinformāciju un uzzināt atbildes uz jebkuru interesējošo jautājumu, līdz ar to SIA „Lattelekom SIA” ir sniedzis patiesu un precīzu informāciju par saviem produktiem, un pēc uzņēmuma ieskatiem Reklāma nav uzskatāma par maldinošu un Reklāmas likuma 8.pantam neatbilstošu, jo nemaldina patērētāju un neietekmē tā izvēli par sliktu SIA „Telia MultiCom Dati”.

Konkurences padome 18.10.2004. saņēma Ētikas padomes 15.10.2004. vēstuli *Par „Lattelekom” reklāmas atbilstību godprātīgas reklāmas praksei*, kurā norādīts, pieņemot, ka SIA „Telia MultiCom Dati” Iesniegumā norādītā informācija par maksājumu veidiem atbilst patiesībai, reklāmas tekstā saskaitīti kopā vienreizējie maksājumi (par pieslēgumu) un ikmēneša maksājumi (abonēšanas maksa un modema īre). Uzskata, ka šādā veidā iespējams korekti aprēķināt vienīgi pirmā maksājuma summu, savukārt aprēķināt sekojošos ikmēneša maksājumus šādā veidā nav racionāli, jo tas neatspoguļo otrā un sekojošo maksājumu summu, līdz ar to cenas aprēķins tādā veidā kādā tas veikts reklāmā, nesniedz patērētājam skaidru priekšstatu par novērtējumam piedāvātā pakalpojuma cenu. Norāda, ka reklāmā tiek salīdzināti divi piedāvājumi – viens, kura aprēķins pasniegts neskaidrā veidā, un otrs, kura aprēķins pasniegts skaidrā, saprotamā veidā un izvērtējot piedāvājumus skaidrā to izklāsta veidā, tiek iegūts, ka ikmēneša maksājuma summa SIA „Lattelekom SIA” piedāvājumā par Ls 4.59 pārsniedz analizētā piedāvājuma ikmēneša maksājumu summu. Uzskata, ka konkrētā reklāma, izmantojot cilvēka uztveres īpatnības, rada emocionālu labvēlību pret ekonomiski neizdevīgāko piedāvājumu un šajā kontekstā nav izšķirošas nozīmes, vai salīdzinājums noteik ar kādu konkrētu piedāvājumu vai izdomātu piedāvājumu.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA „Telia MultiCom Dati” 27.10.2004. iepazīnās ar lietā Nr.720/04/09/11 esošajiem materiāliem un 08.11.2004. Konkurences padome saņēma SIA „Telia MultiCom Dati” 02.11.2004. viedokli par lietas Nr.720/04/09/11 materiāliem. Viedoklī norādīts, ka SIA „Telia MultiCom Dati” šobrīd ir vienīgais IPS Latvijā, kura piedāvātajam interneta pakalpojuma veidam abonēšanas maksa mēnesī ir Ls 3.95, tāpēc uzskatāms, ka interneta pakalpojuma abonēšanas maksa ir rādītājs, pēc kura patērētājs var netieši identificēt SIA „Telia MultiCom Dati” piedāvātos pakalpojumus. Secināms, ka SIA „Lattelekom SIA” salīdzina savus pakalpojumus ar SIA „Telia MultiCom Dati” pakalpojumiem. Norāda, ka SIA „Lattelekom SIA” paustais viedoklis, ka Reklāma ir izglītojoša, uzskatāms par nekorektu, jo nav iespējams izglītēt patērētāju, piedāvājot tam matemātiski aplamu aprēķinu, līdz ar to patērētājs tiek apzināti maldināts.

SIA „Telia MultiCom Dati” norāda uz SIA „Lattelekom SIA” argumentu, ka Reklāma tika veidota, lai patērētājs netiktu maldināts par lētiem piedāvājumiem un slēptiem maksājumiem, un tās mērķis bija pievērst patērētāja uzmanību tam, ka interneta pakalpojumu pilnā cena veidojas no vairākām maksājuma pozīcijām, tomēr vienlaicīgi SIA „Lattelekom SIA” izvietojot savu interneta pakalpojumu reklāmu uz Forum Cinemas kino biļetēm, kur tiek norādīts, ka Apollo Pilsētas internets ir pieejams par abonēšanas maksu Ls 9.00, bet reklāmā nekas netiek minēts par pieslēguma maksu, ierīkošanas maksu, kā arī termināļa īri. Turpina, ka mājas lapā www.apollo.lv ir norādīta informācija, ka Pilsētas internetam papildus abonēšanas maksai ir piemērojama gan ierīkošanas maksa, gan termināļa īre, līdz ar to SIA „Lattelekom SIA” veic apzinātas reklāmas darbības, kas ir pretrunā ar izklāstīto argumentu.

SIA „Telia MultiCom Dati” nepiekrīt SIA „Lattelekom SIA” argumentam, ka Reklāmas apgalvojums ir matemātiski uzskatāmi nepareizs un nejaušs, jo potenciālajam abonentam nav priekšstata par nepieciešamajiem maksājumiem par interneta pakalpojumiem, līdz ar to abonents nesaskatīs šo apzināto nepareizību un uztvers Reklāmas apgalvojumu kā patiesu. Tāpat nepiekrīt SIA „Lattelekom SIA” paustajam, ka Reklāmā uzskatāmi norādīts, kuri maksājumi ir ikmēneša un kuri tādi nav, tomēr tas ir aplams apgalvojums, jo Reklāmā nav norādīts, ka pieslēguma maksa ir vienreizējs maksājums, tāpēc nav saprotams, kāpēc vienreizēja pieslēguma maksa tiek summēta ar modema īres maksu, kas ir ikmēneša maksājums.

SIA „Telia MultiCom Dati” uzskata, ka Reklāma var tai kaitēt, kā arī maldināt patērētājus.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA „Lattelekom SIA” 25.10.2004. iepazīnās ar lietā Nr.720/04/09/11 esošajiem materiāliem un 08.11.2004. Konkurences padome saņēma SIA „Lattelekom SIA” 02.11.2004. viedokli par lietas Nr.720/04/09/11 materiāliem. SIA „Lattelekom SIA” viedoklī vēlreiz uzsver, ka Reklāmas mērķis bija akcentēt interneta pakalpojumu cenu veidošanās pamatprincipus, tādējādi piesaistīt patērētāju uzmanību un ieinteresēt patērētāju pārbaudīt šo informāciju. SIA „Lattelekom SIA” nevar piekrist SIA „Telia MultiCom Dati” paustajam, ka patērētājs nevar novērtēt Reklāmu, jo tajā ir neskaidri formulēts pakalpojuma cenas aprēķins, tādējādi maldinot patērētāju. Viedoklī norādīts, ka Reklāmas sauklis ir „Novērtē cenu”, bet ne „izvēlies Lattelekom pakalpojumus” un Reklāmas augšējā daļā lietotais aptuvenais pakalpojuma cenas aprēķins nekādi nevar ietekmēt patērētāja ekonomisko izvēli vai kaitēt konkurenta, jo tas ir pārāk nekorekts. Šī iemesla dēļ patērētājs nevar izdarīt secinājumus un visticamāk nenovērtē negatīvi kāda cita konkurenta pakalpojuma cenu, bet gan radīs patērētājā interesi pārbaudīt šo informāciju un sekot reālajam cenu piedāvājumam.

SIA „Lattelekom SIA” norāda, ka Ētikas padome Reklāmā atspoguļoto cenu salīdzinājumu ir veikusi, neiepazīstoties ar interneta pakalpojuma ierīkošanas, abonēšanas izmaksām. SIA „Lattelekom SIA” nepiekrīt Ētikas padomes argumentam, ka Reklāma, izmantojot cilvēka uztveres īpatnības, rada patērētājam emocionālu labvēlību pieņemt neizdevīgāka pakalpojuma piedāvājumu, jo Reklāmā nav norādīts, ka Apollo pakalpojumi tiek salīdzināti ar konkrētu pakalpojuma sniedzēju un patērētājs, kurš ir izglītots cilvēks, neizvēlēšies sev neizdevīgu pakalpojumu.

SIA „Lattelekom SIA” noraida Ētikas padomes secinājumu par Reklāmas maldinošo raksturu Reklāmas likuma 8.panta izpratnē, kurā tā norāda, ka Reklāmas iespaidā patērētājs varētu izvēlēties ekonomiski neizdevīgāko pakalpojumu, jo tas, vai SIA „Lattelekom SIA” piedāvājums ir ekonomiski neizdevīgāks par reklāmā norādīto, nav pierādīts. SIA „Lattelekom SIA” uzskata, ka, izvēloties pakalpojumus, patērētājs salīdzina ne tikai to cenas, bet arī ieguvumus, ko sniedz šis pakalpojums. Norāda, ka Ētikas padome nav izvērtējusi ieguvumus, ko sniedz konkrētie pakalpojumi. SIA „Lattelekom SIA” atkārtoti norāda, ka Reklāma ne tieši, ne netieši nemaldina patērētāju, tādēļ tā nevar ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kaitēt konkurentam.

SIA „Lattelekom SIA” ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 09.01.1992. reģistrēta (reģ.Nr.000305278) uzņēmēj sabiedrība, kuras galvenie darbības veidi ir publiskā telekomunikāciju tīkla pārvaldīšana, attīstīšana un ekspluatācija; telekomunikāciju tīklu iznomāšana; interneta pakalpojumu sniegšana u.c. statūtos paredzētā darbība.

SIA „Telia MultiCom Dati” ir Latvijas Republikas Komercreģistrā ierakstīta 22.06.2004. komercsabiedrība, kuras viens no darbības veidiem ir interneta pakalpojumu sniegšana. Ņemot vērā minēto, uzskatāms, ka SIA „Lattelekom SIA” un SIA „Telia

MultiCom Dati” uzskatāmas par konkurentiem interneta pakalpojumu sniegšanas tirgū Latvijas teritorijā.

Iesniegumā norādītā SIA „Lattelekom SIA” izplatītā informācija par Apollo interneta pakalpojumiem, ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Konkurences padome ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka Iesniegumā norādītas Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir SIA „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 nodod izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem*.

Saskaņā ar SIA „Lattelekom SIA” Vēstulē sniegto informāciju Reklāmas idejas autors ir reklāmas aģentūra SIA „Bates/RedCell” un Reklāmas mērķis bija izglītēt nākamos interneta lietotājus par piedāvājumiem interneta pakalpojumu tirgū, kā arī Reklāmas uzdevums bija informēt patērētājus par interneta piedāvājumu izmaksu parametriem, kas tiem noteikti ir jāzina, pirms piegādātāja pakalpojumu izvērtēšanas. Saskaņā ar sniegto informāciju Reklāmas mērķauditorija ir ekonomiski aktīvs Latvijas iedzīvotājs, potenciālais interneta pakalpojumu pircējs, kura zināšanas par interneta pakalpojumu funkcionalitāti neatļauj tam patstāvīgi izvērtēt dažādu interneta pakalpojumu sniedzēju reklāmas piedāvājumu patiesumu.

SIA „Lattelekom SIA” Vēstulē sniegtā informācija apstiprina, ka Reklāma tika izplatīta Latvijas Republikas teritorijā, publicējot to 2004.gada 4.augusta laikrakstā „Diena”, kura tirāžas apjoms ir 49 100.

SIA „Lattelekom SIA” Reklāmā ietverta informācija par piedāvātajiem Apollo interneta pakalpojumiem. Reklāmas augšējā daļā ietverts uzraksts „NOVĒRTĒ CENU” un tālāk seko teksta daļa, kurā norādīts „Interneta pieslēgumu reklāmas solītā cena (piemēram, Ls 3.95 mēnesī) ne vienmēr ir patiesa. Īstenībā jums nāksies maksāt vēl par pieslēgumu (apmēram Ls 20) un modema īri (apmēram Ls 3 mēnesī), kopā – gandrīz Ls 30.” Šo teksta daļu papildina zīmējums, kurā attēlots virs ūdens peldošs ledus kalns, kā arī attēlota ledus kalna daļa, kas atrodas zem ūdens un kas ir ievērojami lielāka nekā daļa, kas atrodas virs ūdens. Reklāmas apakšējā daļā uz oranža fona ietverta teksta daļa, kurā norādīts „MĒS SOLĀM TO, KO VARAM IZPILDĪT: - abonēšana, sākot no **Ls 9 mēnesī** (DSL termināļa īre Ls 2.54 mēnesī), - **5 bezmaksas** e-pasta adreses, - ātrums līdz **2 Mbit/s**, - tehniskais atbalsts **visu diennakti**. Apollo Mājas DSL un Pilsētas interneta ierīkošanas **bez maksas**, slēdzot līgumu uz gadu. APOLLO INTERNETS. Zvani un ierīko jau tagad – 8008040 vai www.apollo.lv.”

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 „salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus”.

Direktīvas 97/55/EK preambulas 14.punktā ir noteikts, „lai salīdzinošo reklāmu padarītu efektīvu, konkurenta preces vai pakalpojumi ir jāidentificē, atsaucoties uz pēdējam piederošo preču zīmi vai tirdzniecības nosaukumu”. Saskaņā ar minētās Direktīvas 97/55/EK preambulas 15.punktu kā konkurentu precī/pakalpojumu identificējoša pazīme var būt arī cita atšķirības zīme, ar to saprotot jebkāda veida apzīmējumu vai jebkuru norādi, ja tā nodrošina uzņēmuma vai tā piedāvāto preču/pakalpojumu identificējamību jebkāda veidā.

SIA „Telīa MultiCom Dati” uzskata, ka Reklāma identificē SIA „Telīa MultiCom Dati” pakalpojumus, jo tikai SIA „Telīa MultiCom Dati” sniegto interneta pakalpojumu abonēšanas cena mēnesī ir Ls 3.95, līdz ar to Reklāmā netieši identificēti SIA „Telīa MultiCom Dati” pakalpojumi un tā rezultātā Reklāma ir uzskatāma par salīdzinošo reklāmu Reklāmas likuma 9.panta izpratnē.

Konkurences padome norāda, ka saskaņā ar Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas (turpmāk – SPRK) mājas lapā pieejamo informāciju ir redzams, ka SPRK izsniegusi licences un vispārējās atļaujas interneta pakalpojumu sniegšanai aptuveni 188 komercsabiedrībām, līdz ar to interneta pakalpojumu sniegšanas tirgū darbojas liels skaits šī pakalpojuma sniedzēju. Pēc Latvijas interneta asociācijas (turpmāk – LIA) mājas lapā www.lia.lv pieejamās informācijas apgrozījums no interneta pakalpojumu sniegšanas 2003. gadā bija 12.6 milj. LVL, savukārt apgrozījums 2004. gadā varētu sasniegt 17.4 milj. LVL (pēc LIA prognozēm). Savukārt LIA mājas lapā ir norāde uz saiti www.puls.lv, kurā norādīts, ka uz doto brīdi (lēmuma pieņemšanas) provaidēru (interneta pakalpojumu sniedzēju) tirgus daļa ir sekojoša: Lattelekom – 34.7%; citi – 15.5%; LatNet – 14%; Delfi – 9.9%; Telīa Latvija – 7%; Balticom – 5%; SIA „Telecentrs” – 3.8%; TelīaMultiCom – 3%; SIA „Interneta pasaule” – 2.8%; VITA – 2.4%; Baltkom – 1.9%. Ņemot vērā minēto, secināms, ka interneta pakalpojumu sniegšanas tirgū lielākā tirgus daļa – 34.7%, ir SIA „Lattelekom SIA”, savukārt SIA „Telīa MultiCom Dati” tirgus daļa ir 3%.

Konkurences padome norāda, ka parasti interneta pakalpojumu cenu veido: 1) interneta pakalpojuma pieslēguma maksa (vienreizējs maksājums); 2) interneta pakalpojuma ikmēneša abonēšanas maksa; 3) modema vai termināļa ikmēneša abonēšanas maksa vai vienreizēja modema pirkuma maksa. SIA „Lattelekom SIA” Reklāmā ir norādītas trīs maksājumu cenas – interneta pakalpojuma pieslēguma cena Ls 20, interneta pakalpojuma abonēšanas maksa Ls 3.95 un modema īre Ls 3.00.

Lietā esošā informācija apliecina, ka interneta pakalpojumu sniegšanas tirgū daudzi šī pakalpojuma sniedzēji piedāvā interneta pieslēgumu par cenu Ls 20 (SIA „Maksinets”; SIA „Baltkom”; SIA „Balticom”; SIA „SV Nets”, u.c.), interneta abonēšanas maksu sākot no Ls 2.50 un modema īres maksa sākot no aptuveni Ls 3.00. Konkurences padome piekrīt SIA „Telīa MultiCom Dati” norādītajam, ka tikai SIA „Telīa MultiCom Dati” piedāvā interneta abonēšanu par cenu sākot no Ls 3.95.

Konkurences padome nepiekrīt SIA „Telīa MultiCom Dati” apgalvojumam, ka Reklāmā norādītā cena Ls 3.95 ir netieši identificējama ar SIA „Telīa MultiCom Dati” un tās piedāvāto interneta pakalpojumu, līdz ar to pēc SIA „Telīa MultiCom Dati” uzskatiem Reklāma uzskatāma par salīdzinošo reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē. Konkurences padome minēto pamato ar sekojošiem argumentiem.

Konkurences padome piekrīt SIA „Lattelekom SIA” norādītajam par Reklāmas mērķi un tās mērķauditoriju, kur Reklāmas mērķis bija izglītēt nākamos interneta lietotājus par piedāvājumiem interneta pakalpojumu tirgū, kā arī informēt patērētājus par interneta piedāvājumu izmaksu parametriem, kas tiem noteikti ir jāzina, pirms izvēlēties konkrētu piegādātāja pakalpojumu. Reklāmas mērķauditorija ir ekonomiski aktīvs Latvijas iedzīvotājs, potenciālais interneta pakalpojumu pircējs, kura zināšanas par interneta pakalpojumu funkcionalitāti neatļauj tam patstāvīgi izvērtēt dažādu interneta pakalpojumu sniedzēju reklāmas piedāvājumu patiesumu.

Nemot vērā lielo interneta pakalpojumu sniedzēju skaitu; interneta pakalpojumu sniedzēju piedāvāto pakalpojumu cenu atšķirības; katra atsevišķā interneta pakalpojumu sniedzēju piedāvātās atšķirīgās cenas (dažādas tarifu grupas), secināms, ka patērētājs, kurš ir potenciālais pakalpojuma pircējs, pietiekami labi neorientējas interneta pakalpojumu piedāvātajās cenās, līdz ar to patērētājs Reklāmā norādīto cenu Ls 3.95 nespēj identificēt ar kāda konkrēta uzņēmuma pakalpojumu. Turklāt Reklāmā ir norādītas trīs cenas – Ls 3.95, Ls 20 un Ls 3.00, līdz ar to patērētājs uztver visas trīs cenas, nenodalot kādu vienu cenu pozīciju. Interneta pakalpojumu sniegšanas tirgū darbojas liels skaits (SPRK ir izsniegtas 188 licences un vispārējas atļaujas interneta pakalpojumu sniegšanai) šī pakalpojuma sniedzēju, tā rezultātā līdz minimumam samazinās iespēja, ka Reklāmā norādītā cena Ls 3.95 patērētājam asociēties ar konkrētu pakalpojumu sniedzēju, turklāt kā minēts iepriekš patērētājs uztver Reklāmā norādītās cenas kopsakarā nevis atrauti.

SIA „Telia MultiCom Dati” piedāvā piekļuvi Latvijas interneta resursiem ar abonēšanas maksu mēnesī Ls 3.95 (XS tarifu grupa) kopš 2004.gada 26.aprīļa. SIA „Telia MultiCom Dati” norāda, ka laikā periodā no 2004.gada 26.aprīļa līdz 2004.gada 30.maijam tā izplatīja reklāmas bukletus, kurā reklamēja piedāvātos kabeļtelevīzijas un interneta pakalpojumus. Lielākā daļa no bukletos pieejamās informācijas bija par kabeļtelevīziju programmu paketēm un to cenām. Bukletos tika ietverta informācija par piecām kabeļinterneta tarifu grupām, norādot atšķirīgas cenas par katru tarifa grupu, kur viena no tām ir XS tarifu grupa, kur abonēšanas maksa mēnesī ir Ls 3.95. Konkurences padome norāda, ka šajos reklāmas bukletos nebija ietverta informācija vai atsauce uz to, ka interneta pakalpojuma pieslēguma maksa ir Ls 20, kā arī netika atsevišķi nodalīts, ka modema ikmēneša īres maksa ir Ls 3. Konkurences padome norāda, ka „SIA „Telia MultiCom Dati” reklāmas bukleti un SIA „Lattelekom SIA” Reklāma tika izplatīta dažādos laika periodos un laika starpība starp reklāmām ir vairāk kā divi mēneši, kā arī norāda uz to, ka SIA „Lattelekom SIA” Reklāma tika izplatīta vienu reizi vienā laikrakstā (04.08.2004. laikrakstā „Diena”), līdz ar to pastāv minimālas iespējas, ka patērētājs SIA „Telia MultiCom Dati” reklāmas bukletos vienu no norādītajām cenām Ls 3.95 identificēs ar SIA „Lattelekom SIA” Reklāmā norādīto cenu, turklāt Reklāmā ir norādītas trīs cenas, nevis viena. Tāpat pastāv iespēja, ka patērētājs, kas uztvēris SIA „Lattelekom SIA” Reklāmu, nav redzējis vai, ja redzējis, nav atcerējies SIA „Telia MultiCom Dati” vienu no piecām piedāvātajām interneta pakalpojumu abonēšanas maksām. Konkurences padome uzskata, ka SIA „Telia MultiCom Dati” viena no piecām interneta pakalpojumu abonēšanas maksām Ls 3.95 nav uzskatāma par lielāku vai mazāku atšķirības pazīmi, ar kuru patērētājs spētu identificēt SIA „Telia MultiCom Dati” un tās piedāvāto pakalpojumu.

Nemot vērā minēto, Konkurences padome uzskata, ka Reklāma nav uzskatāma par salīdzinošo reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē.

Konkurences padome uz SIA „Telia MultiCom Dati” 02.11.2004. viedoklī uz norādīto SIA „Lattelekom SIA” interneta pakalpojumu reklāmu uz Forum Cinemas kino biļetēm norāda, ka Konkurences padome ir ierosinājusi lietu par SIA „Lattelekom SIA” konkrēto Reklāmu un lietas ietvaros Konkurences padome izvērtē konkrētās Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma normām.

Reklāmas likuma 8.panta pirmajā daļā noteikts, ka *maldinoša reklāma ir aizliegta*. 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*.

SIA „Telia MultiCom Dati” uzskata, ka Reklāmā paustais apgalvojums „Istenībā jums nāksies maksāt vēl arī par pieslēgumu (apmēram Ls 20) un modema īri (apmēram Ls3

mēnesī), kopā gandrīz Ls 30” ir nepareizs, jo tādā veidā Reklāmas devējs apzināti maldina patērētāju, jo aprēķinā tiek summēts ikmēneša maksājums kopā ar vienreizējo maksu par pieslēgumu. Uzskata, ka Reklāma rada nepareizu un maldinošu gala rezultātu par ikmēneša abonēšanas maksājuma apjomu par internetu.

Konkurences padome uzskata, ka SIA „Lattelekom SIA” 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 vērīga persona. Minētā definīcija, jo sevišķi piemērojama attiecībā uz patērētāju, kuram ir adresēta reklāma attiecībā uz pakalpojuma cenu. Konkurences padome norāda, ka Reklāmas mērķauditorija ir ekonomiski aktīvs Latvijas iedzīvotājs, potenciālais interneta pakalpojumu pircējs un Reklāmas mērķis bija izglītēt nākamos interneta lietotājus par piedāvājumiem interneta pakalpojumu tirgū, par interneta piedāvājumu izmaksu parametriem, kas noteikti ir jāzina pirms izvēlēties konkrētu piedāvājumu. Reklāmā tiek parādīts tas, ka interneta pakalpojumu pilnā cena veidojas no vairākiem maksājumiem, norādot, ka pie reklāmās solītās vienas cenas ir jāpieskaita arī interneta pieslēguma maksa un modema īre, kas pēc SIA „Lattelekom SIA” norādītā reklāmās bieži netiek uzrādītas.

Konkurences padome nepiekrīt SIA „Telia MultiCom Dati” uzskatam, ka Reklāma rada nepareizu un maldinošu gala rezultātu par ikmēneša abonēšanas maksājuma apjomu par internetu, summējot ikmēneša maksājumus kopā ar vienreizējo maksu par pieslēgumu. Konkurences padome norāda, ka „vidējais patērētājs” ir labi informēta persona, kas ikmēneša maksājumu, summējot ar vienreizējo maksājumu, neattiecinās to uz visu turpmāko pakalpojuma izmantošanas laiku. Patērētājs, kas ir ekonomiski aktīvs iedzīvotājs un kas ir šīs Reklāmas mērķauditorija, būs informēts, ka, izvēloties izmantot kādu pakalpojumu, ir jāveic šī pakalpojuma pieslēgšana, par ko ir jāveic vienreizējs maksājums, piemēram, mobilā telefona pieslēgums, fiksētā telefona pieslēgums, interneta pakalpojuma pieslēgums, kabeļtelevīzijas pieslēgums u.c. Vidusmēra patērētājs, iepazīstoties ar Reklāmā sniegto informāciju, pirms nolems izdarīt izvēli un uzņemt noteiktas saistības, t.i., noslēgt līgumu par interneta pakalpojuma saņemšanu, iegūs un rūpīgi izvērtēs pieejamo izvēles izdarīšanai nepieciešamo informāciju, t.sk., kas attiecas uz konkrēta pakalpojuma priekšrocībām, kas ietver sevī arī cenu. Tādējādi Konkurences padome secina, ka Reklāmā norādītā informācija, t.sk., augšējā daļā norādītā vispārīgā informācija nevar ietekmēt patērētāja ekonomisko izvēli.

Konkurences padome uz SIA „Telia MultiCom Dati” argumentu, ka Reklāmā tiek piedāvāts matemātiski aplams aprēķins, kas maldina patērētāju, norāda, ka Reklāmas augšējā daļā ir norādīta abstrakta pakalpojuma sniedzēja cenas, kas atsevišķās cenu pozīcijās tiek piedāvātas interenta pakalpojumu sniegšanas tirgū. Līdz ar to Reklāmā, norādot „kopā - gandrīz Ls 30”, ir ietverta iespējamā cena, turklāt vārds „gandrīz” patērētājam liek uztvert norādīto cenu kā aptuvenu, nevis konkrētu.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 8.pantu, 9.pantu, 10.pantu, 14.panta ceturto daļu, 15.panta sesto un septīto daļu,

nolēma:

izbeigt lietas Nr.720/04/09/11 izpēti.

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

Priekšsēdētājs

P.Vilks