



KONKURENCES PADOME

Elizabetes iela 41/43, Rīga, LV-1010 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 27

(Prot. Nr.20, 6.§)

2002. gada 29.maijā

Par SIA "United Media" 23.07.2001. iesniegumu daļā par Liepājas pilsētas domes darbībām Lieta Nr.350/01/07/23

Konkurences padome 24.07.2001. saņēma SIA "United Media" iesniegumu par iespējamo Konkurences likuma pārkāpumu, kas radies Liepājas pilsētas domei un SIA "euro AWK" 11.09.1996. noslēdzot *Kopējās darbības līgumu*.

Iepazīstoties ar SIA "United Media" iesniegumu un citiem lietā esošiem materiāliem, Konkurences padome

konstatēja:

SIA "United Media" 03.07.2001. griezās Liepājas domē ar iesniegumu, kurā lūdza atļaut izvietot Liepājas pilsētā 6 x 3m brīvi stāvošus standus. SIA "United Media" iesniegums pašvaldībai ietvēra lūgumu atļaut reklāmas nesēju uzstādīšanu gan uz pašvaldības, gan uz citu personu īpašumā esošās zemes.

Liepājas dome 10.07.2001. atbildes vēstulē Nr.1557/1.-21. noraidīja iespēju izskatīt SIA "United Media" iesniegumu attiecībā uz tās piedāvātajiem reklāmas nesēju veidiem, kas tika pamatots ar Liepājas domes un SIA "euro AWK" 11.09.1996. noslēgtā *Kopējās darbības līgumā* SIA "euro AWK" piešķirtajām izņēmuma tiesībām uzstādīt attiecīgā veida reklāmas nesēju. Dome norādīja SIA "United Media" vienīgi uz iespēju saņemt atļauju uzstādīt lielformāta gaismas kastes. Pašvaldība atteica reklāmas nesēju uzstādīšanu neatkarīgi no tā uz kā īpašumā esošās zemes tos bija paredzēts uzstādīt, pamatojot to ar noslēgtā līgumā ietvertām normām.

SIA "United Media" norāda, ka Konkurences likuma mērķis ir nodrošināt iespēju katram tirgus dalībniekam veikt ekonomisko (saimniecisko) darbību brīvas un godīgas konkurences apstākļos, tomēr ekskluzīvais līgums liedz jebkurai citai kompānijai veidot savu reklāmas tīklu, ko nevar uzskatīt par godīgu konkurenci.

Saskaņā ar sabiedriskās organizācijas "Latvijas Reklāmas asociācija" sniegto viedokli par vides reklāmas priekšrocību atšķirībā no reklāmas masu medijos uzskatāms tas, ka vides reklāma sasniedz auditoriju vietās un laikos, kur citi mediji to nerasniedz. Tāpat reklāmai pilsētvidē ir viszemākās izmaksas, rēķinot uz vienu cilvēku, kas šo reklāmu redzējis.

Konkurences padome uzskata, ka atšķirībā no reklāmas televīzijā, radio un preses izdevumos vides reklāmas satura koncepcijas pamatā ir nepieciešamība padarīt reklāmu, pielāgojot to apstākļiem, kas pastāv reklāmas eksponēšanas vietā, pēc iespējas vieglāk un atrāk uztveramu. Televīzijai un radio izgatavoto reklāmu nav iespējams, tehniski un saturiski nepārveidojot, izvietot uz vides reklāmas nesējiem. Uz vides reklāmas nesējiem nav iespējams izvietot to preses izdevumos ievietoto reklāmu, kuras saturiskais noformējums neatbilst vides reklāmas koncepcijai. Vides reklāmas koncepcijai atbilstošas preses izdevumos izvietotās reklāmas izvietošana uz vides reklāmas nesējiem nepieciešami papildu izdevumi. Vides reklāmas kopējais eksponēšanas laika periods ir lielāks nekā citu veidu reklāmām, lai nodrošinātu to, ka reklāmu uztver pēc iespējas lielāka mērķauditorijas daļa.

Konkurences padome konstatē, ka pakalpojums par vides reklāmas izvietošana uz reklāmas nesējiem nav aizstājams ar reklāmu televīzijā, radio un preses izdevumos. Šis pakalpojums veido konkrētās preces tirgu, kurā konkurences apstākļi būtu jāizvērtē nodalīti no pārējo veidu reklāmas tirgiem.

SIA "United Media" kā atsevišķus vides reklāmas veidus izdala imidžveida un kampaņveida vides reklāmu. Imidžveida reklāma tiek izvietota pārsvarā uz 1-3 lielformāta reklāmas nesējiem. Kampaņveida reklāma aptver 20-100 reklāmas nesējus. Kampaņveida reklāmai ir svarīga tās maksimāla un tūlītēja nokļūšana līdz patērētājam. Tādējādi viena reklāmas kampaņa var gan aptvert nelielu ģeogrāfisku teritoriju, gan lielu daļu Latvijas teritorijas. Un vides reklāmas sabiedrību konkurētspēja ir atkarīga no tā, cik lielu Latvijas teritorijas daļu un potenciālo patērētāju daļu aptver tās reklāmas nesēju tīkls.

Saskaņā ar likumu "Par pašvaldībām" 43.panta 7.punktu katra pašvaldība normatīva akta veidā ir tiesīga tās teritorijā noteikt reklāmas uzstādīšanas un atļauju izsniegšanu kārtību un regulēt to izsniegšanu. Pašvaldība ir tiesīga izsniegt atļauju reklāmas nesēju uzstādīšanai tikai tās teritorijā. Lai uzņēmēj sabiedrība ienāktu vides reklāmas nesēju iznomāšanas tirgū Liepājas pilsētā, tai saskaņā ar saistošo noteikumu 3.1.punktu jāsaņem Liepājas pilsētas domes Pilsētas attīstības pārvaldes atļauja, kā arī SIA "euro AWK" piekrišana saskaņā ar 11.09.1996. *Kopējās darbības līgumā* 2.12.punktā ietvertiem noteikumiem.

Tādējādi konkurences apstākļi vides reklāmas tirgū Liepājas pilsētā būtu jāvērtē nodalīti no konkurences apstākļiem vides reklāmas tirgū citu pašvaldību teritorijās, kur atļauju izsniegšanu regulē attiecīgās pašvaldības. Un par konkrēto ģeogrāfisko tirgu ir uzskatāma Liepājas pilsētas pašvaldības teritorija.

Kopējās darbības līguma 1.1.punkts nosaka, ka pašvaldība (pilsēta) SIA "euro AWK" (uzņēmumam) "piešķir sekojošu reklāmas nesēju veidu ekskluzīvās uzstādīšanas un lietošanas tiesības: a) plakātu plaknes, plakātu formāts DIN 18/1 (apm., 3,60m x 2,60m) un DIN 24/1 (apm., 5,04m x 2,34m), b) citylight - vitrīnas 4/1 (apm., 1,25m x 1,75m), c) paviljoni sabiedriskā transporta pieturas vietās ar reklāmas nesējiem, plakātu formāts kā apakšpunktā b). Reklāmas priekšmeti uzstādāmi uz pilsētas teritorijā pilsētai piederošās zemes." Saskaņā ar līguma 1.2.punktu "pilsētas nedod tiesības trešām personām, ārzemju vai latviešu uzņēmumiem līguma darbības laikā tās teritorijā nodarboties ar reklāmu, izmantojot 1.1.p. minētos reklāmas nesējus. Līgumam stājoties spēkā, pilsēta lauzīs līgumus ar trešajām personām par punktā 1.1. minētajiem reklāmas priekšmetiem, ja vien tās un uzņēmuma starpā nav panākta cita vienošanās." Bet saskaņā ar līguma 1.2.1.punktu pašvaldībai ir "tiesības slēgt līgumus ar trešām personām par citu reklāmas nesēju uzstādīšanu, kas nav minēti p.1.1.". Līguma 2.12.punkts nosaka, ka pašvaldība "uzņēmumu rakstveidā informē par

eventuāļajiem trešo personu piedāvājumiem, kuru intereses sakrīt ar uzņēmuma interesēm vai uz kuriem tieši attiecas ekskluzīvās tiesības, ko uzņēmumam piešķirusi pilsēta. Ja uzņēmums šajā vai arī apakšlīguma noslēgšanā nav ieinteresēts, tad tam sešu nedēļu laikā par to ir jāinformē pilsēta, pēc tam tā var slēgt līgumus ar trešajām personām."

Kopējās darbības līguma 1.1.punktā minēto izmēru un tiem līdzīgo izmēru reklāmas nesēju veidi ir pieprasītākie no vides reklāmas sabiedrību puses. SIA "United Media" piedāvājums attiecās uz 6 x 3 m izmēra reklāmas nesēju, kas nav minēti līguma 1.1.punktā, uzstādīšanu. Šajā gadījumā līguma slēgšanu ar citu sabiedrību *Kopējās darbības līguma* 1.2.1.punkts atļauj. Līguma 2.12.punkts, nosakot iespēju izskatīt citu personu iesniegumus par līguma noslēgšanu reklāmas nesēju uzstādīšanai Liepājas pilsētā tikai tad, ja SIA "euro AWK" nav ieinteresēta līguma noslēgšanā, dod iespēju pašvaldībai slēgt līgumu arī ar citām uzņēmējsabiedrībām, ja SIA "euro AWK" neizsaka piedāvājumu noslēgt līgumu.

Liepājas dome 03.09.2001. vēstulē Konkurences padomei norādīja, ka tā ir ieinteresēta reklāmas tirgus paplašināšanā Liepājas pilsētā. Pašvaldības SIA "United Media" 10.07.2001. sniegtā atbilde liecina, ka Liepājas dome nav izmatojusi visas jau spēkā esošā *Kopējās darbības līguma* 2.12.punktā noteiktās tiesības un nav informējusi SIA "euro AWK", kurai sešu nedēļu laikā būtu jāsniedz atbilde par to vai SIA "euro AWK" vēlas attiecīgajās vietās uzstādīt reklāmas nesējus. Ja SIA "euro AWK" norādītājā termiņā nebūtu sniegusi atbildi, tad Liepājas domei nebūtu juridisku šķēršļu noslēgt līgumu ar SIA "United Media". Tādējādi pašvaldība nav izmantojusi visas iespējas, lai sasniegtu pašas izvirzīto mērķi.

Konkurences padome 08.01.2002. nosūtīja Liepājas domei vēstuli, kurā izteica savu viedokli par Liepājas domes darbībām, piešķirot izņēmuma tiesības uz pieprasītāko veidu vides reklāmas nesējiem tikai SIA "euro AWK", atbilstību normatīvajiem aktiem.

Likuma "Par pašvaldībām" 43.panta 7.punkts nosaka, ka pašvaldības ir tiesīgas izdot saistošos noteikumus jautājumos par reklāmas materiālu, izkārtnu, sludinājumu un citu informatīvo materiālu izvietošānā publiskās vietās. Liepājas dome 03.04.1997. ir pieņēmusi saistošos noteikumus *Par reklāmas materiālu, izkārtnu, sludinājumu un citu vizuālās informācijas materiālu izvietošānā nodevām Liepājas pilsētā* (turpmāk tekstā - saistošie noteikumi). Saistošo noteikumu 3.1., 3.3.punkts nosaka to, kādi kritēriji jāizpilda, lai varētu saņemt atļauju reklāmas nesēja uzstādīšanai, bet 3.2.punkts atļauj izsniegšanas kārtību. Tiesības izsniegt atļauju reklāmas nesēju uzstādīšanai ir pašvaldības publiskā kompetence.

Noslēdzot līgumu pašvaldība kā zemes īpašnieks (valdītājs) atbilstoši saistošo noteikumu 3.1.2.punktam deva piekrišanu SIA "euro AWK" uzstādīt reklāmas nesējus uz pilsētas teritorijā pašvaldībai piederošās zemes. Līguma 1.2., 2.12.punktā ietvertā pašvaldības apņemšanās, kas uzliek faktiski pienākumu tai neizsniegt saistošos noteikumus noteikto atļauju uzstādīt reklāmas nesējus gadījumos, kad uzņēmējsabiedrība ir izpildījusi visas saistošo noteikumu prasības un saņēmusi atļauju no zemes (ēkas) īpašnieka, nonāk pretrunā ar saistošiem noteikumiem.

Saistošo noteikumu 2.9.punkts nosaka, ka gadījumā, ja vairāki reklāmas nesēju izvietotāji pretendē uz reklāmas vai tās nesēja izvietošānā vienā un tajā pašā vietā, šīs tiesības izšķir konkursā. Tādējādi *Kopējās darbības līguma* 1.2., 2.12.punktā SIA "euro AWK" noteiktās izņēmuma tiesības nonāk pretrunā ar pašvaldības pieņemto normatīvo aktu, jo atļauj saņemt atļauju reklāmas nesēja izvietošānā bez konkursa.

Konkurences padome izsaka viedokli, ka pašvaldības rīcība nonāk pretrunā ar normatīvos aktos ietvērto kārtību, kas šāda veida ierobežojumu pastāvēšanu nenosaka. Ir prettiesiski ietvert līgumā, kas ir saistošs tikai līguma slēdzējiem, ierobežojumus, kas attiecas uz publiskās kompetences sfēru. Jebkurus trešo personu ierobežojošus nosacījumus, drīkst noteikt tikai normatīvā aktā.

Saistošo noteikumu 3.1.2.punkts nosaka uzņēmēj sabiedrībai pienākumu saņemt zemes (ēkas) īpašnieka (pārvaldītāja, lietotāja) rakstisku piekrišanu. Līguma 1.2., 2.12.punktā ietvertu pašvaldības pienākumu saņemt SIA "euro AWK" piekrišanu līguma noslēgšanai ar citu uzņēmēj sabiedrību pašvaldība attiecina arī uz pašvaldības kā zemes (ēkas) īpašnieka tiesībām dot piekrišanu uzstādīt reklāmas nesēju uz tai piederošā īpašuma.

Pašvaldības kā publisko tiesību subjekta rīcība ar tā īpašumu var būt saistīta tikai ar likuma "Par pašvaldībām" un citos normatīvos aktos noteikto funkciju izpildi. Likuma "Par pašvaldībām" 15.panta 10.punktā noteiktā pašvaldības pastāvīgā funkcija sekmēt uzņēmējdarbību ietver pienākumu neveikt darbības, kuras deformē konkurenci. Šo tiesību normu faktiski konkretizēja 18.06.1997. Konkurences likuma 3.panta otrā daļā ietvertā tiesību norma nosakot, ka bez Konkurences padomes pienākums veicināt brīvu un godīgu konkurenci ir arī citām valsts institūcijām un pašvaldībām, pieņemot lēmumus savas kompetences ietvaros. Brīvas konkurences ierobežojumi būtu uzskatāmi par attaisnojamiem, ja būtiska ir citu publisko funkciju izpildes prioritāte. *Kopējās darbības līguma* 1.2., 2.12.punktā noteiktie konkurences ierobežojumi nav saistīti ar nepieciešamību realizēt kādu citu publisko funkciju. Tādējādi noteiktie ierobežojumi nav attaisnojami un nonāk pretrunā ar likuma "Par pašvaldībām" 15.panta 10.punktā noteiktās pastāvīgās funkcijas mērķi.

Liepājas dome, atbildot uz Konkurences padomes 08.01.2002. vēstuli, 08.03.2002. informēja Konkurences padomi, ka SIA "euro AWK" darbība saskaņā ar *Kopējās darbības līguma* nosacījumiem nebija apmierinoša. Tāpēc Liepājas dome 31.05.2000. nosūtīja SIA "euro AWK" līguma grozījumu priekšlikumus. Kaut arī SIA "euro AWK" pārstāvji piekrita piedāvātajiem līguma grozījumiem, tomēr līgums netika grozīts.

Izvērtējot Liepājas domes iesniegtos *Kopējās darbības līguma* grozījumu priekšlikumus, Konkurences padome secina, ka tajos nav ņemts vērā Konkurences padomes viedoklis no *Kopējās darbības līguma* izslēgt līguma 1.2.punktu. Arī līguma 2.12.punkta izmaiņas, kas paredzētas grozījumu projektā, Konkurences padome uzskata par neatbilstošām Konkurences padomes izteiktajam viedoklim, jo citas uzņēmēj sabiedrības tiesības uzstādīt reklāmas nesējus joprojām var iegūt tikai tad, ja SIA "euro AWK" nav ieinteresēta līguma noslēgšanā.

Kopējās darbības līguma 8.1.punkts nosaka, ka "līgums stājas spēkā ar tā parakstīšanas brīdi, un tas darbojas 15 gadus". Šāds līguma termiņš, ja ekonomiski pamatots, nedeformē konkurenci vides reklāmas nesēju iznomāšanas tirgū, ja tiesības veikt uzņēmējdarbību tirgū tiek nodrošinātas iespējami vairāk potenciāliem tirgus dalībniekiem. Konkursa par tiesībām uzstādīt reklāmas nesējus rīkošana nodrošinātu to, ka pretendentu atlase tiktu balstīta uz vienotiem kritērijiem, un to, ka tiktu izvēlēts iespējami izdevīgākais piedāvājums.

18.06.1997. Konkurences likuma 4.panta pirmā daļa nosaka, ka uz valsts pārvaldes iestādēm, pašvaldībām un pašvaldību iestādēm šis likums attiecas tikai tad, ja tās darbojas kā tirgus dalībnieces privāttiesiskajās attiecībās, bet 1.panta 13.punktā kā tirgus dalībnieks tiek definēta fiziskā vai juridiskā persona, kura veic vai gatavojas veikt uzņēmējdarbību. Arī 04.10.2001. Konkurences likuma 1.panta 9.punktā kā tirgus dalībnieks tiek definēta fiziskā vai juridiskā persona, līgumsabiedrība, kura veic vai gatavojas veikt saimniecisko darbību. Par saimniecisko darbību (uzņēmējdarbību) nav uzskatāmas darbības, kas saistītas ar normatīvos aktos noteikto publisko funkciju izpildi.

Konkurences padome uzskata, ka nav tās kompetencē izvērtēt darbības, ar kurām pašvaldība ir pārkāpusi kārtību, kādā tai ir pienākums realizēt savu publisko kompetenci. Sūdzības par šādām darbībām ir tiesīga izskatīt tiesa.

Saskaņā ar 18.06.1997. Konkurences likuma 4.panta pirmo daļu un 04.10.2001. Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 2.punktu Konkurences padome

nolēma:

izbeigt SIA "United Media" 23.07.2001. iesnieguma tālāku izskatīšanu tā daļā par Liepājas pilsētas domes un SIA "euro AWK" 11.09.1996. noslēgto *Kopējās darbības līguma* atbilstību Konkurences likuma normām.

Konkurences padomes lēmums ir pārsūdzams Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad ieinteresētā persona uzzināja vai tai vajadzēja uzzināt par pieņemto lēmumu, saskaņā ar 04.10.2001. Konkurences likuma 8.panta otro daļu, LR Civilprocesa likuma Pārejas noteikumu 1.punktu un LR Civilprocesa kodeksa 24-A nodaļu.

Priekšsēdētājs

P.Vilks