

SPRIEDUMS
Latvijas tautas vārdā

Rīgā

2009. gada 14. decembrī

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:
tiesas sēdes priekšsēdētājs E.Puriņš,
tiesneši K.Berķis un U.Mihailova,

piedaloties pieteicējas sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Biroja tehnikas servisa centrs” pārstāvei G.S. un atbildētāja Latvijas Republikas pusē pieaicinātās iestādes Konkurences padomes pārstāvim M.S.,

atklātā tiesas sēdē izskatīja sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Biroja tehnikas servisa centrs” pieteikumu par Konkurences padomes 2007.gada 26.septembra lēmuma Nr.122 atcelšanu un labvēlīga administratīvā akta izdošanu.

Aprakstošā daļa

[1] 2007.gada septembrī sabiedrība ar ierobežotu atbildību (turpmāk - SIA) „Baltijas biroja serviss” Radio SWH un radio Star FM izplatīja sekojoša satura reklāmu: „Divi tipi nopirkuši kārtidžu un apņēmušies printēt tikai labas lietas. Kamēr viens atvaļinājumā, otrs printējis apšaubāmas lietas. Kad pirmais atgriezies un gājis printēt bilanci, izrādās - kārtidžs tukšs. „Pi..ģec! Tas taču iztukšītis!” Morāle? Nevienam nezticiet savus kārtidžus, izņemot Baltijas biroja servisu! Septembrī, uzpildot divus kārtidžus, dāvanā saņem Rafaello. Ieskaties - labākie.lv!” (turpmāk - Reklāma).

[2] Konkurences padomē 2007.gada 17.septembrī saņemts SIA ”Biroja tehnikas servisa centrs” (turpmāk - pieteicēja) iesniegums (turpmāk - Iesniegums), kurā norādīts uz Reklāmas likuma iespējamiem pārkāpumiem SIA „Baltijas biroja serviss” Reklāmā.

Iesniegumā norādīts, ka no Reklāmā sniegtā paziņojuma secināms, ka no Reklāmas teksta patērētājs var saprast, ka, uzpildot kārtidžus uzņēmumā, kas nav SIA „Baltijas biroja serviss”, tie tiek izlietoti ievērojami ātrāk, turklāt šāds paziņojums tiek pausts negatīvā, konkurentus noniecinošā formā, t.i., izmantojot neētiskus, nepieklājīgus un rupjus izteikumus. Līdz ar to secināms, ka Reklāmā SIA „Baltijas biroja serviss” sniegtie pakalpojumi tiek netieši salīdzināti ar citu, šajā jomā darbojošos komersantu piedāvājumiem pakalpojumiem, tai skaitā arī pieteicējas.

Bez tam, ņemot vērā latviešu valodas slenga vārdnīcā vārda „pizģec” norādīto skaidrojumu latviešu valodā „neveiksme, nepatikšanas”, uzskatāms, ka Reklāmā pausts uzskats, ka, uzpildot kārtidžus pie SIA „Baltijas biroja serviss” konkurentiem, šī pakalpojuma saņēmējs var sagaidīt vienīgi neveiksmes un nepatikšanas.

Pieteicējas ieskatā, ir pamats uzskatīt, ka, salīdzinot SIA „Baltijas biroja serviss” sniegtos pakalpojumus ar konkurentu, t.sk. SIA „Biroja tehnikas servisa centrs”, piedāvātajiem pakalpojumiem iepriekš norādītajā veidā, SIA „Baltijas biroja serviss” ir cēlusi neslavu konkurentiem.

[3] Ar Konkurences padomes (turpmāk - Padome) 2007.gada 26.septembra lēmumu Nr.122 (turpmāk - Lēmums) nolemts neierosināt lietu uz SIA „Biroja tehnikas servisa centrs” 2007.gada 17.septembra iesnieguma pamata par Reklāmas likuma 8.pantā, 9.panta trešās daļas 4.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Baltijas biroja serviss” darbībās, sniedzot Reklāmu, kā arī atteikts uzsākt lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk - LAPK) 166.¹³panta otrajā daļā paredzēto pārkāpumu SIA „Baltijas biroja serviss” darbībās, sniedzot Reklāmu. Lēmums daļā par lietas neierosināšanu par Reklāmas likuma 8.pantā, 9.panta trešās daļas 4.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu satur turpmāk minēto pamatojumu.

[3.1] Padome, izvērtējot Reklāmā atsevišķi sniegto informāciju, kā arī Reklāmas tekstu kopumā, jo īpaši Reklāmas pasniegšanas veidu un kopiespaidu ko tas rada, secināja ka Reklāmā humoristiskā formā, lai piesaistītu uzmanību, aprakstīta abstrakta situācija kādā birojā, kad laikā, kamēr viens kolēģis atradies atvaļinājumā, otrs, printējot „apšaubāmas” lietas, izlietojis printera kārtidžus, ko pirmais konstatējis atgriežoties birojā, attiecīgi reaģējot.

[3.2] Reklāmā nav sniegta tieša vai netieša norāde uz konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem. Līdz ar to, nepastāvot tiešai vai netiešai reklamētāja konkurenta vai tā piedāvāto preču vai pakalpojumu identifikācijas iespējai, Reklāmā trūkst būtiska elementa, lai konstatētu, ka tā ir salīdzinoša Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē.

[3.3] Iesniegumā nav norādīta neviena pazīme, pēc kā vidusmēra patērētājam Reklāmā būtu iespējams identificēt tieši SIA „Biroja tehnikas servisa centrs” vai citu konkurentu. Šāda identifikācija nav iespējama arī no Reklāmā ietvertā aicinājuma „Nevienam neuzticiet savus kārtidžus, izņemot SIA „Baltijas biroja serviss”!”. Šāds aicinājums seko Reklāmā aprakstītajai abstraktai situācijai kādā birojā un līdz ar to tieši saistāms un attiecināms uz to.

[3.4] Reklāmā sniegto vēstījumu nevar identificēt SIA „Biroja tehnikas servisa centrs” vai citu reklamētāja konkurentu, jo ar biroja tehnikas apkalpošanu saistītos pakalpojumus, t.sk., kārtidžu uzpildīšanu Latvijā piedāvā liels skaits tirgus dalībnieku (sk., piemēram, www.zl.lv), kā rezultātā konkrētais tirgus nav oligopolistisks. Līdz ar to Reklāma nav atzīstama par salīdzinošu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē, līdz ar ko nav izvērtējama tās atbilstība Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 4.punktam.

[3.5] Ne no Reklāmā atsevišķi sniegtas informācijas, ne Reklāma sniegtas informācijas kopumā, ievērojot iepriekš konstatēto Reklāmas humoristisko formu, tās mērķauditorijai nav uztverams, ka pie citiem komersantiem uzpildītie kārtidži tiek izlietoti ātrāk, nekā pie SIA „Baltijas biroja serviss” uzpildītie vai ka, uzpildot kārtidžus pie SIA „Baltijas biroja serviss” konkurentiem, šī pakalpojuma saņēmējs var sagaidīt vienīgi neveiksmes un nepatīkšanas.

[3.6] Reklāmā ietverot paziņojumu „Ieskaties - labākie - punkts lv!”, SIA „Baltijas biroja serviss” ir izmantojusi tiesības informēt mērķauditoriju par savu mājas lapu www.labakie.lv. Tieši šādi, kā tas tiešā tekstā norādīts Reklāmā, vidusmēra patērētājam ir uztverams minētais paziņojums. Tādējādi SIA „Biroja tehnikas servisa centrs” iebildums, ka Reklāmā sniegts apgalvojums par to, ka SIA „Baltijas biroja serviss” sniegtie pakalpojumi uzskatāmi par labākiem nekā konkurentu piedāvātie, ir noraidāms kā neatbilstošs Reklāmā faktiski sniegtajai un vidusmēra patērētājam no konkrētā Reklāmas paziņojuma uztveramai informācijai. Arī saskaņā ar Civillikuma 1618.pantu lietas slavēšana vispārējos izteicienos neuzliek atsavinātājam nekādus citus pienākumus, bez atbildības, ko nes katrs atsavinātājs. Līdz ar to Reklāma nesatur Reklāmas likuma 8.pantā noteiktā maldinošas reklāmas aizlieguma tiesiskā sastāva pazīmes.

[4] 2007.gada 31.oktobrī Administratīvajā rajona tiesā saņemts pieteicējas pieteikums par Lēmuma atcelšanu daļā par lietas neierosināšanu par Reklāmas likuma 8.pantā, 9.paņta trešās daļas 4.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Baltijas biroja serviss” darbībās un pienākuma izlikšanu Padomei aizliegt SIA „Baltijas biroja serviss” izplatīt Reklāmu un atsaukt to. Pieteikums pamatots ar turpmāk minētajiem apsvērumiem.

[4.1] Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departaments lietā Nr.SKA-155 (26.11.2004) norādījis, ka Reklāmas likumā minētā salīdzinošā reklāma ir tulkojama plašāk (..), lai konstatētu salīdzinošo reklāmu un tās nosacījumu pārkāpumu, nav nepieciešams identificēt konkrēta un tikai viena konkurenta precī (..), atbilstoši Reklāmas likuma 9.panta pirmajā daļā noteiktajai tiesību normai norāde uz konkurentu vai tā ražotajām precēm var būt arī netieša.

[4.2] Padome nav vērtējusi apstākli, ka tieši pieteicēja ir viens no vadošajiem biroja tehnikas apkalpošanas pakalpojumu sniedzējiem Latvijā, un šobrīd ievērojamu tirgus daļu sāk iegūt arī reklamētājs - SIA „Baltijas biroja serviss”. Bez tam, ņemot vērā pieteicējas tirgus daļu konkrētajā tirgū, ir pamats uzskatīt, ka patērētāji uztvēra, ka tieši pie pieteicēja kā biroja tehnikas apkalpošanas pakalpojumu sniedzēja SIA „Baltijas biroja serviss” savā Reklāmā aicina nevērsties. Pie šādiem apstākļiem ir pamats secināt, ka Reklāma ietver netiešu norādi uz pieteicējas piedāvātajiem pakalpojumiem. Līdz ar to, ņemot vērā Augstākās tiesas Senāta paustās atziņas, uzskatāms, ka SIA „Baltijas biroja serviss” izplatītā Reklāma ir uzskatāma par salīdzinošu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē.

[4.3] No Padomes Lēmumā konstatētā secināms, ka reklāmās ir atļauts ietvert jebkādu paziņojumu, ja vien tie tiek pasniegti humoristiskā veidā.

Tomēr šāda pieeja neatbilst Reklāmas likuma vienam no mērķiem - veicināt godīgu konkurenci. Arī humoristiskā veidā paužot kādu apgalvojumu, var celt neslavu konkurentiem. Līdz ar to nav nozīmes, vai konkurentiem neslavu ceļoši un noniecinoši apgalvojumi tiek izteikti humoristiskā un pārspīlētā veidā. Tieši pretēji - ir jāvērtē arī šādu izteikumu saturs.

[4.4] Apgalvojums nevienam neuzticiet savus kārtidžus, izņemot Baltijas biroja servisu, vērtējot to kopsakarā ar pārējo Reklāmas saturu, konkurentus aizskarošā veidā aicina patērētājus uzpildīt kārtidžus vienīgi SIA „Baltijas biroja serviss”. Lai arī minētais paziņojums tiek pausts humoristiskā veidā, tas noniecina SIA „Baltijas biroja serviss” konkurentus, tieši aicinot patērētājus nevērsties pie reklamētāja konkurentiem un paužot apgalvojumu, ka pie konkurentiem uzpildītie kārtidži tiek izlietoti ievērojami ātrāk. Līdz ar to šāds apgalvojums ir uzskatāms par konkurentiem neslavu ceļošu un konkurentus noniecinošu, un tādējādi tas atzīstams par neatbilstošu Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 5.punkta un 9.panta trešās daļas 4.punkta prasībām.

[5] Ar Administratīvās rajona tiesas tiesneša 2008.gada 10.novembra lēmumu, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma (turpmāk -APL) 123.panta otrās daļas 3.punktu un trešo daļu, administratīvā lieta Nr.A42643707 nodota izskatīšanai pēc būtības Administratīvajai apgabaltiesai.

[6] 2007.gada 3.decembrī Administratīvajā rajona tiesā saņemtajā rakstveida paskaidrojumā Padome norādīja, ka pieteikumu uzskata par nepamatotu un noraidāmu, papildus izsakot turpmāk minētos apsvērumus.

[6.1] Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta lietā Nr.SKA-155, uz kuras spriedumu ir atsaukusies pieteicēja, ir pavisam citi faktiskie apstākļi, par ko Padome arī ir norādījusi Lēmumā.

[6.2] Attiecībā par pieteicējas iebildumiem par to, ka Reklāmā izmantoti neētiski, nepieklājīgi un rupji izteikumi, norādāms, ka PTAC 2007.gada 22.oktobrī pieņēmis lēmumu, kurā konstatējis, ka SIA „Baltijas biroju serviss” nav pārkāpusi nosacījumu, ka reklāmā atļauts iekļaut tikai tādu paziņojumu vai vizuālos attēlus, kas nepārkāpj ētikas, humānisma, morāles, tikumības un pieklājības normas, un ka Reklāma atbilst Reklāmas likuma 3.panta otrās daļas prasībām.

[6.3] Padome saskaņā ar Konkurences likuma 6.panta pirmās daļas 2.punktu, Reklāmas likuma 8.pantu, 9.panta trešās daļas 4.punktu, 14.pantu un 15.pantu, var konstatēt Reklāmas likuma pārkāpumus tirgus dalībnieku darbībās un uzlikt tiesisko pienākumu tikai, pamatojoties uz lietas izpēti laikā iegūtiem pierādījumiem, nevis saskaņā ar tiesas nolēmumu.

[7] Tiesas sēdē pieteicējas pārstāve uzturēja savu pieteikumu, bet Padomes pārstāvis to neatzina uz iepriekš tiesai iesniegtajos dokumentos ietvertu argumentu pamata. Uz tiesas sēdi nebija ieradies trešās personas SIA „Baltijas biroju serviss” pārstāvis. Ņemot vērā, ka trešajai personai likumā

noteiktā kārtībā ir ticis paziņots par tiesas sēdes laiku un vietu, Administratīvā apgabaltiesa, uzklusot pārējo procesa dalībnieku viedokli, atzina par iespējamu izskatīt lietu bez trešās personas pārstāvja klātbūtnes.

Motīvu daļa

[8] Pārbaudījusi lietas materiālus un noklausījusies administratīvā procesa dalībnieku paskaidrojumus, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka pieteicējas pieteikums ir noraidāms.

[9] Attiecībā par pieteicējas pieteikumā ietvertajiem prasījumiem Administratīvā apgabaltiesa konstatē, ka saskaņā ar Konkurences likuma 8.pantu Padomes kompetencē ir pieņemt lēmumus par lietas ierosināšanu vai neierosināšanu, kā arī par Reklāmas likuma pārkāpumiem un pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu.

No minētā secināms, ka Administratīvās apgabaltiesas kompetencē, izskatot pieteikumus par minētajiem Padomes lēmumiem, ir izvērtēt to tiesiskumu un to prettiesiskuma konstatēšanas gadījumā saskaņā ar APL 253.pantu atcelt šādus Padomes lēmumus pilnībā vai daļā, kā arī nepieciešamības gadījumā uzdot tā vietā izdot jaunu administratīvo aktu, ņemot vērā tiesas nolēmumā konstatētos faktus un juridiskos apsvērumus. Administratīvajai apgabaltiesai nav kompetences Padomes vietā lemt par lietas ierosināšanu, veikt lietas izpēti un lemt par Reklāmas likuma pārkāpumiem, pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu.

Ņemot vērā minētos apsvērumus, Administratīvā apgabaltiesa skata pieteikumu par Padomes Lēmuma atcelšanu.

[10] Pamatnosacījumus, Padomei izlemjot par lietas ierosināšanu vai neierosināšanu uz iesnieguma pamata, nosaka Konkurences likuma 23.pants.

Konkurences likuma 23.panta pirmā daļa (*redakcijā, kas bija spēkā Lēmuma pieņemšanas laikā*) nosaka, ka lietu ierosina, ja likuma pārkāpuma novēršanā pamatoti ieinteresētā persona iesniedz rakstveida iesniegumu.

Konkurences likuma 23.panta trešā daļa nosaka, ka Padome pēc iesnieguma saņemšanas izvērtē iesniegumā ietvertu informāciju, ja nepieciešams, iegūst papildus informāciju, pārbauda, vai ir likumīgs iemesls un pietiekams pamats lietas ierosināšanai un ne vēlāk kā 30 dienu laikā no iesnieguma saņemšanas dienas pieņem lēmumu par lietas ierosināšanu vai neierosināšanu.

No minētajām tiesību normām secināms, ka Padome ir tiesīga lemt par lietas neierosināšanu sakarā ar kādas personas iesniegumu, ja, izvērtējot iesniegto vai arī vēl papildus iegūto informāciju, Padome secina, ka nav likumīga iemesla un pietiekama pamata lietas ierosināšanai, proti, nav konstatējams likuma pārkāpums. Šādu Administratīvās apgabaltiesas tiesību normu izpratni apstiprina šobrīd spēkā esošā Konkurences likuma 23 .panta redakcija, kas papildināta ar ceturto prim daļu, kas tieši arī noteic, ka Padome neierosina lietu, ja iesniegumā ietvertā un nepieciešamības gadījumā papildus

iegūtā informācija nesatur ziņas par nodarījumu, kam ir ša likuma pārkāpuma sastāva pazīmes.

[11] Administratīvā apgabaltiesa, izvērtējot Reklāmas saturu, konstatē, ka tajā pēc situācijas apraksta par viena partnera negodprātīgu rīcību pret otru, printējot un izlietojot printera kārtidžus, kas bija domāti abu kopīgai lietai, seko aicinājums turpmāk printera kārtidžus uzpildīt SIA „Baltijas biroju serviss”.

Ņemot vērā, ka SIA „Baltijas biroju serviss”, tāpat kā pieteicēja un citi tās konkurenti, pozicionē sevi kā minētā pakalpojuma sniedzējus, bet ne patērētājus, tad Administratīvās apgabaltiesas ieskatā Reklāmā sniegtais situācijas apraksts par viena patērētāja negodprātīgu rīcību pret otru, radot ārkārtas nepieciešamību pēc minētā pakalpojuma, nav saistāms ar minētā pakalpojuma sniedzēju vai tā sniegtā pakalpojuma kvalitāti.

Administratīvā apgabaltiesa secina, ka Reklāma nav uzskatāma par salīdzinošu reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē, jo tajā sniegtā informācija nav uzskatāma par tiešu vai netiešu norādi uz citu konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem. No Reklāmas nav iespējams identificēt pieteicēju vai kādu citu SIA „Baltijas biroja serviss” konkurentu.

Līdz ar to arī Reklāmā ietvertā SIA „Baltijas biroja serviss” pašslavēšana, nesalīdzinot to tieši vai netieši ar citu konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, nav uzskatāma par maldinošu reklāmu Reklāmas likuma 8.panta izpratnē.

Ņemot vērā minētos apsvērumus, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka SIA „Baltijas biroja serviss” darbībās, sniedzot Reklāmu, nav konstatējams Reklāmas likuma 8.pantā, 9.panta trešās daļas 4.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpums.

[12] Administratīvā apgabaltiesa, izvērtējot Padomes Lēmumā ietverto pamatojumu, kas minēts šā sprieduma [3] punktā, atzīst, ka Padome Lēmumā ar līdzīgu argumentāciju arī atzinusi, ka SIA „Baltijas biroja serviss” darbībās nav konstatējams likuma pārkāpums.

Administratīvās apgabaltiesas ieskatā Padomes Lēmumā pamatoti secināts, ka Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2004.gada 26.novembrā spriedumu lietā Nr. SKA-155 minētās atziņas par netiešo norādi salīdzinošā reklāmā, nav attiecināmas uz šo gadījumu. Pieteicējas minētā sprieduma 15.punkta citāta turpinājumā, kuru pieteicēja nav atreferējusi savā iesniegumā, norādīts, *„ka, ņemot vērā, ka iesniedzējs (konkrēti A/S „Aldaris”) ir viens no lielākajiem Latvijas alus darītājiem, ir ļoti iespējams, ka patērētājs konkrētajā reklāmā var identificēt tieši A/S „Aldaris” precī.”* No minētā sprieduma izriet, ka vispārīgas norādes ietveršanas reklāmā uz konkurentiem vai to precēm un pakalpojumiem gadījumā būtisks ir tas apstāklis, vai vidusmēra patērētājam ir iespējams šādas norādes gadījumā identificēt konkrētus konkurentus, kas darbojas konkrētās preces vai pakalpojuma tirgū. No minētā izriet, ka tirgos, kur vidusmēra patērētājam ir

labi zināmi vēl konkrēti tirgus dalībnieki, ka tas ir mobilo telefona sakaru pakalpojumu tirgū vai alus ražotāju tirgū, šādas norādes, kaut arī nekonkrētas, ir uzskatāmas par netiešām norādēm. Savukārt tā kā pēc internetā pieejamās informācijas (*lietas 17.-23.lapa*) ar biroja tehnikas apkalpošanu saistītos pakalpojumus Latvijā piedāvā liels skaits komersantu, tad Administratīvā apgabaltiesa piekrīt Padomes Lēmumā paustajam viedoklim, ka vidusmēra patērētājam pēc Reklāmas satura nav iespējams identificēt kādu vienu vai vairākus konkrētus minētā tirgus dalībniekus.

[13] Ņemot vērā minētos argumentus, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka Lēmums ir tiesisks un pamatots, bet pieteikums par Lēmuma atcelšanu ir noraidāms kā nepamatots.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta otro daļu un Administratīvā procesa likuma 251.pantu un 253.pantu, Administratīvā apgabaltiesa

nosprieda:

Noraidīt sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Biroja tehnikas servisa centrs” pieteikumu par Konkurences padomes 2007.gada 26.septembra lēmuma Nr.122 atcelšanu.

Spriedumu var pārsūdzēt Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamentā 30 dienu laikā no tā sastādīšanas dienas, kasācijas sūdzību iesniedzot Administratīvajā apgabaltiesā.

Tiesas sēdes priekšsēdētājs	(paraksts)	E.Puriņš
Tiesneši	(paraksts)	K.Berķis
	(paraksts)	U.Mihailova