



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S Rīgā

Nr.50

(Prot. Nr.36,7.§)

2006.gada 31.maijā

Par Reklāmas likuma pārkāpuma konstatēšanu un lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā

Par SIA „Interaktīvo Tehnoloģiju Grupa” 27.03.2006. iesniegumu Nr.2006-03-139

Lieta Nr.706/06/09/4

Konkurences padome 28.03.2006. saņēma SIA „Interaktīvo Tehnoloģiju Grupa” (turpmāk tekstā – „ITG”) 27.03.2006. iesniegumu Nr.2006-03-139 par iespējamu nepatiesu un maldinošu reklāmu.

Iesniedzējs lūdz Konkurences padomi izskatīt SIA „Ekonomikas un Informācijas Risinājumu Aģentūra” (turpmāk tekstā – „EIRA”) iespējamo reklāmas un konkurences likumdošanas pārkāpumu, izvietojot informāciju portālā www.117.lv, ka EIRA ir *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā*, un saukt pie atbildības iespējamo pārkāpēju, jo, šāda, iespējams, klaji maldinoša informācija rada ievērojamus ekonomiskos zaudējumus uzņēmuma konkurentiem.

Iesniedzējs norāda, ka savā interneta mājas lapā EIRA ievietojuši informāciju, ka tā dibināta 2003.gada nogalē un ir samērā jauns un neliels uzņēmums. Cita EIRA interneta mājas lapā pieejamā informācija liecina, ka EIRA realizējusi ap 50 projektu. Salīdzinājumam ITG dibināta 2000.gadā, tās realizēto projektu skaits pārsniedz 250 projektus un kopējais pēdējo 5 gadu apgrozījums pārsniedz Ls 400 000. Šie fakti pēc iesniedzēja uzskata liecina, ka EIRA nav uzskatāma par vadošo mājas lapu izstrādātāju Latvijā, un apzīmējums *vadošais* šajā gadījumā, iespējams, ir nepatiess un maldinošs. Līdz ar to minētā rezultātā EIRA, iespējams, pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu un 8.panta pirmo un otro daļu.

Konkurences padome 31.03.2006., pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu un Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, uz ITG 27.03.2006. iesnieguma Nr.2006-03-139 pamata nolēma ierosināt lietu par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas un 8.panta iespējamo pārkāpumu EIRA darbībās, izplatot ITG 27.03.2006. iesniegumā Nr.2006-03-139 norādītā satura reklāmu.

Konkurences padome 12.04.2006., pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, pieņēma lēmumu pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr. 706/06/09/4 uz laiku līdz 19.05.2006.

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

konstatēja:

Konkurences padome 04.04.2006. saņēma ITG papildinājumus iesniegumam Nr.2006-03-139. ITG uzskata, ka EIRA iespējamais pārkāpums ir uzskatāms par īpaši graujošu ITG un, iespējams, citiem šīs nozares dalībniekiem šādu iemeslu dēļ:

1) reklāma internetā, tai skaitā portālā www.117.lv, ir galvenais un faktiski vienīgais ievērojamais ITG reklāmas kanāls, kurā uzņēmums iegulda prāvus līdzekļus. 2006.gada trijos mēnešos informācija par ITG portālā www.117.lv ir aplūkota 119977 reizes.

2) Informācija par EIRA portālā www.117.lv ir atrodama pēc atslēgas vārdiem (piemēram, mājas lapas) un tā tiek atspoguļota pirms informācijas par ITG, līdz ar to lielākā apmeklētāju daļa, iespējams, tiek maldināta ar EIRA nepatieso reklāmu. Jāņem vērā, ka lielākā apmeklētāju daļa informāciju meklē tieši pēc atslēgas vārdiem.

3) ITG aprēķini liecina, ka aptuveni 10% no iespējamajiem klientiem, kuri ieguvuši informāciju par uzņēmumu no www.117.lv un kuri kontaktējas ar ITG, kļūst par ITG klientiem. Vidējais viena projekta apjoms ir Ls 1500 – 2500. Tādējādi, pieņemot, ka daļa no potenciālajiem klientiem tiek maldināti ar EIRA reklāmu, tiek nodarīti ievērojami zaudējumi ITG.

4) Frāze “*vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā...*” ir nepamatota un izteikta absolūtā formā. Termins *vadošais* pats par sevi ir maldinošs, jo nav izskaidrots, kas liecina par konkrētā uzņēmuma vadošo statusu. Visi pieejamie dati par EIRA liecina, ka uzņēmums nepretendē uz *vadošo* statusu ne pēc kādiem šīs nozares kritērijiem (piemēram, apgrozījuma, klientu skaita, izmantoto tehnoloģiju pārākuma).

Konkurences padome 24.04.2006. saņēma Valsts valodas aģentūras izziņu, kurā paskaidrots, ka vārda *vadošais* semantika ir: *ļoti nozīmīgs; ļoti ietekmīgs; arī galvenais* (Latviešu literārās valodas vārdnīca, 8.sēj., Rīga: Zinātne, 1996, 239.lpp.). Šādā sakarā frāze *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā* būtu saprotama: *ļoti nozīmīgs, ļoti ietekmīgs* (iespējams, arī galvenais) mājas lapu izstrādātājs Latvijā.

Konkurences padome 24.04.2006. saņēma informāciju no EIRA. Vēstulē paskaidrots, ka ITG iesniegumā norādītā reklāma portālā www.117.lv tika izvietota pēc EIRA pasūtījuma. Tā izplatīta, sākot no 2005.gada jūnija, bet pārtraukta izplatīt 2006.gada marta beigās. EIRA neplāno šīs reklāmas turpmāku izplatīšanu. Minēto reklāmu EIRA citur nav izplatījusi un arī to neplāno.

EIRA uzskata, ka reklāmas tekstā lietotais jēdziens “vadošais”, līdzīgi kā, piemēram, jēdzieni “galvenais”, “centrālais”, “noteicošais”, “svarīgākais” un tml. nenorāda uz īpašībām, kuru patiesumu vai precizitāti ir iespējams objektīvi pārbaudīt (saskaņā ar objektīviem kritērijiem). Šim jēdzienam, atšķirībā no tāda jēdziena kā, piemēram, “lielākais”, valodnieciski nav pietiekami konkrēts saturs, lai šādu reklāmu varētu uzskatīt par salīdzinošo reklāmu.

EIRA subjektīvais priekšstats par to, ka tā ir vadošais interneta mājas lapu izstrādātājs Latvijā, radies balstoties uz klientu pozitīvajām atsauksmēm, to, ka EIRA klientu loks ģeogrāfiski aptver ļoti plašu Latvijas teritoriju (pēc EIRA rīcībā esošās informācijas citos Latvijas reģionos ārpus Rīgas savus pakalpojumus sniedz ļoti nedaudzas komercsabiedrības).

EIRA tiešā mārketinga aktivitātes ir bijušas ļoti sekmīgas (apmēram 20% tikšanos ar potenciālajiem klientiem rezultātā noslēgti mājas lapu izstrādes līgumi).

Ar minēto reklāmu EIRA patērētājiem vēlējusies paziņot, ka EIRA pakalpojumi mājas lapu tirgū ir atpazīstami, izceļas ar augstu kvalitāti, ļoti pozitīvām klientu atsauksmēm, mūsdienīgu dizaina risinājumu un citiem kvalitāti raksturojošiem rādītājiem, kas ļauj mājas lapu izstrādātāju EIRA uzskatīt par nozīmīgu pakalpojumu sniedzēju Latvijas informāciju tehnoloģiju tirgū. Šīs reklāmas mērķauditorija bijusi Latvijas mazie un vidējie uzņēmumi.

09.05.2006. tikšanās laikā ITG pārstāvis sniedz sekojošus paskaidrojumus. Mājas lapu izstrādāšanas tirgū Latvijā stabili, jau ilgāku laiku, sniedz pakalpojumus aptuveni pieci lielāki tirgus dalībnieki, t.sk. ITG, SIA "Mediaparks", SIA "Vide Infra Grupa", "Vivax Media". Ir vēl daudz citu mazāku uzņēmumu, kas katru gadu rodas no jauna, citi pazūd. Lielākie uzņēmumi savā starpā konkurē, kopumā aizņemot, iespējams, vairāk nekā pusi tirgus daļas. Atpazīstamākais pakalpojumu sniedzējs šajā nozarē ir SIA "Mediaparks". EIRA nav atpazīstams tirgus dalībnieks, ITG par to uzzināja tikai pēc informācijas portālā www.117.lv.

ITG pārsvarā orientējusies uz klientiem - lielajiem uzņēmumiem. Kopumā tai bijuši vairāk nekā 200 klientu. ITG pakalpojumus sniedz Rīgā, visā Latvijas teritorijā, Skandināvijā. Procentuāli vairāk klientu ir no Rīgas.

Saskaņā ar ITG viedokli vārds *vadošais* var ietvert daudz ko, bet tam jābūt pamatotam ar objektīviem kritērijiem, jābūt paskaidrotam, pēc kā uzņēmums ir vadošais (līderis). *Vadošais* uzņēmums varētu būt pēc apgrozījuma, darbinieku skaita, peļņas, uzņēmuma vērtības, atpazīstamības.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu EIRA 16.05.2006. iepazīnās ar lietā Nr.706/06/09/4 esošajiem materiāliem un 23.05.2006. vēstulē izteica savu viedokli par tiem. EIRA uzskata, ka lietā esošais Valsts valodas aģentūras atzinums apstiprina to, ka jēdziens *vadošais* nenorāda uz īpašībām, kuru patiesumu vai precizitāti ir iespējams objektīvi pārbaudīt, jo arī tā skaidrojums valodnieciski ir plašs un nekonkrēts (neietverot norādes par objektīviem kritērijiem, saskaņā ar kuriem var pārbaudīt sabiedrības nozīmīgumu vai ietekmīgumu). EIRA uzsver, ka tās klientu loks aptver plašus Latvijas reģionus, savukārt vairums citu mājas lapu izstrādātāju strādā vienīgi ar klientiem, kas atrodas Rīgā. Galvenokārt, šī iemesla dēļ EIRA uzskata, ka ir vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā kopumā.

ITG savas tiesības iepazīties ar lietā esošajiem materiāliem un izteikt viedokli par tiem neizmantoja.

(1) ITG ir LR Uzņēmumu reģistrā 07.08.2000. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003504808) komercsabiedrība.

EIRA ir LR Uzņēmumu reģistrā 08.09.2003. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003644801) komercsabiedrība.

Ņemot vērā lietā iegūto informāciju un lietas dalībnieku sniegtos paskaidrojumus, ITG un EIRA ir uzskatāmas par interneta mājas lapu izstrādāšanas pakalpojumu tirgus dalībniekiem, kas konkurē.

(2) Portālā www.117.lv publicētā informācija par EIRA ar paziņojumu *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā*, ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Lietā nepastāv strīds, ka iesniegumā minētās reklāmas devējs ir EIRA. 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.

Nemot vērā EIRA paskaidrojumus, reklāma ar paziņojumu *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā* izplatīta vienīgi portālā www.117.lv, laikā no 2005.gada jūnija līdz 2006.gada marta beigām.

(3) Portālā www.117.lv no informācijas par EIRA izveidota saite ("Ekonomikas un informācijas risinājumu aģentūra", SIA) uz atsevišķu sadaļu, kurā sniegta sekojoša informācija:

Sākumā izvietota EIRA preču zīme, firma, adrese, tālruņa numuri, e-pasta adrese, reģistrācijas un nodokļu maksātāja numurs un citi rekvizīti. Tālāk seko informācija:

"Produkti, pakalpojumi

Vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā, SIA "Ekonomikas un Informācijas Risinājumu Aģentūra", kas stabili darbojas IT (informācijas tehnoloģijas) sfērā piedāvā:

- *Interneta, web, www, saits, mājas lapas (lapu), dizains (dizaina), izveide, izstrāde, veidošana, izgatavošana, konsultācijas, konsultēšana.*
- *Intranets, ekstranets, interneta risinājumi.*
- *Interneta meklētāju optimizācija, pozicionēšanās, Google meklētāja optimizācija.*
- *Interneta reklāma, baneri (banneri), baneru (banneru) izstrāde.*
- *Datu bāzes, datubāzes, programmas, programmatūra, programmēšana, statistikas sistēma, satura vadības sistēma, CMS, e-veikali, i-veikali.*
- *www.Klik.lv, Kopējais Interneta Katalogs, portāls, portāli, vortāls, vortāli, Mājas lapu uzturēšana, hostēšana, hostings, serveris.*

Nozares

Informācijas tehnoloģijas

Interneta pakalpojumi

Programmatūra

Reklāma."

(4) Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikts, 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.*

Reklāmas likuma 8.panta pirmajā daļā noteikts, ka *maldinoša reklāma ir aizliegta. Saskaņā ar 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.* Reklāmas likuma 8.panta trešajā daļā ir noteikts, ka, *Nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes - atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru reklāmā sniegto informāciju, kas norādīta šī panta trešās daļas 1.,2. un 3.punktā.* Atbilstoši Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 3.punktam, *nosakot, vai reklāma ir maldinoša, t.sk. ņem vērā informāciju, kas reklāmā sniegta par reklāmas devēju(..).*

(5) ITG iebildumi pēc būtības ir par to, ka portālā www.117.lv izplatītajā reklāmā sniegts paziņojums, ka EIRA ir *vadošais māju lapu izstrādātājs Latvijā*, kas neatbilst patiesībai. Iesniedzējs uzskata, ka EIRA nav uzskatāma par vadošo mājas lapu izstrādātāju Latvijā, un apzīmējums *vadošais* šajā gadījumā, iespējams, ir nepatiess un maldinošs. Līdz ar to minētā rezultātā EIRA, iespējams, pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzītās prasības un 8.panta noteikumus. Turklāt reklāmā nav izskaidrots, kas liecina par EIRA vadošo statusu, tādējādi termins *vadošais* jau pats par sevi ir maldinošs.

EIRA uzskata, ka reklāmas tekstā lietotais jēdziens *vadošais*, līdzīgi kā, piemēram, jēdzieni *galvenais*, *centrālais*, *noteicošais*, *svarīgākais*, nenorāda uz īpašībām, kuru patiesumu vai precizitāti ir iespējams objektīvi pārbaudīt. Šim jēdzienam, pēc EIRA ieskata, valodnieciski nav pietiekami konkrēts saturs, lai šādu reklāmu varētu uzskatīt par salīdzinošo reklāmu. EIRA subjektīvais priekšstats par to, ka tā ir vadošais interneta mājas lapu izstrādātājs Latvijā, radies, balstoties uz klientu pozitīvajām atsauksmēm, kā arī uz to, ka tās klientu loks aptver ģeogrāfiski ļoti plašu Latvijas teritoriju.

(6) Pārbaudot apstrīdēto reklāmu atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem, Konkurences padome konsekvēnti ir atzinusi, ka reklāmas izvērtējumā ir jāņem vērā tas, kā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs. Līdz ar to iespējamā maldinājuma mērogs ir nevis pavisams, nolaidīgs un vieglprātīgs, bet gan vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs. Konkurences padome, izvērtējot EIRA reklāmu, kurā ietverts paziņojums *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā*, ņem vērā līdzšinējo praksi (Konkurences padomes 08.11.2005. lēmums Nr.60, Latvijas Vēstnesis Nr.186, 22.11.2005. Konkurences padomes 18.01.2006. lēmums Nr.2, Latvijas Vēstnesis Nr.21, 03.02.2006.). Minēto reklāmas izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi arī Administratīvā apgabaltiesa (Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienu tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (Eiropas Kopienu tiesas 13.01.2000. spriedums lietā Nr.C-220/98, 27.parágrāfs (http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!CELEXnumdoc&lg=en&numdoc=61998J0220); 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.parágrāfs (http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!CELEXnumdoc&lg=en&numdoc=61999J0112)).

Reklāmas mērķauditorija saskaņā ar EIRA norādīto ir Latvijas mazie un vidējie uzņēmumi, tas ir, tirgus dalībnieku pārstāvji, kuri interesējas par mājas lapu izveidošanu. Mājas lapas izstrādāšana ir pakalpojums, kas privātpersonām var būt nepieciešams vienu vai vairākas reizes, bet ne regulāri. Tādējādi reklāmas mērķauditorija nav mājas lapu izstrādāšanas nozares pārzinātāji (šīs nozares speciālisti) un EIRA reklāmu uztver tāpat kā vidusmēra patērētāji. Bez tam jāņem vērā, ka EIRA reklāma ietver informāciju arī par citiem piedāvātajiem pakalpojumiem (interneta risinājumi, datu bāzes, programmatūra u.c.), tādēļ ar EIRA reklāmu var būt iepazīnušās arī personas, kuras, iespējams, izmanto citus EIRA piedāvātos pakalpojumus, bet nākotnē, iespējams, var būt arī potenciālie EIRA klienti - mājas lapu izstrādāšanas pakalpojuma saņēmēji. Līdz ar to EIRA reklāmas, kurā ietverts paziņojums *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā*, izvērtējumā Konkurences padome uzskata par pamatotu ņemt vērā to, kā minētajā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs.

(7) Konkurences padome ir izvērtējusi portālā www.117.lv izplatīto EIRA reklāmu ar paziņojumu *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā* un norāda sekojošo.

Reklāmas likuma izpratnē jebkuram tirgus dalībnieka reklāmā sniegtajam paziņojumam attiecībā uz šo tirgus dalībnieku, arī tā īpašībām vai kvalifikāciju, ja paziņojuma precizitāti un pareizību iespējams objektīvi pārbaudīt, jābūt patiesam. Šāds ar Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu noteiktais ierobežojums ir būtisks sabiedrības un ar reklāmas apgalvojumu iespējami aizskarto tirgus dalībnieku likumisko interešu nodrošināšanas garants.

Reklāmā lietotiem apzīmējumiem, ja tie raksturo uzņēmumu, to piedāvāto precī vai pakalpojumu un tos iespējams arī objektīvi pārbaudīt, piemēram, salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem, šādam raksturojumam jābūt objektīvi pamatotam. Ja attiecīga objektīva pamatojuma nav, reklāma atzīstama par maldinošu.

(8) *Vadošais* ir darāmās kārtas tagadnes divdabīgs, kas atvasināts no darbības vārda *vadīt* tagadnes celma: *vad*, ar noteikto galotni un ar darbības vārda un īpašības vārda pazīmēm. Saskaņā ar Latviešu valodas skaidrojošajā vārdnīcā (<http://www.ailab.lv/Vardnica/servlet/Vardnica?vards=vad%EeT>) norādīto viena no darbības vārda *vadīt* nozīmēm ir: *organizējot, pārzinot (ko), dodot norādījumus (kolektīvam), veikt (kādu darbu), virzīt (kādu darbību); veikt organizatorisku vai administratīvu darbu. Vadīt sinonīmi ir virzīt, orientēt (kā orientēsim mūsu jaunatni, kurp to virzīsīm?); regulēt administrēt; būt vadonim (līderim)* (Latviešu valodas sinonīmu vārdnīca. – Rīga: Avots, 2002. – 3.papildin. un pārstrād. izd. - 441.lp.). *Vadošais* skaidrojams kā *ļoti nozīmīgs, ļoti ietekmīgs, arī galvenais*.

Apgalvojums, ka uzņēmums kādā nozarē ir vadošais, parasti piesaista uzmanību un tiek uztverts nopietni no reklāmas mērķauditorijas puses, kā svarīgs vēstījums par uzņēmumu. Apzīmējums *vadošais* informē par tirgus dalībnieka īpašo stāvokli tirgū, kas pēc konkrētai nozarei būtiskiem rādītājiem to izceļ starp citiem tirgus dalībniekiem. Tas vieš uzticību, informē, ka šādas informācijas sniedzējs un, iespējams, arī potenciālais sadarbības partneris ir ieņēmis vadošo lomu savā nozarē, respektīvi, ir ieguvis ievērojamu tirgus daļu, ir realizējis apjomīgu un arī kvantitatīvi nozīmīgu skaitu projektu, ieguvis pārākumu tehnoloģiju attīstības ziņā, ar jaunām idejām izvirzījies priekšplānā kā kreatīvākais un pēc citiem tieši vadošajam (līderim) tirgū noteicošajiem kritērijiem ir krietni pārkāps pār citiem konkrētās nozares uzņēmumiem, kas ļauj uzskatīt to par nozīmīgu un ietekmīgu nozares attīstības veidotāju kopumā. Lai uzņēmumu sauktu par vadošo, tam jābūt tik ietekmīgam, ka tas konkrētās nozares citiem uzņēmumiem (iespējams, netieši) rāda priekšzīmi, kaut kādā ziņā virza vai orientē to darbību, vispusīgi pārzinot nozari kopumā. Šādam uzņēmumam jābūt ļoti ietekmīgam, galvenajam citu starpā.

Tādējādi paziņojums *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā* nozīmē, ka Latvijā tieši starp tirgus dalībniekiem, kas izstrādā mājas lapas, būtiskiem rādītājiem šāda paziņojuma sniedzējs ir pārsniedzis un apsteidzis citus tirgus dalībniekus. Par vadošo var tikt uzskatīts, piemēram, dominējošā stāvoklī esošs uzņēmums, kas ir stabili pārsniedzis un apsteidzis citus tirgus dalībniekus, spēj ietekmēt nozares attīstību kopumā, un tā to pamatoti var uztvert arī šādas informācijas saņēmējs.

Nemot vērā iepriekšminēto, Konkurences padome uzskata, ka apzīmējums *vadošais* ir objektīvi pārbaudāms jēdziens. Tādējādi tāda apzīmējuma kā *vadošais* lietošanas pieļaujamība ir atkarīga no tā pareizības, un ir noraidāms EIRA iebildums, ka jēdziens *vadošais* nenorāda uz īpašībām, kuru patiesumu vai precizitāti iespējams objektīvi pārbaudīt. Turklāt, sniedzot informāciju Konkurences padomei, EIRA ir norādījusi, ka reklāmā EIRA nosaukta par vadošo mājas lapu izstrādātāju Latvijā, arī balstoties uz to, ka EIRA klientu loks ģeogrāfiski aptver ļoti plašu Latvijas teritoriju, tādējādi apliecinot, ka apzīmējums *vadošais* tomēr ir pamatojams un tādā pārbaudāms jēdziens.

Konkurences padome uzskata, ka, izvērtējot konkrētās reklāmas atbilstību Reklāmas likuma 3.panta pirmajai daļai un 8.panta noteikumiem, ir pamatoti norādīt uz Konkurences padomes līdzšinējo praksi. Konkurences padome, izvērtējot reklāmā lietotā apzīmējuma *pati pilnīgākā (Pati pilnīgākā televīzijas programma)* atbilstību Reklāmas likuma 8.panta noteikumiem, secināja, ka reklāmā vārdi *pati pilnīgākā* lietoti bez jebkādas atrunas, kas neizslēdz iespēju patērētājam saprast, ka ar īpašības vārdu vispārākā pakāpē *pati pilnīgākā* jāsaprot kvantitatīvi pilnīgākais un apjomīgākais televīzijas programmu laikraksts konkrētajā tirgū. (Konkurences padomes 12.06.2000. lēmums Nr.8).

Konkrētās lietas sakarā Konkurences padome uzskata par pamatotu norādīt arī uz iebilstā apzīmējuma atbilstošu novērtēšanas praksi citās valstīs. Piemēram, Vācijas tiesas reklāmu (reklāmā pretstatīta divu Vācijas informatīvo žurnālu *Focus* un *Spiegel* lasītāju sasniedzamība, par pamatu izmantojot mediju analīzes datus), kurā ietverti apzīmējumi vadība (līderība) tirgū (vācu val. - marktführerschaft), vadošā pozīcija tirgū (vācu val. - führende

Position) attiecībā uz ilustrēto ziņu žurnālu lasītāju tirgu, ir atzinušas par pārbaudāmu un ir izvērtējušas, vai šī reklāma nav maldinoša. Vācijas Augstākā tiesa (vācu val. – Bundesgerichtshof) ir apstiprinājusi apelācijas instances tiesas spriedumu, ka reklāma, kurā ietverti minētie apzīmējumi, ir maldinoša (Vācijas Augstākās tiesas 02.10.2003. spriedums IZR 150/01 Marktführerschaft), t.sk. secinot, ka no reklāmas izvērtējuma (patērētāju uztveres) viedokļa būtiska (lai žurnālu atzītu par vadošo tirgū) ir ne tikai konkrētā žurnāla sasniedzamība, bet arī citi kritēriji. (<http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=pm&Datum=2003-10&nr=28069&linked=urt&Blank=1&file=dokument.pdf>)

(9) Apgalvojumu, kas demonstrē tirgus dalībnieka pārākumu pār citiem tirgus dalībniekiem (šajā gadījumā – *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā*), izmantošana reklāmā saskaņā ar Reklāmas likumu nav aizliegta. Tomēr, ja šāds reklāmas apgalvojums satur informāciju par vispārējo situāciju tirgū (kādā jomā) un nav pamatots ar to apstiprinošiem pierādījumiem, reklāmas vēstījuma saņēmēji, kuri izvēlas EIRA, balstoties uz šādu saņemtu informāciju, tiek maldināti, un reklāma var ietekmēt to ekonomisko rīcību. Turklāt šāda reklāma var kaitēt arī konkurentiem, kas pēc mājas lapu izstrādātājiem nozīmīgiem rādītājiem ir pārāki.

Iesniedzējs ir norādījis uz būtiskiem rādītājiem, kas varētu liecināt par uzņēmuma vadošo stāvokli (līderību) tirgū, tas ir, apgrozījums, darbinieku skaits, peļņa, klientu skaits, izmantoto tehnoloģiju pārākums, uzņēmuma vērtība, atpazīstamība. EIRA nav sniegusi pierādījumus, ka pēc minētajiem rādītājiem būtu pārāka par citiem tirgus dalībniekiem. Konkurences padome piekrīt iesniedzēja viedoklim, ka, lai reklāmā pamatoti nodēvētu sevi par vadošo kādā nozarē, uzņēmumam jābūt līderim tirgū pēc vairākiem rādītājiem.

Ja tirgus dalībnieks (mājas lapu izstrādātājs) sevi apzīmē kā vadošo šajā nozarē, šāda paziņojuma saņēmējam ir viegli noprotams, ka šis konkrētais tirgus dalībnieks pārējos konkurentus pārsniedz (ir pārāks) pēc rādītājiem, kas nosaka tirgus līderību (vadošo stāvokli). Ja reklamētais tirgus dalībnieks nav vadošais konkrētajā tirgū pēc šādu pakalpojumu sniedzējiem nozīmīgiem rādītājiem, kas apstiprina tā vadošo stāvokli, bet uzskata, ka ir vadošais savā nozarē vienīgi pēc kādiem konkrētiem rādītājiem, reklāmā jāsniedz informācija, pēc kādiem tieši rādītājiem tas ir vadošais, piemēram, pēc apgrozījuma, klientu, realizēto projektu vai darbinieku skaita u.c. Pretējā gadījumā reklāmas vēstījuma saņēmēji, sasaistot šādu paziņojumu ar nozares pakalpojumu sniedzējiem nozīmīgiem rādītājiem, var saprast, ka tieši reklamētais tirgus dalībnieks (EIRA) ir vadošais pakalpojumu sniedzējs, kas pārsniedzis un apsteidzis citus tirgus dalībniekus. Apstrīdētajā reklāmā nav paskaidrots, pēc kādiem rādītājiem EIRA ir vadošais uzņēmums mājas lapu izstrādāšanas pakalpojumu sniegšanas tirgū.

Konkrētajā situācijā paziņojums *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā* norāda uz to, ka EIRA pēc šādu pakalpojumu sniedzēju nozīmīgiem rādītājiem, kas apstiprina vadošo stāvokli (līderību) konkrētajā tirgū ir pārsniedzis un apsteidzis citus tirgus dalībniekus, un tā to pamatoti var uztvert arī šādas informācijas saņēmējs. Minētā reklāmas vēstījuma saņēmējiem pēc EIRA reklāmā sniegtās informācijas nav iespējams paziņojumu *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā* sasaistīt tieši ar EIRA norādītajiem rādītājiem – pozitīvajām atsauksmēm no klientu puses un ģeogrāfiski plašo EIRA klientu loku, jo šāda informācija reklāmā nav ietverta.

EIRA atbildes vēstulē Konkurences padomei norādīts, ka EIRA ir saņēmusi pozitīvas klientu atsauksmes, tās klientu loks ģeogrāfiski aptver ļoti plašu Latvijas teritoriju, un ka tās tiešā marketinga aktivitātes ir bijušas ļoti sekmīgas. Tādējādi EIRA apliecina, ka tās saimnieciskā darbība ir visnotaļ pozitīva un sekmīga, bet nav sniegusi informāciju un pierādījumus rādītājiem, pēc kuriem tā būtu ieņēmusi vadošo lomu starp citiem mājas lapu izgatavošanu pakalpojumu sniedzējiem. EIRA norādītais apstāklis, ka tās klientu loks aptver

ģeogrāfiski plašu teritoriju un pēc EIRA rīcībā esošām ziņām vairums citu mājas lapu izstrādātāju strādā vienīgi ar klientiem, kas atrodas Rīgā, neapstiprina, ka EIRA būtu vadošais uzņēmums (līderis) starp mājas lapu izstrādātājiem Latvijā. Pierādījumus šāda apgalvojuma pareizībai EIRA nav sniegusi. EIRA iebildumam, ka ITG ir apstiprinājusi, ka tā strādā pārsvarā ar klientiem, kas atrodas Rīgā, nav nozīmes, jo ITG nav apgalvojusi, ka ir vadošais uzņēmums konkrētajā nozarē. ITG ir vienīgi norādījusi uz vairākiem tirgus dalībniekiem, kas ir uzskatāmi par lielākajiem mājas lapu izstrādātājiem Latvijā, piemēram, SIA “Vide Infra grupa”, SIA “Vivaks Media”, SIA “Mediaparks”, ITG. EIRA nav sniegusi pamatojumu tam, ka tā būtu pārāka par šiem tirgus dalībniekiem.

Atbilstoši EIRA norādītajam, ar reklāmu portālā www.117.lv tā ir vēlējusies paziņot šādas informācijas saņēmējiem, ka tās pakalpojumi mājas lapu izstrādāšanas tirgū ir atpazīstami, izceļas ar augstu kvalitāti, ļoti pozitīvām klientu atsauksmēm, mūsdienīgu dizaina risinājumu un citiem kvalitāti raksturojošiem rādītājiem. Minētais sniegto pakalpojumu raksturojums pats par sevi nenorāda uz uzņēmuma vadošo lomu tirgū, šādi sevi raksturot var daudzi tirgus dalībnieki, tādēļ reklāmā sniegtais paziņojums neatspoguļo informāciju, kuru EIRA vēlējusies sniegt ar reklāmas palīdzību.

Bez tam interneta mājas lapā www.eira.lv norādīts, ka EIRA ir *samērā jauns un neliels* uzņēmums un *ir ieņemta stabila pozīcija web lapu izstrādes sfērā*. No potenciālo klientu viedokļa ir ievērojama atšķirība starp jaunu un nelielu uzņēmumu, kas ir ieņēmis pagaidām tikai stabilu pozīciju, un tādu, kas ir vadošais uzņēmums mājas lapu izstrādāšanā un šādi sevi arī pozicionē.

Ņemot vērā iepriekšminēto, Konkurences padome uzskata, ka apstrīdētā EIRA reklāma, kurā ietverts paziņojums *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā* uzskatāma par maldinošu.

Turklāt šādas maldinošas informācijas sniegšana reklāmā uzskatāma par neatbilstošu godīgas konkurences principiem, jo šāda reklāma var kaitēt EIRA konkurentiem. Sniedzot reklāmās vēstījumu par savu stāvokli tirgū, tirgus dalībniekiem jāsniedz patiesa informācija, sevi pozicionējot atbilstoši ieņemtajai vietai tirgū, tā, lai neaizskartu citu tirgus dalībnieku tiesības.

(10) Reklāmas likuma 14.panta trešajā daļā noteikts, ka *Uzraudzības iestāde pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem, ja konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām*. Ņemot vērā, ka saskaņā ar EIRA norādīto apstrīdētās reklāmas izplatīšana ir pārtraukta 2006.gada martā un turpmāka izplatīšana vairs nav plānota, Konkurences padome uzskata, ka nav lietderīgi EIRA piemērot kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā noteiktajiem tiesiskajiem pienākumiem un ir uzsākama lietvedība administratīvā pārkāpuma lietā.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 8.pantu, 10.panta pirmo, otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piekto, sesto un septīto daļu un Administratīvā procesa likuma 5. un 12.pantu,

nolēma:

1) Atzīt, ka SIA „Ekonomikas un Informācijas Risinājumu Aģentūra”, izplatot apstrīdēto reklāmu ar paziņojumu *vadošais mājas lapu izstrādātājs Latvijā*, ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzītās vispārīgās prasības par to, ka reklāmai jābūt patiesai, objektīvai un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem, kā arī 8.pantā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu.

2) Uzsākt lietvedību Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma lietā.

Konkurences padomes lēmuma nolemjošās daļas 1.punktu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme