



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr.49

(Prot. Nr.50,8.§)

2005.gada 5.oktobrī

Par lietas izpētes izbeigšanu

Par SIA "BaltHaus" 06.06.2005. iesniegumu par SIA „Mereons” specializēto nekustamo īpašumu katalogu „kur dzīvot...”

Lieta Nr.562/05/09/10

Konkurences padome 2005.gada 9.jūnijā saņēma SIA "BaltHaus" (turpmāk tekstā – „BaltHaus”) 06.06.2005. iesniegumu Nr.112-iz/2005.

Iesniegumā norādīts, ka BaltHaus ir kataloga „jaunie projekti” izdevējs, bet SIA „Mereons” ir izdevusi specializētu nekustamo īpašumu jauno projektu katalogu „kur dzīvot...Jaunās mājas & Jaunie projekti”. Iesniedzējs uzskata, ka SIA „Mereons” (turpmāk tekstā – „Mereons”) 2005.gada kataloga „kur dzīvot...Jaunās mājas & Jaunie projekti” (turpmāk tekstā – „kur dzīvot”) noformējums, kas ir ļoti līdzīgs BaltHaus izdotajam nekustamo īpašumu katalogam „jaunie projekti” un nekādā veidā nav saskaņots ar BaltHaus, ir pretrunā ar spēkā esošo normatīvo aktu prasībām. Iesniedzējs norādījis uz būtiskām līdzībām katalogu dizainā - informācijas izvietojums, teksts, saturs rādītājs u.c., kas liecina par to, ka katalogiem pastāv līdzīgi stila un noformējuma elementi, kas var maldināt specializēto nekustamo īpašumu katalogu mērķauditoriju par katalogu „kur dzīvot” izdevēju.

BaltHaus uzskata, ka tādējādi Mereons darbībās, izdodot specializētu nekustamo īpašumu katalogu „kur dzīvot...Jaunās mājas & Jaunie projekti”, ir saskatāmi Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas, 4.panta otrās daļas 7.punkta, 8.panta pirmās daļas un otrās daļas pārkāpumi, kā arī Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta pārkāpums, un lūdz izvērtēt Mereons rīcības atbilstību spēkā esošo normatīvo aktu (Konkurences likuma un Reklāmas likuma) prasībām un pieņemt šajā lietā lēmumu.

14.06.2005. tikšanās laikā BaltHaus pārstāvji lūdza Konkurences padomi ierosināt lietu par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta iespējamo pārkāpumu Mereons darbībās, bet neuzturēja iesniegumā norādītos iebildumus par Reklāmas likuma 3.panta

pirmās daļas, 4.panta otrās daļas 7.punkta, 8.panta pirmās daļas un otrās daļas iespējamiem pārkāpumiem Mereons darbībās.

14.06.2005. tikšanās laikā BaltHaus pārstāvji sniedza informāciju par BaltHaus saimniecisko darbību. BaltHaus sniedz starpniecības pakalpojumus nekustamā īpašuma tirgū, piedāvājot gan jaunus projektus, gan sekundāros. BaltHaus izvietojis informāciju interneta portālā, izgatavo un izdod jauno nekustamo īpašumu projektu katalogu. Katalogu plānots izdot visās Baltijas valstīs, bet patreiz izdod tikai Latvijā. Katalogs iznāk kopš 2004.gada februāra, katrs tā numurs noformēts ar citu pamatkrāsu.

Minētais katalogs tiek izplatīts mazumtirdzniecībā – SIA „Preses serviss” („Narvesen”), SIA „Preses apgāds”, SIA „Jānis Roze” grāmatnīcās, SIA „Tip 94”, SIA „Statoil Latvija” degvielas uzpildes stacijās un citās tirdzniecības vietās. Kataloga cena – Ls 3,99. Kā mērķauditoriju BaltHaus pārstāvji norāda visus, kuri vēlas pārdot, pirkt, īrēt nekustamo īpašumu, banku speciālistus un nekustamo īpašumu firmas.

Kataloga „jaunie projekti” vāka noformējums ir reģistrēts kā figuratīvā preču zīme Valsts preču zīmju reģistrā.

Katalogā ir ietverta tikai daļa no BaltHaus piedāvātajiem projektiem - jaunie projekti un elitārie dzīvokļi. BaltHaus klienti ir reklāmas izvietotāji katalogā – būvfirmas, nekustamo īpašumu realizētāji, bankas vai citi reklāmas devēji. Klientus (reklāmas devējus) BaltHaus piesaista ar telemārketiņa un reklāmas internetā palīdzību. BaltHaus katalogā ir iekļauti visi jaunie projekti, kopš 2000.gada, izņemot jau realizētos projektus, atšķirībā no kataloga „kur dzīvot”, kurā ietverta tikai neliela daļa no jaunajiem projektiem. Citiem nekustamā īpašuma katalogiem („DomFoto”, „m x m”) ir atšķirīga koncepcija, jo tie ir orientēti uz otreizējo nekustamā īpašuma tirgu. BaltHaus katalogā ietverti pārsvarā citu reklāmas devēju piedāvātie projekti, taču ir arī BaltHaus piedāvātie projekti, kurus tas pārdod kā starpnieks nekustamā īpašuma tirgū.

Projektu apraksts BaltHaus izdotajā katalogā ir standartveida - katram projektam ir sava sleja. Klients aizpilda speciālas formas veidlapu ar savu informāciju, BaltHaus pēc tam noformē informāciju katalogam. Hansabankas reklāmas kataloga 3.numura 16.-19.lpp. ir BaltHaus izveidota, pēc tam Hansabanka šo maketu nodevusi citiem. Kataloga 3.numura tirāža ir 15 000 eks.

Iesniedzējs uzskata, ka patērētāji tiek maldināti par kataloga „kur dzīvot” izdevēju, un tam ir iebildumi par kataloga ārējo izskatu. Arī nosaukumi abiem katalogiem pēc iesniedzēja uzskata ir gandrīz identiski. Tādēļ BaltHaus 06.06.2005. laikrakstā „Dienas Bizness” ir ievietojis sludinājumu ar paziņojumu, ka tam „...nav nekāda saistība ar jauno projektu katalogu „kur dzīvot”, kurš tika izsūtīts Dienas Biznesa abonentiem.” BaltHaus pārstāvji norādīja, ka nekādi citi pasākumi pārkāpuma izbeigšanai, vēršoties pie Mereons, nebija iespējami, jo katalogs „kur dzīvot” jau ir izdots, un tur neko mainīt vairs nav iespējams.

Konkurences padome 15.06.2005., pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu un 22.panta 1.punktu, uz SIA „BaltHaus” 06.06.2005. iesnieguma pamata nolēma ierosināt lietu par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta iespējamo pārkāpumu SIA „Mereons” darbībās, izdodot nekustamo īpašumu jauno projektu katalogu „kur dzīvot”.

Konkurences padome, izvērtējot iesniegumā norādīto un papildus iegūto informāciju,

konstatēja:

21.06.2005. tikšanās laikā Konkurences padomē Mereons pārstāvji sniedza paskaidrojumus par iesniegumā norādītajiem apstākļiem. Mereons nodarbojas ar apavu vairumtirdzniecību un mazumtirdzniecību, tam ir savs valodu un grāmatvedības mācību centrs, kā arī izdod katalogu. Pirmais kataloga numurs izdots 29.04.2005. Mereons pārstāvis norādīja, ka ideja izdot šādu katalogu radusies viņa draugiem, kuri vēlāk bijuši šī projekta konsultanti. Katalogs „kur dzīvot” iznāks 6 reizes gadā.

Katalogs „kur dzīvot” tiek izplatīts sadarbībā ar abonēšanas centru „Diena”, to saņem aptuveni 10 000 juridiskās personas, kas abonēšanas centrā „Diena” abonējušas kādu laikrakstu. Pārstāvis norādīja, ka Mereons mērķis ir piegādāt katalogu „kur dzīvot” bez maksas juridiskām personām, kurās ir ekonomiski aktīvi cilvēki - minētā kataloga mērķauditorija. Mereons pirms kataloga „kur dzīvot” pirmā numura izdošanas ir iepazinies ar iesniedzēja izdoto katalogu „jaunie projekti”, kā arī ar citiem līdzīga satura periodiskajiem izdevumiem.

Mereons piesaista reklāmdevējus, izsūtot piedāvājumus, kā arī runājot ar nekustamā īpašuma kompāniju pārstāvjiem. Katalogā „kur dzīvot” ievietoti tikai tie projekti, kas vēl nav realizēti. Nav arī to projektu, kas ir realizēti gandrīz pilnībā. Visi reklāmdevēji ir juridiskas personas. Katalogā nav Mereons reklāmas, ir tikai citu reklāmdevēju (nekustamā īpašuma firmas, bankas, ar būvniecību saistītie) reklāmas. Katalogā nav plānots ievietot reklāmas, kurās piedāvātās preces vai pakalpojumi nav saistīti ar kataloga tematiku. Kataloga apjomu nav plānots paplašināt, jo tādējādi informācija patērētājiem ir vieglāk uztverama.

Reklāmdevēji aizpilda standartveida tabulu ar savu informāciju un pievieno vairākas fotogrāfijas, no kurām Mereons izvēlas publicēšanai katalogā. Pēc tam tiek noslēgts līgums. Mereons katrā lapā izvieto informāciju un fotogrāfijas no reklāmdevējiem, kas ir Mereons klienti. Noformējumu katalogam pēc Mereons pieprasījuma izstrādājusi SIA „Deko R”, bet kataloga nosaukuma autors ir Mereons.

Sadaļa „Aktuāli” izveidota, lai lasītājiem rastos nopietnāks priekšstats par katalogu, par šīs informācijas ievietošanu klienti arī maksā. Pirmajā numurā sadaļas tēma bija kredīti, nākamajā būs apdrošināšana, vēl nākamajos citas tēmas. Mereons nosaka sleju skaitu, zīmju apjomu, bet klients izvēlas fotogrāfiju.

Mereons pārstāvji norādīja, ka visi projekti nekustamā īpašuma tirgū tiek iedalīti jaunajos un sekundārajos, daudzdzīvokļu namos, jaunajos ciematos un rindu mājās. Nākamajā kataloga „kur dzīvot” numurā ir paredzēta nedaudz cita kārtība. Visus kataloga numurus paredzēts izdot vienādās krāsās, un tie tiks izplatīti tikai Latvijā.

Mereons norāda, ka neviens no klientiem nav jaucis katalogu „kur dzīvot” ar BaltHaus izdoto katalogu „jaunie projekti”, un neviens nav ticis maldināts par izdevēja identitāti. BaltHaus pārstāvji nav vērsušies pie Mereons ar pretenzijām, 06.06.2005. laikrakstā „Dienas Business” publicēto sludinājumu Mereons pārstāvji iepriekš nav redzējuši.

Mereons uzskata, ka katalogs „kur dzīvot” ir vienīgais Latvijā, kurā ir ietverti tikai jaunie projekti. Par saviem konkurentiem Mereons uzskata visus nekustamā īpašuma katalogus – „m x m”, „DomFoto” u.c., jo tajos ir arī jaunie projekti. Vienīgi katalogs „kur dzīvot” tiek izplatīts bez maksas. Kataloga 10.lp. ir Hansabankas reklāma, kas ir bankas pasūtījums.

Mereons pārstāvji norāda, ka tā izdotā kataloga nosaukums „jauno projektu katalogs” ir pilnīgi atšķirīgs no visiem pārējiem, tāpat šis katalogs ir citā krāsā. Informācijā par projektiem ietverta pamatinformācija. Reklāmdevēja nosaukums un adrese ir sākumā, jo tādējādi reklāmdevēji sevi reklamē. Nodaļa „Daudzdzīvokļu mājas” ir pirmā, jo tādu projektu bija visvairāk. Katra nodaļa sākas ar jaunu pieteikuma lapu, jo tā ir visos katalogos, tas atvieglo lasītājam informācijas uztveri. Nodaļu nosaukumi arī citos katalogos ir izvietoti lapu

malās. Hansabankas reklāma ir izvietota lapas apakšā, jo tas ir efektīvākais reklāmas laukums gan citos katalogos, gan televīzijā. Kataloga „kur dzīvot” tirāža ir 10 000 eksemplāri.

Mereons pārstāvji uzskata, ka BaltHaus izdotais katalogs un katalogs „kur dzīvot” ir pilnīgi atšķirīgi.

01.07.2005. Konkurences padome saņēma BaltHaus 29.06.2005. vēstuli, kurā iesniedzējs vērš uzmanību uz Mereons interneta mājas lapā ievietotu paziņojumu: „2005.gada 29.aprīlī ir izdots *pirmais* specializētais informatīvais katalogs „kur dzīvot...”, kurā ir apkopota plaša informācija par Jaunajām mājām & Jaunajiem ciematiem”. Iesniedzējs uzskata, ka tādējādi patērētāji vēl vairāk tiek maldināti par kataloga „kur dzīvot” izdevēju, jo pirmais specializētais katalogs šajā jomā ir BaltHaus izdotais „jaunie projekti”. BaltHaus iesniedza Konkurences padomei otro kataloga „kur dzīvot” numuru un norādīja, ka tas tāpat kā pirmais dublē BaltHaus katalogu un maldina klientus. Pēc iesniedzēja uzskata tas pierāda, ka Mereons izdotā kataloga pirmā numura līdzība ar BaltHaus izdoto katalogu nav nejaušība.

Lai aizsargātu savu katalogu kā pirmo, vienīgo un ekskluzīvo izdevumu, BaltHaus izdotais katalogs „jaunie projekti” 10.02.2004., ir reģistrēts LR Uzņēmumu reģistra Masu informācijas līdzekļu reģistrā.

11.07.2005. Konkurences padome saņēma Mereons 08.07.2005. paskaidrojumus lietā Nr.562/05/09/10. Paskaidrojumos norādīts, ka nav skaidrs, kā Mereons darbības izdodot nekustamo īpašumu jauno projektu katalogu „kur dzīvot” varētu būt pārkāpis Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktā noteikto aizliegumu izmantot vai atdarināt cita tirgus dalībnieka, tas ir, BaltHaus likumīgi lietotu nosaukumu, atšķirības zīmes un citas pazīmes. Mereons nav zināmas nekādas īpašas BaltHaus atšķirības zīmes, tādu nav arī Mereonam.

Mereons sniedzis detalizētu BaltHaus iesniegumā pausto apgalvojumu atspēkojumu, kā arī norādījis uz abu katalogu atšķirīgajām iezīmēm.

Vēstulei pievienots Latvijas nekustamā īpašuma katalogs “DOMfoto” (Nr.4,2005.), katalogs “m²” (Nr.19, 2005.), laikraksta “Dienas bizness” pielikums “Nams & īpašums” (Nr.2, 2005.) un nekustamo īpašumu katalogs “m x m” (Nr.5, 2004.).

12.07.2005. Konkurences padome saņēma no Mereons kataloga „kur dzīvot” skiču projektus, izdrukas no www.nams24.lv un www.seb.lv mājas lapām internetā un 11.05.2005. laikraksta “Diena” pielikumu “Mājoklis Auto”.

22.07.2005. Konkurences padome saņēma Mereons līguma par reklāmas izvietojumu paraugu, līguma par kataloga dizaina izstrādāšanu un maketēšanu kopiju un līguma par reklāmas materiālu izplatīšanu kopiju.

Konkurences padome 28.07.2005. saņēma LR Uzņēmumu reģistra izziņu par to, ka Masu informācijas līdzekļu reģistrā nav reģistrēts Mereons masu informācijas līdzeklis „kur dzīvot”.

BaltHaus pārstāvji atbilstoši Konkurences padomes Biroja 19.08.2005. vēstulē Nr.1111 izteiktajam uzaicinājumam 24.08.2005. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.562/05/09/10 esošajiem pierādījumiem un 08.09.2005. vēstulē izteica viedokli par tiem.

BaltHaus vēstulē uzsvērts, ka par pārkāpumu attiecībā uz atšķirības zīmēm un pazīmēm uzskata nevis BaltHaus logo atdarināšanu, bet gan sabiedrības tēla, koncepcijas un *know how* atdarināšanu, kas izpaužas Mereons darbībā, tai skaitā atdarinot katalogu „jaunie projekti”. BaltHaus pievieno lietas pamatojumam arī Konkurences likuma 18.panta trešās

daļas 2.punktu, kas tieši un nepārprotami attiecas uz cita tirgus dalībnieka preces nosaukuma, ārējā izskata un preču zīmes izmantošanu, par precī šajā kontekstā uzskatot katalogu.

BaltHaus norāda, ka preventīvo pasākumu kopuma ietvaros katalogs ir reģistrēts likumā noteiktajā kārtībā LR Uzņēmumu reģistrā, kā arī reģistrēts kataloga vizuālais tēls kā preču zīme.

BaltHaus uzsver, ka Mereons izdotā kataloga kopējais dizains, kas lielā mērā ir līdzīgs BaltHaus kataloga dizainam, ir noteicošais faktors, kas liek domāt par patērētāju maldināšanu, nevis konkrēti lietoti jēdzieni un/vai standarta informācija. Būtiskākās pazīmes dizaina atdarināšanai ir kataloga tēla, koncepcijas un *know how* neslēpta atdarināšana, kā arī kataloga nosaukuma izmantošana. Kataloga „kur dzīvot” nosaukuma daļu „jauno projektu katalogs” patērētājiem grūti uztvert kā tematisku, jo tas izvietots atsevišķā rindā un ir citā rakursā. Tādēļ patērētājam, kurš jau vairāk kā gadu ir pieradis preses izplatīšanas vietās redzēt katalogu „Jaunie projekti”, rodas ilūzija, ka Mereons izdots katalogs ir BaltHaus kataloga pielikums vai pie tā piesaistīta avīze.

BaltHaus uzskata, ka Mereons 19.08.2005. iesniegto masu informācijas līdzekļu koncepcijas, tēli un dizaina risinājumi ir absolūti dažādi un pilnīgi atšķirīgi no BaltHaus kataloga. Tajā pirmo reizi tieši šādā veidā izvietota informācija par pirkšanai piedāvātiem nekustamo īpašumu objektiem, tādēļ uzskatāma par *know how*, kas radies BaltHaus komandas darba un pieredzes rezultātā.

Iesniedzējs norāda, ka ir pamatoti uzskatīt, ka Mereons, izdodot savu katalogu BaltHaus katalogam līdzīgās un no tāluma neatšķiramās krāsās, ir maldinājis patērētājus.

BaltHaus norāda, ka tās publikācijā 09.06.2005. laikrakstā „Dienas bizness” nav neviena viltus vai neprecīza fakta vai apgalvojuma, jo BaltHaus un Mereons izdotajiem katalogiem nav ne mazākā sakara. Vēstulē uzsvērts, ka Hansabankas kredīta piedāvājuma BaltHaus kataloga 16.-19.lpp. izvietojumu un grafisko atainojumu izstrādājuši BaltHaus dizaineri, un tas saskaņots ar banku pēc darbu veikšanas.

BaltHaus 08.09.2005. vēstulē Nr.08/09-2005 lūdz izskatīt Mereons rīcības likumību un atbilstību Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punkta prasībām.

Mereons pārstāvji atbilstoši Konkurences padomes Biroja 19.08.2005. vēstulē Nr.1110 izteiktajam uzaicinājumam 29.08.2005. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.562/05/09/10 esošajiem pierādījumiem un 31.08.2005. vēstulē izteica viedokli par tiem. Attiecībā uz BaltHaus 29.06.2005. vēstulē norādīto Mereons interneta mājas lapā ievietoto paziņojumu „2005.gada 29.aprīlī ir izdots *pirmais* specializētais informatīvais katalogs „kur dzīvot...”, kurā ir apkopota plaša informācija par Jaunajām mājām & Jaunajiem ciematiem” Mereons norāda, ka 29.04.2005. ir izdots pirmais kataloga „kur dzīvot” numurs, un līdz ar to sniegtā informācija ir patiesa. Mereons informē, ka 23.08.2005. ir iznācis jau trešais kataloga numurs, kas pievienots vēstules pielikumā.

Mereons vēstulē uzsver, ka tā izdotā kataloga nosaukums ir „kur dzīvot”, bet „Jaunās mājas un jaunie ciemati” ir tikai paskaidrojošais virsraksts. Līdzīga prakse ir arī citiem katalogiem un plašsaziņas līdzekļiem, piemēram, laikraksta „Neatkarīgā” apakšvirsraksts ir „Rīta avīze Latvijai” un laikraksta „Diena”, kas pievienots pielikumā vēstulei, apakšvirsraksts ir „Lielākais rīta laikraksts”. 31.08.2005. Mereons ir iesniedzis LR Uzņēmumu reģistrā lūgumu reģistrēt katalogu „kur dzīvot” Masu saziņas līdzekļu reģistrā.

Turklāt Mereons norāda, ka katalogs „kur dzīvot” netiek izplatīts laikraksta „Dienas bizness” abonentiem, bet gan sadarbībā ar abonēšanas centru „Diena” 10 000 klientiem – juridiskām personām.

BaltHaus ir LR Uzņēmumu reģistrā 14.03.2000. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003485278) uzņēmēj sabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 11.02.2004.), kuras galvenie darbības veidi ir operācijas ar savu nekustamo īpašumu, īpašuma izīrēšana un iznomāšana, darbības ar nekustamo īpašumu, datu apstrāde u.c.

Mereons ir LR Uzņēmumu reģistrā 13.12.2001. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003573246) uzņēmēj sabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 19.01.2005.), kuras galvenie darbības veidi ir apavu vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība, mācību kursu organizēšana.

Gan BaltHaus, gan Mereons papildus savai pamatdarbībai izdod nekustamā īpašuma katalogus, tādējādi abi ir uzskatāmi par nekustamā īpašuma projektu katalogu izdošanas tirgus dalībniekiem, kas konkurē.

Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktā noteikts aizliegums *izmantot vai atdarināt cita tirgus dalībnieka likumīgi lietotu nosaukumu, atšķirības zīmes un citas pazīmes, ja tas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti.*

BaltHaus 06.06.2005. iesniegumā norādīts, ka BaltHaus un Mereons izdotajos katalogos iespējams saskatīt būtiskas līdzības (dizains, informācijas izvietojums, teksts u.c.) un ka Mereons katalogs „kur dzīvot” satur pazīmes, kuras sakrīt ar BaltHaus nekustamo īpašumu kataloga ārējām pazīmēm.

Mereons 08.07.2005. paskaidrojumos norādīts, ka nav skaidrs, kā Mereons darbības, izdodot nekustamo īpašumu jauno projektu katalogu „kur dzīvot”, varētu sasaukties ar cita tirgus dalībnieka, šajā gadījumā BaltHaus likumīgi lietotā nosaukuma – BaltHaus, atšķirības zīmju un citu pazīmju (firmas simbolika, logo vai unikāls izmantoto krāsu tēls) izmantošanu vai atdarināšanu. Bez tam iesniegumā nav minēti un iesniegti apstiprinoši pierādījumi tam, ka Mereons atbilstoši Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktā norādītajam jebkad būtu izmantojis BaltHaus firmas nosaukumu vai kā citādi centies līdzināties tam, kā rezultātā būtu notikusi maldināšana attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti. Mereons uzskata, ka BaltHaus iesniegums satur neizskaidrojama rakstura juridisku pamatojumu, kas nekādā veidā nesasaucas ar paša iesnieguma saturu un iztrūkstošajiem pierādījumiem, kuri dotu objektīvu iespēju pārliecināties par iesniedzēja uz Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktu balstīto apgalvojumu patiesumu.

BaltHaus 08.09.2005. vēstulē skaidro, ka par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta pārkāpumu Mereons darbībās tā uzskata sabiedrības tēla, koncepcijas un *know how* atdarināšanu, kas izpaužas kā kataloga „jaunie projekti” atdarināšana. BaltHaus lietas pamatojumam pievieno arī Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktu, un tas attiecas uz cita tirgus dalībnieka, tas ir, BaltHaus preces nosaukuma, ārējā izskata un preču zīmes izmantošanu, par precī uzskatot katalogu.

Konkurences padome, izvērtējot BaltHaus iesniegumā ietverto informāciju, atzīst, ka iesniedzējs nav iesniedzis pierādījumus vai norādījis uz faktiem, kas liecinātu, ka Mereons izmantojis vai atdarinājis BaltHaus nosaukumu (firmu), atšķirības zīmes un citas pazīmes, kas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti. BaltHaus izdotais katalogs „jaunie projekti” nav tirgus dalībnieka atšķirības zīme vai pazīme (pretēji komersanta firmai, logo, tirdzniecības vietas nosaukumam, komercapzīmējumam), bet gan tirgus dalībnieka piedāvātā prece. Arī komersanta tēls vai reputācija un komercdarbības koncepcija nav tirgus dalībnieka atšķirības zīme vai pazīme Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta izpratnē. Turklāt uz jebkādam citām darbībām attiecībā uz sabiedrības tēla, koncepcijas, *know-how* atdarināšanu, kā vienīgi BaltHaus izdotā kataloga „jaunie projekti” atdarināšanu, iesniedzējs nav norādījis. Vienlaikus atzīstams, ka norāde uz *know-how* atdarināšanu ir pretrunā ar šī

intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības objekta būtību, ņemot vērā, ka ar jēdzienu „know-how” (jeb zinātība) ir saprotama komercnoslēpumu saturoša informācija, kam tādējādi ir nodrošināta slepenība.

Ievērojot minēto, secināms, ka faktiski BaltHaus iebildumi ir par konkrētas preces, tas ir, kataloga „kur dzīvot”, ārējā izskata, noformējuma, preces nosaukuma, preču zīmes līdzību katalogam „jaunie projekti”, kas var maldināt par preces izcelsmi. Līdz ar to Konkurences padome uzskata par pamatotu izvērtēt iesniegumā norādīto Mereons darbību, izdodot katalogu „kur dzīvot”, atbilstību Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktajam negodīgas konkurences izpausmes veidam, ierobežojot Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta piemērošanu minēto darbību izvērtēšanā.

Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteikts aizliegums *atdarināt cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukumu, ārējo izskatu, marķējumu vai iepakojumu, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi.*

BaltHaus uzskata, ka Mereons izdots katalogs „kur dzīvot” satur tādas pazīmes, kas sakrīt ar BaltHaus kataloga ārējā izskata pazīmēm un kas var maldināt par kataloga izdevēju tā mērķauditoriju – personas, kuras plāno iegādāties nekustamo īpašumu. Iesniegumā norādīts uz šādām kopīgām pazīmēm katalogu noformējumā:

- 1) Izmantotās krāsas – lillā, dzeltena, balta un melna.
- 2) Vāka augšējā daļā atrodams kataloga nosaukums.
- 3) Uz vāka atrodams kataloga tematiskais raksturojums.
- 4) Zem nosaukuma izvietota informācija par kataloga numuru, kas norāda uz vēl vienu kopīgu iezīmi – katalogu izdošanas regularitāti.
- 5) Vertikāla svītra vāka kreisajā malā.
- 6) Līdzīgi vārdu savienojumi uz vāka, tas ir, „jaunie projekti” (BaltHaus) un „jaunās mājas” un “jaunie ciemati” (Mereons).
- 7) Gandrīz identisks satura rādītājs.
- 8) Saturs (redakcionāli) un nodaļu nosaukumi katras lappuses labajā malā.
- 9) Vienāds un līdzīgs objekta aprakstošais raksturojums.
- 10) Grafiskie zīmējumi vāku noformējumos, kas tālāk atkārtojas tekstā katras nodaļas pirmajā lapā.
- 11) Kredītiestādes reklāma uz aizmugurējā vāka.

Mereons 08.07.2005. norāda, ka katalogā „kur dzīvot” dominē lillā un oranža krāsa, nevis dzeltena, kā teikts BaltHaus iesniegumā. Melni burti uz balta fona ir vairumam drukāto mediju, tādēļ šī piezīme par melno un balto krāsu ir nepamatota.

Jebkura kataloga, žurnāla vai cita periodiska izdevuma nosaukums atrodas vāka augšējā daļā. Turklāt abu katalogu nosaukumi ir pilnīgi atšķirīgi, kas izslēdz iespēju patērētājam tos sajaukt.

Tematiskais raksturojums atrodams gandrīz uz jebkura drukātā medija vāka. Katalogam „kur dzīvot” vienīgajam šis tematiskais raksturojums ir izvietots vertikālā veidā gar vāka kreiso malu. Turklāt nosaukums „Jauno projektu katalogs” ir unikāls, jo sniedz precīzu priekšstatu par kataloga saturu – jaunajiem projektiem.

Tāpat vairumam drukāto mediju uz vāka norādīts periodiskums. Mereons paskaidro, ka BaltHaus katalogs tiek izdots 4 reizes gadā, bet katalogs „kur dzīvot” - 6 reizes gadā, kas ir atšķirīga iezīme.

Dizaina elementu - vertikālu svītru vāka kreisajā malā - izmanto vairākums drukāto mediju, tai skaitā katalogs „m x m” (piemēram, Nr.5, 2004.), lai atdalītu šuvuma vietu.

Turklāt minētās svītras krāsa un attālums no vāka malas abiem katalogiem (“jaunie projekti” un “kur dzīvot”) ir atšķirīgs.

Vārdu savienojumi uz vāka, tas ir, „jaunās mājas un jaunie ciemati”, ir produktu nosaukumi, kurus plaši izmanto nekustamo īpašumu jomā. Šos produktus nav iespējams nosaukt citos vārdos, citādi tie radītu maldinošu priekšstatu par katalogā ietvertu informāciju.

Satura rādītājos abos katalogos Mereons līdzību nesaskata un uzskata tos par atšķirīgiem. Saturs atbilst kataloga “kur dzīvot” tematikai, bet nodaļu nosaukumu izvietojums lappušu malās ir atrodams arī citos katalogos, piemēram katalogā „m x m” (Nr.5, 2004.).

Objektu aprakstošais raksturojums un raksturlielumi par pārdodamo objektu, kas tiek publicēti vairākumā nekustamo īpašumu katalogu un internetā, ir standartizēta informācija. Bez tam Mereons katalogā „kur dzīvot” sadaļu skaits ir plašāks un izvietojums ir savādāks.

Mereons uzskata, ka katras nodaļas pirmās lapas izcelšana atvieglo lasītājam informācijas uztveršanu, tādēļ to izmanto savā katalogā.

Attiecībā uz kredītiestādes reklāmu uz aizmugurējā vāka Mereons norāda, ka vāks, jebkura lappuse vai atvērums ir izmantojams kā reklāmas laukums un nav uzskatāms par BaltHaus jaunievedumu.

Mereons 08.07.2005. paskaidrojumos norādīts arī uz BaltHaus un Mereons katalogu atšķirībām:

- 1) Apjoms – BaltHaus katalogs ir nesalīdzināmi biežāks.
- 2) Reklāmas tematika – Mereons katalogā ietverta un turpmāk plānots ietvert tikai šauri specializētas tēmas (nekustamais īpašums) reklāmu, savukārt BaltHaus katalogā reklāma nav ietverta atbilstoši tā specifikai.
- 3) BaltHaus katalogā pārdodamo īpašumu moduļi izvietoti pa trim vienā lapā un vertikāli, Mereons katalogā izvietojums ir savādāks.
- 4) Mereons katalogā lappušu augšējā daļā ir izvietots kataloga nosaukums, savukārt BaltHaus katalogā – nekustamā īpašuma atrašanās vieta.
- 5) Lappušu pamatkrāsa Mereons katalogā ir oranža, bet BaltHaus katalogā – jūras zila vai lillā.
- 6) BaltHaus katalogā katras nodaļas nosaukums saistīts ar kāda konkrēta nekustamā īpašuma fotogrāfiju vai nosaukumu, savukārt Mereons katalogā nodaļas nosaukums saistīts ar stilizētu attiecīgajai nodaļai atbilstošu skici.
- 7) Sludinājumu teksti ir atšķirīgās valodās. Mereons katalogā tikai latviešu valodā, bet BaltHaus – latviešu, krievu un angļu.
- 8) Lappušu numerācijas izvietojums BaltHaus katalogam ir lappuses augšējā stūrī, bet Mereons katalogam – apakšējā stūrī.
- 9) BaltHaus kataloga beigās ir projektu saraksts un LANĪDA biedru saraksts. Mereons katalogā tādu nav.

Mereons uzskata, ka šīs atšķirības demonstrē patērētāju maldināšanas neiespējamību attiecībā uz abu katalogu identitāti.

Konkurences padome, izvērtējusi procesa dalībnieku paskaidrojumus, un pārbaudījusi iesniegtos katalogus un citus lietā esošos pierādījumus, norāda sekojošo.

Iesniedzēja norādītās BaltHaus un Mereons izdoto katalogu ārējā izskata kopīgās pazīmes - vāka augšējā daļā izvietots kataloga nosaukums, tematiskais raksturojums uz vāka, kataloga numurs zem nosaukuma, ir vērojamas vairumā drukāto plašsaziņas līdzekļu, tai skaitā nekustamā īpašuma katalogiem DOMFoto (piemēram, Nr.4, 2005.), „m x m” (piemēram, Nr.5, 2004.), „m²” (piemēram, Nr.19, 2005.). Līdz ar to minētās pazīmes nevar

tikt uzskatītas par īpašu BaltHaus jaunievedumu vai tikai tās katalogam raksturīgām pazīmēm. Šādas informācijas sniegšana uz jebkura preses izdevuma, t.sk. kataloga, vāka patērētājam dod iespēju ātri un ērti identificēt konkrētu preses izdevumu, padarot skaidru tā tematiku un darot zināmu izdevuma numuru.

Vertikāla svītra vāka kreisajā malā ir atrodama arī katalogam „m x m” (piemēram, Nr.5, 2004). Turklāt BaltHaus un Mereons katalogiem tā nav identiska, jo katalogam „kur dzīvot” tā ir izvietota tuvāk malai un ir atšķirīgā (sarkanā) krāsā. Grafiskie zīmējumi uz abu katalogu vākiem ir pilnīgi atšķirīgi.

BaltHaus cita starpā ir iesniedzis lietā pierādījumu par to, ka tās izdotā kataloga „jaunie projekti” vāka zīmējums, kurā ietverts arī kataloga nosaukums, ir Valsts preču zīmju reģistrā 20.01.2005. reģistrēta preču zīme /fig/, reģ.Nr.M 54 387.

Šajā sakarā Konkurences padome norāda, ka likums „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskas izcelsmes norādēm” ir speciāla norma, kas nosaka preču zīmju izmantošanas un aizsardzības tiesiskos ietvarus, un saskaņā ar šī likuma 28.panta otro daļu strīdi, kas radušies reģistrētu preču zīmju lietojuma sakarā, ir Rīgas apgabaltiesas kompetencē. Līdz ar to visi strīdi par jau reģistrētām preču zīmēm ir Rīgas apgabaltiesas kompetencē. Tiesības izvērtēt jau reģistrētu preču zīmju izmantošanas apstākļu atbilstību Konkurences likuma 18.panta noteikumiem Konkurences padomei dod spēkā stājies tiesas nolēmums. Tādējādi pie pastāvošajiem tiesiskajiem un faktiskajiem apstākļiem Konkurences padome nav pilnvarota izvērtēt iesniegumā norādītos apstākļus par reģistrētas preču zīmes izmantošanu. Šāds secinājums ir atbilstošs arī esošajai tiesu praksei. LR Augstākās tiesas Senāts 10.02.2001. sprieduma lietā Nr.SKC-20, t.sk. atzinis par pamatotu Rīgas apgabaltiesas 16.10.2000. spriedumā konstatēto, ka Konkurences padome nav tiesīga konstatēt pārkāpumus preču zīmju aizsardzības jomā, jo saskaņā ar likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” 28.panta otro daļu preču zīmes aizsardzības lietas izskatīšana ir tiesas kompetencē.

BaltHaus izdotā kataloga „jaunie projekti” un Mereons izdotā kataloga „kur dzīvot” nosaukumi ir atšķirīgi. BaltHaus kataloga „jaunie projekti” tematiskais nosaukums ir „Nekustamā īpašuma katalogs”, bet Mereons kataloga „kur dzīvot” tematiskais nosaukums ir „jauno projektu katalogs”. Ar vārdiem „jaunie projekti” apzīmē projektus, kas radīti no jauna. Vārdu salikums „jauno projektu katalogs” precīzi atspoguļo Mereons kataloga saturu, jo tajā ir sniegta informācija tikai par jaunajiem projektiem. Šāds apzīmējums plaši tiek izmantots nekustamā īpašuma jomā, tai skaitā katalogā „m x m”, (piemēram, Nr.19, 2005.), „DOMFoto” (piemēram, Nr.4, 2005. un Nr.5, 2004.), interneta mājas lapā www.seb.lv. Konkurences padome piekrīt Mereons paskaidrojuma, ka citāds tematiskais nosaukums varētu par kataloga saturu radīt nepareizu priekšstatu. Uz Mereons kataloga „kur dzīvot” vāka sniegta informācija „Jaunās mājas & Jaunie ciemati”, tādā veidā identificējot produktus, kuru piedāvājumi izvietoti katalogā. Šādus produktu nosaukumus izmanto nekustamā īpašuma jomā, tai skaitā interneta mājas lapā www.nams24.lv, katalogā „m²” (piemēram, Nr.19, 2005., 3.lpp.). Apzīmējumi „jaunie projekti”, „jaunās mājas” un „jaunie ciemati” paši par sevi nav tiesiski aizsargājami, jo tie sniedz raksturojošu informāciju.

Satura rādītājs BaltHaus katalogā ir daudz plašāks nekā katalogā „kur dzīvot”. Kataloga „kur dzīvot” pirmā nodaļa nosaukta „Aktuāli”, tajā paredzēts katrā numurā savai tematikai veltīts apraksts. BaltHaus kataloga sākumā ir vairāki raksti, saistīti ar nekustamā īpašuma tirgu, turklāt ne tikai sākumā, bet arī turpmākajās lappusēs (2005.gada Nr.1 - 88.,121.lpp., 2004.gada Nr.2 – 201.lpp.). Vispārīgs tematisks apraksts kataloga sākumā nav uzskatāms par īpašu BaltHaus kataloga pazīmi, tādi ir gan katalogā „m x m” (piemēram, Nr.5,

2004.,5.-12.lpp.), gan „m²” (piemēram, Nr.19, 2005.,2.-7.lpp.). Gan periodiskie izdevumi, gan cita veida izdevumi bieži sākas ar ievadu, piemēram, vispārīgu izklāstu par vēlāk aprakstīto tēmu, rakstu darba tapšanas vēsturi, autora biogrāfiju utt.

Arī citos ar nekustamo īpašumu jomu saistītajos preses izdevumos vispirms ir izvietoti dati par dzīvokļiem (daudzdzīvokļu nami), pēc tam par ciematiem un mājām, tai skaitā katalogā „m²” (piemēram, Nr.19, 2005., 9.-26.lpp.), laikrakstā „Diena” (piemēram, laikraksta 11.05.2005. pielikumā „Mājoklis. Auto”). Tādējādi šādas informācijas izvietošana un tās secība nav uzskatāma par tādu atšķirību kataloga ārējā izskatā, kas identificē konkrētu izdevēju un šā iemesla dēļ var maldināt par preces izcelsmi. Mereons to skaidro ar informācijas apjomu katrā sadaļā. Visvairāk ir dzīvokļu piedāvājumu, jo pēc tiem ir vislielākais pieprasījums. Tādējādi vairākumam lasītāju viņus interesējošā informācija ir vieglāk un ātrāk atrodamā. Nodaļu nosaukumi BaltHaus katalogā ir izvietoti katras lappuses malā trijās valodās, bet augšmalā – vieta, kur projekts atrodas. Savukārt Mereons katalogam – lappuses malā ir nodaļas nosaukums, bet augšmalā ir kataloga nosaukums. Lappušu malās izdevēji mēdz izvietot viņuprāt svarīgu informāciju, lai atvieglotu lasītājam informācijas uztveri. Katalogā „m x m” (piemēram, Nr.5, 2004.) un „m²” (piemēram, Nr.19, 2005.) nodaļu nosaukumi ir izvietoti lapu malās un to augšā, „DOMFoto” (piemēram, Nr.4, 2005.) tikai lapu augšmalās. Līdz ar to nodaļas nosaukums un tā izvietojums nav uzskatāms par BaltHaus kataloga unikālu atšķirības zīmi un nevar maldināt patērētāju par kataloga izdevēju, ņemot vērā iepriekš minētās pazīmes.

Visos iepriekšminētajos nekustamo īpašumu katalogos („m x m”, „m²”, „DOMFoto”) ir izceltas nodaļu pirmās lapas, kurās attēloti nodaļu nosaukumi dažādos vizuālajos noformējumos. Kā norādījuši Mereons pārstāvji, pirmā nodaļas lapa izcelta, lai atvieglotu lasītājam informācijas uztveri. Mereons katalogā ir izmantoti grafiskie zīmējumi, atbilstoši nodaļas nosaukumam. Turklāt visos tā izdotajos katalogu numuros zīmējumi ir nemainīgi. BaltHaus katalogā nodaļu pirmajās lapās ir grafiskais zīmējums, tieši tāds pats kā uz kataloga vāka, visām nodaļām vienāds un pilnīgi atšķirīgs no Mereons kataloga zīmējumiem. Turklāt BaltHaus kataloga 2005.gada 1.numurā nodaļu pirmajās lapās ir izmantotas tematiskas fotogrāfijas.

Gan BaltHaus, gan Mereons katalogos katra objekta apraksts sākas ar nosaukumu, kam seko tā adrese, kompānija, kas pārdod objektu, īss tā raksturojums stāstījuma veidā un objektu raksturojošie lielumi (platība, skaits, cena u.c.). Loģisks ir nosaukuma izvietojums objekta apraksta sākumā, kā tas ir pārsvarā preses izdevumu, kuros tiek piedāvātas preces, ne tikai nekustamo īpašumu pārdošanā. Savukārt, attiecībā uz datiem par uzņēmumu, kas pārdod objektu, Mereons pārstāvji norādīja, ka tie izvietoti sākumā, jo kompānijas (reklāmdevēji) tādējādi, uzsverot šo informāciju, reklamē sevi. Objekta apraksts stāstījuma veidā un atsevišķi izdalīti objektu raksturojošie lielumi nav īpaša BaltHaus atšķirības zīme. Līdzīga forma tiek izmantota arī citās nekustamā īpašuma reklāmās, tai skaitā interneta mājas lapā www.nams24.lv, laikrakstā „Dienas bizness” (piemēram, 2005/2 pielikuma „Nams & īpašums” 7.lpp. Hansabankas reklāmā). Turklāt abos katalogos atšķiras objektu raksturojošie lielumi, pat vienā katalogā „kur dzīvot” tie ir dažādi atkarībā no informācijas, kuru sniedzis reklāmas devējs. Piemēram, kataloga „kur dzīvot” 1.numura 22. un 23.lpp. ir mazāk informācijas par objektiem nekā 24.lpp. Tādējādi Mereons katalogā izmantotais nekustamā īpašuma objekta apraksts nevar tikt uzskatīts par īpašu BaltHaus kataloga atšķirības pazīmi, kuras izmantošana varētu maldināt par preces izcelsmi.

BaltHaus kataloga 2.numura noformējumam pamatā ir izmantotas četras krāsas: lillā, dzeltena, melna un balta krāsa. Savukārt, 1.numura noformējumam lillā krāsa ir aizstāta ar citu (zaļgans tonis). Mereons kataloga vāks ir noformēts lillā, dzeltenā (vai oranžā Nr.2 un

Nr.3) un baltā krāsā. BaltHaus kataloga vāka pamatkrāsa ir lillā, un dzeltenā izmantota, tikai izceļot nosaukumus. Savukārt, Mereons katalogam pretēji – pamatkrāsa ir oranžā. Mereons pārstāvji ir norādījuši, ka katalogu „kur dzīvot” turpmāk paredzēts izdot tikai šādās krāsās – oranža un lillā, kā tas ir kataloga 2. un 3.numurā. Tādējādi pastāvīgie lasītāji uzreiz varēs identificēt katalogu „kur dzīvot”, jo būs jau pieraduši šo katalogu redzēt vienmēr vienādās krāsās. Savukārt, katram BaltHaus kataloga numuram paredzēts izmantot citas pamatkrāsas. Lillā un dzeltena izmantota tikai 2004.gada otrajam numuram. Pastāvīgi mainot pamatkrāsas katram kataloga „jaunie projekti” numuram, nav iespējams izslēgt gadījumus, kad tajā izmantotās krāsas būtu līdzīgas ar kāda cita preses izdevuma krāsām.

Līdz ar to, ņemot vērā minēto, Mereons izdotajā katalogā „kur dzīvot” un BaltHaus izdotajā katalogā „jaunie projekti” izmantotās krāsas, to salikumu un ievērojot tam līdztekus lietotās, kā iepriekš konstatēts, katra kataloga individuālās pazīmes, Mereons izdotajā katalogā „kur dzīvot” izmantoto krāsu noformējumu nevar uzskatīt par pazīmi, kas var maldināt par preces izcelsmi. Melna un balta krāsa katalogā „kur dzīvot” izmantota burtiem un lapu pamatkrāsai, kā tas ir vispārpieņemts jebkuram drukātam tekstam, tādējādi nevar tikt uzskatītas par BaltHaus kataloga īpašu atšķirības pazīmi.

Reklāmas periodiskajos izdevumos, tai skaitā katalogos, tiek izvietotas visdažādākajās vietās. Viens no efektīvākajiem reklāmas laukumiem ir uz izdevuma aizmugurējā vāka. Līdz ar to kredītiestādes reklāmu uz aizmugurējā vāka nekādā gadījumā nevar uzskatīt par BaltHaus kataloga īpašu atšķirības zīmi. Turklāt kredītiestādes reklāma ir izvietota Mereons kataloga 1.numurā, kura kopīgā tematika ir kredīti. Tādēļ tieši kredītiestādes reklāma katalogā „kur dzīvot” uz viena no efektīvākajiem reklāmas laukumiem ir loģiska.

Attiecībā uz BaltHaus iebildumiem par katalogā „kur dzīvot” izvietoto Hansabankas reklāmu noformējumu, ciktāl tie attiecas uz autortiesību objektu izmantošanu, Konkurences padome norāda, ka saskaņā ar Autortiesību likuma 69.panta otrās daļas noteikumiem strīdu izskatīšana, kas rodas no autortiesību subjektu pārkāpumiem, ir tiesas kompetencē.

Mereons un BaltHaus izdotajiem katalogiem ir pilnīgi atšķirīgs apjoms: „kur dzīvot”- no 32. lpp. 1.numurā līdz 38.lpp. 3.numurā, savukārt, „jaunie projekti”- 266.lpp. 1.numurā un 238.lpp. 2.numurā. Tādējādi BaltHaus katalogā attiecīgi ietverts vairāk informācijas. Mereons katalogam un BaltHaus katalogam ir atšķirīgs periodiskums, tas ir, katalogs „kur dzīvot” tiek izdots 6 reizes gadā, bet katalogam „jaunie projekti” kopš 2004.gada aprīļa iznākuši 4 numuri. Mereons katalogā „kur dzīvot” izvietotās reklāmas atbilst tematikai par mājokļu iegādi, labiekārtošanu utt. BaltHaus katalogā „jaunie projekti” tiek ievietotas arī, piemēram, telefonu salona (Nr.1, 2005.-8.,9.lpp.), veikala „Zelta Paradīze” (Nr.1, 2005.-6.,7.lpp.), SIA „Mikas” *BMW markas automašīnas* (Nr.2, 2004.-4.,5.lpp.) u.c. reklāmas, kas nav saistītas ar nekustamo īpašumu tematiku. Lappušu numerācija ir izvietota katalogā „jaunie projekti” lappušu augšējā stūrī, bet katalogā „kur dzīvot” – apakšējā. Informācija par nekustamo īpašumu objektiem katalogā „kur dzīvot” aizņem visu lappusi vai puslappusi. Katalogā „jaunie projekti”, savukārt, tā parasti izvietota vertikālās slejās, pa trim objektiem katrā lappusē.

Ievērojama atšķirības pazīme ir katalogos lietotās valodas. Mereons katalogā sniegtā informācija ir tikai latviešu valodā, bet katalogā „jaunie projekti” – latviski, krieviski un angļiski. Par būtiskām Mereons un BaltHaus piedāvāto katalogu atšķirības pazīmēm ir uzskatāmas šo katalogu izplatīšanas veids (personu loks, kam šis katalogs izplatīts) un cena. Katalogs „kur dzīvot” tiek piegādāts bez maksas vienīgi juridiskajām personām, turklāt, kas ir a/s „Diena” klienti un abonēšanas centrā „Diena” ir abonējuši kādu no preses izdevumiem. Savukārt BaltHaus katalogs „jaunie projekti” tiek izplatīts par maksu (cena Ls 3,99) un ir

pieejams jebkuram interesentam mazumtirdzniecības vietās (SIA „Preses serviss”, SIA „Preses apgāds”, SIA „Tip 94”) SIA „Jānis Roze” grāmatnīcās, SIA „Statoil Latvija” degvielas uzpildes stacijās u.c.

Bez tam Konkurences padome norāda, ka gan katalogā „kur dzīvot”, gan katalogā „jaunie projekti” izlaiduma datos patērētājiem skaidri ir norādīts, kas ir šo katalogu izdevējs, tādējādi dodot iespēju patērētājam pārliecināties par tirgus dalībnieka – izdevēja identitāti un preces izcelsmi. Turklāt katalogā „kur dzīvot” līdzās izlaiduma datiem redaktora slejā sniegtajā informācijā nepārprotami norādīts, ka katalogs ir jauns izdevums nekustamo īpašumu jomā un sniegta to raksturojoša informācija.

BaltHaus 29.06.2005. vēstulē Nr.29/06-2005 vērsta Konkurences padomes uzmanība uz Mereons mājas lapā ietvertu informāciju „2005.gada 29.aprīlī ir izdots *pirmais* specializētais informatīvais katalogs „kur dzīvot...”, kurā ir apkopota plaša informācija par Jaunajām mājām & Jaunajiem ciematiem”. Tā kā BaltHaus savu katalogu sācis izdot pirms Mereons, iesniedzējs uzskata, ka, katalogu „kur dzīvot” nosaucot par pirmo, Mereons izmanto BaltHaus kataloga pazīmi. Mereons 31.08.2005. vēstulē norāda, ka ar minēto nav bijis domāts ziņot, ka katalogs „kur dzīvot” būtu bijis pirmais šajā nozarē, bet gan to, ka 29.aprīlī izdots pirmais tieši kataloga „kur dzīvot” numurs.

Konkurences padome, izvērtējot Mereons interneta mājas lapā sniegto informāciju, atzīst, ka patērētājam ir nepārprotami norādīts kataloga nosaukums „kur dzīvot”, turklāt no raksta konteksta ir pietiekami skaidri saprotams, ka Mereons ir sniedzis informāciju par to, ka 2005.gada 29.aprīlī ir iznācis tieši specializētā informatīvā kataloga „kur dzīvot” 1.numurs. Šāds fakts atbilst patiesībai un nav apstrīdēts, tādēļ minēto frāzi nevar uzskatīt par nepatiesu vai kā citādi BaltHaus intereses aizskarošu.

Ņemot vērā iegūtos pierādījumus un noskaidrotos apstākļus, izvērtējusi lietā esošā kataloga „kur dzīvot” atsevišķās pazīmes, tai skaitā iesniedzēja norādītās – kataloga noformējumu, ārējo izskatu, nosaukumu un to kopējo pasniegšanas veidu un saturu, kopsakarā ar katalogā „jaunie projekti” sniegto informāciju, t.sk. kataloga noformējumu, ārējo izskatu un nosaukumu, Konkurences padome atzīst, ka vidusmēra patērētājs, kurš ir pietiekami labi informēts, vērīgs un piesardzīgs, nevar tikt maldināts par SIA „Mereons” piedāvātā kataloga „kur dzīvot” izcelsmi. Katalogā „kur dzīvot” sniegtā informācija tās kopumā ir pietiekama, lai vidusmēra patērētājs pieņemtu objektīvu un pareizu, uz pieejamo informāciju balstītu, lēmumu.

Līdz ar to SIA „Mereons”, izplatot katalogu „kur dzīvot” nav pārkāpusi Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteikto negodīgas konkurences aizliegumu.

Ņemot vērā iepriekšminēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 6.panta pirmās daļas 1.punktu, 8.panta pirmās daļas 4.punktu, 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktu, Konkurences padome

nolēma:

izbeigt lietas Nr.562/05/09/10 izpēti.

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

Priekšsēdētājs

P. Vilks