



KONKURENCES PADOME

Blaumaņa ielā 5a, Rīgā, LV-1011 ♦ tālr. 67282865 ♦ fakss 67242141 ♦ e-pasts: council@kp.gov.lv

L Ē M U M S

Rīgā

Nr.E02-71

2008.gada 25.jūnijā

Par Reklāmas likuma pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu

Lieta Nr.R/08/08/5

Par Reklāmas likuma 9.panta otrās daļas un trešās daļas 1.,3. un 5.punktā noteiktā aizlieguma un Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³panta otrajā daļā paredzēto pārkāpumu SIA „Telefant” darbībās

Konkurences padome 06.05.2008. saņēma no SIA “Master Telecom” 30.04.2008. iesniegumu Nr.44 (turpmāk tekstā – “Iesniegums”), kurā norādīts sekojošais.

SIA “Telefant” 2008.gada martā, izmantojot valsts a/s “Latvijas pasts” pakalpojumus, izplatīja Latvijas iedzīvotājiem krāsainus reklāmas bukletus, kuros norādītas jaunās cenas SIA “Telefant” sniegtajiem elektronisko sakaru (balss telefonijas publiskajā fiksētajā telefonu tīklā) pakalpojumiem. Tarifi SIA “Telefant” pakalpojumiem tika salīdzināti tabulas veidā ar tarifiem tiem pašiem elektronisko sakaru pakalpojumiem, kurus sniedz abonentiem arī SIA “Master Telecom”. Bez tam bukleta virspusē uzrakstīts, ka beigu cenas norādītas latos ar PVN 18% apmērā, kas apzīmēts ar sarkanu krāsu. Tai pašā laikā norādīts, ka iesniedzējs norāda tarifus bez PVN. Turklāt salīdzinājumā SIA „Telefant” cenas atzīmētas ar sarkano krāsu, bet SIA „Master Telecom” cenas nē. Tādējādi no reklāmas izriet, ka visas SIA „Master Telecom” cenas tiek norādītas bez PVN, bet SIA „Telefant” – ar PVN.

Bukletu apakšpusē uzrakstīts, ka SIA „Master Telecom” cenas uzrādītas, izmantojot publiski pieejamo informāciju www.1018.lv, taču bukletos norādītās cenas atšķiras no www.1018.lv norādītajām cenām.

Reklāmas bukletos norādītie tarifi SIA „Master Telecom” balss telefonijas pakalpojuma publiskajā fiksētajā telefonu tīklā būtiski atšķiras no šā pakalpojuma tarifiem, kas norādīti www.mastertelecom.lv un www.1018.lv. Turklāt SIA „Telefant” izplatījusi šo informāciju internetā – SIA „De Nira” mājas lapā www.antireklama.lv. 10.03.2008. SIA „Master Telecom” nosūtīja SIA „Telefant” iesniegumu ar prasību novērst šos pārkāpumus, tomēr tā atteicās atzīt likuma normu pārkāpuma faktu un nepamatoti lūdza sniegt juridiski korektu informāciju un neatkarīgu ekspertu viedokli.

Iesniedzēja ieskatā SIA „Telefant” reklāmai ir maldinošs raksturs, tādēļ tā kaitē SIA „Master Telecom” ekonomiskajām interesēm un patērētāju interesēm. SIA „Telefant” reklāmai ir

salīdzinošs raksturs, kas neatbilst Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas prasībām, tai ir maldinošs raksturs. SIA „Master Telecom” lūdz:

1) ierosināt administratīvo lietu un konstatēt Reklāmas likuma 8. un 9.pantos noteikto aizliegumu pārkāpumu SIA „Telefant” darbībās;

2) uzlikt SIA „Telefant” naudas sodu par administratīvā pārkāpuma izdarīšanu;

3) uzlikt par pienākumu www.antireklama.lv īpašniekam SIA „De Nira” kā trešajai personai administratīvajā lietā noņemt šajā iesniegumā aprakstītās elektronisko sakaru pakalpojumu ziņas, jo tās neatbilst patiesībai un nodara zaudējumu SIA „Master Telecom”.

Konkurences padome 07.05.2008., pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu un Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, nolēma ierosināt lietu Nr.R/08/08/5 uz SIA „Master Telecom” iesnieguma (saņemts 06.05.2008.) pamata par Reklāmas likuma 9.panta otrās daļas un trešās daļas 1.,3. un 5.punktā noteiktā aizlieguma un Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³panta otrajā daļā paredzēto pārkāpumu SIA „Telefant” darbībās.

Konkurences padome 21.05.2008., pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, nolēma pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr.R/08/08/5 uz laiku līdz 27.06.2008.

Konkurences padome, ņemot vērā Iesniegumā ietverto un papildus iegūto informāciju lietā,

konstatēja:

(1) 16.05.2008. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Izpilddirekcijas amatpersonu SIA „Master Telecom” pārstāvji sniedza sekojošu informāciju.

SIA „Telefant” izplatījusi reklāmu pa pastu visā Latvijā SIA „Master Telecom” klientiem. Sākumā klientiem pienākušas vēstules bez adresēm, cik zināms SIA „Master Telecom”, bet nākamreiz jau ar adresēm. Pirmās vēstules pienākušas klientiem februārī, nākamās aptuveni pēc mēneša. Iesniegumam pievienotā reklāma ir tā, kas SIA „Master Telecom” klientiem piegādāta kā pirmā. Reklāmā nav pareizi norādīta SIA „Master Telecom” cena detalizētai izdrukai par zvaniem – ir nevis Ls 1,18, bet Ls 1,00. Rēķina apmaksa Norvik bankā ir bezmaksas, bet citas bankas ņem samaksu katra savādāk. SIA „Master Telecom” nav zināms, cik, bet tie nav 20 santīmi. Pārējās cenas atbilst patiesībai – tās ir SIA „Master Telecom” cenas ar PVN, bet reklāmā rakstīts, ka tās ir bez PVN. Cik zināms SIA „Master Telecom”, pēc mēneša nosūtītajā reklāmā ir norādīts, ka SIA „Master Telecom” cenas bez PVN norāda mājas lapā. SIA „Master Telecom” tarifi, kas norādīti mājas lapā, nav mainījušies jau vairāk kā gadu. Pārējās cenas norādītas ar PVN, bet reklāmā norādīts, ka bez PVN. Tādā veidā klienti domā, ka norādītajām cenām jāskaita klāt vēl PVN, kā rezultātā tarifi iznāk vēl augstāki, kas neatbilst patiesībai. Reklāmas apakšā piezīme, ka tarifi ņemti no www.1018.lv, ir nepatiesa, jo SIA „Master Telecom” šādā veidā tarifi nav norādīti. Pēdējais teikums piezīmēs, ka cena uz citiem operatoriem, izņemot Lattelecom, ir Ls 0,09 minūtē, nav nekur norādīta SIA „Master Telecom” reklāmās. Bet klienti var saprast, ka šī norāde attiecas arī uz SIA „Master Telecom”. SIA „Master Telecom” tarifs, zvanot uz citiem operatoriem, ir Ls 0,04 ar PVN, taču no SIA „Telefant” reklāmas var saprast, ka 9 santīmi minūtē. Rēķina nosūtīšana pa pastu SIA „Master Telecom” maksā Ls 0,35 tikai no 01.03.2008. bet reklāmas izplatīšanas laikā šis pakalpojums vēl bija bezmaksas. Arī šobrīd, ja pensionārs lūdz, SIA „Master Telecom” par šo pakalpojumu samaksu neprasa. SIA „Master Telecom” ieskatā reklāmā vajadzēja norādīt, ka caur internetbanku tās rēķinus var apmaksāt bez maksas Norvik bankā un Hansabankā. Ar sarkano krāsu apvilktis paziņojums par PVN un SIA „Telefant” cenas, no kā izriet, ka tikai viņu cenas ir ar PVN, bet īstenībā arī SIA „Master Telecom” cenām ir pievienots PVN. Reklāmas izplatīšanas laikā SIA „Telefant” bija citi tarifi, nekā norādīti reklāmā tās mājas lapā, bet SIA „Master Telecom” pieļauj, ka šādus tarifus SIA „Telefant” piedāvājusi kā akciju SIA „Master Telecom” klientiem. Reklāmai bija pievienota arī otra lapa par antireklāmu. Tas radīja sašutumu, kā konkurents var ievietot reklāmā informāciju par konkurentu no antireklama.lv. Tas nav korekti – izsūtīt to klientiem. SIA „Master Telecom” nav zināms, kas ievietojis komentārus antireklama.lv, tikpat labi tie var būt tās klienti un arī konkurenti. Pēc pirmās reklāmas

saņemšanas SIA „Master Telecom” zvanīja daudz sašutušu klientu, pēc šīs reklāmas aizgāja aptuveni 10% klientu, t.i., 1000. Tas sastāda zaudējumus aptuveni Ls 9000 ik mēnesi. SIA „Master Telecom” vērsās pie SIA „De Nira”, lai izņem ārā no antireklama.lv komentārus.

Piemēram, pirms dažām dienām SIA „Master Telecom” pieteikusies jauna kliente, tika sastādīts līgums, taču norunātajā laikā kliente neatnāca pēc līguma. Kad SIA „Master Telecom” pārstāvis zvanījis viņai, kliente teikusi, ka viņa neslēgs līgumu ar SIA „Master Telecom”, ir jau noslēgusi ar SIA „Telefant”, jo kāda paziņa viņai stāstījusi, ka esot saņēmusi vēstuli, kurā rakstīts, ka SIA „Master Telecom” paceļ cenas, bet par to nesaka, tātad apmāna. Tādā veidā SIA „Master Telecom” pazaudē arī potenciālos klientus, ne tikai tos, kuri jau bijuši tās klienti. SIA „Master Telecom” vēlas, lai SIA „Telefant” turpmāk tādu reklāmu vairs neizplata.

(2) Konkurences padome 23.05.2008. saņēma no SIA „Telefant” informāciju par sniegto reklāmu, t.sk. sekojošus paskaidrojumus.

SIA „Telefant” izmanto Igaunijas partnera *OU Traadita Komunikarsioonide* pakalpojumus reklāmas izveidē saskaņā ar līgumu, kas noslēgts 01.10.2005. Apstrīdētā reklāma nosūtīta SIA „Telefant” (*) klientiem visā Latvijā šā gada 1.martā, izmantojot (*) pakalpojumus adresētas reklāmas drukāšanai, ievietošanai konvertos un nodošanai (*), kas to nogādā pie adresātiem. Reklāma drukāta uz A4 lapas no vienas puses latviešu valodā un no otras puses krievu valodā. SIA „Telefant” nevar atbildēt uz jautājumu, vai šādu reklāmu plānots izplatīt arī turpmāk, jo mārketinga plāni pašlaik vēl tiek sastādīti. Reklāmas mērķis bija klientu informēšana par SIA „Telefant” izdevīgajiem nosacījumiem un tarifiem. Reklāmas mērķauditorija – SIA „Telefant” esošie un potenciālie klienti Latvijā, kam ir *Lattelecom* tālruna pieslēgums. Reklāmas uzdevums – cenu salīdzinājums starp diviem alternatīviem telekomunikāciju operatoriem SIA „Master Telecom” un SIA „Telefant”, par vienu un to pašu pakalpojumu, un ar sarkanu atzīmējot būtiskāko informāciju reklāmā. SIA „Master Telecom” cenas uzrādītas, izmantojot publiski pieejamo informāciju tās interneta mājas lapā 25.02.2008. SIA „Telefant” cenas uzrādītas, izmantojot publiski pieejamo informāciju tās interneta mājas lapā 25.02.2008. Tiek salīdzinātas cenas ar PVN par vienu un to pašu pakalpojumu starp diviem operatoriem. Tā kā SIA „Master Telecom” tarifi interneta mājas lapā tiek publicēti bez PVN 18%, tad, lai cenas būtu salīdzināmas, tiem pievienots PVN. Reklāmā ir norādīts informācijas avots un datums. SIA „Master Telecom” savus tarifus reklamē bez PVN, mājas lapas izdrukā ir redzams, ka klients tiek maldināts par cenu. Rezultātā, kad klients saņem rēķinu no SIA „Master Telecom” par izmantoto pakalpojumu, tiek konstatēts, ka SIA „Master Telecom” tarifi atšķiras no reklamētajiem, jo papildus tiek pieskaitīti 18 %. SIA „Telefant” regulāri ir saņēmusi sūdzības no klientiem, kas iepriekš bija izmantojuši SIA „Master Telecom” pakalpojumus. Rezultātā tiek kropļots tirgus un maldināti klienti. SIA „Telefant” nekādā veidā nav saistīta ar www.antireklama.lv informācijas saturu vai jebkādiem komentāriem, kas izteikti šai mājas lapā. SIA „Telefant” tikai veica www.antireklama.lv mājas lapā saturošās informācijas publicēšanu, par to iepriekš konsultējoties ar Konkurences padomi. Saskaņā ar Reklāmas likumu SIA „Telefant” ir tiesības publicēt vai ietvert savos reklāmas materiālos trešās personas datus, norādot informācijas avotu. www.antireklama.lv ir neatkarīgs portāls, kur klienti izsaka savu viedokli par vienu vai otru uzņēmumu un par tā sniegtajiem pakalpojumiem.

SIA „Telefant” nepiekrīt SIA „Master Telecom” izteiktajiem argumentiem attiecībā uz reklāmas neatbilstību Reklāmas likuma prasībām. Pirmkārt, reklāmā ir salīdzināti tarifi starp abiem operatoriem, par vienu un to pašu pakalpojumu, zvaniem vienā un tanī pašā laikā, kā arī zem tabulas ir pievienota informācija, ka tarifi ir publicēti, izmantojot publiski pieejamo informāciju interneta mājas lapā www.1018.lv 25.02.2008. Otrkārt, kas attiecas uz sarkanu krāsu atzīmētajai informācijai, tad SIA „Telefant” reklāmā pasvītvoja galvenās lietas, t.i., ka visi tarifi uzrādīti ar PVN un tiek atzīmēti tie izcenījumi, kas ir izdevīgāki klientam. Treškārt, kas attiecas uz tekstu UZMANĪBU!!!, to nekādā veidā nevar saistīt ar tālāk publicēto cenu salīdzinājumu tabulu. SIA „Telefant” reklāmā informē, ka SIA „Master Telecom” savus tarifus reklamē bez PVN, tādējādi maldinot klientus un SIA „Telefant” vēlas akcentēt, ka patiesībā 18% pievienotās vērtības nodoklis jebkurā gadījumā tiek pievienots cenai. Tādā veidā strādā visi telekomunikāciju

operatori Latvijā, piemēram, SIA „Lattelecom”, SIA „Latvijas Mobilais Telefons”, SIA „Tele2”, kas vienmēr publicē gala tarifus.

(3) 06.06.2008. tikšanās laikā ar Konkurences padomes amatpersonu SIA „Telefant” pārstāve sniedza sekojošu informāciju.

SIA „Telefant” reklamējas regulāri, galvenais reklāmas veids ir reklāma pa pastu. Konkrētā reklāma sūtīta caur (*). (*) piegādā reklāmu tieši pastkastēs, SIA „Telefant” norādītajā ģeogrāfiskajā teritorijā. Konkrētā reklāma izsūtīta caur (*) 01.03.2008. konkrētiem adresātiem, iespējams, dažas dienas vēlāk, jo tika izmantoti (*) pakalpojumi. SIA „Telefant” norādīja adreses, uz kurām sūtīt reklāmas. SIA „Telefant” analizēja savu datu bāzi, apzvanīja klientus, kas atteikušies no SIA „Telefant” pakalpojumiem. Bija tādi, kas izmanto SIA „Master Telecom” pakalpojumus. Uz to bija jāreaģē. (*) reklāmas adresāti ir tie, kuri kādreiz ir izmantojuši SIA „Telefant” pakalpojumus, bet reklāmas izplatīšanas laikā neizmantoja. Tādēļ bija vajadzīga reklāma, lai šie klienti turpmāk zvanītu caur SIA „Telefant”. Cenas ir galvenais, kāpēc klienti izvēlas vienu vai otru operatoru. Lielākā daļa nezina cenas, par kādām viņi zvana. Lai pateiktu, ka SIA „Telefant” piedāvājums ir labāks, salīdzinātas cenas par tādu pašu pakalpojumu tādā pašā laikā. Konkrētajā reklāmā, kas adresēta SIA „Telefant” datu bāzē esošajiem klientiem, salīdzinājums ir ar SIA „Master Telecom” cenām un piedāvātas SIA „Telefant” cenas. Salīdzinoša reklāma ir SIA „Telefant” pastāvīga prakse, tas ir visefektīvākais reklāmas veids. Šādas reklāmas izplatīšana un druka kopā izmaksā aptuveni Ls (*). Vai reklāma ir atmaksājusies, būs zināms tikai pēc ilgāka laika. Paziņojums reklāmā par to, ka SIA „Master Telecom” norāda tarifus bez PVN, ietverts, lai informētu, ka cena Ls 0,05, ko piedāvā SIA „Master Telecom”, nav gala cena. Tas ir paskaidrojums. Arī SIA „Master Telecom” līgumos ir kaut kur norādīts, ka tarifi norādīti bez PVN, bet informācija nav pilna un pilnīgi saprotama.

Ar sarkano krāsu reklāmā ir atzīmēta svarīgākā informācija – salīdzinātas cenas ar PVN, tā ir beigu cena par 1 minūti. Šādi atzīmēts, ka nekas vairs netiek pievienots vai atņemts. SIA „Master Telecom” norādītais par iespējamo maldinājumu saistībā ar sarkano krāsu atzīmēto ir tikai tās subjektīvais viedoklis, viņi cenšas saskatīt to, kā nav. Ar sarkano krāsu ir atzīmēts tas, kam jāpievērš uzmanība – izdevīgākā cena. SIA „Telefant” nepiekrīt, ka patērētāji varētu saprast, ka SIA „Master Telecom” cenai vēl jāskaita klāt PVN. SIA „Master Telecom” tarifi ņemti no tās mājas lapas 25.02.2008. Sarunu izraksts, rēķina apmaksa bankā „tiešais debets”, rēķina saņemšana pa pastu – par šīm pozīcijām SIA „Telefant” var iesniegt pierādījumus. SIA „Telefant” norādītās cenas reklāmā ir tās kluba tarifi. Šī informācija bija un ir ievietota mājas lapā. (*) klientiem, kuri saņēma reklāmu, tika piedāvātas zemākas cenas, nekā parastie tarifi. Tās ir beztermiņa cenas, ja tās mainītos, klienti tiktu informēti par to atsevišķi. Tarifi 2008.gadā, izņemot atsevišķiem klientiem, nav mainījušies. Šiem (*) klientiem piedāvāti zemāki tarifi, par kādiem viņi var zvanīt joprojām.

Reklāmā tekstā pēdējais teikums: „Cena par zvanu ar citu publisko fiksēto elektronisko sakaru tīklu abonentiem...” attiecas uz SIA „Telefant”. SIA „Telefant” nepiekrīt, ka šo pēdējo teikumu varētu attiecināt un saprast, ka cena par zvanu Ls 0,09 minūtē ir arī SIA „Master Telecom”.

Izdrukās no mājas lapām ir saglabātas no 17.03.2008., no 25.02.2008. nav saglabātas. Par to, ka nav slēptu izmaksu, sarunu aprēķins, garantēta kvalitāte, norādīts tikai par SIA „Telefant”, jo to nevar apgalvot par citiem, to var izlemt tikai klienti.

Reklāmas 2.lapā bija izdruka no www.antireklama.lv. SIA „Telefant” ir saņēmusi informāciju no klientiem par to, ka SIA „Master Telecom” rēķinos pievieno papildus minūtes, tādēļ SIA „Telefant” iesaka klientiem vērsties Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijā. Tāpēc tika ievietota reklāmā informācija no www.antireklama.lv. Lielākā daļa klientu neizmanto internetu. Par SIA „Master Telecom” tobrīd citu komentāru nebija, reklāmā ietverti visi komentāri, kas tur bija. Mērķis bija informēt, ka rēķinos papildus pieskaita minūtes, bet SIA „Telefant” nezina, vai SIA „Master Telecom” to dara regulāri, un nevar to pierādīt. SIA „Telefant” gribējusi SIA „Master Telecom” klientu viedokli parādīt citiem cilvēkiem. SIA „Telefant” nav zināms, kādā veidā tiek ievietoti komentāri www.antireklama.lv. SIA „Telefant”

jautājusi pa telefonu Konkurences padomē, vai var šādu informāciju publicēt. Bija jāatsaucas uz informācijas avotu, no kurienes tā ņemta. SIA „Telefant” nezina, kā var pārbaudīt komentāros sniegto informāciju. Reklāmā netiek apgalvots, ka tas ir SIA „Master Telecom” klientu viedoklis, vienkārši publicēts tas, kas ir interneta mājas lapā www.antireklama.lv. Ja SIA „Master Telecom” uzskata, ka tā nav patiesība, viņiem jāgriežas pie www.antireklama.lv uzturētājiem. Klienti ir pārsvarā pēc 40 gadiem, krieviski runājoši, kas neizmanto internetu, un tāpēc nezina, kas atrodas www.antireklama.lv. Tāpēc tika publicēta šī informācija. Reklāmas izplatīšanas laikā par SIA „Telefant” www.antireklama.lv nebija nekādu komentāru. SIA „Telefant”, ievietojot šo informāciju neko nepasaka, klientiem pašiem jāizsecina, katram klientam jāizvērtē savi rēķini.

(4) 11.06.2008. tikšanās laikā ar Konkurences padomes amatpersonu SIA „Telefant” pārstāve informēja, ka reklāmā ietverta informācija par sarunu izdrukas cenu (Ls 1,18) uzzinājusi, zvanot uz SIA „Master Telecom” klientu apkalpošanas dienestu 67 077 777. Uz jautājumu, kāda ir gala cena sarunu izrakstam, atbilde bija Ls 1,18. Rakstveidā šī informācija SIA „Telefant” nav pieejama. Papildus SIA „Telefant” iesniedza informāciju par tiešā debeta pakalpojumu izmaksām un rēķina saņemšanas pa pastu izmaksām.

Konkurences padome 13.06.2008. saņēma no SIA „Telefant” 2008.gada aprīlī un maijā izplatītās reklāmas paraugus, kā arī informāciju par to izplatīšanas apjomu.

(5) Konkurences padome 12.06.2008. saņēma no SIA „De Nira” informāciju par mājas lapas www.antireklama.lv darbības principiem.

(6) SIA „Master Telecom” pēc Konkurences padomes Izpilddirekcijas 13.06.2008. vēstulē Nr.1605 izteiktā uzaicinājuma savas tiesības iepazīties ar lietas materiāliem un izteikt viedokli neizmantoja.

(7) SIA „Telefant” pēc Konkurences padomes Izpilddirekcijas 13.06.2008. vēstulē Nr.1606 izteiktā uzaicinājuma 20.06.2008. iepazīnās ar lietas materiāliem, bet tiesības izteikt viedokli par tiem neizmantoja.

(8) Konkurences padomes sēdē 25.06.2008. SIA „Master Telecom” pārstāvis nebija ieradies, SIA „Telefant” pārstāve bija ieradusies, iesniedza pievienošanai lietas materiāliem e-pasta saraksti ar SIA „Master Telecom” par sarunu izraksta cenu, kā arī sniedza sekojošus paskaidrojumus. Telekomunikāciju operatoru vidū parastā prakse ir norādīt tarifus kā gala cenas, savukārt SIA „Master Telecom” norāda tarifus mājas lapā bez PVN, uz ko SIA „Telefant” vēlējas vārst uzmanību. SIA „Telefant” laiku pa laikam saņēmusi no klientiem informāciju, ka viņi tikuši apkrāpti pie SIA „Master Telecom”. Papildus atrasta informācija www.antireklama.lv, kur nezināmi cilvēki publicējuši informāciju. Zvanot uz Konkurences padomi un vaicājot, vai var publicēt informāciju no citām mājas lapām, SIA „Telefant” saņēmusi pozitīvu atbildi, bet bija jānorāda informācijas avots. Reklāmas mērķauditorija ir krieviski runājoši cilvēki pēc 40 gadiem, t.i., pensionāri, kas neizmanto internetu. Tā sabiedrības daļa, kas izmanto internetu, var tāpat saņemt šo informāciju.

Pamatojuma daļa

(9) SIA „Master Telecom” ir LR Uzņēmumu reģistrā 07.06.2004. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003684039) komercsabiedrība, kura sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā Latvijas Republikas teritorijā.

SIA „Telefant” ir LR Uzņēmumu reģistrā 15.03.2005. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003733368) komercsabiedrība, kura sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā Latvijas Republikas teritorijā.

Gan SIA „Master Telecom”, gan SIA „Telefant” sniedz balss telefonijas pakalpojumus publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā Latvijas Republikas teritorijā, tādējādi ir uzskatāmas par komersantiem, kas konkurē.

(10) 01.03.2008. pa pastu tika izplatīta SIA „Telefant” Reklāma (turpmāk tekstā – „Reklāma”) SIA „Telefant” datu bāzē esošajiem patērētājiem Latvijas Republikā, kurā sniegta informācija par SIA „Master Telecom” un SIA „Telefant” pakalpojumu tarifiem. Uz A4 formāta lapas vienas puses sniegta šāda informācija latviešu valodā:



TELEFANT 1021 piedāvā jaunus, pašus labākos tarifus un nosacījumus vietējiem un starptautiskiem zvaniem!

Lai zvanītu caur TELEFANT, vienkārši uzgrieziet kodu 1021 pirms abonenta numura. Reģistrēties nav nepieciešams. Informācijas iegūšanai un papildus jautājumiem, lūdzu zvaniet **800 0 1021 (bezmaksas)**

UZMANĪBU!!! Telekomunikāciju operators Master Telecom norāda savus tarifus bez pievienotās vērtības nodokļa (PVN 18%), kas pēc tam tiek pievienots jebkurā gadījumā. Lūdzu esiet uzmanīgi!

Beigu cenas - norādītas latos ar PVN 18%

	Master Telecom 1018	TELEFANT 1021
Vietējās sarunas (Lomtelecom tīklā)	0,021 Ls/min	0,019 Ls/min
Iekšzemes tālsarunas (Lattelecom tīklā)	0,040 Ls/min	0,035 Ls/min
Mobilās sarunas (mobilie tīrā Latvijā)	0,142 Ls/min	0,120 Ls/min
Vācija	0,059 Ls/min	0,049 Ls/min
Lielbritānija, Īrija	0,059 Ls/min	
ASV, ASV mob.	0,059 Ls/min	
Krievija, Krievija mob.	0,059 Ls/min	
Visi Eiropas mob.	0,150 Ls/min	0,139 Ls/min
Sarunu izraksts	1,18 Ls	bezmaksas
Rēķina saņemšana pa pastu	0,35 Ls	bezmaksas
Rēķina apmaksā bankā „tiešais debets”	0,20 Ls	bezmaksas
Rēķina apmaksā pasta nodaļās	0,60 Ls	0,35 Ls
Nav slēptu izmaksu, visas cenas norādītas ar nodokli		Jā
Sarunu aprēķins ar sekundes precizitāti		Jā
Garantēta sakaru kvalitāte		Jā

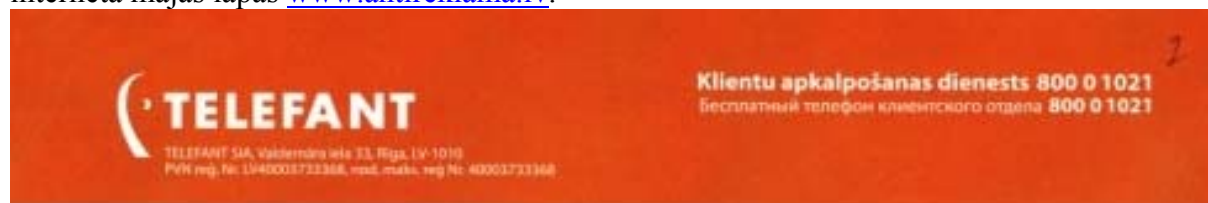
Maksa par zvani savienojumu – 0,0718 Ls. Master Telecom cenas privātpersonām uzrādītas, ņemot vērā publiski pieejamo informāciju interneta mājas lapā www.1018.lv 25.02.2008. Cena par zvani ar citu publisko fiksāto elektronisko sakaru tīklu abonentiem (ne Lattelecom) 0,09 Ls/min.

Identiska satura teksts krievu valodā ietverts šīs pašas lapas otrā pusē.

Atkārtoti līdzīga satura reklāmu ar izmaiņām (turpmāk tekstā – “precizētā Reklāma”) SIA “Telefant” sniegusi 2008.gada aprīlī un maijā (*) patērētājiem Latvijas Republikā. Šajā reklāmā

SIA "Telefant" ir precizējusi, ka SIA "Master Telecom" tarifus bez PVN norāda tās mājas lapā, ar sarkanu krāsu nav apvilkti paziņojums: "Beigu cenas – norādītas latos ar PVN 18%".

Papildus uz citas A4 formāta lapas 01.03.2008. izplatītajā Reklāmā sniegta informācija no interneta mājas lapas www.antireklama.lv.



Jūsu uzmanībai piedāvājam klientu komentārus par Master Telecom, interneta portālā www.antireklama.lv. Informācija ir uzrādīta 25.02.2008.

<http://antireklama.lv/lv/mts-gsm-master-telecom/comments/topic-246/>

Предлагаем вашему вниманию, комментарии клиентов на интернет-сайте antireklama.lv, пользовавшимися услугами оператора Master Telecom.

Информация представлена на 25.02.2008.

Адрес в интернете:

<http://antireklama.lv/lv/mts-gsm-master-telecom/comments/topic-246/>



(11) SIA "Telefant" sniegtā salīdzinošā informācija (skat. lēmuma 10.punktu), ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

(12) Ņemot vērā iepriekš norādītos un pārbaudītos pierādījumus, ir iegūts apstiprinājums faktam, ka Iesniegumā norādītās reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir SIA "Telefant", par ko lietā strīda nav. 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*.

(13) Saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta pirmo daļu *salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kurā izmantots salīdzinājums, kas tieši vai netieši norāda uz konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem*. Tādējādi atbilstoši minētajai tiesību normai salīdzinājumam reklāmā tieši vai netieši jānorāda uz konkurentu vai tā piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, kas ir arī konkrētajā gadījumā.

Šāda salīdzinošās reklāmas interpretācija atbilst Reklāmas likuma 9.pantā ietvertā tiesiskā regulējuma jēgai un mērķim un izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas (12.12.2006.) 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu 2.panta c)punkta, kas nosaka, ka salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus.

SIA "Telefant" Reklāmā norādīti konkurenta piedāvāto pakalpojumu tarifi, tieši identificējot SIA "Master Telecom", un Reklāmā sniegta informācija par konkurenta darbību, tieši norādot uz SIA "Master Telecom". Ņemot vērā minēto, SIA "Telefant" Reklāma ir uzskatāma par salīdzinošo reklāmu Reklāmas likuma 9.panta pirmās daļas izpratnē.

(14) Pārbaudot apstrīdēto reklāmu atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem, Konkurences padome konsekventi ir ņēmusi vērā to, kā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs (Konkurences padomes 15.11.2006. lēmums Nr.131, publ. 08.12.2006. Latvijas Vēstnesis Nr.196; Konkurences padomes 06.12.2006. lēmums Nr.140, publ. 30.12.2006. Latvijas Vēstnesis Nr.208; Konkurences padomes 26.02.2007. lēmums Nr.11, publ. 07.03.2007. Latvijas Vēstnesis Nr.39; Konkurences padomes 18.07.2007. lēmums Nr.E02-89, publ. laikr. Latvijas Vēstnesis 31.07.2007., Nr.122). Iespējamā maldinājuma mērogs nav pavisams, nolaidīgs un vieglprātīgs, bet gan vidusmēra patērētājs, tas ir, patērētājs, kurš ir samērā labi informēts, vērtīgs un piesardzīgs.

Minēto reklāmas izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi Administratīvā apgabaltiesa (Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienų tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienų tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr.C-44/01, 55.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 19.09.2006. spriedums lietā Nr.C-356/04, 78.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>).

Arī konkrētajā lietā Konkurences padome ņem vērā tās līdzšinējo praksi un Reklāmu vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, tas ir, vai ar Reklāmu var tikt maldināts vidusmēra patērētājs. Reklāmas mērķauditorija saskaņā ar SIA "Telefant" sniegto informāciju ir fiziskas personas, pārsvarā vecākas par 40 gadiem, krieviski runājošas, un kuras neizmanto internetu.

(15) SIA "Master Telecom" iebildumi pēc būtības ir par to, ka SIA "Telefant" Reklāmā tās tarifi salīdzināti ar SIA "Master Telecom" tarifiem un tādā veidā, ka var saprast, ka Reklāmā norādītie SIA "Master Telecom" tarifi ir bez pievienotās vērtības nodokļa. SIA "Master Telecom" iebildumi ir arī par to, ka Reklāmā nepareizi norādītas tās piedāvāto pakalpojumu - sarunu izraksta, rēķina saņemšanas pa pastu un rēķina apmaksas bankā "tiešais debets" izmaksas, kā arī nepareizi norādīts, ka cena par zvanu ar citu publisko fiksēto elektronisko sakaru tīkla abonentiem (ne Lattelecom) ir 0,09 Ls/min, jo iesniedzējs šo pakalpojumu piedāvā par 0.04 Ls/min.

SIA "Telefant" nepiekrīt SIA "Master Telecom" iebildumiem, uzskata, ka salīdzinājums ir objektīvs, tajā salīdzinātas cenas ar pievienotās vērtības nodokli par vieniem un tiem pašiem pakalpojumiem.

Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 1. un 3.punktā noteikts:

(3) *Salīdzinošā reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja ievēroti visi turpmāk minētie nosacījumi:*

1) *tā nav maldinoša saskaņā ar šā likuma 8.pantu vai citiem normatīvajiem aktiem;*

3) *tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākas attiecīgo preču vai pakalpojumu materiālās, saistītās, pārbaudāmās un raksturīgās pazīmes, kas var ietvert arī cenu.*

Reklāmas likuma 8.pants nosaka, ka:

(2) *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 var kaitēt konkurentam.*

(3) *Nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes – atsevišķo sastāvdaļu kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par:*

2) *cenu vai cenas aprēķināšanas veidu un nosacījumiem, ar kādiem tiek piegādātas preces vai sniegti pakalpojumi.*

(16) Izvērtējot lietas procesa dalībnieku paskaidrojumus un iegūto informāciju kopsakarā ar pārējiem lietas materiāliem, Konkurences padome norāda sekojošo.

Konkurences padome noraida SIA “Master Telecom” iebildumus par to, ka SIA “Telefant” sniegusi salīdzinošu reklāmu, kurā ietverti iesniedzēja piedāvāto pakalpojumu tarifi, jo saskaņā ar Reklāmas likuma 9.pantu salīdzinošā reklāma ir pieļaujama, ja tiek ievēroti visi salīdzinošai reklāmā izvirzītie nosacījumi. Tādējādi Konkurences padomei jāpārbauda, vai SIA “Telefant” ir ievērojusi visus salīdzinošai reklāmā izvirzītos nosacījumus.

Reklāmā ietverts paziņojums *“UZMANĪBU!!! Telekomunikāciju operators Master Telecom norāda savus tarifus bez pievienotās vērtības nodokļa (PVN 18%), kas pēc tam tiek pievienots jebkurā gadījumā. Lūdzu esiet uzmanīgi!”* Pārbaudot SIA “Telefant” iesniegtās izdrukas no SIA “Master Telecom” mājas lapas www.1018.lv Konkurences padome secina, ka SIA “Master Telecom” savā interneta mājas lapā norāda savu piedāvāto pakalpojumu tarifus bez PVN, zem uzskaitītajiem tarifiem norādot sekojošu paskaidrojošu informāciju: *“Tarifi norādīti latos par sarunas minūti, neieskaitot PVN (18%)”*. Tāpat arī tarifi norādīti reklāmas bukletā, ko SIA „Master Telecom” iesniegusi lietā. Tādējādi SIA “Telefant” Reklāmā ietvertais paziņojums atbilst informācijai par tarifiem, ciktāl SIA “Master Telecom” to sniedz šādā veidā savā mājas lapā www.1018.lv un minētajā reklāmas bukletā. Saskaņā ar SIA “Telefant” norādīto tādā pašā veidā tarifi tiek norādīti SIA “Master Telecom” līgumos ar klientiem, taču SIA “Telefant” nav iesniegusi par to pierādījumus. SIA “Telefant” atzīst, ka Reklāmā vajadzēja precizēt, kur tieši SIA “Master Telecom” norāda tarifus bez PVN. Konkurences padome uzskata, ka no Reklāmā ietvertā paziņojuma par to, ka SIA “Master Telecom” tarifus norāda bez PVN, patērētāji var saprast, ka SIA “Master Telecom” vienmēr, arī, piemēram, piedāvājot savus pakalpojumus telemarketinga veidā vai sniedzot informāciju pa klientu apkalpošanas tālruni, norāda savus tarifus bez PVN. Tādējādi gadījumos, kad SIA “Master Telecom” informē par piedāvātajiem tarifiem, ietverot PVN, patērētājiem šāda informācija kopsakarā ar iepriekšminēto SIA “Telefant” paziņojumu Reklāmā var izraisīt neskaidrības, vai tobrīd viņiem piedāvātiem SIA “Master Telecom” tarifiem vēl jāskaita klāt PVN, vai arī tā ir gala cena.

No lietas materiāliem secināms, ka, izplatot precizēto Reklāmu 2008.gada aprīlī un maijā, paziņojumā ietverto informāciju par to, ka iesniedzējs tarifus norāda bez PVN, SIA “Telefant” ir precizējusi, norādot, ka SIA “Master Telecom” tieši interneta mājas lapā www.1018.lv norāda savus tarifus bez PVN. Konkurences padomes ieskatā šāds, precizēts paziņojums atbilst patiesībai un vairs nevar radīt neskaidrības patērētājiem.

Tālāk Reklāmā sniegts paziņojums: *“Beigu cenas – norādītas latos ar PVN 18%”*, kas apvilks ar sarkanu krāsu. Zemāk esošajā salīdzinošajā tabulā norādīti balss telefonijas pakalpojumu tarifi, par kādiem pakalpojumus piedāvā SIA “Master Telecom” un SIA “Telefant”. SIA “Telefant” ir iesniegusi pierādījumus par to, ka salīdzinošajā tabulā norādītie SIA “Master Telecom” tarifi atbilst tās interneta mājas lapā www.1018.lv sniegtajiem tarifiem, tiem pieskaitot klāt PVN. Arī SIA “Telefant” tarifi norādīti ar PVN, turklāt šādi tarifi (Telefant kluba tarifi) tiek

nodrošināti visiem patērētājiem, kuri saņēmuši Reklāmu. Līdz ar to abu konkurentu tarifu salīdzinājums Reklāmā pats par sevi ir objektīvs, tādēļ ir ievērots Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 3.punktā izvirzītais nosacījums salīdzinošai reklāmai. SIA "Telefant" nav pienākuma iesniedzēja tarifus norādīt tieši tādā veidā, kā to dara SIA "Master Telecom" savā mājas lapā, līdz ar to šis iesniedzēja iebildums nav pamatots. Tomēr Reklāmā SIA "Telefant" pakalpojumu tarifi pasvītroti vai apvilkti ar sarkanu krāsu, t.i., tādu pašu krāsu, kā paziņojums virs tabulas: "*Beigu cenas –norādītas latos ar PVN 18%*". Šādā veidā, atzīmējot ar vienādu sarkanu krāsu minēto paziņojumu un tikai SIA "Telefant" piedāvāto pakalpojumu tarifus, Reklāmas vēstījuma saņēmējiem tiek akcentēta un sasaistīta kopā izceltā informācija, kā rezultātā kopsakarā ar iepriekš sniegto informāciju, ka SIA "Master Telecom" cenas norādītas bez PVN, patērētāji var saprast, ka Reklāmā vienīgi SIA "Telefant" tarifi norādīti ar PVN, bet SIA "Master Telecom" tarifiem vēl jāpieskaita PVN 18%. Tādējādi Reklāmā sniegtā informācija par pakalpojumu tarifiem var radīt neskaidrības par to, vai SIA "Master Telecom" tarifi norādīti kā gala cena, kas patērētājiem būs jāmaksā, izvēloties tās pakalpojumus, vai nē. Šāda informācija patērētājiem, izvēloties konkrētu balss telefonijas operatoru, ir ļoti nozīmīga, ko apstiprinājusi arī SIA "Telefant", norādot, ka patērētāji pakalpojumu sniedzēju izvēlas pēc tā piedāvātās cenas, kā dēļ arī SIA "Telefant" izmanto salīdzinošu reklāmu, tajā salīdzinot tieši cenas. Precizētajā Reklāmā, kas izplatīta 2008.gada aprīlī un maijā, neskaidrība par to, vai SIA "Master Telecom" tarifi norādīti ar PVN vai bez PVN, ir novērsta.

Reklāmā tabulas beigu daļā salīdzināta SIA "Master Telecom" un SIA "Telefant" piemērotā maksa, kāda patērētājiem ir par sarunu izraksta saņemšanu, rēķina saņemšanu pa pastu, rēķina apmaksu bankā "tiešais debets". SIA "Master Telecom" uzskata, ka minētā maksa SIA "Master Telecom" klientiem norādīta nepareizi, jo maksa par sarunu izraksta saņemšanu ir Ls 1,00, nevis Ls 1,18, rēķina saņemšana pa pastu tikai no 01.03.2008. maksā Ls 0,35, bet līdz tam tas bija bezmaksas pakalpojums, nevis par Ls 0,35, bet rēķina apmaksu bankā "tiešais debets" nemaksā Ls 0,20, kā norādīts Reklāmā, bet gan bankas piemēro dažādas cenas par šo pakalpojumu.

SIA "Telefant" 11.06.2008. iesniegtais SIA "Master Telecom" rēķins Nr.02-2008/7118T fiziskai personai, apstiprina Reklāmā sniegto informāciju par rēķina saņemšanas pa pastu maksu, kuru piemēro iesniedzējs, jo tajā norādīts, ka rēķina saņemšana pa pastu, sākot ar 01.03.2008. maksās Ls 0,35. Tā kā Reklāma pirmoreiz izplatīta 01.03.2008., tad Reklāmas izplatīšanas laikā jau informācija Reklāmā par maksu par SIA "Master Telecom" pakalpojumu – rēķina saņemšana pa pastu, bija patiesa. Līdz ar to Konkurences padome SIA "Master Telecom" iebildumu par Reklāmā sniegto informāciju par šī pakalpojuma maksu uzskata par nepamatotu. Arī par SIA "Master Telecom" maksu, kādu klientiem jāmaksā, rēķinu apmaksājot bankās tiešā debeta veidā, SIA "Telefant" ir iesniegusi pierādījumus – izdrukas no vairākām Latvijas bankām, kurās redzams, ka tiešā debeta pakalpojums SIA "Master Telecom" klientiem Hansabankā maksā Ls 0,20, kā norādīts Reklāmā, bet citu banku (Norvikbanka, SEB, Latvijas Krājbankas) un Itelia mājas lapās sniegtā informācija liecina, ka šīs bankas nepiedāvā SIA "Master Telecom" klientiem tiešā debeta pakalpojumu, tā kā SIA "Master Telecom" nav noslēgusi ar šiem pakalpojumu sniedzējiem attiecīgus līgumus. Tādējādi Reklāmā sniegtā informācija par maksu par tiešā debeta pakalpojumiem ir patiesa.

Iesniedzēja iebildumi ir arī par Reklāmā norādīto tās sarunu izraksta cenu – Ls 1,18, jo atbilstoši tās norādītajam maksa par sarunu izrakstu ir Ls 1,00. Pamatojot sniegto informāciju par sarunu izraksta cenu, SIA "Telefant" paskaidrojusi, ka sniegto informāciju SIA "Master Telecom" darbiniece pa klientu apkalpošanas tālruni ir apstiprinājusi, ka sarunu izraksta galējā cena ar PVN ir Ls 1,18, kā arī norādīts Reklāmā. Turklāt SIA „Telefant” iesniedza e-pasta vēstules veidā sniegtu informāciju no SIA „Master Telecom”, kurā arī norādīts, ka sarunu izraksta cena ir Ls 1,18. Tādējādi Konkurences padome secina, ka SIA „Master Telecom” piedāvātā cena par sarunu izrakstu kopā ar PVN, saņemot to pa pastu, ir Ls 1,18, kā arī atbilstoši patiesībai norādīts Reklāmā. Līdz ar to nav pamatots iesniedzēja iebildums par Reklāmā norādīto sarunu izraksta cenu.

Reklāmas nobeigumā sīkiem burtiem norādīts sekojošs teksts: “*Maksa par zvana savienojumu – 0.0118 Ls. Master Telecom cenas privātpersonām uzrādītas, izmantojot publiski pieejamo informāciju interneta mājas lapā www.1018.lv 25.02.2008. Cena par zvanu ar citu publisko fiksēto elektronisko sakaru tīklu abonentiem (ne Lattelecom) 0.09 Ls/min.*” Saskaņā ar SIA “Telefant” norādīto Reklāmā tās pēdējais teikums par maksu par zvanu citu fiksēto tīklu abonentiem attiecas vienīgi uz Reklāmas devēju.

Izvērtējot Reklāmas nobeigumā sniegto informāciju atbilstoši Reklāmas likuma 8.panta otrajai daļai un trešajai daļai, Konkurences padome secina, ka norādītā informācija par maksu par zvanu citu fiksēto tīklu abonentiem nav savstarpēji atdalīta ar atkāpi vai kā savādāk, līdz ar to kopsakarā ar iepriekšējo teikumu, kurā ir minēta SIA “Master Telecom”, var radīt neskaidrības patērētājiem, uz kuru (vai abiem) no operatoriem informācija par piemēroto cenu Ls 0,09 attiecināma, un uz kuru nē. Konkurences padome piekrīt SIA “Master Telecom” iebildumam, ka no šādā veidā sniegta vēstījuma patērētāji vienlīdz var saprast, ka pēdējais teikums par cenu par zvanu citu tīklu abonentiem attiecas arī uz SIA “Master Telecom” šāda pakalpojuma cenu. Taču SIA “Master Telecom” šāda pakalpojuma piedāvātā cena ir ievērojami atšķirīga, t.i., Ls 0,04 kopā ar PVN. Tādējādi patērētāji no Reklāmā sniegtās informācijas var izdarīt nepamatotu secinājumu, ka SIA “Master Telecom” pakalpojums – zvans citu fiksēto tīklu abonentiem (ne Lattelecom) ir dārgāks nekā patiesībā. Arī, izplatot precizēto Reklāmu, SIA “Telefant” nav norādījusi, uz kuru no pakalpojumu sniedzējiem attiecas informācija pēdējā teikumā par maksu par zvanu citu tīklu abonentiem. Tieši pretēji, no precizētajā Reklāmā sniegtās informācijas var saprast, ka cena Ls/min. 0,09 attiecas gan uz iesniedzēju, gan uz SIA „Lattelecom”, gan uz SIA „Telefant”. Tomēr katrs pakalpojumu sniedzējs piemēro dažādu maksu par šo pakalpojumu.

Konkurences padome, izvērtējot apstākļus lietā, ņem vērā tiesas jau iepriekš secināto, ka *reklāmas saturam, no vienas puses jābūt objektīvam un patiesam, un, no otras puses, reklāmas satura pasniegšanas veidam jābūt tādām, lai reklāma ne netieši, ne tieši nevarētu būt maldinoša un personas ekonomisko rīcību ietekmējoša vai konkurentiem kaitējoša* (skat. Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.A42064704, 10.punkts).

Ņemot vērā visu šajā lēmuma punktā minēto, Konkurences padome uzskata, ka iepriekš norādītais veids, kādā Reklāmā sniegta informācija latviešu un krievu valodā par salīdzinājumiem uzņēmumu piedāvātajiem pakalpojumu tarifiem, var radīt neskaidrības patērētājiem par SIA “Master Telecom” pakalpojumu gala maksu, un šāds Reklāmas vēstījums var ietekmēt patērētāju ekonomisko izvēli, līdz ar to kaitējot konkurentam. Konkurences padome īpaši ņem vērā arī to, ka saskaņā ar SIA “Telefant” norādīto Reklāmas mērķauditorija ir patērētāji, kuri neizmanto internetu, tātad nevar pārbaudīt Reklāmā sniegto informāciju, piemēram, iesniedzēja interneta mājas lapā www.1018.lv vai SIA „Lattelecom” mājas lapā. Līdz ar to Konkurences padome secina, ka SIA “Telefant” sniegtā Reklāma ir maldinoša Reklāmas likuma 8.panta izpratnē. Tādējādi Konkurences padome konstatē, ka SIA “Telefant” nav ievērojusi 9.panta trešās daļas 1.punktā izvirzīto nosacījumu, ka reklāma nav maldinoša saskaņā ar šā likuma 8.pantu.

(16) SIA “Master Telecom” iebildumi pēc būtības ir par to, ka SIA “Telefant” Reklāmā ietverta negatīva informācija par SIA “Master Telecom”, kas norādīta mājas lapā www.antireklama.lv.

SIA “Telefant” norādījusi, ka šādu informāciju ietvērusi Reklāmā, jo vēlējusies, lai patērētāji, sevišķi tie, kuri neizmanto internetu, uzzina, ko klienti domā par SIA “Master Telecom”.

Reklāmas likuma 9.panta otrā daļa nosaka, ka *Salīdzinājumu veido atbilstoši godīgas konkurences principiem, izmantojot faktus, kurus var pierādīt.*

Savukārt šī likuma 9.panta trešās daļas 5.punktā noteikts:

(3) *Salīdzinošā reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja ievēroti visi turpmāk minētie nosacījumi:*

5) *tā neceļ neslavu konkurenta preču zīmēm, tirdzniecības nosaukumiem, citām atšķirības zīmēm, precēm, pakalpojumiem, darbībām vai apstākļiem un nenomelno tos.*

(17) Izvērtējot lietas procesa dalībnieku paskaidrojumus un iegūto informāciju kopsakarā ar pārējiem lietas materiāliem, Konkurences padome norāda sekojošo.

Sakarā ar iesniedzēja lūgumu Konkurences padomei uzlikt par pienākumu SIA „De Nira” izņemt ziņas par SIA „Master Telecom” no interneta portāla www.antireklama.lv Konkurences padome norāda sekojošo. Atbilstoši Reklāmas likuma 15.panta ceturtajai daļai, konstatējot, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Konkurences padome ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, t.sk. lēmumu, ar kuru aizliedz izplatīt reklāmu. Tulkojot šo tiesību normu, secināms, ka šāda Konkurences padomes rīcība var tikt vērsta tikai pret sniegto reklāmu. Privātpersonu sniegtās atsauksmes interneta mājas lapā www.antireklama.lv nav uzskatāmas par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē. Līdz ar to Konkurences padome nevar uzlikt pienākumu SIA „De Nira” izņemt ziņas par SIA „Master Telecom” no www.antireklama.lv - interneta portāla, kurā privātpersonas var publicēt savas atsauksmes par uzņēmumiem. Saskaņā ar SIA „De Nira” sniegto informāciju, ja uzņēmumam ir pretenzijas pret www.antireklama.lv publicēto informāciju, tas var vērsties pie tās administrācijas ar iesniegumu par komentāru izdzēšanu. Kā norādījusi SIA „De Nira”, SIA „Master Telecom” nav vērsusies pie SIA „De Nira” ar iebildumiem par informācijas izplatīšanu. Lietā iegūtā informācija arī neapstiprina, ka SIA „Telefant” būtu ievietojuši atsauksmes par SIA „Master Telecom” portālā www.antireklama.lv vai būtu citādi saistīta ar negatīvajām atsauksmēm par iesniedzēju tajā, izņemot apstākli, ka tā savā Reklāmā, kurā sniegta salīdzinoša informācija, pārpublicējusi portālā www.antireklama.lv ievietotās atsauksmes par SIA „Master Telecom”.

Saskaņā ar Reklāmas likuma 9.panta trešo daļu salīdzinoša reklāma pati par sevi ir pieļaujama. Salīdzinoša reklāma ir viens no efektīvākajiem viediem, kādā uzņēmums var parādīt savas piedāvātās preces vai pakalpojuma priekšrocības starp konkurentu piedāvātajām tāda paša veida precēm vai pakalpojumiem. Šo iemeslu dēļ salīdzinoša reklāma, ievērojot noteiktus harmonizētus nosacījumus, ir atļauta ne tikai Latvijā, bet vienlīdz visās Eiropas Savienības dalībvalstīs. To nosaka Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu, kuras preambulas 6.punktā atklātas salīdzinošas reklāmas priekšrocības un mērķis. *Iekšējā tirgus pilnīga izveide nozīmē plašas izvēles iespējas. Ņemot vērā to, ka patērētāji un tirgotāji var izmantot un viņiem ir jāizmanto pēc iespējas labāk iekšējā tirgus priekšrocības un ka reklāma ir ļoti svarīgs līdzeklis, ar ko radīt reālu noieta tirgu visām precēm un pakalpojumiem visā Kopienā, pamatnoteikumiem par salīdzinošas reklāmas formu un saturu vajadzētu būt vienvērtīgiem, un salīdzinošas reklāmas izmantošanas nosacījumiem dalībvalstīs vajadzētu būt saskaņotiem. Ja šādi nosacījumi ir izpildīti, ir vieglāk objektīvi parādīt dažādu salīdzināmu produktu labās īpašības. Salīdzinošā reklāma var arī veicināt konkurenci starp preču piegādātājiem un pakalpojumu sniedzējiem par labu patērētājam.* Reklāmas likumā ietvertās normas par salīdzinošu reklāmu izriet no minētās Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvas.

Reklāmas likumā izvirzītie nosacījumi, kuriem obligāti jāatbilst salīdzinošai reklāmai, ietverti 9.panta otrajā daļā, t.i., salīdzinājumā izmantojami tikai tie fakti, kurus var pārbaudīt, un 9.panta trešās daļas 5.punktā, t.sk. reklāma nedrīkst celt neslavu konkurenta pakalpojumiem. Lai atklātu šo nosacījumu mērķi, ir pamatoti ņemt vērā Direktīvā 2006/114/EK sniegto skaidrojumu, kuras preambulas 9.punktā noteikts, ka *attiecībā uz salīdzinošo aspektu būtu jāparedz nosacījumi, pie kādiem atļauta salīdzinošā reklāma, lai noteiktu, kāda veida prakse salīdzinošajā reklāmā var traucēt konkurenci, kaitēt konkurentiem un var radīt pretēju ietekmi uz patērētāju izvēli. Šādiem atļautās reklāmas nosacījumiem būtu jāiekļauj kritēriji preču un pakalpojumu īpašību objektīvam salīdzinājumam.* Savukārt 14. un 15.punktā paskaidrots, ka, *lai salīdzinošo reklāmu padarītu efektīvu, tomēr var būt vajadzība identificēt konkurenta preces vai pakalpojumus, atsaucoties uz pēdējam piederošo preču zīmi vai tirdzniecības nosaukumu. Šādi izmantojot svešu preču zīmi, tirdzniecības nosaukumu vai citas atšķirības zīmes, netiek pārkāptas šīs ekskluzīvās tiesības tajos gadījumos, kad izmantošana atbilst šajā direktīvā paredzētajiem nosacījumiem un kad šādas izmantošanas paredzētais mērķis ir vienīgi atšķirt tos un tādējādi objektīvi izcelt atšķirības.*

Tādējādi Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā un trešās daļas 5.punktā izvirzītie nosacījumi salīdzinošai reklāmai ir ievēroti, ja reklāmā ietverts objektīvs preču vai pakalpojumu salīdzinājums, un šāda salīdzinājuma mērķis ir vienīgi atšķirt preces vai pakalpojumus un tādējādi

objektīvi izcelt atšķirības. Izvērtējot Reklāmas otrajā lapā sniegto informāciju, kurā ietverti komentāri no interneta portāla www.antireklama.lv, Konkurences padome secina, ka SIA „Telefant” nav ievērojusi Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā un trešās daļas 5.punktā ietvertos noteikumus šādu apsvērumu dēļ.

Interneta portālā www.antireklama.lv publicēti anomīni komentāri par SIA „Master Telecom”, kurus SIA „Telefant” ietvērusi savā Reklāmā. SIA „Telefant” atzinusi, ka tai nav zināms, kādā veidā tiek ievietoti komentāri šajā portālā, kādā veidā var pārbaudīt tajos ietvertās informācijas patiesumu, un ka tā nevar pierādīt komentāros minēto informāciju, t.i., vai un cik regulāri SIA „Master Telecom” savos rēķinos pieskaita klāt minūtes. Tādējādi nav iespējams pārbaudīt arī, vai SIA „Master Telecom” tiešām apkrāpusi konkrētos klientus, kuri rakstījuši komentārus sadaļā „Krāpnieki” par SIA „Master Telecom”, tos rakstījuši iesniedzēja klienti vai, piemēram, kāds no konkurentiem. Turklāt, neskatoties uz to, ka SIA „Telefant” nav iespējams pārbaudīt, vai konkrēto komentāru autori tiešām ir iesniedzēja klienti, tā savā Reklāmā vērsusies pie klientiem, norādot: „Jūsu uzmanībai piedāvājam klientu komentārus par Master Telecom, interneta portālā www.antireklama.lv”. Turklāt Reklāmā, nosūtot klientiem personiski vēstuli, kurā vesela lapa A4 formātā veltīta informācijai, ka SIA „Master Telecom” ir krāpnieki, SIA „Telefant” ir īpaši pievērsusi patērētāju uzmanību šādai informācijai. Tādējādi patērētājiem SIA „Telefant” reklāma, kurā īpaši pievērsta uzmanību tam, ka SIA „Master Telecom” komentāros aprakstītajā veidā apkrāpj klientus, var radīt nelabvēlīgu attieksmi pret SIA „Master Telecom”. Konkrētajā gadījumā Konkurences padome ņem vērā apstākli, ka, kā norādījusi SIA „Telefant”, Reklāmas mērķauditorija ir fiziskas personas pēc 40 gadiem, kuras neizmanto internetu, respektīvi, personas, kuras nezina portāla www.antireklama.lv darbības principus, nezina, ka šajā portālā ietvertās ziņas netiek pārbaudītas, un tātad, iespējams, nepieļauj iespēju, ka Reklāmā ietvertās klientu atsauksmes var nebūt objektīvas. Minēto apstiprina SIA „Master Telecom” sniegtā informācija par to, kādā veidā kāda potenciālā kliente atteikusies noslēgt līgumu, t.i., uzzinot no paziņas par vēstuli, kurā aprakstīts, ka SIA „Master Telecom” ir krāpnieki. Šādu nepārbaudāmu faktu ietveršana Reklāmā neatbilst salīdzinošas reklāmas mērķim – objektīvi parādīt dažādu salīdzināmu produktu labās īpašības un informēt patērētājus par tiem sniegtajām priekšrocībām.

Lai gan reklāmā ir atļauta reklamēto preču vai pakalpojumu slavēšana un praksē reklāmas devējam vienmēr ir raksturīgi dot pozitīvu vērtējumu par sevi un saviem pakalpojumiem, tai pašā laikā Reklāmas likums nosaka stingras prasības reklāmā sniegtajai informācijai, jo īpaši tas attiecas uz salīdzinošo reklāmu. Šīs prasības ir pārkāptas, ja reklāma nav objektīvi veidota, t.i., ja reklāmas devēja reklamējamo preču/pakalpojumu labās īpašības tiek pozicionētas uz negatīvas, nepamatotas informācijas par konkurējošiem pakalpojumiem fona. Šāda prakse traucē godīgu konkurenci, var kaitēt konkurentam un nepamatoti ietekmēt patērētāju ekonomisko izvēli (skat. Konkurences padomes 17.03.2006. lēmums Nr.20, publ. laikr. Latvijas Vēstnesis 04.04.2006. Nr.54). Konkurences padome secina, ka Reklāmas otrajā lapā SIA „Telefant” savu pakalpojumu pārākumu ir atainojusi nevis objektīvi izceļot to labās īpašības, bet gan, ceļot neslavu SIA „Master Telecom” sniegtajiem pakalpojumiem, liekot saprast, ka SIA „Master Telecom” apkrāp klientus, t.sk. par pakalpojumiem prasot nepamatoti augstu samaksu. Līdz ar to SIA „Telefant” Reklāmas mērķis, ietverot komentārus par konkurentu no portāla www.antireklama.lv, neatbilst Direktīvas 2006/114/EK preambulā atklātajam salīdzinošas reklāmas mērķim – objektīvi izcelt konkurentu piedāvāto preču/pakalpojumu atšķirības.

Attiecībā uz SIA „Telefant” argumentu, ka, pirms informāciju no interneta mājas lapas www.antireklama.lv ietvert savā Reklāmā, SIA „Telefant” ir telefoniski konsultējusies Konkurences padomē, Konkurences padome norāda sekojošo. Konkurences likuma 5.panta pirmā daļa nosaka, ka *Konkurences padome pieņem lēmumus un slēdz administratīvos līgumus konkurences lietās. Konkurences padomes sastāvā ir tās priekšsēdētājs un četri Konkurences padomes locekļi. Konkurences padomi vada Konkurences padomes priekšsēdētājs.* Saskaņā ar Konkurences likuma 7.panta pirmās daļas 2.punktu Konkurences padome ir tiesīga sniegt atzinumus par tirgus dalībnieku darbības atbilstību konkurenci reglamentējošiem normatīvajiem aktiem un Reklāmas likumam. Tādējādi vienīgi Konkurences likuma 7.panta pirmās daļas kārtībā

sniegts atzinums vai Administratīvā procesa likumā noteiktā kārtībā sniegta uzziņa var būt saistoša Konkurences padomei, pieņemot lēmumu. Šādā kārtībā Konkurences padome savu viedokli apstrīdētās Reklāmas sakarā SIA „Telefant” nav sniegusi, līdz ar to minētais SIA „Telefant” arguments nav pamatots.

Līdz ar to Konkurences padome secina, ka SIA „Telefant”, salīdzinošā reklāmā ietverot komentārus par iesniedzēju no interneta portāla www.antireklama.lv, nav izpildījusi Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā izvirzīto nosacījumu salīdzinošai reklāmai, t.i., Reklāmā ietvērusi faktus, kurus nevar pārbaudīt. Ietverot salīdzinošā Reklāmā nepārbaudāmas ziņas par konkurentu, SIA „Telefant” nav ievērojusi Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā izvirzīto nosacījumu, kā arī šādā veidā nepamatoti cēlusi neslavu konkurenta sniegtajiem pakalpojumiem, tādējādi neievērojot arī šī likuma 9.panta trešās daļas 5.punktā izvirzīto nosacījumu salīdzinošai reklāmai.

Saskaņā ar lietā esošo informāciju SIA „Telefant” ietvērusi Reklāmā komentārus no portāla www.antireklama.lv vienīgi 01.03.2008. izplatītajās vēstulēs klientiem, bet, izplatot precizēto Reklāmu ar līdzīgu saturu, vairs nav šādu informāciju ietvērusi.

(18) Saskaņā ar Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu *Uzraudzības iestāde pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem, ja konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām.* Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.punkts nosaka, ka *Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai saimnieciskās darbības veicēju, vai profesionālās darbības veicēju likumīgo tiesību viedokļa.* Šāda tiesiskā pienākuma uzlikšana ir saistīta ar mērķi sniegt patērētājiem precīzu informāciju, izslēdzot maldinājuma iespējamību, gadījumos, kad reklāmas devējs turpina izplatīt reklāmu. Minētā mērķa sasniegšana iespējama, pieprasot reklāmas devējam precizēt reklāmā sniegto informāciju. SIA „Telefant” 2008.gada aprīlī un maijā izplatījusi precizēto Reklāmu, kurā tomēr nav norādīts, uz kuru no balss telefonijas pakalpojumu sniedzējiem attiecas paziņojums: *„Cena par zvanu ar citu publisko fiksēto elektronisko sakaru tīklu abonentiem (ne Lattelecom) 0.09 Ls/min.”.* SIA „Telefant” arī paskaidrojusi, ka salīdzinošā reklāma ir tās pastāvīgā prakse, tātad tāda tiks izplatīta arī turpmāk. Līdz ar to ir samērīgi SIA „Telefant” uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.punktā noteikto tiesisko pienākumu, t.i., precizēt, uz kuru no balss telefonijas pakalpojumu sniedzējiem attiecas paziņojums: *„Cena par zvanu ar citu publisko fiksēto elektronisko sakaru tīklu abonentiem (ne Lattelecom) 0.09 Ls/min.”,* ja SIA „Telefant” līdzīga satura reklāmu izplatīs arī turpmāk.

(19) Konkurences padome konstatē, ka SIA „Telefant”, sniedzot Reklāmu, nav ievērojusi Reklāmas likuma 9.panta otrajā daļā, trešās daļas 1. un 5.punktā izvirzītos nosacījumus salīdzinošai reklāmai, tādējādi ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru atbildība paredzēta Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā.

Pārbaudot materiālus lietā, Konkurences padome konstatē, ka SIA „Telefant” ir vainīga Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā paredzētā pārkāpuma izdarīšanā, un to var saukt pie administratīvās atbildības. Konkurences padome nav konstatējusi, vai administratīvā pārkāpuma rezultātā ir nodarīts mantiskais zaudējums, taču pārkāpuma rezultātā ir tikusi ietekmēta patērētāju ekonomiskā rīcība, tātad SIA „Master Telecom” mantiskais zaudējums ir iespējams. Konkurences padome konstatē, ka lietā nav apstākļu, kas nepieļauj lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā un kas ir pamats lietvedības izbeigšanai par darbībām, izplatot Reklāmu, kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu par Reklāmas sniegšanu.

Konkurences padome konstatē, ka lietā nepastāv Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.panta pirmajā daļā noteiktie atbildību par administratīvo pārkāpumu mīkstinošie apstākļi. Saskaņā ar šī panta trešo daļu institūcija (amatpersona), kas izlemj administratīvā pārkāpuma lietu, var atzīt par mīkstinošiem arī apstākļus, kuri likumā nav minēti. Konkurences padome atzīst par atbildību mīkstinošu apstākli to, ka SIA „Telefant”, pēc tam, kad saņēmusi 17.03.2008. iebildumus no SIA „Master Telecom” par Reklāmu, ir novērsusi pārkāpumus, par

kuriem iesniedzējs bija iebildis, t.i., turpmāk, izplatot Reklāmu, tajā vairs netika ietverti komentāri no portāla www.antireklama.lv, ar sarkano krāsu netika atzīmēts paziņojums, ka beigu cenas norādītas ar PVN, tādējādi izslēgtas iespējamās neskaidrības par to, kuri no norādītajiem tarifiem ir ar un kuri bez PVN, kā arī ir precizējusi, kurā vietā tieši (interneta mājas lapā) SIA „Master Telecom” norāda tarifus bez PVN. Tādējādi maldinošu paziņojumu sniegšana šajā daļā ir izbeigta jau pirms Konkurences padome saņēma iesniegumu no SIA „Master Telecom” 05.05.2008. Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 34.panta pirmajā daļā norādītie apstākļi, kas pastiprinātu SIA „Telefant” atbildību par administratīvo pārkāpumu, lietā nav konstatēti.

Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otro daļu „*Par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu (...) juridiskajām personām – līdz desmit tūkstoš latiem*”.

Lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotas izdarīšanas, nepieciešams SIA „Telefant” piemērot administratīvo sodu. Lemjot par naudas soda piemērošanu par administratīvo pārkāpumu, Konkurences padome ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 12. un 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu nepieciešamību, piemērotību, vajadzību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliekamo ierobežojumu, konkurentu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk. tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu reklāmu, tiesības uz godīgu konkurenci, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām no pārkāpuma izdarīšanas.

Nosakot SIA „Telefant” uzliekamā naudas soda apmēru, Konkurences padome ņem vērā Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, pasniegšanas veidu un noformējumu (Reklāmā informācija sniegta tādā veidā, ka tā rada neskaidrības par konkurenta pakalpojumu maksu, kā arī ietverti nepārbaudāmi, konkurentam neslavu ceļoši fakti), to, ka Reklāma, kurā ir visi šajā lēmumā konstatētie pārkāpumi, izplatīta tikai vienu reizi (atkārtoti izplatītajās precizētajās Reklāmās maldinošs ir vienīgi paziņojums sakarā ar maksu par zvanu ar citu publisko fiksēto elektronisko sakaru tīklu abonentiem), un Reklāmas izplatīšanas apjomu (pirmo reizi (*) klientiem, otro un trešo reizi – (*) klientiem), SIA „Telefant” finansiālo stāvokli, Reklāmas efektivitāti (*), to, ka SIA „Telefant”, atbildot uz Konkurences padomes Izpilddirekcijas 10.05.2008. vēstuli Nr.1249, Konkurences padomes noteiktajā termiņā nav sniegusi informāciju, ka šāda paša veida reklāmu tā ir izplatījusi arī 2008.gada aprīlī un maijā, kā arī savlaicīgi, t.i., līdz 11.06.2008., nav iesniegusi 2008.gada aprīlī un maijā izplatītās precizētās reklāmas paraugus un informāciju par to izplatīšanas apjomu, šādā veidā kavējot objektīvu apstākļu noskaidrošanu lietā, lietā konstatēto SIA „Telefant” atbildību mīkstinošo apstākļi un to, ka nav konstatēti atbildību pastiprinoši apstākļi.

Izvērtējusi iepriekš minētos apstākļus un apsvērumus, Konkurences padome uzskata, ka SIA „Telefant” ir uzliekams naudas sods Ls 250 apmērā par Reklāmas likuma noteikumiem neatbilstošās Reklāmas sniegšanu.

Konkurences padome, ņemot vērā lietā konstatētos apstākļus un pamatojoties uz Reklāmas likuma 9.panta otro daļu un trešās daļas 1.,3. un 5.punktu, 10.panta pirmo, otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta ceturtais daļas 1. un 5.punktu, piekto, sesto un septīto daļu un Administratīvā procesa likuma 5.,12.,13.pantu un 66.panta pirmo daļu pantu, Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 33.pantu, 34.pantu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁸ pantu, 239., 272. un 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu un 299.pantu,

nolēma:

1) Uzlikt SIA „Telefant” tiesisko pienākumu sniegt papildus informāciju, precizējot, uz kuru no balss telefonijas pakalpojumu sniedzējiem attiecas paziņojums Reklāmā: „*Cena par zvanu ar citu publisko fiksēto elektronisko sakaru tīklu abonentiem (ne Lattelecom) 0.09 Ls/min.*”, ja SIA „Telefant” Reklāmu ar līdzīgu saturu izplatīs turpmāk.

Par uzliktā tiesiskā pienākuma izpildi SIA „Telefant” 7 dienu laikā no tiesiskā pienākuma izpildes iesniegt Konkurences padomei pierādījumus.

2) Uzlikt SIA „Telefant”, vienotais reģ.Nr. 40003733368, naudas sodu Ls 250 (divi simti piecdesmit latu) apmērā. Uzlikto naudas sodu ne vēlāk kā 30 (trīsdesmit) dienu laikā no lēmuma saņemšanas dienas ieskaitīt valsts budžetā (Valsts kasē, reģ.Nr.90000050138, kontā Nr.LV78TREL1060001019900, kods TRELLV22), norādot lēmuma par naudas soda uzlikšanu numuru un datumu.

Par uzliktā naudas soda samaksu SIA „Telefant” 7 dienu laikā pēc naudas soda samaksas paziņot Konkurences padomei.

Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur lēmumā noteiktā tiesiskā pienākuma izpildi.

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja v.i.

R.Jonītis

Sekretāre
I.Šnikvalde