



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S Rīgā

Nr.60

(Prot. Nr.59,2.§)

2005.gada 8.novembrī

Par lietas izpētes izbeigšanu

Par SIA „Invest Plus” 08.07.2005. iesniegumu Nr.KP-4

Lieta Nr.693/05/09/13k

Konkurences padome 2005.gada 8.jūlijā saņēma SIA “Invest Plus” 08.07.2005. iesniegumu Nr.KP-4.

Iesniegumā norādīts, ka SIA „Copy Pro” savās reklāmās lieto *Copy General* reklāmas tekstu „Service that cant be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), tādā veidā maldinot sabiedrību par reklāmas devēju. SIA „Invest Plus”, pamatojoties uz 24.01.2005. SIA „Invest Plus” un SIA „Copy General” vienošanos, izmanto zīmolu *Copy General*. Iesniegumam pievienoti kopēšanas pakalpojumu reklāmu paraugi, kuriem nav identificējams izplatīšanas veids, laiks un vieta. Saskaņā ar SIA “Invest Plus” norādīto viens no tiem ir *Copy General* uzņēmuma Ungārijā reklāmas paraugs, kurā ietverts reklāmas teksts “Service that can’t be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), bet otrs - *Copy General* uzņēmuma Ķīnā reklāmas paraugs, kurā ietverts reklāmas teksts “Service that can’t be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un “Full service non stop copy center” (Pilna servisa kopēšanas centrs). Iesniegumam pievienota arī 2005.gada žurnāla „American Investor” 25.izdevuma (marts/aprīlis) 9.lappuses kopija ar SIA „Copy Pro” reklāmu, kurā ietverts reklāmas teksts “Service that can’t be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs).

Konkurences padome 2005.gada 14.jūlijā, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu un Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, nolēma ierosināt lietu uz SIA „Invest Plus” 08.07.2005. iesnieguma pamata par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas, 4.panta otrās daļas 6.,7.punkta un 8.panta iespējamajiem pārkāpumiem SIA „Copy Pro” darbībā, izplatot SIA „Invest Plus” 08.07.2005. iesniegumā Nr.KP-4 norādītā satura reklāmu

ar tajā ietvertajiem saukļiem „Service that can't be copied” („Serviss, kuru nevar nokopēt”) un „Full service non stop copy center” („Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs”).

Konkurences padome 2005.gada 23.septembrī, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, pieņēma lēmumu pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr. 693/05/09/13k uz laiku līdz 2005.gada 2.novembrim.

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

konstatēja:

21.07.2005. tikšanās laikā SIA „Copy Pro” pārstāve skaidroja, ka SIA „Copy Pro” veic saimniecisko darbību dokumentu pavairošanas un pēcapstrādes tirgū. Tās lielākie konkurenti ir SIA „Minolta”, SIA „Biroju centrs”, SIA „KTR+”, SIA „SPT Dizains”, SIA „Invest Plus”.

SIA „Copy Pro” 27.07.2005. paskaidrojumos Nr.693-1/27-07-05 norādīts, ka, pamatojoties uz vienošanos starp žurnāla „American Investor” izdevēju Amerikas Tirdzniecības palātu Latvijā, SIA „Copy Pro” reklāma ar tekstu “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) šajā žurnālā izvietota 2004.gada izdevumos Nr.21 (februāris), 22 (aprīlis), 24 (novembris/decembris) un 2005.gada izdevumā Nr.25 (marts/aprīlis) ar reklāmas tekstu “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs). Citur konkrētā satura reklāmas nav izplatītas.

SIA „Copy Pro” paskaidro, ka teicieni „Service that cant be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) radušies, sadarbojoties ar reklāmas aģentūru - SIA „Tre Mellis”. Reklāmas uzdevums bijis panākt maksimāli koncentrētas, lakoniskas informācijas par SIA „Copy Pro” un tās piedāvātajiem pakalpojumiem pieejamību samērā mazā reklāmas laukumā. Abi saukļi sākotnēji izstrādāti latviešu valodā, pēc tam tulkoti angļiski, ņemot vērā SIA „Copy Pro” darbošanās veidu un piemērojot tekstus žurnāla „American Investor” mērķauditorijai.

Reklāmas tekstā zem vārdu salikuma „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) uzskaitīts viss veikalā pieejamais pakalpojumu spektrs – melnbaltā un krāsu kopēšana, drukāšana, iesiešana, laminēšana, citi papildus pakalpojumi, pasūtījumi pa e-pastu utt. Viss kopā ir *full service* (pilns serviss), jo nav gandrīz nekā tāda, ko kopēšanas centrā nevar izdarīt. *Full* tiek izmantots līdzīgi kā *fullmoon*, *full speed* utt. Savienojums ar *service* tiek plaši izmantots, aprakstot sniedzamos pakalpojumus – *self service*, *color service*, *w/b service*, *other service*, kas viss kopā ir *full service*.

SIA „Copy Pro” kopš pirmās saimnieciskās darbības dienas ir atvērts 24 stundas diennaktī, 7 dienas nedēļā. Ilgu laiku SIA „Copy Pro” kopēšanas centrs bija vienīgais, kurš piedāvāja šādu darba laiku bez ilgstošiem pārtraukumiem. Pašreiz (kopš 2005.gada marta) vārdu salikums „non stop” ir nomainīts uz „all round-the-clock” un tāds tiek izmantots komercdarbībā. Ar vārdu salikumu „copy center” (kopēšanas centrs) sevi raksturo lielākā daļa SIA „Copy Pro” konkurentu. Angliski tas iztulkots, lai žurnāla „American Investor” lasītāji varētu saprast reklāmā ietverto tekstu.

Vārdu salikums „Full sevice non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) ir raksturojis SIA „Copy Pro” darbību kopš tā uzsākusi sniegt pakalpojumus 2003.gadā. Minētie vārdu salikumi ir izmantoti arī pa daļām.

Savukārt, teikums „Service that can't be copied” ir angļiski tulkots SIA „Copy Pro” latviešu valodā izmantotais sauklis „Mūs nevar nokopēt”.

SIA „Copy Pro” vērš uzmanību uz to, ka SIA „Invest Plus” preču zīmes īpašnieka izņēmuma tiesības ieguvusi tikai pēc 2005.gada 8.aprīļa, kad izdarīts attiecīgs ieraksts Valsts

preču zīmju reģistrā par preču zīmes īpašnieka maiņu no SIA „Copy General” uz SIA „Invest Plus”, tādēļ apšaubāms, ka preču zīmes pašreizējā īpašnieka iebildumi par tā preču zīmes (Copy General) izmantošanu ir tiesiski pamatoti.

27.07.2005. paskaidrojumiem pievienotas kopija no žurnāla „American Investor” 2005.gada 25.izdevuma, kurā ievietota SIA “Copy Pro” reklāma ar tekstu “Service that can’t be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), un 2003.gada 18. (maijs),19. (oktobris) un 20.izdevuma (decembris), kuros ievietota SIA “Copy Pro” reklāma (pēdējās divās ietverts teksts “Full service copy center”), kā arī no 2004.gada 24. (novembris/decembris), 22. (aprīlis) un 21.izdevuma (februāris), no kuriem pēdējos divos ievietota SIA „Copy Pro” reklāma ar tekstu “Service that can’t be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt). Tāpat paskaidrojumiem pievienota Reklāmas pakalpojumu sniegšanas līguma Nr.10R2005 kopija un Baibas Bērziņas sarakste elektroniskā veidā ar SIA „Tre Mellis” un laikraksta „Телеграф” pārstāvjiem, apmaksas dokumentu un darba līgumu ar A.Kauliņu kopijas.

15.08.2005. Konkurences padome saņēma SIA „Invest Plus” papildus paskaidrojumus sūdzībai, kuros norādīts, ka SIA „Copy Pro” kārtējo reizi pārkāpusi Reklāmas likumu, ievievojot prettiesisku reklāmu žurnāla „American Investor” 2005.gada 26.izdevumā (jūlijs/augusts).

SIA „Invest Plus” uzskata, ka ar minēto reklāmu ir maldināti visi Amerikas Tirdzniecības palātas Latvijā biedri un to sadarbības partneri, kā arī citas personas, kurām ir saskare ar Amerikas Tirdzniecības palātu Latvijā, tas ir, lielie ārvalstu un vietējie uzņēmumi. SIA „Invest Plus” izmanto *Copy General* zīmolu kopš 24.01.2005., kad tika noslēgta vienošanās. Vēstulei pievienoti žurnāla „American Investor” 2005.gada izdevumi Nr.25 (marts/aprīlis) un 26 (jūlijs/augusts).

22.08.2005. Konkurences padome saņēma SIA „Invest Plus” papildus paskaidrojumus, kuros paskaidrots, ka SIA „Invest Plus” līdz šim brīdim nav izmantojusi reklāmas saukļus „Service that cant be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), bet tos izmantojuši citi *Copy General* tīkla uzņēmumi Ungārijā un Ķīnā. 24.01.2005. SIA „Invest Plus” un SIA „Copy General” noslēdza vienošanos par *Copy General* un visu ar šo zīmolu saistīto atribūtu nodošanu. *Copy General* tīkla darbībā minētie saukļi izmantoti jau vairāk nekā 10 gadus. SIA „Invest Plus” uzskata tos par oficiālajiem *Copy General* saukļiem, pamatojoties uz lietojuma un ieraduma tiesību pamata. Oficiāli reģistrēti šie saukļi nav.

Paskaidrojumiem pievienots reklāmas skrejlapas paraugs, kas saskaņā ar iesniedzēja norādīto ir *Copy General* Ungārijā atvēršanas reklāma, neidentificējot laiku, kad tā izplatīta, kā arī faksu, veidlapu un citi paraugi uz 20 lapām, kuros vairākkārt redzams teksts “Full Service Copy Centers” vai “Fénymásoló üzletlánc”, kas saskaņā ar SIA “Invest Plus” norādīto ungāru valodā nozīmē “Pilna servisa kopēšanas centrs”. Pievienotie faksu un vēstuļu uz veidlapām paraugi datēti ar laiku no 1994. līdz 1998.gadam. Lietā ir iesniegts arī 2001.gada katalogs “Arany Oldalak”, kura 34.lpp. ievietota *Copy General* reklāma ar tekstu ungāru valodā “Fénymásoló Szalon”, un viena aploksne un iepakojums, uz kuriem ir uzraksti “Full Service Copy Centers” un “Fénymásoló üzletlánc”, un viena aploksne, uz kuras ir teksts ungāru valodā “Nyomtatás és fénymásolás”.

26.08.2005. Konkurences padome saņēma SIA „Invest Plus” papildus paskaidrojumus sūdzībai, kuriem pievienoti *Copy General* reklāmas maketi laikraksta „The Budapest Sun” 1993.gada marta un jūnija izdevumiem, kuros cita starpā ietverts teksts “Full Service Copy Centers” (Pilna servisa kopēšanas centri).

02.09.2005. tikšanās laikā SIA „Invest Plus” pārstāvis apliecināja, ka zīmolu *Copy General* izmanto veidlapās, izkārtņēs, uz aploksnēm u.c. reklāmās kopš šā gada janvārī noslēgtās vienošanās. Reklāmas saukļus „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) neizmanto, jo pagaidām vēlas patērētājiem atsvaidzināt atmiņā zīmolu, bet vēlāk plāno izmantot arī minētos saukļus.

SIA „Invest Plus” uzskata, ka SIA „Copy Pro” reklāma nav likumīga, patiesa, objektīva un nav veidota saskaņā ar godprātīgu praksi. SIA „Copy Pro” ir izmantojusi SIA „Invest Plus” citādi identificējošu apzīmējumu - reklāmas saukļus, atdarinājusi reklāmas tekstu un lozungus, tādējādi pārkāpjot Reklāmas likuma 4.panta 6. un 7.punktā noteiktos aizliegumus. Minēto saukļu izmantošanu iesniedzējs uzskata par maldinošu reklāmu, jo ar tiem SIA „Copy Pro” maldina par reklāmas devēja identitāti.

Copy General visā pasaulē tiek asociēts ar kvalitatīvām kopijām, un sauklis „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) nozīmē, ka klienti *Copy General* zīmolu atpazīst pēc tā kvalitātes. Sauklis „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) ir informējošs. Tas sniedz informāciju, ka kopēšanas centrs strādā diennakti, ir pieejams 7 dienas nedēļā. Tas ir serviss, kuru nevar nokopēt. “Pilna servisa kopēšanas centrs” nozīmē, ka tiek sniegti visi pakalpojumi, kas saistīti ar dokumentu pavairošanu un pēcapstrādi. Klients tiek informēts par to, ka saņems jebkādu pakalpojumu, kas ar to saistīti, un jebkurā laikā.

02.09.2005. Konkurences padome saņēma SIA „Tre Mellis” atbildi uz 25.08.2005. informācijas pieprasījumu. Atbildes vēstulē norādīts, ka SIA „Tre Mellis” 2005.gada martā ir izgatavojusi reklāmas maketu SIA „Copy Pro”, taču nav sastādījusi reklāmas tekstu. Saukļus „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) SIA „Tre Mellis” saņēmusi no pasūtītāja, tas ir, SIA „Copy Pro”, un nezina, kas ir to autors.

02.09.2005. Konkurences padome saņēma SIA „Invest Plus” papildus paskaidrojumus sūdzībai, kuriem pievienots *Copy General China* (Ķīna) ģenerālmenedžeres apliecinājums par to, ka Ķīnā tiek izmantoti reklāmas saukļi „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „full service copy center” (pilna servisa kopēšanas centrs). Paskaidrojumiem pievienots 18.02.2005. žurnāls „Parent Talk”, kurā ievietota *Copy General* reklāma ar tekstu “Full Service Copy Centers” (Pilna servisa kopēšanas centri), un 26.08.2005. žurnāls „Parent Talk”, kurā ievietota *Copy General* reklāma ar tekstu “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt), kā arī 02.07.2005. izdevums „Southwestern Celebration”, kurā ir ievietota *Copy General* reklāma ar tekstu “Full Service Copy Centers” (Pilna servisa kopēšanas centri).

Konkurences padome 13.09.2005. saņēma SIA „Invest Plus” papildus paskaidrojumus sūdzībai, kuriem pievienota kopija no trīspusējās vienošanās starp SIA „Copy General”, SIA „Invest Plus” un „Copy General Baltic LLC”.

14.09.2005. tikšanās laikā SIA „Copy Pro” rīkotājdirektore B.Bērziņa paskaidroja, ka sauklis „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) informē, ka SIA „Copy Pro” ir pilna servisa kopēšanas centrs, kas strādā diennakti. Latviešu valodā šo saukli izdomājusi B.Bērziņa un A.Kauliņš (SIA “Copy Pro” reklāmas un pārdošanas menedžeris laikā no 2003.gada janvāra līdz 2004.gada vasarai) SIA „Copy Pro” darbības laikā 2003.gadā, un tas lietots informatīvajos materiālos un sarakstes dokumentos. Angliski tulkots

speciāli angļu valodas izdevumam. SIA „Copy General” darbības laikā minētais reklāmas sauklis nav izmantots. *Copy General* netika reklamēts presē, bet reklāmas idejas 1999.gadā pārņemtas no *Copy General* veikaliem Ungārijā.

14.09.2005. protokola piezīmēs B.Bērziņa norāda, ka nevar nosaukt konkrētus cilvēkus vai situācijas, kuras apstiprinātu saukļa rašanos. Visi reklāmas maketi līdz 2005.gadam tika izveidoti ar SIA „Copy Pro” spēkiem, radoša darba procesā. Šādos procesos visvairāk tikuši iesaistīti reklāmas un pārdošanas darbinieki, kā arī B.Bērziņa.

Par reklāmas saukli „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) B.Bērziņa paskaidroja, ka tas radies SIA „Copy Pro” darbinieku radošās darbības rezultātā 2004.gadā, taču konkrēti neatceras, kad un kā tas radies. Sauklis „Mūs nevar nokopēt” radīts 2005.gada martā, bet tas ir pavisam cits un nav tulkojums „Service that can't be copied”. B.Bērziņa neatceras, ka šāds sauklis būtu izmantots SIA „Copy General” darbības laikā. „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) nozīmē, ka, salīdzinot ar citiem kopēšanas centriem, SIA „Copy Pro” attiecībā uz darba laiku un piedāvāto pakalpojumu klāstu ir pilnīgi atšķirīgs uzņēmums un ka otru tādu atrast nevar. B.Bērziņa paskaidroja, ka abi minētie reklāmas saukļi nav ne no viena atdarināti.

14.09.2005. protokola piezīmēs B.Bērziņa uz šo saukli lūdz attiecināt to pašu, ko norādījusi par iepriekšējo. B.Bērziņa norāda, ka nav meklējusi idejas *Copy General* vai citu uzņēmumu informatīvajos materiālos, kā arī nav saskārusies ar šādu saukļu izmantošanu, kad bija darba attiecībās ar SIA „Copy General”.

19.09.2005. Konkurences padome saņēma vēstuli no Amerikas Tirdzniecības palātas Latvijā. Amerikas Tirdzniecības palāta Latvijā veikusi aptauju par reklāmas saukļiem „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) savu biedru vidū, izsūtot vēstules elektroniskā veidā. Atbildes snieguši 20 biedri, no kuriem 11 atbildējuši, ka neatpazīst minētos reklāmas saukļus, 9 tie šķiet pazīstami. Divi biedri reklāmas saukli „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) asociē ar *Copy Pro*, vienam no biedriem sauklis „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) saistās ar *Copy General*. Viens no biedriem norāda, ka ir strādājis SIA „Copy General” un abi reklāmas saukļi tam asociējas ar *Copy General*. Savukārt, kāds cits norādījis, ka minētie reklāmas saukļi tam saistās ar *Copy General* un *Copy Pro*.

19.09.2005. Konkurences padome no SIA „Invest Plus” saņēma „Topeka Investments LLC” pārstāvja Patrika Snodgrasa viedokli par aptauju Amerikas Tirdzniecības palātas Latvijā biedru vidū. Viedoklī norādīts, ka aptaujas forma un veids nesniegs un nenodrošinās pareizu un objektīvu informāciju. SIA „Copy General” un SIA „Copy Pro” var viegli ietekmēt aptaujas struktūru, piemēram, sazināties ar aptaujas dalībniekiem un ieteikt, kā atbildēt uz jautājumiem. P.Snodgrass uzskata, ka aptaujas veikšanai jāpiesaista profesionāls tirgus pētījumu uzņēmums.

22.09.2005. tikšanās laikā „Topeka Investments LLC” pārstāvis P.Snodgrass paskaidroja, ka minētie reklāmas saukļi citās valstīs tiek lietoti kopā ar *Copy General* logo. Tie ir kļuvuši par neatņemamu *Copy General* zīmola sastāvdaļu uz lietojumtiesību pamata un tie ir nesaraujami saistīti ar *Copy General* zīmolu. Katrā valstī reklāmas saukļu tulkojumi atšķiras. SIA „Invest Plus” pārstāvis, kā arī P.Snodgrass nevarēja apliecināt, ka reklāmas saukļi „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) ir izmantoti Latvijā SIA „Copy General” darbības laikā.

22.09.2005. Konkurences padome saņēma SIA „Invest Plus” papildinājumus sūdzībai, kuriem pievienots P.Snodgrasa viedoklis. Vārdi „Full Service Copy Centers” (Pilna servisa kopēšanas centri) ir vairāk nekā reklāmas sauklis, tas ir pamats *Copy General*, kas kļuvis pazīstams kā pilna servisa kopēšanas centrs. 1991.gadā *Copy General* paplašināja savu darbību Austrumeiropā, kur katrā no valstīm *Copy General* zīmols tika saistīts ar reklāmas saukli „Full Service Copy Centers” (Pilna servisa kopēšanas centri). Rezultātā šis sauklis ir kļuvis par daļu no *Copy General* zīmola, un bija nepieciešams jauns sauklis. Tad *Copy General* uzsāka lietot „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt), kas līdz šim brīdim tiek lietots sludinājumos, mārketinga, reklāmas, iepakojšanas un pārdošanas materiālos visā pasaulē.

05.10.2005. tikšanās laikā Aigars Kauliņš (SIA „Copy Pro” reklāmas un pārdošanas menedžeris laikā no 2003.gada janvāra līdz 2004.gada vasarai) paskaidroja, ka SIA “Copy Pro” reklāmas paraugi atvesti no Ungārijas *Copy General* uzņēmuma. Tos A.Kauliņš izmantojis 2003.gadā, gatavojot SIA “Copy Pro” reklāmu žurnālam „American Investor”, kam piekritusi arī B.Bērziņa. Tad arī pirmo reizi Latvijā reklāmas teksti „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) tika izmantoti. Pierādījumu A.Kauliņa sniegtajai informācijai nav.

A.Kauliņš norādīja, ka „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) raksturo *Copy General*. Tai pašā laikā „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) raksturotu jebkuru kopēšanas centru, kas strādā diennakti, arī SIA „Copy Pro”.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA “Copy Pro” 20.10.2005. iepazīnās ar lietā Nr.693/05/09/13k esošajiem materiāliem un 25.10.2005. sniedza savu viedokli. SIA “Copy Pro” norāda, ka neviens no lietā iesniegtajiem dokumentiem nesatur saukli “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), tajos ir atrodamas tikai vārdu savienojums “full service copy centers” (pilna servisa kopēšanas centri), kas būtiski atšķiras no SIA “Copy Pro” reklāmās izmantojamā. Līdz ar to SIA “Invest Plus” iebildumi par *Copy General* vai SIA “Invest Plus” piederoša saukļa izmantošanu ir nepamatoti. Vienīgi žurnāla “Parent Talk” 2005.gada 25.augusta izdevumā reklāmā ir atrodamas sauklis “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt), taču SIA “Copy Pro” šāda satura saukli sākusī izmantot agrāk, tas ir, kopš 2004.gada februāra, par *Copy General* zīmola izmantotājiem jebkurā valstī. Tādēļ SIA “Invest Plus” un P.Snodgrasa iesniegumos minētie apgalvojumi par šī saukļa izmantošanu jau 10 gadus ir nepamatoti un nav pierādīti.

Turklāt SIA “Copy Pro” norāda, ka SIA “Invest Plus” nekad nav izmantojusi reklāmas saukļus, par kuriem iesniegta sūdzība, un tās iebildumi par to izmantošanu citu valstu reklāmās, kurās reklāmas devējs ir *Copy General* zīmola izmantotājs, ir absolūti nepamatoti.

SIA “Copy pro” uzskata, ka nevar būt pamatota ieruna par reklāmas saukļu vienotas redakcijas konsekventu izmantošanu plašai patērētāju auditorijai, jo, kā iesniedzējs un P.Snodgrass apgalvojuši, dažādās valstīs reklāmas saukļi izmantoti dažādās variācijās, atbilstoši vietējā tirgus situācijai. Turpretim SIA “Copy Pro” abus saukļus “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) un “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) izmanto tikai un vienīgi angļu valodā, vienlaicīgi un attiecībā uz patērētājiem Latvijas Republikas tirgū.

SIA "Copy Pro" uzskata, ka Amerikas Tirdzniecības palātas Latvijā sniegtā informācija pilnībā atspoguļo patieso situāciju attiecībā ar SIA "Copy Pro" un *Copy General* zīmola pārstāvi SIA "Invest Plus", apšaubot viena konkrētā biedra atbildi ar konkrētiem datiem par *Copy General*, jo vidusmēra patērētājs nevarētu atcerēties datus par notikumu pirms 6 gadiem.

SIA "Copy Pro" uzskata, ka, pamatojoties uz lietā esošajiem materiāliem, Konkurences padomei nav pamata konstatēt Reklāmas likuma normu pārkāpumus.

Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA "Invest Plus" 21.10.2005. iepazīnās ar lietā Nr.693/05/09/13k esošajiem materiāliem, bet savu viedokli nav sniegusi.

SIA „Invest Plus” ir LR Uzņēmumu reģistrā 18.09.2003. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003646319) komercsabiedrība, kuras galvenie darbības veidi ir citu izdevumu iespiešana, grāmatu iespiešana, salikšana un iespiedformu izgatavošana, ar poligrāfiju saistītas palīgdarbības.

SIA „Copy Pro” ir LR Uzņēmumu reģistrā 23.10.2002. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.4000360994) komercsabiedrība, kuras galvenie darbības veidi ir citur neklasificētu izdevumu iespiešana, grāmatu iespiešana un citas ar poligrāfiju saistītas darbības.

Ņemot vērā lietā esošos pierādījumus un lietas dalībnieku paskaidrojumus, SIA "Invest Plus" un SIA "Copy Pro" ir uzskatāmas par dokumentu pavairošanas un pēcapstrādes pakalpojumu tirgus dalībniekiem, kas konkurē.

SIA „Copy General” ir LR Uzņēmumu reģistrā 19.08.1999. reģistrēta komercsabiedrība (vienotais reģ.Nr.40003456599), ierakstīta komercreģistrā 04.01.2005., kas saimniecisko darbību izbeigusi 2002.gada decembrī. Līdz 2002.gada decembrim SIA "Copy General" piedāvāja dokumentu pavairošanas un pēcapstrādes pakalpojumus.

SIA "Copy General", SIA "Invest Plus" un "Copy General Baltic LLC" 2004.gada jūnijā noslēdza vienošanos, ar kuru "Copy General Baltic LLC" un SIA "Copy General" pilnvaro SIA "Invest Plus" veikt jebkāda veida pārrunas ar jebkādam trešajām personām, pārstāvēt "Copy General Baltic LLC" un SIA "Copy General" intereses attiecībā ar jebkādam trešajām personām, pārstāvēt *Copy General* zīmolu un ar tā izmantošanu saistītās intereses Latvijas Republikā u.c. darbības. Saskaņā ar līguma 2.2.punktu SIA "Invest Plus" ir "Copy General Baltic LLC" un SIA "Copy General" pilnvarotā persona Latvijas Republikā jebkādu jautājumu risināšanā.

Ievērojot minēto, secināms, ka SIA "Invest Plus" ir tiesīga lietā Nr.643/05/09/13k pārstāvēt SIA "Copy General" sakarā ar SIA "Copy General" 08.07.2005. iesniegumā Nr.KP-4 norādītajiem iebildumiem.

SIA "Copy Pro" piedāvāto pakalpojumu reklāma (turpmāk tekstā – "SIA "Copy Pro" reklāma"), kas ievietota žurnāla "American Investor" 2005.gada 25. (marts/aprīlis) un 26.izdevumā (jūlijs/augusts), kurā ietverti teksti "Service that can't be copied" (Serviss, kuru nevar nokopēt) un "Full service non stop copy center" (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Ņemot vērā iepriekš norādītos un pārbaudītos pierādījumus, Konkurences padome ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka iesniegumā norādītās reklāmas žurnālā „American Investor” devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir SIA "Copy Pro". 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.*

SIA "Copy Pro" reklāmas žurnālā „American Investor” izvietotas dažādās lappusēs kopā ar citu reklāmdevēju reklāmām vai kopā ar žurnāla tekstiem un aizņem laukumu, kas mazāks par pusi no kopējā lappuses laukuma. SIA "Copy Pro" reklāmās ietverta šāda informācija angļu valodā:

Augšpusē ir uzraksts *"Full service non stop copy center"*, zem kura redzams plakāts, ko rokās tur cilvēks. Uz plakāta uzskaitīti SIA „Copy Pro” piedāvātie pakalpojumi:

black & white and color copying, printing, scanning [up to size AO+]

binding [spiral, thermo and hard cover]

laminating

other finishing services

orders by e-mail

pick up and delivery.

Apakšā lasāms uzraksts *„Service that can't be copied"*, bet labajā pusē lielākiem burtiem un skaidri redzama SIA „Copy Pro” preču zīme (ietver vārdus *Copy Pro*), uzņēmuma adrese, elektroniskā pasta adrese un interneta mājas lapas adrese.

Minētā reklāma ievietota žurnālā „American Investor”, kas tiek izplatīts, galvenokārt, Amerikas Tirdzniecības palātas Latvijā biedriem, kas uzskatāmi arī par SIA „Copy Pro” reklāmas mērķauditoriju.

Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6.punktā noteikts aizliegums reklāmā *izmantot cita uzņēmēja vārdu, uzvārdu, nosaukumu (firmu) vai citādu identificējošu apzīmējumu (arī preču zīmi) bez uzņēmēja piekrišanas.* Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 7.punktā noteikts aizliegums reklāmā *atdarināt cita reklāmas devēja reklāmas tekstu, lozungu, vizuālo tēlu, skaņu un citus speciālos efektus bez tā piekrišanas vai arī veikt citāda veida darbības, kas var izraisīt neskaidrības vai maldināt par reklāmas devēju, reklamējamām precēm vai pakalpojumiem.*

Savukārt saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta otro daļu *maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam.* Reklāmas likuma 8.panta trešajā daļā ir noteikts, ka, *nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes - atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru reklāmā sniegto informāciju, kas norādīta šī panta trešās daļas 1. līdz 3.punktam.* Atbilstoši Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 3.punktam, *nosakot, vai reklāma ir maldinoša, t.sk., ņem vērā informāciju, kas reklāmā sniegta par reklāmas devēju, arī tā identitāti(..).*

Atbilstoši SIA "Invest Plus" sniegtajai informācijai, reklāmas tekstus "Service that can't be copied" (Serviss, kuru nevar nokopēt) un "Full service non stop copy center" (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), pirms vēl 1999.gadā SIA „Copy General” uzsāka darbību Latvijā, izdomājuši zīmola *Copy General* īpašnieki Amerikas Savienotajās valstīs. 24.01.2005. SIA „Invest Plus” un SIA „Copy General” noslēdza vienošanos par *Copy General* un visu ar šo zīmolu saistīto atribūtu nodošanu SIA „Invest Plus”. Iesniedzējs uzskata, ka SIA „Copy Pro” minētos reklāmas tekstus atdarina, lai patērētājs tiktu maldināts par reklāmas devēja identitāti, jauktu pakalpojumu sniedzējus un uztvertu SIA „Copy Pro” par *Copy*

General. Minētos reklāmas tekstus ne SIA „Copy General”, ne SIA „Invest Plus” Latvijā nav izmantojušas.

Atbilstoši SIA “Copy Pro” sniegtajiem paskaidrojumiem, reklāmas tekstu „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) izdomājuši SIA „Copy Pro” darbinieki 2003.gadā latviešu valodā. Reklāmas tekstu „Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) angļu valodā izdomājuši un sākuši izmantot SIA „Copy Pro” darbinieki 2004.gadā žurnālā “American Investor”. Minētie reklāmas teksti nav cita tirgus dalībnieka reklāmas atdarinājums, un B.Bērziņai nav zināms, ka reklāmas teksti “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) būtu izmantoti SIA „Copy General” darbības laikā.

Kā tas ir lēmumā konstatēts, SIA “Invest Plus” ir iesniegusi (08.07.2005. iesnieguma Nr.KP-4 pielikums, 19.08.2005. vēstules pielikums) vairākus kopēšanas pakalpojumu reklāmu paraugus ungāru un angļu valodā, kuriem nav zināms izplatīšanas laiks, vieta un veids. Līdz ar to minētie reklāmas paraugi nav ņemami vērā iesniegumā norādīto apstākļu novērtējumā. 22.08.2005. iesniegtajos reklāmu un citos paraugos ungāru un angļu valodā vairākkārt atrodams tikai teksts “Fénymásoló üzletlanc”, kas saskaņā ar SIA “Invest Plus” norādīto nozīmē “Pilna servisa kopēšanas centrs”, un “Full service Copy Centers”. Reklāmā 18.02.2005. žurnālā “Parent Talk” un 02.07.2005. žurnālā “Southwestern Celebration” ievietota *Copy General* reklāma ar tekstu “Full Service Copy Centers” (Pilna servisa kopēšanas centri). Tādējādi nevienā no iesniegtajiem pierādījumiem nav teksta “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), ko savā reklāmā izmanto SIA “Copy Pro”.

Kā pierādījums, ka *Copy General* grupas uzņēmumi izmanto reklāmas tekstu “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) ir vienīgi iesniegtais 26.08.2005. žurnāla “Parent Talk” izdevums, kurā ievietota *Copy General* (Ķīna) reklāma. Citu pierādījumu par minētā saukļa izmantošanu *Copy General* grupas uzņēmumu darbībā lietā nav.

Turklāt abi reklāmas teksti “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) un “Service that can't be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) *Copy General* grupas uzņēmumu reklāmā vienlaicīgi netiek izmantoti.

Izvērtējusi lietā iegūtos pierādījumus, Konkurences padome secina, ka reklāmas tekstam “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) ir konkrēto pakalpojumu aprakstošs jeb informējošs raksturs, ko apstiprina lietas dalībnieku sniegtie paskaidrojumi.

SIA „Copy Pro” skaidro, ka reklāmā ietvertais teksts „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) informē klientus par to, ka SIA „Copy Pro” ir pilna servisa kopēšanas centrs, kas strādā diennakti. Savukārt SIA “Invest Plus” pārstāvis norāda, ka teksts „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) ir informējošs, tas sniedz informāciju, ka kopēšanas centrs strādā diennakti, ir pieejams 7 dienas nedēļā. “Pilna servisa kopēšanas centrs” nozīmē, ka tas sniedz visus pakalpojumus, kas saistīti ar dokumentu pavairošanu un pēcapstrādi. Tādā veidā klients tiek informēts par to, ka saņems jebkādu pakalpojumu, kas ar to saistīti, un jebkurā laikā. Arī SIA “Invest Plus” izpilddirektors A.Kauliņš atzīst, ka minētais reklāmas teksts var raksturot jebkuru kopēšanas centru, kas strādā diennakti un piedāvā līdzīgus pakalpojumus.

Konkurences padome norāda, ka SIA “Copy Pro” reklāmā ietvertais teksts „Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) sastāv no vārdu salikuma “copy center” (kopēšanas centrs), kas apzīmē piedāvāto pakalpojumu veidu, un

vairākiem paskaidrojošiem vārdiem, kas raksturo kopēšanas centra darbību. Vārdi “non stop” (diennakts) (angļu valodā tiek lietots arī *24h, all-around*) paskaidro, ka kopēšanas centrs strādā visu diennakti jeb tiešajā tulkojumā no angļu valodas „bez apstājas”. Tādējādi tā ir norāde uz kopēšanas centra darba laiku. Vārdu salikums “full service” (pilna servisa) norāda, ka kopēšanas centrs piedāvā pilnu pakalpojumu klāstu. Šādu vārdu salikumu plaši lieto dažādu pakalpojumu sniedzēju apzīmējumos: pilna servisa reklāmas aģentūra (piemēram, *Adell Saatchi & Saatchi, Alfa centrs, Balta Communications* u.c. <http://www.lra.lv/index2.php?sadala=60>), pilna servisa informācijas aģentūra (piemēram, LETA <http://www.leta.lv/about.asp>), pilna servisa ceļojumu aģentūra (piemēram, *CasSandra* http://www.tvnet.lv/directory/travel_maps/companies/), pilna servisa interneta risinājumu aģentūra (piemēram, *Delfi Interactive* http://www.tvnet.lv/directory/inet_computers/providers/), pilna servisa uzpildes stacijas tīkls (piemēram, *Latvija Statoil* <http://www.statoil.lv/public/>).

Tādējādi Konkurences padome secina, ka teksts “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs), kas ietverts SIA “Copy Pro” reklāmā, informē patērētājus par tirgus dalībnieka, kas piedāvā pilna apjoma kopēšanas pakalpojumus visu diennakti, sniegtajiem pakalpojumiem. Pašam par sevi tam nepiemīt konkrētu tirgus dalībnieku identificējoša nozīme, tas ir, atšķirtspēja.

Pie šādiem konstatētajiem apstākļiem Konkurences padome atzīst, ka šāda veida vienīgi aprakstoša rakstura reklāmas tekstiem, kas tiek izmantoti komercdarbībā, lai patērētājus informētu par tirgus dalībnieka piedāvātajiem pakalpojumiem kādā nozarē, ir jāpaliek brīviem visu attiecīgās nozares komercdarbības dalībnieku un sabiedrības interesēs, un tie nevar būt par izņēmumu tiesību objektu. Ņemot vērā minēto, iesniedzēja apstrīdētais reklāmas teksts “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) nav pakļauts tiesiskai aizsardzībai ar Reklāmas likuma tiesību normām.

Tajā pašā laikā Konkurences padome atzīst par pamatotu norādīt, ka reklāmas atbilstību Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6. un 7.punktā, kā arī 8.pantā norādītajām tiesību normām novērtējumā, nozīme ir šajās tiesību normās noteiktajām sekām, tas ir, ciktāl tas attiecas uz šo lietu, reklāmā izmantots cita tirgus dalībnieka identificējošais apzīmējums un reklāmas teksts var izraisīt neskaidrības vai maldināt par reklāmas devēju vai reklamējamiem pakalpojumiem.

Izvērtējusi SIA “Copy Pro” reklāmu, Konkurences padome atzīst, ka reklāmā skaidri un patērētājiem viegli uztveramā un nepārprotamā veidā ir sniegta informācija par reklāmas devēju SIA “Copy Pro” un tā piedāvātajiem pakalpojumiem, precīzi norādot šādas informācijas sniedzēja nosaukumu (firmu), atrašanās vietu un citu kontaktinformāciju. Līdz ar to, pastāvot šādiem apstākļiem, SIA “Copy Pro” reklāmā sniegtā informācija ir pietiekama, lai patērētāji identificētu SIA “Copy Pro” un tās piedāvātos pakalpojumus. Turklāt, kā tas secināms, no lietā esošajiem pierādījumiem, reklāmas tekstam “Service that can’t be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) konkrētajā gadījumā nav patstāvīgas identificējošas, tas ir, atšķirtspējas nozīmes. Minēto apstiprina arī Amerikas Tirdzniecības palātas Latvijā sniegtā informācija par veikto aptauju tās biedru vidū. Minētās aptaujas rezultāti apstiprina, ka patērētāji reklāmas tekstus “Service that can’t be copied” (Serviss, kuru nevar nokopēt) un “Full service non stop copy center” (Pilna servisa diennakts kopēšanas centrs) nesaista ar konkrētu tirgus dalībnieku. Vairākumā gadījumu Amerikas Tirdzniecības palātas Latvijā biedri devuši atbildes, ka minētie reklāmas teksti netiek identificēti ne ar vienu no tirgus dalībniekiem. Konkurences padome uzskata, ka atbilde, kuras autors norāda, ka ir strādājis *Copy General*, nav vērtējama kā pierādījums, jo nevar būt objektīva.

Konkurences padome piekrīt arī SIA "Copy Pro" viedoklim, ka nevar būt pamatots iebildums par reklāmas saukļu vienotas redakcijas konsekventu izmantošanu plašai patērētāju auditorijai, jo iesniedzējs un "Topeka Investments LLC" pārstāvis paskaidrojuši, ka "katra valsts lieto šos saukļus dažādās variācijās un atbilstoši vietējā tirgus situācijai".

Pārbaudījusi un izvērtējusi lietā esošos pierādījumus, lietas dalībnieku paskaidrojumus, Konkurences padome secina, ka starp lietas dalībniekiem pastāv strīds par autortiesībām uz reklāmas tekstu "Service that can't be copied" (Serviss, kuru nevar nokopēt). Iesniedzējs nav sniedzis pierādījumus, kas apstiprina faktu, ka reklāmas tekstu "Service that can't be copied" (Serviss, kuru nevar nokopēt) pakalpojumu reklāmā vai citos veicināšanas pasākumos Latvijā izmantoja SIA "Copy General" vai SIA "Invest Plus", vai pat, ka šādu reklāmas tekstu izmantoja citi *Copy General* grupas uzņēmumi pirms SIA "Copy Pro". Tieši pretēji, kā iepriekš konstatēts, SIA "Invest Plus" pārstāvis un „Topeka Investments LLC” pārstāvis paskaidrojuši, ka iebilstos reklāmas tekstus ne SIA "Copy General", ne SIA "Invest Plus" Latvijā nav izmantojušas. 01.09.2005. papildus paskaidrojumam pievienotajā žurnālā "Parent Talk" (26.08.2005. izlaidums) ietvertā *Copy General* (Ķīna) reklāma ar tekstu "Service that can't be copied" (Serviss, kuru nevar nokopēt) nav uzskatāma par pierādījumu, ka minētais reklāmas teksts izmantots pirms SIA "Copy Pro". Konkurences padome norāda, ka, pastāvot strīdam par autortiesību objektu izmantošanu, saskaņā ar Autortiesību likuma 69.panta otrās daļas noteikumiem strīdu izskatīšana, kas rodas no autortiesību subjektu tiesību pārkāpumiem, ir tiesas kompetencē.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome uzskata, ka SIA "Copy Pro", izplatot iesniegumā norādītā satura reklāmu, nav pārkāpusi Reklāmas likuma 4.panta otrās daļas 6. un 7.punktā, 8.pantā un 3.panta pirmajā daļā ietvertos noteikumus.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 6. un 7.punktu, 8.pantu, 10.panta pirmo un otro daļu, 14.panta ceturto daļu, 15.panta sesto un septīto daļu,

nolēma:

izbeigt lietas Nr.693/05/09/13k izpēti.

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

Priekšsēdētājs

P.Vilks