



## KONKURENCES PADOME

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

### L Ē M U M S Rīgā

Nr.140

(Prot. Nr.70,2.§)

2006.gada 6.decembrī

#### **Par Reklāmas likuma pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma uzlikšanu un lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā**

*Par SIA „Impro ceļojumi” 22.08.2006. iesniegumu*

Lieta Nr.2092/06/09/12

Konkurences padomes Birojs 24.08.2006. saņēma SIA „Impro ceļojumi” 22.08.2006. pieteikumu par maldinošu reklāmu un negodīgu konkurenci, kurā norādīts, ka SIA „Jēkaba aģentūra” laikraksta „Diena” ceļojumu un tūrisma rubrikā ilgstošā laika periodā ievietojuši tūrisma pakalpojumu reklāmu ar saukli *Eksotisko ceļojumu līderis*.

Minēto reklāmu iesniedzējs uzskata par maldinošu, jo šādas reklāmas rezultātā patērētājiem tiek radīts maldinošs iespaids par to, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir līderis eksotisko ceļojumu organizēšanā un ar to saistīto tūrisma pakalpojumu sniegšanā.

SIA „Impro ceļojumi” ir pamats apšaubīt, ka SIA „Jēkaba aģentūra” būtu pamats publiski dēvēt sevi par līderi šādu ceļojumu organizēšanā. Pastāv šaubas, ka ne pēc sniegto pakalpojumu cenas, ne kvalitātes, SIA „Jēkaba aģentūra” nav tik acīmredzami pārāka par citiem Latvijas tūrisma pakalpojumu tirgus dalībniekiem, kas piedāvā analogiskus ceļojumus, lai pamatoti varētu sevi dēvēt par līderi šajā jomā.

Iesniedzējs lūdz Konkurences padomi:

- 1) veikt iesniegumā minēto maldinošās reklāmas faktu pārbaudi;
- 2) nepieciešamības gadījumā veikt tūrisma pakalpojumu tirgus apsekošanu;
- 3) sniegt atzinumu jautājumā par maldinošās reklāmas fakta konstatēšanu;
- 4) uzlikt par pienākumu SIA „Jēkaba aģentūra” publiski atsaukt maldinošo reklāmu;
- 5) saukt vainīgās personas pie normatīvajos aktos paredzētās atbildības par maldinošās reklāmas izplatīšanu.

29.08.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA „Impro ceļojumi” sniedza sekojošu informāciju. SIA „Impro ceļojumi” pamatdarbība ir grupu

ceļojumi, arī tiek pārdotas prāmju biļetes, aviobiļetes, atpūtas ceļojumi. SIA "Impro ceļojumi" piedāvā grupu ceļojumus pa visu pasauli, arī pa Latviju. SIA „Impro ceļojumi” nav specializācijas uz konkrētu valsti. Par eksotiskiem ceļojumiem sauc ceļojumus ārpus Eiropas valstīm. Populārākie ceļojumi no eksotiskajiem ir uz Turciju un citām Vidusjūras valstīm. Uz tām brauc biežāk, jo tas ir lētāk. Vēl brauc uz Taizemi, arī Peru, Austrāliju, bet tās ir mazāk populāras. Arvien populārāki ir ceļojumi uz Indiju un Nepālu, Dienvidameriku, Jaunzēlandi. Tūrismā parasti ar eksotiskiem ceļojumiem saprot ārpus Eiropas ceļojumus. Tas ir filozofisks jautājums, katrs var saprast savādāk, kas ir eksotika. Ceļojumos uz Austrāliju SIA „Impro ceļojumi”, piemēram, iekļauj arī eksotiskas vietas. Eksotiskos ceļojumus piedāvā EC klubs (Relaks Tūre, Latvia Tours, Jēkaba aģentūra). Tie ir SIA „Impro ceļojumi” galvenie konkurenti. Viņi kopīgi vāc grupas un veido ceļojumu programmas. Ir vēl daudz firmas, kas uz pasūtījumiem veic eksotiskos grupu ceļojumus. Piemēram, *Artur* piedāvā ceļojumus tikai uz Šrilanku. Pamatā eksotiskos ceļojumus piedāvā SIA „Impro ceļojumi” un EC klubs. *Tez Tour* piedāvā ceļojumu – lidojums + viesnīca, piemēram, uz Kubu, kas ir individuāls ceļojums un to var saukt par atpūtas ceļojumu. Arī šāds ceļojums var būt eksotisks.

SIA „Jēkaba aģentūra” nav līderis nevienā jomā. Sauklis *eksotisko ceļojumu līderis* ir nenoteikts, tas jākonkretizē. SIA „Impro ceļojumi” eksotisko grupu ceļojumu jomā aizņem aptuveni 50%, EC klubs arī 50%. SIA „Jēkaba aģentūra” noteikti nevar būt līderis. Šādu saukli SIA „Jēkaba aģentūra” izmanto kopš pavasara visās reklāmās, kas ir redzētas. Galvenie kritēriji, lai sauktu sevi par līderi eksotisko ceļojumu jomā, ir apgrozījums un cilvēku skaits, kas ir aizbraukuši. Ja būtu līderis pēc peļņas, tad reklāmā jāsniedz informācija, ka ir līderis pēc peļņas. Tikai uz pētījuma pamata kādu Latvijā varētu saukt par līderi. SIA „Impro ceļojumi” neuzskata, ka tā ir līderis eksotisko ceļojumu jomā, bet ir līderu grupā. Tūrisms ir ļoti plašs jēdziens. Jāprecizē, kādā ziņā ir līderis, ja to ietver reklāmā. Piemēram, *līderis ceļojumiem uz Taizemi*. Ja kāds ir līderis, tas nozīmē, ka kaut kādā mērā darbu dara labāk nekā citi. Līdz ar to iznāk, ka no reklāmas noprotams, ka citi tirgus dalībnieki ir sliktāki. SIA „Impro ceļojumi” uzskata, ka tās intereses ir aizskartas, jo tirgus dalībnieks, kurš šādus pakalpojumus sniedz daudz mazākos apmēros, sauc sevi par līderi un šādi piesaista klientus nepamatoti.

Konkurences padome 12.09.2006., pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu un Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, nolēma ierosināt lietu uz SIA „Impro ceļojumi” 22.08.2006. iesnieguma pamata par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas un 8.panta iespējamo pārkāpumu SIA „Jēkaba aģentūra” darbībā, sniedzot reklāmu ar paziņojumu *eksotisko ceļojumu līderis*.

Konkurences padome 25.10.2006., pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, nolēma pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr.2092/06/09/12 par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas un 8.panta iespējamo pārkāpumu SIA „Jēkaba aģentūra” darbībā līdz 06.12.2006.

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

### **konstatēja:**

#### **Lietā iegūtā informācija**

(1) Konkurences padome 07.09.2006. saņēma no Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas (turpmāk tekstā – “ALTA”) atbildes vēstuli, kurā sniegts sekojošs viedoklis.

1) Ar nosaukumu *eksotiskie ceļojumi* tūrisma nozarē tiek apzīmēti ceļojumi, kas tiek piedāvāti uz mums, Latvijas iedzīvotājiem, neparastām un tālām zemēm ar savdabīgu kultūru, tradīcijām, brīnumainu un mežonīgu dabu utt.

Eksotiskais tūrisms – tūrisma veids, kas kļuvis populārs tieši ar neparastu piedāvājumu klāstu. Eksotikas mīlētājus gaida, piemēram, ceļojumi ar kamieļiem pa Arābijas vai Āfrikas tuksnešiem, braucieni ar sniega motocikliem Arktikā, aktīvas atpūtas apvienojums ar mežonīgu, skarbu dabu, iepazīšanās ar vietējiem iedzīvotājiem, t.sk. aborigēniem, viņu tradīcijām, nacionālo virtuvi un tml.

2) ALTA uzskata, ka tūrisma firmai, lai tā sevi sauktu par līderi (vadošo) kādā jomā, jāatbilst sekojošiem kritērijiem:

- attiecīgā produkta (šajā gadījumā eksotisko ceļojumu) īpatsvars analoga produkta piedāvājumu tirgū kopumā;
- piedāvājumu daudzveidība salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem;
- attiecīgā produkta pārdošanas apjomi un apkalpoto tūristu skaits salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem noteiktā laika periodā, piemēram, gadā;
- tūrisma firmas atpazīstamība eksotisko ceļojumu pārdošanā, jo tā jau daudzus gadus tādus tirgū ir piedāvājusi, un pircējs šīs firmas vārdu saista ar šādu ceļojumu iegādi;
- tūrisma firmas – produkta veidotāja, sadarbība ar aģentiem, kas šo produktu pārdod saviem klientiem, kas liecina arī par uzticību tai citu tirgus dalībnieku vidū.

(2) Konkurences padome 07.09.2006. saņēma vēstuli no SIA „Jēkaba aģentūra”, kurā sniegta sekojoša informācija. Pašlaik ceļojumu un tūrisma nozares attīstība Latvijā ir saistāma ar ievērojamu reģistrēto ceļojumu un tūrisma pakalpojumus sniedzošo firmu skaitu, iespējamo un ceļotājiem pieejamo pakalpojumu daudzveidību. SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka reklāmas teksts *eksotisko ceļojumu līderis* nekādā veidā nevar maldināt nevienu personu, jo:

1) Reklāma nav paredzēta plašai patērētāju auditorijai, bet konkrētai patērētāju grupai – ceļotājiem, kurus interesē eksotiski ceļojumi.

2) SIA „Jēkaba aģentūra” jau kopš pastāvēšanas sākuma katru gadu ir izstrādājusi un piedāvājusi jaunus, Latvijas ceļotājiem līdz tam nepiedāvātus ceļojumu maršrutus. Tas liecina, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir uzskatāma par šo jauno, eksotisko maršrutu pirmo nodrošinātāju, vadītāju, piedāvātāju, un vēsturiski ir bijusi līderis jeb vadošā firma, kurai pieder lielākais eksotisko ceļojumu skaits tūrisma tirgū kādā noteiktā maršrutā, reģionā, uz kuru notiek ceļojumi vai arī ceļotāju skaita ziņā kādā no maršrutiem, piemēram, Taizeme (2006.gada aprīlis-septembris).

3) SIA „Jēkaba aģentūra” ir izveidojusi tādus maršrutus (piemēram, Sīrija, Libāna, Mali, Madagaskara, Papua Jaungvineja), kādus citas firmas nepiedāvā vai ir sākušas piedāvāt pēc SIA „Jēkaba aģentūra”.

4) Termins *eksotisks* nav maldinošs un nevar radīt klientiem neatbilstošu izpratni par piedāvāto ceļojuma maršrutu, jo ar minēto reklāmu ir piedāvāts doties uz citiem kontinentiem, valstīm, teritorijām, kur no Latvijas nav organizētas regulāras tūristu grupas. Tātad šos ceļojumus jāuzskata par eksotiskiem, tas ir, neikdienišķiem, pārsteigumus un jaunus, līdz šim nebijušus iespaidus nesošiem, iepazīstinot ceļotājus no Latvijas ar neparastām, pārsteidzošām, neredzētām un mūsu izpratnē dīvainām vietām. Līdz ar to minētā reklāma nav ne maldinoša, ne negodīga.

5) Termins *līderis* SIA „Impro ceļojumi” sūdzībā ir nepareizi interpretēts. Tas nozīmē: 1) politiskas partijas, parlamenta frakcijas, sabiedriskas organizācijas vadītājs, vadonis, arī (neoficiāli) valsts vadītājs; 2) neoficiāls (neformāls) sociālas grupas vadītājs; 3) cilvēks (cilvēku grupa), kas izvirzījies pirmajā vietā, vadībā (Svešvārdu vārdnīca, - R.: Jumava, 1999. – 434.-435.lpp.).

SIA „Jēkaba aģentūra” reklāmas teksts norāda, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir viena no vadošajām konkrēto maršrutu apkalpojošajām kompānijām, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir ceļotāju grupu vadītājs. Tas nenozīmē, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir lielākā aģentūra, vienīgā, kas apkalpo kādu specifisku ceļotāju grupu. Attiecībā uz komercdarbību terminu *līderis* plaši lieto kā sinonīmu vārdiem *vadība*, *vadītājs*.

Iesniedzēja norādītajā reklāmā: 1) SIA „Jēkaba aģentūra” sevi atklāj kā dažādu, eksotisko ceļojumu nodrošinātāju, pamatoti sevi uzskatot par reklāmā piedāvāto eksotisko ceļojumu iespējamo līderi (Mali, Burkina Faso, Papua Jaungvineja, Madagaskara, Sīrija, Libāna); 2) norāda, ka SIA Jēkaba aģentūra ir pirmā izstrādājusi ceļotājiem piedāvājumu uz augstāk minētajām, kā arī citām valstīm; 3) SIA „Jēkaba aģentūra” ir pirmā pēc notikušo ceļojumu skaita uz Taizemi (2006.gada aprīlis-septembris) un patlaban vienīgā, kas piedāvā grupu ceļojumus uz Ugandu, Kongo, Filipīnām, Papua Jaungvineju; 4) SIA Jēkaba aģentūra” gada laikā (2005-2006) ir vienīgā, kas veikusi grupu ceļojumus uz Papua Jaungvineju, Mali, Burkina Faso, Laosu, Vjetnamu; 5) SIA „Jēkaba aģentūra” ir viens no lielākajiem vai vislielākais (precīza statistika nav pārbaudāma) ceļotāju skaits uz Taizemi.

Reklāmā nav norādīts, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir līderis eksotisko ceļojumu organizēšanā un ar to saistīto tūrisma pakalpojumu sniegšanā vai ka ir līderis visu iespējamo eksotisko ceļojumu organizēšanā.

Vārda *līderis* nozīme nevar tikt saistīta ar kādas citas personas noniecināšanu.

Eksotiskie ceļojumi ir: 1) ceļojumi, kas tiek sagatavoti pēc klientu pieprasījuma, netiek organizēti regulāri. Parasti šādi ceļojumi saistās ar tādu objektu, vietu, valstu apmeklēšanu, kas nepiesaista plašu ceļotāju skaitu; 2) No jauna vai pirmo reizi izveidots un piedāvāts ceļojuma maršruts; 3) Jau pastāvošs, arī citu firmu piedāvāts maršruts, ja ceļotājam ir piedāvāta kāda atšķirīga iespēja vai papildu iespēja (piemēram, apmeklēt parasti maršrutā neiekļautus apskates objektus, ēdināšanā akcentēt nacionālo virtuvi, etnogrāfisku pasākumu apmeklēšana).

Nedrīkst saistīt un jaukt terminu *eksotisks* ar terminu *ekstrēms* vai *ārkārtējs*. Par eksotisku varētu uzskatīt, piemēram, ceļojumu uz Igauniju, ja tiktu piedāvāts apmeklēt ne tikai Pērnavas pilsētas muzejus, bet arī mājās ražota alkohola degustācijas vietas. Eksotisks – saistīts ar eksotiku; tāls, svešzemju, dīvains, savāds (Svešvārdu vārdnīca. – R.: Jumava, 1999. – 184.lpp.). Eksotika – neparastu, svešu, tālām zemēm raksturīgu īpatnību kopums.

**(3)** Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas (turpmāk tekstā – „ALTA”) pārstāvji 14.09.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu sniedza sekojošu informāciju. Patērētāji tūrisma nozarē parasti pakalpojumu sniedzēju izvēlas pēc cenas, tas ir, lētāko, kā arī pēc citu klientu ieteikumiem. Reklāmai šajā nozarē ir mazāka loma, nav lielas nozīmes patērētāja izvēlei arī paziņojumam, ka kāds tirgus dalībnieks ir līderis.

Kas kuram ir eksotika, ir filozofisks jautājums. Konkrētas definīcijas nav, tas ir aprakstošs jēdziens. Tie ir tālie ceļojumi, bet nevar pateikt, ka visi ceļojumi ir eksotiski, ja tie ir ārpus Eiropas. Austrālija, Kanāda, Japāna, arī Seišelu salas vairs nav eksotika. Vjetnama, Kambodža, Kostarika, Panama, Indija, Albānija, Āfrikas kontinents (izņemot ziemeļu piekrasti) ir eksotika. Tuksneša apmeklējums Austrālijā un Stambulas tirgus ir eksotiski objekti, bet, ja ceļojumā iekļauti šādi apmeklējumi un pārējais ceļojums nav eksotisks, šis ceļojums nevar tikt piedāvāts kā eksotisks. Vai ceļojums ir eksotisks, atkarīgs no patērētāja uztveres, ko kurš saista ar eksotiku. Latvija mums nav eksotika, Lietuvā un Igaunijā varētu būt kaut kas eksotisks, arī Krievijā. Tomēr mājās ražota alkohola degustēšanas vietas Igaunijā nav eksotika, tā ir produkta prezentācija. Eksotisks ir kaut kas tavai valstij neraksturīgs. Ekstrēms ceļojums nav tas pats, kas eksotisks. Patērētājiem tās ir 2 dažādas lietas.

ALTA pārstāvji uzskata, ka paziņojuma eksotisko ceļojumu līderis atbilstība patiesumam ir pārbaudāma. Jābūt pakalpojuma noietam, līderim jābūt ar lielu pieredzi. Lai sauktu sevi par līderi, jābūt neatkarīgam pētījumam vai uzņēmumam pašam jāveic statistika. Ekspertu nozarē ir daudz, līderis var būt tikai viens. Līderim jābūt gan kvantitatīvi, gan kvalitatīvi pārākam. Lai sauktu sevi par līderi, jābūt pārliecinoši pārākam, atpazīstamākajam. Paziņojums, ka esi līderis, ja tā nav patiesība, ir aizskarošs citiem tirgus dalībniekiem. Ir iespējams saskaitīt datus par eksotisko ceļojumu pārdošanu. Svarīgākie kritēriji ir pārdošanas apjoms, atpazīstamība, produkta īpatsvars. Pašlaik nosaukt kādu par līderi eksotisko ceļojumu

pakalpojumu sniegšanā nav iespējams. Latvijā ir vairākas atpazīstamas aģentūras, kas piedāvā eksotiskus ceļojumus – *Latvia Tours, Via Rīga. Via Rīga* piedāvā individuālus eksotiskus ceļojumus – uz Latīņameriku, Kostariku, Karību salām utt. *Latvia Tours* piedāvā ceļojumu uz Kubu – svinēt Jauno gadu zem palmām. Individuālos braucienus piedāvā uz Indiju, Vjetnamu, ir VIP piedāvājumi pastāvīgajiem klientiem. Tagad ir populāri eksotiskie ceļojumi uz Gruziju. SIA „Jēkaba aģentūra” ir pozicionējusi sevi tirgū ar labiem eksotiskiem ceļojumiem, bet tāpat kā citi tirgus dalībnieki. Vēl ir atpazīstami eksotisko ceļojumu pakalpojumu sniedzēji – *Averoja, Impro, Express Travel, Go Travel, Juniversal, Kolumbs, Novatours, Relaks Tūre, Tez Tours*. Apgalvojums, ka kāds ir pirmais piedāvājis ceļojumu uz konkrētu valsti, nav pierādāms. Kāda cita aģentūra varbūt pirms tam ir organizējusi individuālo ceļojumu. *Via Rīga* piedāvā ceļojumus gan uz Ugandu, gan Kongo, taču tos nereklamē. Bet tos var nopirkt *Via Rīga*, arī *Latvia Tours*. SIA „Jēkaba aģentūra” pati organizē šādus ceļojumus. Eksotisko ceļojumu īpatsvaru kopējā piedāvājumā var novērtēt.

(4) 25.09.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes amatpersonu SIA „Impro ceļojumi” sniedza sekojošu informāciju. SIA „Impro ceļojumi” arī piedāvā eksotiskus ceļojumus uz valstīm, uz kurām citi nepiedāvā, piemēram, uz Irānu. Nav pierādāms fakts, vai kāda aģentūra pirmā piedāvā ceļojumus uz kādu konkrētu valsti. Tāpēc tas nevar būt kritērijs, lai sevi sauktu par eksotisko ceļojumu līderi. Tas, ka netiek reklamēts presē, ka tiek piedāvāti ceļojumi uz Ugandu, Kongo vai citām SIA „Jēkaba aģentūra” nosauktajām valstīm, nenozīmē, ka citi tādus ceļojumus nepiedāvā. Pēc individuāla pasūtījuma varam organizēt ceļojumus uz jebkurieni. Iespējams, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ceļojumu skaits uz Taizemi 2006.gadā ir lielāks nekā citiem, bet ceļotāju skaits drīzāk, ka nav. SIA „Impro ceļojumi” apšaubā, ka SIA „Jēkaba aģentūra” apgrozījums jebkurā no eksotiskiem ceļojumiem ir lielākais. Līderim vajadzētu būt kaut nedaudz pārākam par citiem tirgus dalībniekiem.

Vidusmēra klientam, kurš nav apbraukājis visu pasauli, viss, kas ir ārpus Eiropas, ir eksotika. SIA „Impro ceļojumi” uzskata, ka paziņojums *eksotisko ceļojumu līderis* ir jāvērtē kopumā, kā to uztver patērētājs, kādu iespaidu šis paziņojums atstāj. Cilvēki uztver eksotiku kā to, kas ir tālu. Ceļojums ir eksotisks, ja tas ir tāls, neatkarīgi no tā, vai ceļotājs staigā pa pilsētu vai džungļiem. Ekstrēms ceļojums, savukārt, ir tāds, kas saistīts ar paaugstinātu risku. Arī ekstrēms ceļojums tālā zemē var būt eksotisks. SIA „Impro ceļojumi” nepiekrīt Latvijas Tūrisma aģentūru asociācijas viedoklim 06.09.2006. vēstules 5.apakšpunktā, jo uzticību tūrisma firmai nevar izmērīt. Piedāvājumu daudzveidība nav kritērijs, jo jāņem vērā, cik reāli ir ceļotāju skaits, nevis piedāvājums. Atpazīstamību nevar izvērtēt. Ceļojums uz Lietuvu, Igauniju nav eksotisks. Tos var atļauties lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju. Ceļojuma kvalitatīvo pusi nevar izvērtēt, vienīgi var novērtēt pēc apgrozījuma un ceļotāju skaita.

(5) Konkurences padome 26.09.2006. saņēma no LR uzņēmumu reģistra datus par tūrisma aģentūru peļņas vai zaudējumu aprēķiniem par 2005.gadu.

(6) Konkurences padome 26.09.2006. saņēma no SIA „Laikraksts Diena” informāciju par SIA „Jēkaba aģentūra” reklāmas izplatīšanu laikrakstā „Diena” 2006.gadā.

(7) 09.10.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes amatpersonu SIA „Jēkaba aģentūra” sniedza sekojošu informāciju. SIA „Jēkaba aģentūra” ir dibināta 2003.gadā. Direktors Uldis Alksnis jau 15 gadus strādā tūrisma biznesā, tas ir, kopš 01.12.1991., un uzskata, ka kopš tā laika dažādu uzņēmumu ietvaros ir nodarbojies ar eksotisko ceļojumu organizēšanu. Uldis Alksnis pirmais Latvijā sācis organizēt šādus ceļojumus, vispirms uz Rietumeiropu, pēc tam pirmos grupu ceļojumus ārpus Eiropas.

SIA „Jēkaba aģentūra” sniedz pakalpojumus gan kā operators, gan kā aģentūra, un pārdod gandrīz visu lielo tūroperatoru no Latvijas, Lietuvas un Igaunijas produktus. SIA

„Jēkaba aģentūra” pati veic savu maršrutu izpēti, izstrādi, pārdošanu un piedāvā Latvijas tūrisma tirgū. Ir noslēgts kopējs līgums par projektu starp 3 tūrisma firmām (SIA „Jēkaba aģentūra”, *Latvia Tours*, *Relaks Tūre*). Šī līguma (EC klubs) ietvaros 3 firmas kopējā tirdzniecības tīklā apvieno savus produktus un piedāvā ceļojumus Latvijas tirgū aptuveni 50 Latvijas tūrisma firmām, kuras piedāvā šos eksotiskos ceļojumus. *Relaks Tūre* un *Latvia Tours* arī ir tūrisma operatori. SIA „Jēkaba aģentūra” ir visvairāk ceļojumu un tā arī ir līderis šī līguma ietvaros. Līgums darbojas jau 3 gadus. SIA „Jēkaba aģentūra” Latvijas tirgū iziet ar pilnīgi jauniem maršrutiem, piemēram, Āfrika (Madagaskara, Mali, Burkina Faso, pašlaik tiek gatavots ceļojums uz Ugandu un Kongo). Šos ceļojumus piedāvā arī citas aģentūras, bet pakalpojuma izpildītājs ir SIA „Jēkaba aģentūra”. SIA „Jēkaba aģentūra” pirms gada noorganizējusi ceļojumu uz Papua Jaungvineju, tādi tiks organizēti arī turpmāk. Vienīgi SIA „Jēkaba aģentūra” organizē grupu ceļojumus uz Laosu, Kambodžu, Tibetu, pašlaik turp aizbraukusi arī grupa no SIA „Impro ceļojumi”. Uz Tibetu SIA „Jēkaba aģentūra” organizējusi ceļojumu pirmā, arī uz Irānu piedāvājusi pirmā. Ir arī tādi ceļojumi, kurus organizē *Latvia Tours* un *Relaks Tūre*, bet SIA „Jēkaba aģentūra” pārdod.

Pašlaik populāri ir ceļojumi uz Taizemi. Pēc aptuvenām aplēsēm SIA „Jēkaba aģentūra” šogad ir vislielākais ceļotāju un ceļojumu skaits uz Taizemi, taču tas nav pārbaudāms. Aprīļa mēnesī katru pirmdienu brauca grupas uz Taizemi. SIA „Jēkaba aģentūra” direktoram ir zināms, cik cilvēku SIA „Jēkaba aģentūra” ir aizvedusi ceļojumos, bet tā nevar salīdzināt ar pārējiem tirgus dalībniekiem, tikai pēc informācijas interneta mājas lapās. SIA „Impro ceļojumi” vāc lielās grupas uz Taizemi, taču SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka eksotiskos ceļojumos jābūt ne vairāk kā 25 ceļotājiem, jo cilvēki maksā par komfortu.

SIA „Jēkaba aģentūra” organizē arī individuālos ceļojumus, ir gatava piedāvāt ceļojumu uz jebkuru pasaules valsti, izņemot uz tām valstīm, kur ir karadarbība vai kuras ir slēgtas tūristiem. Piemēram, Irākas kara laikā cilvēku grupa vēlējās braukt uz Kuveitu, brauc arī uz Jordāniju, Sīriju, Libānu. Pavasarī SIA „Jēkaba aģentūra” piedāvāja ceļojumu arī uz Libānu. Uz Jordāniju, Libānu, Sīriju kopā tiek piedāvāts grupu ceļojums, arī atsevišķi kā individuāli ceļojumi. Ar reklāmas paziņojumu *eksotisko ceļojumu līderis* SIA „Jēkaba aģentūra” domājusi grupu ceļojumus, bet uzskata sevi par līderi arī individuālo ceļojumu jomā. SIA „Jēkaba aģentūra” pieļauj, ka, saskaitot apjomus, citiem tirgus dalībniekiem ir vairāk ceļojumu, bet SIA „Jēkaba aģentūra” individuālos ceļojumus piedāvā uz jebkuru valsti.

SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka ar līderi ne vienmēr jāsaprot pirmais, līderis var būt viens no diviem. Līderis nozīmē arī *vadītājs, kas vada*. Ir runa par līderu grupu, tāpēc SIA „Jēkaba aģentūra” nav jāpierāda acīmredzams pārkāpums. Līderis ir arī pārstāvis no vadošās grupas, nevis tikai viens no diviem, īpaši, ja ņem vērā, ka Latvijā ir pie 200 tūrisma pakalpojumu sniedzējiem. Turklāt citu tūrisma firmu vadītāji nebrauc līdz grupām, kā to dara U.Alksnis.

Eksotisks var būt arī ceļojums no Rīgas līdz Valmierai, ja pa ceļam vietējais ansamblis sniedz priekšnesumu vai apmeklēti netradicionālo medicīnas pakalpojumu sniedzēji. Eksotika nav tikai tas, kas ir ārpus Eiropas, viss ir eksotika, kas neatbilst mūsu klimata zonai. Eiropas pilsētu arhitektūra var būt eksotiska. Konkrētam cilvēkam ir eksotiska tā vieta, uz kuru viņš pirmo reizi brauc. Kaut kādi eksotikas elementi ir jebkurā ceļojumā. Nav zināms, kur ir novelkama robeža, vai ceļojums ir eksotisks vai nē.

SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka cilvēkiem, kas lasa tās reklāmu, tiek rosināts meklēt precīzāku informāciju internetā vai piezvanot uz firmu. Tam, kurš ir līderis, nav jāatturas no pamatota apgalvojuma. Arī SIA „Impro ceļojumi” iesniegumā atzīst, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir pārāka, bet ne acīmredzami.

Reklāmas ar paziņojumu *eksotisko ceļojumu līderis* idejas autors ir Uldis Alksnis. Reklāmas mērķis ir informēt potenciālo klientu par iespējamo produktu – ceļojumu. Mērķauditorija ir Latvijas iedzīvotāji, kuri lasa laikrakstu „Diena”. Arī citos laikrakstos

(„Бизнес & Балтия”, „Latvijas Avīze”) ir bijusi šāda reklāma. Regulāri tā ir tikai laikrakstā „Diena”. SIA „Jēkaba aģentūra” gan „Diena”, gan citos laikrakstos plāno arī turpmāk izplatīt šādu reklāmu.

SIA „Jēkaba aģentūra” lielākais konkurents eksotisko ceļojumu jomā ir SIA „Impro ceļojumi”. Sadarbības partneri ir *Latvia Tours* un *Relaks Tūre*, kā arī pārējās aptuveni 50 firmas, ar kurām noslēgts līgums. Tādējādi pašlaik vienīgais SIA „Jēkaba aģentūra” konkurents ir SIA „Impro ceļojumi”. Starp sadarbības partneriem SIA „Jēkaba aģentūra” arī ir līderis, arī *Relaks Tūre* un *Latvia Tours* atzīst, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir līderis to ceļojumu apjomā, kāds tiek piedāvāts EC (eksotisko ceļojumu) līguma ietvaros.

SIA „Jēkaba aģentūra” piekrīt ALTA 06.09.2006. vēstulē 2.punktā norādītajiem kritērijiem, pēc kuriem uzņēmums varētu saukt sevi par līderi, un uzskata, ka eksotisko ceļojumu jomā SIA „Jēkaba aģentūra” atbilst visiem šiem kritērijiem. SIA „Jēkaba aģentūra” ir dažādi ceļojumi uz Taizemi. Uldis Alksnis ir publikāciju un grāmatu autors tūrisma jomā un uzskata, ka firmas vadītāju nevar nesaisīt ar firmu. Uldis Alksnis ir izstrādājis ļoti daudz kalnu tūrisma pārgājienus, ir tūrisma sporta meistars, ir devis nosaukumus tūrisma objektiem (Latvijas Universitātes 50 gadi, PSRS 50.gadadienas kalnu pāreja, Latviešu strēlnieku pāreja). U.Alkšņa darbība pēc 1991.gada bijusi kā vēsturisks turpinājums tam, ko darījis PSRS pastāvēšanas laikā.

Galvenais pamatojums SIA „Jēkaba aģentūra” reklāmas paziņojumam *eksotisko ceļojumu līderis* ir:

- 1) U.Alksnis ir atpazīstams (un ir līderis) tūrisma jomā;
- 2) SIA „Jēkaba aģentūra” ir atpazīstama, kaut gan reģistrēta tikai ceturto gadu;
- 3) eksotisko ceļojumu izstrāde – pirmreizīgums, pirmatklāšana, jo kā pirmie ir organizējuši atsevišķus ceļojumus kopš 1991.gada. Kopš 2003.gada kā pirmie piedāvājuši (izstrādājuši) ceļojumus uz Madagaskaru, Burkina Faso, Mali, Ugandu un Kongo, Papua Jaungvineju, Laosu, Vjetnamu, Kambodžu, Tibetu, Jordāniju, Sīriju, Libānu, Irānu, Antarktīdu;
- 4) SIA „Jēkaba aģentūra” vienīgā organizējusi individuālo ceļojumu uz Kuveitu, arī uz Panamu, Bermudu salām, bet SIA „Jēkaba aģentūra” nevar pierādīt, ka tur ceļojumus organizējusi vienīgā.

SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka ir pierādāms, ka kāda aģentūra ir pirmā izstrādājusi vai piedāvājusi ceļojumu grupām, bet individuālo ceļojumu jomā to nevar pierādīt. SIA „Jēkaba aģentūra” līderība ir neatkarīga no eksotisko ceļojumu definīcijas. SIA „Jēkaba aģentūra” ir līderis arī, ja par eksotiskiem ceļojumiem sauc tos, kuros tiek piedāvātas atsevišķas savdabīgas iespējas. SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka primārais ir tas, ka reklāmā nav pretrunu, tajā nav nekā maldinoša. SIA „Jēkaba aģentūra” piekrīt, ka līderim jābūt arī kvalitātei. Līderis ir tas, kurš ir pārliecināts par savām spējām. Pētījumi par to, ka SIA „Jēkaba aģentūra” pirmā piedāvājusi iepriekšminētos ceļojumus, nav veikti. U.Alksnis to tāpat zina, jo ir pētījis presi un interneta mājas lapas. Bet SIA „Jēkaba aģentūra” nav pētījuma, kuru varētu iesniegt Konkurences padomei. Nekādus pierādījumus par nosauktajiem pamatojumiem reklāmai SIA „Jēkaba aģentūra” iesniegt nevar un nekā nevar pierādīt, ka citi līdz SIA „Jēkaba aģentūra” nav piedāvājuši šādus konkrētos ceļojumus. SIA „Jēkaba aģentūra” pieļauj, ka citas firmas agrāk ir piedāvājušas iepriekšminētos ceļojumus kā individuālos, bet ne kā grupu ceļojumus. Reklāmas mērķauditorija ir visi potenciālie klienti, arī individuālie.

Tūrisma nozarē svarīgākā reklāma ir *cilvēks cilvēkam*. Reklāma laikrakstos vairāk ir imidža reklāma, atgādinājums par sevi.

SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka SIA „Impro ceļojumi” ir jāpierāda, ka tai no SIA „Jēkaba aģentūra” reklāmas ir kādi zaudējumi vai ka varētu būt tādi. Reklāmā nekas nav nepatiesi apgalvots. Reklāma izgatavota jau sen, mainīti tiek tikai teksti. SIA „Jēkaba

aģentūra” apstiprina SIA „Laikraksts Diena” iesniegto informāciju, reklāma izplatīta atbilstoši 01.12.2005. faksam.

(8) 13.10.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA „Impro ceļojumi” norādīja sekojošu informāciju. No visa kopējā apgrozījuma SIA „Impro ceļojumi” eksotiskie grupu ceļojumi sastāda aptuveni sesto daļu. SIA „Impro ceļojumi” organizē ceļojumu ar fēluku pa Nīlu, *Tuksneša noslēpums* uz Ēģipti (ietver nakšņošanu beduīnu jurtās), *Piedzīvojumi Sahārā* uz Tunisiju, plašu ceļojumu pa Turciju. Šādus ceļojumus, cik zināms, citi tirgus dalībnieki neorganizē. Katrs tirgus dalībnieks kādu ceļojumu izdomā pirmais, bet tas nenozīmē, ka var sevi saukt par līderi, tādēļ tas nav nekāds kritērijs.

SIA „Impro ceļojumi” organizētos ceļojumus pārdod arī citas aģentūras, bet tā nepārdod citu operatoru produktus.

SIA „Impro ceļojumi”, piemēram, laikraksta „Diena” atpazīstamības topā starp tūrisma pakalpojumu sniedzējiem atrodas vienīgi aiz *Novatours* un pirms *AirBaltic*, bet SIA „Jēkaba aģentūra” šajā topā vispār nav ietverta.

SIA „Impro ceļojumi” iesniedza Konkurences padomei informāciju par eksotisko ceļojumu apgrozījumu un apkalpoto cilvēku skaitu kataloga un pasūtījuma grupās 2005. un 2006.gadā.

(9) Konkurences padome 13.10.2006. saņēma sekojošu informāciju no SIA „Jēkaba aģentūra”. SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka SIA „Impro ceļojumi” 22.08.2006. iesniegumā būtiski pārspīlējusi laikraksta „Diena” lasītāju skaitu, jo ceturtdienās laikraksta tirāža ir vidēji 40 000 – 50 000 eks. (bez tam informācijai par tūrismu pievēršas tikai daļa lasītāju, iespējams, mazāk nekā puse), neatbilstoši interpretējusi terminu *līderis*. SIA „Jēkaba aģentūra” ir grupu un individuālo ceļojumu organizētājs un nodrošinātājs, kas vairākos savos piedāvātajos ceļojumu maršrutos, t.sk. arī eksotiskos vai eksotiku saturošos maršrutos ir uzskatāms par līderi vai ierindojams līderu grupā. 2006.gadā SIA „Jēkaba aģentūra” noorganizējusi visvairāk ceļojumu uz Taizemi, salīdzinot ar citām Latvijas ceļojumu aģentūrām. Būt līderim nenozīmē viennozīmīgu nepārtrauktu atrašanos pirmajā vietā. SIA „Jēkaba aģentūra” ir neapšaubāms līderis gan atsevišķos maršrutos, gan atrodas starp līderiem kopumā. Līdera lomu pastiprina tas, ka SIA „Jēkaba aģentūra” tās vadītāja U.Alkšņa personā ir vairāku ceļojumu maršrutu pirmizstrādātāja vai pirmā piedāvātāja klientiem Latvijā.

Ceļojumu organizētāju profesionālajās aprindās ar eksotiskiem saprot: 1) ceļojumus uz tādām zemēm, kuras Latvijas ceļotāji apmeklē reti vai praktiski nav to darījuši; 2) ceļojumus, kas tiek sagatavoti pēc klientu pieprasījuma, netiek organizēti regulāri; 3) no jauna vai pirmo reizi izveidots un piedāvāts ceļojuma maršruts; jau pastāvošs maršruts, ja ceļotājam piedāvāta kāda atšķirīga vai papildus iespēja. Teksts *eksotisko ceļojumu līderis* nedod informāciju par to, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir vienīgais un absolūtais līderis visu iespējamo eksotisko ceļojumu organizēšanā, kā to mēģina apgalvot SIA „Impro ceļojumi”. SIA „Impro ceļojumi” sūdzībā uzsvērusi, ka SIA „Jēkaba aģentūra” piemīt pārkums, norādot, ka tā „...nav tik acīmredzami pārkāka pār citiem”. Nav saprotams, kādā veidā reklāmas teksts var radīt maldīgu iespaidu par SIA „Jēkaba aģentūra”, kā to savā iesniegumā norāda SIA „Impro ceļojumi”. SIA „Jēkaba aģentūra” strādā speciālisti un vadītāji ar ļoti augstu kompetenci ceļojumu organizēšanā, līdz ar to SIA „Jēkaba aģentūra” ir uzskatāma par līderi.

Latvijā līdz šim nav veikti profesionāli pētījumi, kas ļautu izveidot ceļojumu pakalpojumu sniedzēju reitingus. Līdz šim SIA „Jēkaba aģentūra” nav saņēmusi klientu sūdzības par maldinošu informēšanu, nekvalitatīvu servisu, darbinieku nekompetenci.

SIA „Impro ceļojumi” savā iesniegumā pieprasa, lai SIA „Jēkaba aģentūra” pierāda, ka tās sniegtie pakalpojumi ir viskvalitatīvākie (reklāmas tekstam ar to nav ne tiešas, ne pastarpinātas saistības), darbinieki ir viskompetentākie (iesniedzēja rīcībā nav faktu par



pretējo un reklāmas tekstam ar to nav tiešas saistības), cenas ir viskonkurētspējīgākās (iesniedzējs nav pievienojis šādas informācijas apkopojumu), piedāvāto ceļojumu spektrs – visplašākais pieejamākais (SIA „Jēkaba aģentūra” regulāri piedāvā jaunus eksotiskus maršrūtus), klientu skaits ir visapjomīgākais (tas nav saistāms ar reklāmas tekstu), apgrozījums un peļņa vislielākie (nav saistāms ar reklāmas tekstu).

SIA „Jēkaba aģentūra” ir uzskatāma par līderi arī tādēļ, ka var noorganizēt un piedāvāt eksotisku ceļojumu praktiski uz jebkuru valsti, izņemot tām, kur notiek karadarbība vai ceļotāju došanās nav vēlama.

SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata, ka SIA „Impro ceļojumi” iesnieguma īstais mērķis ir traucēt vai pārtraukt SIA „Jēkaba aģentūra” darbību, un ir pārliecināta, ka SIA „Jēkaba aģentūra” nav pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu un 8.pantu.

**(10)** 16.10.2006. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA „Relaks Tūre” sniedza sekojošu informāciju. EC klubā notiek sadarbība uz partnerattiecību principiem – vadošā aģentūra mainās ik pēc 3 mēnešiem, 1 reizi mēnesī notiek apspriedes par kopīgo reklāmu un aģentu piesaistīšanu, notiek ceļojumu nišu sadale. Kura firma kurā reģionā jūtas spēcīgāka, tajā ceļojumus veido. Visus katras firmas ceļojumus pārdod pārējie EC kluba biedri un vēl 42 aģentūras. Šogad pārdoto ceļojumu skaita pieaugums ir visām firmām. 2005.gadā *Relaks Tūre* pārliecinoši bija pirmajā vietā. SIA „Jēkaba aģentūra” ceļojumi ir lētāki nekā citiem. Ja *Relaks Tūre* būtu līderis, tad to reklāmā nerakstītu. Lai tāds būtu, uzņēmumam jābūt pirmajā vietā rezervācijā, pirmajā vietā pēc organizētajiem ceļojumiem un pirmajā vietā pēc ceļojumu kvalitātes, un visiem trim kritērijiem būtu jāizpildās pārliecinoši. SIA „Jēkaba aģentūra” pašlaik ir nedaudz vairāk rezervācijas nekā *Relaks Tūre*, bet tā ir mainīga lieta. Līderim jābūt pārliecinoši priekšā citiem. *Relaks Tūre* piedāvā eksotiskus ceļojumus uz Latīņameriku, Argentīnu, Venecuēlu, Centrālameriku, Meksiku, Malaiziju. Eksotiskam ceļojumam jābūt citā kontinentā, kultūras vidē, klimatiskajā joslā, tradīcijā un sadzīvē, ceļojumā jābūt ietvertām eksotiskām lietām. Ceļojums uz Turciju nav eksotisks ceļojums. Tas, ka kāds pirmais organizē kādu ceļojumu, nedod iespēju saukties par līderi, bet tā ir zināma privilēģija. Katrs klients, slēdzot līgumu, tiek informēts par to, kas ir ceļojuma operators. *Relaks Tūre* pirmā izveidoja ceļojumu uz Argentīnu, no tās braukuši 250 cilvēki. Tas nedod tiesības teikt, ka esam līderi, arī ne ceļojumu ziņā uz Argentīnu. SIA „Relaks Tūre” netraucē tas, ka SIA „Jēkaba aģentūra” uzskata sevi par līderi. Tūrisma nozarē var būt vairāki līderi. SIA „Jēkaba aģentūra” strādā cītīgi, ar labu kvalitāti un labu cenu.

Paralēli grupu ceļojumiem vēl ir korporatīvie un individuālie ceļojumi. Šādu ceļojumu SIA „Relaks Tūre” var noorganizēt uz jebkuru valsti. SIA „Relaks Tūre” kā aģentūra var piedāvāt ļoti plašu ceļojumu klāstu. 2005.gadā no kopējā apgrozījuma aptuveni 15 % sastādīja eksotiskie ceļojumi. Grūti novilkt robežu, kas ir eksotika, bet ir vispārīgi iepriekšminētie principi, kas to nosaka.

**(11)** Konkurences padome 27.10.2006. saņēma no SIA “Jēkaba aģentūra” sekojošu informāciju. SIA “Jēkaba aģentūra” lūdz Konkurences padomi ņemt vērā iepriekš sniegtos paskaidrojumus, kuros pēc tās ieskata ir izsmeloši atbildēts uz izvirzītajiem jautājumiem. SIA “Jēkaba aģentūra” ir grupu un individuālo ceļojumu organizētājs un nodrošinātājs, kas vairākos savos piedāvātajos ceļojumu maršrutos, t.sk. arī eksotiskos vai eksotiku saturošos maršrutos ir uzskatāms par līderi vai ierindojams līderu grupā. Piemēram, SIA “Jēkaba aģentūra” pirmā uzsākusi grupu ceļojumus uz Madagaskaru, Mali, Burkina Faso, Papua Jaungvineju, Sīriju, Libānu, Tibetu, Irānu, Vjetnamu un Laosu, arī vairākām citām eksotiskām valstīm, kā arī individuālos ceļojumus uz Kuveitu, Bermudu salām, Panamu. SIA “Jēkaba aģentūra” 2006.gadā ir noorganizējusi visvairāk ceļojumu uz Taizemi, ja salīdzina ar citām Latvijas ceļojumu aģentūrām.

(12) Konkurences padome 31.10.2006. saņēma no SIA “Juniversal” sekojošu informāciju. SIA “Juniversal” organizē ceļojumus uz Taizemi gan individuāliem ceļotājiem, gan arī grupām. SIA “Juniversal” uzskata Taizemi par eksotisku valsti, tādēļ ceļojumus uz turieni – par eksotiskiem ceļojumiem. 2005.gadā SIA “Juniversal” uz Taizemi nosūtījusi 161 tūristu, bet 2006.gadā – 111. SIA “Juniversal” 2006.gada novembrī plāno uz Taizemi vēl nosūtīt 160 tūristu, decembrī – 90, bet 2007.gadā no janvāra līdz martam – kopā 440 tūristu.

(13) Konkurences padome 31.10.2006. saņēma no Tūrisma attīstības valsts aģentūras informāciju par to, ka SIA “Jēkaba aģentūra” nav atrodama kā tūrisma pakalpojumu sniedzējs Tūrisma attīstības valsts aģentūras datu bāzē.

(14) Konkurences padome 31.10.2006. saņēma no a/s “Lauku Avīze” informāciju par SIA “Jēkaba aģentūra” reklāmas publikācijām laikrakstā “Latvijas Avīze” un žurnālā “Mājas Viesis” no 26.08.2005. līdz 27.10.2006.

(15) Konkurences padome 31.10.2006. saņēma no SIA “Impro ceļojumi” informāciju par 2005. un 2006.gadā organizētajiem ceļojumiem uz Eiropas valstīm un uz citu kontinentu valstīm. Kaut arī pēc SIA “Impro ceļojumi” ieskata uz vārdu “eksotisks ceļojums” var daļēji attiecināt arī netālus ceļojumus, kuru programmā ir kāds ļoti neparasts objekts vai darbība, tūrisma biznesā klients ar vārdu *eksotisks* saprot kaut ko tālu, neparastu, tādēļ jebkurš ceļojums, kas ir ārpus Eiropas, klientu lielākā vairumā izpratnē ir eksotisks.

(16) Konkurences padome 31.10.2006. saņēma no SIA “Latvia Tours” informāciju par 2005. un 2006.gadā organizētajiem ceļojumiem. SIA “Latvia Tours” uzskata, ka no minētajiem tikai ceļojums uz ASV uzskatāms par eksotisku, jo saskaņā ar jēdziena *eksotisks* skaidrojumu ceļojums par tādu var tikt uzskatīts, ja tajā iekļauta neparastu un brīnumainu dabas veidojumu apskate vai iepazīšanās ar seno iedzīvotāju tradīcijām un kultūru.

(17) Konkurences padome 02.11.2006. saņēma no SIA “B&B Reklāma” informāciju par SIA “Jēkaba aģentūra” reklāmas publikācijām laikrakstā “Бизнес & Балтия” 2006.gadā.

(18) Konkurences padome 13.11.2006. saņēma no SIA “Novatours” informāciju, ka tā neorganizē ceļojumus uz Taizemi, bet piedāvā SIA “Impro ceļojumi” organizēto ceļojumu.

(19) Konkurences padome 16.11.2006. saņēma no SIA “Tez Tour” informāciju par tās piedāvātajiem pakalpojumiem. SIA “Tez Tour” ir starptautisks tūroperators, kas piedāvā atpūtu šādos kūrortos: Turcija, Ēģipte, Spānija, Taizeme, Kuba, Dominikāna. Šajās valstīs ir SIA “Tez Tour” pārstāvniecības, kas piedāvā pakalpojumus: sagaidīšana lidostā, viesnīca, pārlidojumu Rīga – Bangkoka, ekskursiju izvēli. SIA “Tez Tour” neorganizē grupu braucienus uz Taizemi, bet individuālās atpūtas tūres. SIA “Tez Tour” apstiprina, ka ceļojumu uz Taizemi uzskata par eksotisku un piedāvājumā izmanto šo nosaukumu – eksotiskā atpūta Taizemē.

(20) Konkurences padome 20.11.2006. saņēma no SIA „Laikraksts Diena” informāciju par SIA „Jēkaba aģentūra” reklāmas izplatīšanu laikrakstā „Diena” 2005.gadā.

(21) Konkurences padome 22.11.2006. saņēma no SIA “Relaks Tūre” informāciju par 2005. un 2006.gadā organizētajiem ceļojumiem.

(22) Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 61.pantu SIA „Impro ceļojumi” 30.11.2006. iepazīnās ar lietā Nr.2092/06/09/12 esošajiem materiāliem un izteica sekojošu viedokli par tiem. SIA „Impro ceļojumi” uzskata, ka lietā ir iegūta apjomīga informācija, kas ļauj pieņemt objektīvu lēmumu. Ja kāds uzņēmums ilgstoši izvieto reklāmu, kurā norādīts, ka tas ir līderis, tam jābūt acīmredzamam pārākumam pār citiem tirgus dalībniekiem. SIA „Jēkaba aģentūra” nekādā veidā nav pārāka, tāpēc tās reklāma nav pamatota. SIA „Impro ceļojumi” uzskata, ka nav neviena kritērija, kas pamatotu šādu reklāmu, arī iepazīstoties ar lietu, nav atrodams pamatojums šādai SIA „Jēkaba aģentūra” reklāmai. Tādēļ reklāmu uzskata par maldinošu un konkurenci kropļojošu, un tā apzināti maldina klientus. Vidusmēra patērētājam, uztverot reklāmu, ir skaidrs, ka jāiet uz SIA „Jēkaba aģentūra”, jo tur ir vislabākie ceļojumi. Šādi tiek nodarīts kaitējums gan SIA „Impro ceļojumi”, citiem tirgus dalībniekiem.

(23) SIA “Jēkaba aģentūra” pēc Konkurences padomes Biroja 22.11.2006. vēstulē Nr.3022 izteiktā uzaicinājuma savas tiesības iepazīties ar lietā Nr.2092/06/09/12 esošajiem materiāliem un sniegt viedokli neizmantoja.

Konkurences padome 04.12.2006. saņēma sekojošu papildus informāciju no SIA „Jēkaba aģentūra”. SIA „Jēkaba aģentūra” kopējais apgrozījums 2005.gadā bija Ls 1 359 937, bet apgrozījums, ko sastāda eksotiskie ceļojumi, ir aptuveni 10 % no kopējā apgrozījuma. SIA „Jēkaba aģentūra” arī norādījusi valstis, uz kurām tā kopš 2003.gada, kā arī pašlaik piedāvājusi un piedāvā eksotiskos ceļojumus.

#### **Lēmuma pamatojuma daļa**

(24) SIA „Jēkaba aģentūra” laikrakstos sniegtā informācija, kurā norādīts, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir eksotisko ceļojumu līderis, ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu (turpmāk tekstā – „Reklāma”) Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Saskaņā ar SIA „Jēkaba aģentūra” sniegto informāciju laikrakstos izplatītās Reklāmas mērķauditorija ir laikrakstu lasītāji - visi potenciālie klienti, tas ir, gan individuālie ceļotāji, gan grupu ceļojumu klienti.

(25) Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos un pārbaudītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka iesniegumā norādītās Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir SIA „Jēkaba aģentūra”. 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*.

(26) Saskaņā ar lietā esošo informāciju Reklāma tiek izplatīta latviešu valodā laikrakstā “Diena” (ceturtdienās, pielikumā “Tūrisms”) kopš 28.07.2005. (46 izvietojumi), laikrakstā “Latvijas Avīze” kopš 30.03.2006. (13 izvietojumi), žurnālā “Mājas Viesis” kopš 26.08.2005. (26 izvietojumi), laikrakstā “Ziemassvētku Avīze” vienu reizi 2005.gada decembrī. Reklāma tiek izplatīta krievu valodā laikrakstā “Бизнес & Балтия” kopš 10.02.2006. (9 izvietojumi).

Saskaņā ar lietā esošo informāciju SIA “Jēkaba aģentūra” arī turpmāk plāno izplatīt Reklāmu ar paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis*.

(27) SIA „Jēkaba aģentūra” Reklāmā, kas izplatīta preses izdevumos, sniegta šāda informācija latviešu un krievu valodā.

Reklāmas augšdaļā izvietota informācija par Reklāmas devēju, zem tās paziņojums *Eksotisko ceļojumu LĪDERIS*, vārdu *līderis* izceļot ar lielajiem burtiem. Zem iepriekšminētā paziņojuma sniegta informācija par piedāvātajiem ceļojumiem – valsts, uz kuru tiek piedāvāts ceļojums, tā cena un datumi. Reklāmas apakšējā daļā lieliem burtiem treknrakstā attēlota SIA “Jēkaba aģentūra” interneta mājas lapas adrese, noslēdzošajā daļā – informācija par Reklāmas devēja piedāvātajiem pakalpojumiem.

Piemēram, 10.08.2006. laikrakstā “Diena” sniegta šāda satura reklāma:

Jēkaba aģentūra  
ceļojumu birojs

Jēkaba kazarmas  
Torņa iela 4, III-C, 101, Rīga  
Tel.: 7356222, 7356225  
E-pasts: info@lidojumi.lv  
www.lidojumi.lv

**Eksotisko ceļojumu LĪDERIS**

**Taizeme** cena no 499 LVL  
11.09. un 02.10. (11 dienas)

Indija un Nepāla 29.09. - 12.10.2006, cena 1495 LVL  
Gruzija 03.10. - 11.10.2006, cena 589 LVL  
Filipīnu salu kruīzs 10.01. - 31.01.2007, cena 1999 LVL

Kurzemes piekraste un bākas 12.08., cena 11 LVL  
Ceļojums pa Igaunijas salām 18.08. - 20.08., cena 65 LVL  
Riekstu laiks Sāmsalā 16.09. - 17.09., cena 39 LVL  
Rudens šarms Latgalē 07.10. - 08.10., cena 29 LVL

Pēdējās minūtes cenas mūsu mājas lapā!  
**LIDOJUMI.LV**

NVS valstu vizas, aviobiļetes, prāmju biļetes, apdrošināšana,  
viēsniņu rezervēšana, auto noma

Reklāmas sastāvdaļu izvietojums dažādos preses izdevumos pēc būtības netiek mainīts, mainās vienīgi informācija par piedāvātajiem ceļojumiem. Laikrakstā “Latvijas Avīze”, žurnālā “Mājas Viesis” Reklāma ir izvietota horizontālā veidā, un tajā nav informācijas par ceļojumiem pa Latviju un Igauniju.

Reklāmā krievu valodā laikrakstā “Бизнес & Балтия” ietverts paziņojums *Лидер экзотических путешествий*, bet atšķirībā no Reklāmas latviešu valodā, krievu valodā vārds *līderis* nav izcelts ar lieliem burtiem. Cita informācija Reklāmā krievu valodā izvietota līdzīgi kā latviešu valodā. Tādējādi Reklāmas vēstījums krievu valodā uztverams tāpat kā latviešu valodā.

(28) SIA „Impro ceļojumi” ir LR Uzņēmumu reģistrā 19.12.1994. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003235627) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 09.09.2003.), kuras galvenais darbības veids ir tūrisma pakalpojumu sniegšana.

SIA „Jēkaba aģentūra” ir LR Uzņēmumu reģistrā 21.02.2003. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.40003620095) komercsabiedrība, kuras galvenais darbības veids ir tūrisma pakalpojumu sniegšana.

Gan SIA „Impro ceļojumi”, gan SIA „Jēkaba aģentūra” veic saimniecisko darbību kā tūrisma operatori un tūrisma aģenti, tādējādi ir uzskatāmas par tūrisma pakalpojumu sniegšanas tirgus dalībniekiem, kas konkurē.

(29) SIA „Impro ceļojumi” iebildumi pēc būtības ir par to, ka SIA „Jēkaba aģentūra” Reklāmā ietvērusi paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis*, jo uzskata, ka Reklāma rada iespaidu, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir pirmajā vietā citu Latvijas tūrfirmu vidū, tālu, neparastu, tas ir, eksotisku ceļojumu organizēšanā. SIA „Impro ceļojumi” uzskata, ka tai ir pamats apšaubīt, ka SIA „Jēkaba aģentūra” būtu pamats dēvēt sevi par *līderi* šādu ceļojumu organizēšanā, jo pastāv šaubas, ka ne pēc sniegto pakalpojumu skaita (apgrozījuma), ne pēc pakalpojumu cenas, ne pēc sniegto pakalpojumu kvalitātes, SIA „Jēkaba aģentūra” nav tik acīmredzami pārāka par citiem Latvijas tūrisma pakalpojumu tirgus dalībniekiem, kas piedāvā analogiskus ceļojumus, lai pamatoti dēvētu sevi par *līderi*, un tādējādi sniedz maldinošu reklāmu, līdz ar to noniecinot pārējos tirgus dalībniekus. SIA „Impro ceļojumi” uzskata, ka tās intereses ir aizskartas, jo SIA „Jēkaba aģentūra”, kas šādus pakalpojumus sniedz daudz mazākos apmēros, sauc sevi par *līderi* un tādējādi nepamatoti piesaista klientus.

(30) 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*. Atbilstoši Reklāmas likuma 8.panta trešās daļas 3.punktam *nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes – atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par reklāmas devēju, arī tā(..)labajām īpašībām, kvalifikāciju(..)*.

Tādējādi no Reklāmas likuma 8.panta izriet, ka, izvērtējot Reklāmu, ir jāņem vērā ne tikai Reklāmā ietvertā informācija, bet arī tās pasniegšanas veids. Šīs lietas kontekstā ir pamatoti norādīt uz Administratīvās rajona tiesas 28.10.2004. spriedumā lietā Nr.42064704, izteikto secinājumu par to, ka *reklāmas izvērtēšanā ir jāņem vērā ne tikai tajā ietvertā informācija, bet arī pasniegšanas veids. Pieļauts, ka maldinoša ir arī tāda reklāma, kas maldina vai varētu maldināt netieši. Tas nozīmē, ka reklāmas izvērtējumā nav jāpieturas tikai pie burtiska un šaura reklāmā ietvertās informācijas izvērtējuma, bet jāvērtē reklāma plašākā kontekstā, ņemot vērā tās pasniegšanas veidu. Turklāt reklāmas pastāvošā vai iespējamā ietekme jāvērtē attiecībā uz personām, kuru ekonomisko rīcību reklāma var ietekmēt* (skat. Administratīvās rajona tiesas 28.10.2004. spriedums lietā Nr.42064704, 8.punkts).

Arī Administratīvā apgabaltiesa 08.11.2005. spriedumā lietā Nr.A420264704, tulkojot Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu kopsakarā ar Reklāmas likuma 8.pantu, nonākusi pie secinājuma, ka *no minētajām Reklāmas likuma normām izriet, 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).

(31) Pārbaudot apstrīdētās reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem, Konkurences padome konsekvēnti ir atzinusi, ka reklāmas izvērtējumā ir jāņem vērā tas, kā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs. Līdz ar to iespējamā maldinājuma mērogs nav pavisms, nolaidīgs un vieglprātīgs, bet gan vidusmēra patērētājs, kurš ir samērā labi informēts, vērgs un piesardzīgs. Izvērtējot SIA „Jēkaba aģentūra” Reklāmu, jāņem vērā Konkurences padomes līdzšinējā prakse Reklāmas izvērtējumā ņemt vērā vidusmēra patērētāja uztveri (Konkurences padomes 08.11.2005. lēmums Nr.60, Latvijas Vēstnesis Nr.186, 22.11.2005. Konkurences padomes 18.01.2006. lēmums Nr.2, Latvijas Vēstnesis Nr.21, 03.02.2006., Konkurences padomes 04.10.2006. lēmums Nr.110, Latvijas Vēstnesis

Nr.180, 09.11.2006.). Minēto reklāmas izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi arī Administratīvā apgabaltiesa (Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienu tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienu tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienu tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr.C-44/01, 55.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienu tiesas 19.09.2006. spriedums lietā Nr.C-356/04, 78.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>).

**(32)** Reklāmas likuma izpratnē jebkuram tirgus dalībnieka reklāmā sniegtajam paziņojumam attiecībā uz šo tirgus dalībnieku, arī tā īpašībām vai kvalifikāciju, ja paziņojuma precizitāti un pareizību iespējams objektīvi pārbaudīt, jābūt patiesam. Šāds ar Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu noteiktais ierobežojums ir būtisks sabiedrības un ar reklāmas apgalvojumu iespējami aizskarto tirgus dalībnieku likumisko interešu nodrošināšanas garants. Reklāmā lietotam apzīmējumam, ja tas raksturo tirgus dalībnieku, tā piedāvātās preces un to iespējams objektīvi pārbaudīt arī, piemēram, salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem, šādam raksturojumam jābūt objektīvi pamatotam. Ja attiecīga objektīva pamatojuma nav, reklāma atzīstama par maldinošu (skat. Konkurences padomes 14.05.2003. lēmums Nr.17, publ. 27.05.2003. Latvijas Vēstnesis Nr.78; Konkurences padomes 14.07.2005. lēmums Nr.26, publ. 09.08.2005. Latvijas Vēstnesis Nr.124; Konkurences padomes 31.05.2006. lēmums Nr.50, publ. 28.06.2006. Latvijas Vēstnesis Nr.99).

Atbilstoši iesniedzēja, SIA „Jēkaba aģentūra” un ALTA pārstāvju sniegtajai informācijai, uzskatāms, ka Reklāmā sniegtā paziņojuma *eksotisko ceļojumu līderis* atbilstība faktiskajiem apstākļiem, ir pārbaudāma.

Lietas procesa dalībnieki ir snieguši atšķirīgu viedokli par to, kādi ceļojumi uzskatāmi par eksotiskiem. SIA „Jēkaba aģentūra” ir pieļāvusi, ka eksotisks ceļojums varētu būt arī tāds ceļojums, piemēram, uz Igauniju vai Lietuvu, kurā ietverti kādu Latvijas iedzīvotājam eksotisku vietu apmeklējumi. Tomēr tūrisma nozarē pastāv vispārīgi principi, kas nosaka, vai piedāvātais ceļojums ir *eksotisks*. Iesniedzējs norādījis, ka vārds *eksotisks*, *eksotika* tiek skaidrots kā *neparastu, svešu, tālām zemēm raksturīgu īpatnību, piemēram, dabas parādību, iedzīvotāju paražu kopums; tāls, svešzemju* (Svešvārdu vārdnīca. – R.:Jumava, 1999. – 184.lpp.). Uz iepriekšminēto vārda *eksotisks*, *eksotika* skaidrojumu Svešvārdu vārdnīcā 13.10.2006. vēstulē Nr.13/10/06-2 atsaukusies arī SIA “Jēkaba aģentūra”. Arī atbilstoši ALTA viedoklim ar nosaukumu *eksotiskie ceļojumi* tūrisma nozarē apzīmē ceļojumus uz Latvijas iedzīvotājiem neparastām tālām zemēm ar savdabīgu kultūru, tradīcijām, brīnumainu, mežonīgu dabu. Kopumā Konkurences padome piekrīt SIA „Impro ceļojumi” un SIA „Jēkaba aģentūra” viedoklim, ka ceļojumi ārpus Eiropas uzskatāmi par eksotiskiem ceļojumiem. Šādus ceļojumus organizē un piedāvā gan SIA „Impro ceļojumi”, gan SIA „Jēkaba aģentūra”.

**(33)** Apgalvojums, ka uzņēmums kādā nozarē ir *līderis*, parasti piesaista uzmanību un tiek uztverts nopietni no reklāmas mērķauditorijas puses, kā svarīgs vēstījums par uzņēmumu. Apzīmējums *līderis* informē par tirgus dalībnieka īpašo stāvokli tirgū, kas pēc konkrētai nozarei (pakalpojumu jomai) būtiskiem rādītājiem to izceļ starp citiem tirgus dalībniekiem. Tas vieš uzticību, informē, ka šādas informācijas sniedzējs ir apsteidzis citus tirgus dalībniekus pēc nozarei (pakalpojumu jomai) svarīgiem kritērijiem, respektīvi, ir ieguvis ievērojamu tirgus daļu reklamēto pakalpojumu sniegšanā, ir realizējis apjomīgāko, arī kvantitatīvi nozīmīgāko skaitu projektu (veikto un plānoto ceļojumu) un ir apkalpojis lielāko skaitu tūristu konkrētā laika periodā (piemēram, pēdējā gada laikā), piedāvā plašāko ceļojumu skaitu un pēc citiem tieši *līderim* tirgū noteicošajiem kritērijiem ir pārāks pār citiem konkrētās nozares uzņēmumiem, kas ļauj uzskatīt to par *līderi* starp citiem tirgus dalībniekiem. Turklāt, ievērojot minēto, ir pamatots SIA „Relaks Tūre”, ALTA un iesniedzēja viedoklis, ka tikai

kritēriju kopums var norādīt uz kāda tirgus dalībnieka līdera lomu noteiktu pakalpojumu sniegšanā.

Tādējādi paziņojums *eksotisko ceļojumu līderis* nozīmē un šāda vēstījuma saņēmējiem uztverams, ka tieši starp tirgus dalībniekiem, kas piedāvā eksotiskos ceļojumus, būtiskiem rādītājiem šāda paziņojuma sniedzējs ir pārsniedzis un apsteidzis citus tirgus dalībniekus. Ievērojot iepriekšminēt, par *eksotisko ceļojumu līderi* var tikt uzskatīts, piemēram, uzņēmums ar lielāko tirgus daļu un daudzveidīgāko ceļojumu klāstu, ja pie tam šāds stāvoklis ir noturīgs. Tā to pamatoti var uztvert arī šādas informācijas saņēmējs.

Paziņojums *Eksotisko ceļojumu līderis* SIA “Jēkaba aģentūra” Reklāmā nav sasaistīts ar kādām norādēm, ka tas būtu attiecināms tikai uz atsevišķiem tūrisma pakalpojumiem eksotisko ceļojumu jomā vai uz atsevišķiem eksotiskiem maršrutiem vai kā savādāk precizēts vai paskaidrots. Līdz ar to Reklāmas vēstījuma saņēmēji var saprast, ka SIA “Jēkaba aģentūra” ir *līderis* pēc visiem nozarei (pakalpojumu jomai) svarīgiem kritērijiem eksotisko ceļojumu jomā vispār, visos ar to saistītos pakalpojumos.

**(34)** SIA „Jēkaba aģentūra” paskaidrojusi, ka tā Reklāmā sniegusi paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis*, jo:

- 1) direktors U.Alksnis ir atpazīstams (un ir līderis) tūrisma jomā;
- 2) SIA „Jēkaba aģentūra” ir atpazīstama, kaut gan reģistrēta tikai ceturto gadu;
- 3) kā pirmie ir organizējuši atsevišķus ceļojumus kopš 1991.gada. Kopš 2003.gada kā pirmā SIA „Jēkaba aģentūra” piedāvājusi (izstrādājusi) ceļojumus uz Madagaskaru, Burkina Faso, Mali, Ugandu un Kongo, Papua Jaungvineju, Laosu, Vjetnamu, Kambodžu, Tibetu, Jordāniju, Sīriju, Libānu, Irānu, Antarktīdu;
- 4) SIA „Jēkaba aģentūra” vienīgā organizējusi individuālo ceļojumu uz Kuveitu, arī uz Panamu, Bermudu salām, un var organizēt ceļojumu uz jebkuru pasaules valsti;
- 5) SIA „Jēkaba aģentūra” vēsturiski ir bijusi *līderis* jeb vadošā firma, kurai pieder lielākais eksotisko ceļojumu vai ceļotāju skaits tūrisma tirgū kādā noteiktā maršrutā, piemēram, vislielākais ceļojumu un ceļotāju skaits uz Taizemi.

**(35)** Izvērtējot SIA „Jēkaba aģentūra” Reklāmu un SIA „Jēkaba aģentūra” sniegtos argumentus par SIA “Jēkaba aģentūra” un tās direktora U.Alksņa atpazīstamību, Konkurences padome norāda sekojošo.

No Reklāmas kopējā satura tās vēstījuma saņēmējiem ir saprotams, ka tieši SIA “Jēkaba aģentūra” ir *līderis eksotisko ceļojumu jomā*, nevis, piemēram, tās direktors Uldis Alksnis, kā to pamato SIA “Jēkaba aģentūra”. Turklāt, Reklāmā pat nav sniegta informācija, kas ir tās direktors. Savukārt, tas, ka SIA „Jēkaba aģentūra” direktors, kurš kādā jomā darbojies ilgi un, iespējams, sekmīgi citos uzņēmumos (kopš 1994.gada līdz 2001.gadam U.Alksnis bija SIA „Impro ceļojumi” amatpersona un dalībnieks) pats par sevi nenozīmē, ka viņa pašreiz vadītais uzņēmums SIA “Jēkaba aģentūra” ir *līderis* konkrētajā nozarē (pakalpojumu jomā). Tādējādi Konkurences padome uzskata, ka uzņēmuma direktora iespējamā popularitāte jeb atpazīstamība nevar būt pietiekams pamatojums, lai uzskatītu, ka SIA “Jēkaba aģentūra” ir *eksotisko ceļojumu līderis*. Turklāt, SIA “Jēkaba aģentūra” nav iesniegusi nekādus pierādījumus, kas apstiprinātu, ka tās direktors Uldis Alksnis ir sabiedrībā pazīstamākā persona eksotisko ceļojumu jomā.

Konkurences padome norāda, ka arī tāds kritērijs kā uzņēmuma atpazīstamība pats par sevi nevar būt pietiekams, lai šī iemesla dēļ uzņēmums pamatoti Reklāmā sevi dēvētu par *līderi*. Uzņēmuma atpazīstamība ir saistīta un izriet no citiem kritērijiem, piemēram, piedāvājumu daudzveidības, organizēto ceļojumu un apkalpoto tūristu skaita (skat. šī lēmuma 33.punkts), tādējādi šādu pārbaudāmu kritēriju kopums var būt pietiekams pamats uzņēmumam Reklāmā sevi dēvēt par līderi. Turklāt, SIA “Jēkaba aģentūra” nav arī iesniegusi pierādījumus, kas apstiprinātu, ka tā ir sabiedrībā atpazīstamākā kā uzņēmums eksotisko

ceļojumu jomā. Tieši pretēji, atbilstoši SIA "Impro ceļojumi" iesniegtajiem pierādījumiem laikrakstā "Diena" 2006.gadā publicētajā pētījumā *Uzņēmumu Reputācijas TOP 70*. vietā norādīta SIA "Novatours", 72.vietā - SIA "Impro ceļojumi", bet šajā pētījumā par uzņēmumu reputāciju nav ietverta SIA "Jēkaba aģentūra".

Līdz ar to Konkurences padome noraida SIA "Jēkaba aģentūra" šī lēmuma 34.punktā (1.,2. iebildums) norādīto argumentu par SIA "Jēkaba aģentūra" un tās direktora U.Alkšņa atpazīstamību kā pamatojumu Reklāmā ietvertajam paziņojumam *Eksotisko ceļojumu līderis*.

**(36)** SIA "Jēkaba aģentūra" šī lēmuma 34.punktā (3.,4. iebildums) norādīto kā pamatojumu Reklāmai, ka tā pirmā organizējusi ceļojumus uz vairākām valstīm gan kā grupu ceļojumus, gan kā individuālos kopš 1991.gada, iesniedzējs un ALTA uzskata par nepietiekamu, lai uzskatītu SIA "Jēkaba aģentūra" par *eksotisko ceļojumu līderi*. Arī citi tūrisma pakalpojumu sniedzēji organizē individuālos ceļojumus un ceļojumus pēc pasūtījumiem uz dažādām pasaules valstīm, kurus nereklamē, līdz ar to nav iespējams noteikt, kurš tirgus dalībnieks ceļojumu uz kādu valsti organizējis pirmais. Turklāt, kā iepriekš lēmuma 35.punktā konstatēts, par SIA "Jēkaba aģentūra" Reklāmas pamatojumu nevar uzskatīt U.Alkšņa darbību tūrisma jomā līdz SIA "Jēkaba aģentūra" dibināšanai 2003.gadā.

SIA "Jēkaba aģentūra" nav iesniegusi pierādījumus, ka tā pirmā organizējusi ceļojumus uz vairākām valstīm, nav arī sniegusi informāciju, ka tā būtu, piemēram, veikusi pētījumu par citu tirgus dalībnieku organizētajiem ceļojumiem, kura rezultātā būtu secināts, ka uz Reklāmas izplatīšanas laiku SIA "Jēkaba aģentūra" organizējusi visvairāk jaunu eksotisku ceļojumu un kā pirmā no Latvijas tūrisma operatoriem. Tādējādi SIA "Jēkaba aģentūra" nav ievērojusi no Reklāmas likuma 15.panta otrās daļas izrietošo pierādīšanas pienākumu.

Saskaņā ar lietā esošo informāciju, piemēram, SIA "Ar-Tur" piedāvā ekskursiju uz Šrilanku, SIA "Relaks Tūre" uz Argentīnu un Brazīliju, SIA "Impro ceļojumi" 2005. un 2006.gadā ir organizējusi ceļojumus uz Keniju, Japānu, Indiju, Ķīnu, Maroku, Singapūru, Malaiziju un Indonēziju. Tūrisma operators SIA "Tez Tour" pastāvīgi piedāvā ceļojumus uz Kubu, Dominikānu u.c. tālām valstīm. Tādējādi Konkurences padome secina, ka arī citi tirgus dalībnieki piedāvā patērētājiem jaunus eksotiskus ceļojumus, un fakts, ka to dara arī SIA "Jēkaba aģentūra", pats par sevi neliecina, ka tā ir *eksotisko ceļojumu līderis* kopš 2005.gada jūlija, kad Reklāma sāka izplatīt. Turklāt, patērētājiem ir svarīga pieejamo pakalpojumu (ceļojumu) daudzveidība laikā, kad viņi vēlas doties ceļojumā, nevis, piemēram, fakts, ka uzņēmums divus vai trīs gadus atpakaļ kā pirmais ir organizējis vienu ceļojumu uz kādu valsti. Tādējādi nav korekti Reklāmā pozicionēt uzņēmumu kā *līderi*, pamatojot to ar eksotiskiem ceļojumiem, kas organizēti vairākus gadus atpakaļ vai, iespējams, ir plānoti nākotnē, bet Reklāmas izplatīšanas laikā patērētājiem nav pieejami.

Lai konstatētu un salīdzinātu, cik un kādus eksotiskus ceļojumus laika periodā, kad izplatīta Reklāma, ir piedāvājuši tūrisma operatori Latvijā (respektīvi, kāda tūristiem bijusi pieejama eksotisko ceļojumu izvēle) Konkurences padome ir pieprasījusi informāciju no tirgus dalībniekiem par to 2005. un 2006.gadā organizētajiem ceļojumiem un ceļotāju skaitu. SIA "Jēkaba aģentūra" šādu informāciju nav sniegusi, 27.10.2006. vēstulē norādot, ka tā iepriekš jau sniegusi izsmeļošu atbildi uz Konkurences padomes jautājumiem, savukārt, 04.12.2006. saņemtajā vēstulē SIA "Jēkaba aģentūra" uzskaitījusi valstis, uz kurām organizējusi ceļojumus *kopš uzņēmuma reģistrācijas 2003.gadā*. Taču Konkurences padome no SIA "Jēkaba aģentūra" sniegtās informācijas nevar secināt, kādus ceļojumus tā ir piedāvājusi tieši kādā no sezonām 2005. un 2006.gadā, tas ir, laikā, kad izplatīta Reklāma, un salīdzināt SIA "Jēkaba aģentūra" piedāvāto ceļojumu klāstu ar citu tirgus dalībnieku piedāvājumiem.

Ievērojot minēto, SIA "Jēkaba aģentūra" sniegtā informācija uzskatāma par nepietiekamu un ir pamatoti atzīt, ka Reklāmas atbilstība likuma prasībām nav pierādīta.



(37) Konkurences padomes rīcībā ir informācija par SIA “Jēkaba aģentūra” organizētajiem ceļojumiem 2005. un 2006.gadā (līdz oktobrim ieskaitot), ko iesniegusi SIA “Relaks Tūre”. Tabulās Nr.1 un Nr.2 sniegts tirgus dalībnieku piedāvāto ceļojumu ārpus Eiropas skaita salīdzinājums 2005. un 2006.gadā.

Tabula Nr.1 Ceļojumi ārpus Eiropas 2005.gadā

Mēnesis	SIA “Jēkaba aģentūra”	SIA “Impro ceļojumi”	SIA “Relaks Tūre”
Janvāris		ASV - 2x, Meksika	
Februāris		Apvienotie Arābu Emirāti, Ēģipte, Meksika	
Marts	Taizeme	Ēģipte, Meksika, Taizeme – 2x	Meksika, Apvienotie Arābu Emirāti, Malaizija un Singapūra
Aprīlis	Irāna	Ēģipte, Izraēla, Tunisija, Uzbekistāna	Japāna
Maijs		Japāna, Turcija	Turcija
Jūnijs			
Jūlijs		ASV un Islande – 2x ASV, Kanāda – 2x	
Augusts			
Septembris	Ķīna	Ķīna, Tunisija, Turcija	Taizeme, Turcija – 2x, ASV
Oktobris	Indija un Nepāla, Peru	Ēģipte, Kenija, Maroka, Taizeme – 3x, Tunisija, Turcija - 2x	Argentīna, Argentīna un Brazīlija, Kostarika, Turcija, Apvienotie Arābu Emirāti
Novembris	Papua Jaungvineja	Ēģipte – 2x, Ēģipte un Jordānija, Indija, Peru, Taizeme – 4x	Venecuēla
Decembris		Ēģipte, Taizeme	
<b>Kopējais ceļojumu skaits (t.s.k apmeklēto)</b>	<b>6 (7)</b>	<b>44 (18)</b>	<b>15 (12)</b>

valstu skaits)			
----------------	--	--	--

Tabula Nr.2 Ceļojumi ārpus Eiropas 2006.gadā  
(t.sk. ceļotāju skaits augustā, septembrī, oktobrī)

Mēnesis	SIA "Jēkaba aģentūra"	SIA "Impro ceļojumi"	SIA "Latvia Tours"	SIA "Relaks Tūre"
Janvāris	Taizeme	Taizeme		
Februāris	Taizeme	Ēģipte, Indija, Meksika, Taizeme – 2x		Namībija (Transāfrika)
Marts	Taizeme	Ēģipte – 2x, Indija, Meksika – 3x, Taizeme – 2x		Kostarika un ASV, Meksika, Namībija (Transāfrika)
Aprīlis	- Kambodža, Laosa un Vjetnama, - Ēģipte, Jordānija, Sīrija un Libāna	Ēģipte, Izraēla, Tunisija		
Maijs		Japāna, Ķīna, Tunisija, Turcija, Uzbekistāna		
Jūnijs		ASV un Islande		
Jūlijs		ASV un Islande		Alžīra, ASV un Islande
Augusts	Uzbekistāna (**)	Irāna (8), Turcija (10)		
Septembris	Tibeta un Nepāla (**), Ķīna un Honkonga (**), Indija un Nepāla (**)	ASV – 2x (35) + (35), Tunisija – 3x (14) + (34) + (34), Turcija – 2x (18) + (27)		Argentīna (22)
Oktobris	Taizeme – 3x (**) + (**) + (**), Peru (**)	Ar felluku pa Nīlu – 2x (16) + (16), Indija (11), Kenija (9), Ķīna (19), Singapūra, Malaizija un Indonēzija (30),	Lielā Kanjonu tūre ASV (23)	Argentīna un Brazīlija (19), Maroka (18), Turcija (35)

		Maroka (42), Meksika (24), Nepāla un Tibeta (10), Taizeme – 6x (22) + (32) + (16) + (33) + (29) + (20), Taizeme un Kambodža (15) Tunisija (16) Turcija (23)		
<b>Kopējais ceļojumu skaits</b> (t.s.k apmeklēto valstu skaits)	<b>13</b> (15)	<b>51</b> (21)	<b>1</b> (1)	<b>10</b> (10)
<b>Kopējais ceļotāju skaits</b> (augusts – oktobris)	(**)	596	23	94

Lietā nav strīda par to, ka kopumā ceļojumi ārpus Eiropas uzskatāmi par eksotiskiem (skat. Lēmuma 32.punkts). No tabulās Nr.1 un Nr.2 ietvertās informācijas secināms, ka plašāko ceļojumu skaitu un klāstu ārpus Eiropas šajā un iepriekšējā gadā ir piedāvājusi SIA “Impro ceļojumi”, t.sk. lielāko ceļojumu skaitu, piemēram, uz SIA “Jēkaba aģentūra” norādīto Taizemi. Visiem tabulā norādītajiem tirgus dalībniekiem ir tādi ceļojumi, kurus citi tirgus dalībnieki nepiedāvā. Līdz ar to šīs Reklāmas izvērtējuma kontekstā ir noraidāms SIA “Jēkaba aģentūra” arguments, ka SIA “Jēkaba aģentūra” ir *eksotisko ceļojumu līderis*, tā kā pirmā vai vienīgā organizējusi ceļojumus uz atsevišķām valstīm, un ir noraidāms arī arguments, ka SIA “Jēkaba aģentūra” pieder lielākais eksotisko ceļojumu skaits tūrisma tirgū kādā noteiktā maršrutā, piemēram, vislielākais ceļojumu skaits uz Taizemi. SIA “Jēkaba aģentūra” lietas izpētes gaitā nav iesniegusi informāciju, cik ceļojumu uz Taizemi tā ir noorganizējusi un cik noorganizējuši citi tirgus dalībnieki, atzīstot, ka tai nav bijusi pieejama informācija par citu tirgus dalībnieku organizētajiem ceļojumiem. No tabulās Nr.1 un Nr.2 apkopotās informācijas secināms, ka SIA “Jēkaba aģentūra” 2005. un 2006.gadā organizējusi 7 ceļojumus uz Taizemi, bet SIA “Impro ceļojumi” – 22 ceļojumus. Savukārt, SIA “Juniversal” uz Taizemi 2005. un 2006.gadā kopā nosūtījusi 272 tūristus, bet SIA “Tez Tour” – 155 tūristus.

Turklāt, saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju, kuru iesniegusi SIA “Relaks Tūre”, SIA “Jēkaba aģentūra” nav organizējusi tās minētos ceļojumus uz Madagaskaru, Burkina Faso, Mali, Ugandu un Kongo, Irānu, Antarktīdu 2005. un 2006.gadā. Līdz ar to šāds arguments kā pamatojums SIA “Jēkaba aģentūra” Reklāmai, kas izplatīta no 2005.gada jūlija, ir pilnībā noraidāms.

SIA “Jēkaba aģentūra” kā pamatojumu Reklāmai norādījusi arī, ka tā ir vienīgā organizējusi individuālos ceļojumus uz Kuveitu, Panamu un Bermudu salām, kā arī var noorganizēt individuālos ceļojumus uz jebkuru valsti.

SIA “Jēkaba aģentūra” nav iesniegusi nekādu informāciju par to, ka tā būtu veikusi kādu pētījumu par citu tirgus dalībnieku organizētajiem individuālajiem ceļojumiem, kura rezultātā būtu secināms, ka SIA “Jēkaba aģentūra” uzskatāma par *līderi*, jo, piemēram,

organizējusi visvairāk individuālo ceļojumu maršrutos, kuros citi individuālos ceļojumus nav organizējuši. SIA "Jēkaba aģentūra" kā viens no Reklāmas pamatojumiem norādītais arguments, ka tā var organizēt individuālo ceļojumu uz jebkuru valsti, nav pamatots, jo, kā lietā konstatēts, arī citi tirgus dalībnieki organizē ceļojumus pēc īpašiem pasūtījumiem uz jebkuru valsti. Tādējādi, ņemot vērā iepriekš minēto, SIA "Jēkaba aģentūra" arguments, ka tā uzskatāma par *eksotisko ceļojumu līderi*, jo tā ir vienīgā organizējusi individuālos ceļojumus uz atsevišķām valstīm un var organizēt individuālos ceļojumus uz jebkuru pasaules valsti, ir noraidāms.

**(38)** SIA „Jēkaba aģentūra” norādījusi, ka piekrīt visiem ALTA nosauktajiem kritērijiem, kuru izpildes rezultātā tūrisma pakalpojumu sniedzējs varētu saukt sevi par līderi, un uzskata, ka atbilst visiem šiem kritērijiem eksotisko ceļojumu jomā, tas ir, 1) attiecīgā produkta īpatsvars analoga produkta piedāvājumu tirgū kopumā; 2) piedāvājumu daudzveidība salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem; 3) attiecīgā produkta pārdošanas apjomi un apkalpoto tūristu skaits salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem noteiktā laika periodā; 4) tūrisma firmas atpazīstamība eksotisko ceļojumu pārdošanā, 5) tūrisma firmas – produkta veidotāja sadarbība ar aģentiem, kas šo produktu pārdod klientiem.

Tomēr SIA „Jēkaba aģentūra” nav iesniegusi ne pierādījumus, ne arī informāciju, ka tā būtu veikusi kādus aprēķinus (guvusi pamatojumu), kuru rezultātā būtu secināts, ka SIA „Jēkaba aģentūra” ir *līdere eksotisko ceļojumu jomā* atbilstoši iepriekšminētajiem kritērijiem. Vēl jo vairāk, lēmuma 35.-37.punktos konstatētais liecina par pretējo.

Bez tam lietā esošā informācija par konkrētā tirgus dalībnieku apgrozījumu liecina, ka SIA "Jēkaba aģentūra" 2005.gada kopējais apgrozījums bija mazāks nekā vairākiem citiem konkrētā tirgus dalībniekiem. Atbilstoši iesniedzēja sniegtajai informācijai SIA "Impro ceļojumi" apgrozījums 2005.gadā eksotisko grupu ceļojumu jomā sastādīja aptuveni sesto daļu jeb Ls 1 005 018 no SIA „Impro ceļojumi” kopējā finansu gada neto apgrozījuma Ls 6 056 706. SIA "Relaks Tūre" norādījusi, ka tā aptuvenais apgrozījums eksotisko ceļojumu jomā 2005.gadā bijis Ls 280 582,8 jeb 15 % no kopējā apgrozījuma Ls 1 870 552. Salīdzinājumam SIA „Jēkaba aģentūra” 2005.gada kopējais apgrozījums ir Ls 1 359 937, no kā aptuveni 10 % sastāda eksotisko ceļojumu joma, tas ir aptuveni Ls 135 993,70. Līdz ar to, pie šādiem apstākļiem, nav pamata uzskatīt, ka SIA "Jēkaba aģentūra" apgrozījums eksotisko ceļojumu jomā bija vislielākais 2005.gadā.

SIA „Jēkaba aģentūra” argumentam, ka tā ir ierindojama līderu grupā eksotisko ceļojumu organizēšanā, nav nozīmes konkrētās Reklāmas novērtēšanā, jo, kā konstatēts, Reklāmā nav sniegta informācija, ka SIA "Jēkaba aģentūra" būtu viens no līderiem vai ierindojama līderu grupā, bet gan Reklāmā ir sniegts viennozīmīgi saprotams paziņojums *Eksotisko ceļojumu līderis*, līdz ar to norādot, ka tā ir *līderis* starp citiem tirgus dalībniekiem.

**(39)** Ņemot vērā lēmuma 35.-38.punktā konstatēto, Konkurences padome uzskata, ka SIA "Jēkaba aģentūra" iesniegtā informācija neapstiprina Reklāmas paziņojumu un ir nepietiekama, lai SIA "Jēkaba aģentūra" Reklāmu ar tajā ietverto paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis* uzskatītu par atbilstošu faktiskajiem apstākļiem un līdz ar to Reklāmas likuma prasībām. Saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta otro daļu Konkurences padome ir tiesīga uzskatīt reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) par neprecīzu vai nepareizu, ja Reklāmas devējs pierādījumus noteiktā termiņā nesniedz vai tie nav pietiekami. Līdz ar to Konkurences padome uzskata, ka SIA "Jēkaba aģentūra" Reklāmā ietvertais paziņojums *Eksotisko ceļojumu līderis* ir nepatiess un maldinošs.

SIA "Jēkaba aģentūra" Reklāmā nepamatoti izcēlusi sevi kā *līderi eksotisko ceļojumu jomā* starp citiem tirgus dalībniekiem. Ja vispārināta reklāmas paziņojuma, kā tas ir šajā gadījumā, atbilstību faktiskajiem apstākļiem Reklāmas devējs nevar pamatot ar to apstiprinošiem pierādījumiem, šāda Reklāmas vēstījuma saņēmēji var tikt maldināti un

Reklāma var ietekmēt to ekonomisko rīcību. Turklāt šāda Reklāma var kaitēt arī konkurentam, kas pamatoti var tikt uzskatīts par *līderi* (skat. arī Konkurences padomes 17.07.2006. lēmums Nr.80, Latvijas Vēstnesis Nr.122, 03.08.2006.). Tādējādi, ņemot vērā lēmumā konstatētos faktiskos un tiesiskos apstākļus, atzīstams, ka SIA “Jēkaba aģentūra”, izplatot Reklāmu ar paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis*, nav ievērojusi Reklāmas likuma 8.pantā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu. Vienlaikus, tā kā Reklāmā ir sniegta faktiskajiem apstākļiem neatbilstoša, maldinoša informācija par SIA “Jēkaba aģentūra” īpašo stāvokli tirgū, un tas var skart citu tirgus dalībnieku tiesiskās intereses, Konkurences padome atzīst, ka Reklāma nav patiesa, tā nav veidota atbilstoši godīgas konkurences principiem, un līdz ar to SIA “Jēkaba aģentūra” nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā reklāmai izvirzītās vispārīgās prasības.

**(40)** Saskaņā ar Reklāmas likuma 14.panta trešo daļu *Uzraudzības iestāde*, konstatējot pārkāpumu, pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem. Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 3.punkts nosaka, ka *Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā aizliedz reklāmas izplatīšanu*. Šāda tiesiskā pienākuma uzlikšana ir saistīta ar mērķi pārtraukt normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas izplatīšanu. Saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 4.punktu *Uzraudzības iestāde, konstatējot pārkāpumu, ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā pieprasa reklāmas atsaukumu*. Šāda tiesiskā pienākuma uzlikšana ir saistīta ar mērķi ir novērst Reklāmas likuma noteikumiem neatbilstošas reklāmas negatīvo ietekmi un sekas, kas šajā gadījumā izpaužas kā patērētāju maldināšana, kā arī atturēt pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no Reklāmas likuma pārkāpumu izdarīšanas. Minētā mērķa sasniegšana iespējama tikai, pieprasot Reklāmas devējam tās atsaukumu. Atbilstoši Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktam *Uzraudzības iestāde, konstatējot pārkāpumu, ir tiesīga lemt arī par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un par administratīvā soda piemērošanu*.

Nosakot SIA „Jēkaba aģentūra” uzliedzamo tiesisko pienākumu, Konkurences padome ņem vērā lietā Nr.2092/06/09/12 noskaidrotos apstākļus, to, ka SIA „Jēkaba aģentūra” turpina sniegt Reklāmu un plāno to darīt arī turpmāk (skat. lēmuma 26.punkts), Reklāmas atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu (apstrīdētā Reklāmas paziņojuma ietekmi), pasniegšanas veidu un noformējumu, tās izplatīšanas ilgumu, kas vērtējams kā ilgs laika periods (Reklāma izplatīta kopš 28.07.2005.), teritorijas robežas (Reklāma izplatīta visā Latvijas Republikas teritorijā), izplatīšanas veidu un apjomu, kas vērtējams kā vidēji liels (Reklāma izplatīta preses izdevumos „Diena”, „Mājas Viesis”, „Ziemassvētku Avīze”, „Latvijas Avīze” un “Бизнес & Балтия“, kopā 95 izvietojumi), to, ka Reklāmas izplatīšanā izmantoti plašsaziņas līdzekļi, tādējādi nodrošinot lielāku Reklāmas iedarbību uz iespējami plašāku auditoriju, kā arī ievēro samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību, tam uzliedzamo ierobežojumu un konkurentu, Reklāmas mērķauditorijas un visas sabiedrības tiesiskās intereses, t.sk. tiesības saņemt Reklāmas likuma noteikumiem atbilstošu Reklāmu, un šo interešu aizskārums, kā arī tiesiskā pienākuma preventīvo funkciju. Vadoties no Administratīvā procesa likuma 4.pantā noteiktajiem vispārējiem tiesību principiem un 66.panta pirmajā daļā noteiktajiem lietderības apsvērumiem, Konkurences padome atzīst, ka SIA „Jēkaba aģentūra”, pirmkārt, nosakāms aizliegums turpmāk izplatīt Reklāmu ar tajā ietvertu paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis (Лидер экзотических путешествий)*, otrkārt, uzliedzams pienākums atsaukt Reklāmas paziņojumu lēmuma nolemjošajā daļā norādītajā veidā un apjomā, treškārt, ir uzsākama lietvedība administratīvā pārkāpuma lietā.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 8.pantu, 10.panta pirmo, otro un trešo daļu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu, 15.panta otro daļu, ceturtais daļas 3. un 5.punktu, piekto, sesto un septīto daļu un Administratīvā procesa likuma 4.pantu un 66.panta pirmo daļu,

## nolēma:

1) Aizliegt SIA „Jēkaba aģentūra” turpmāk izplatīt Reklāmu ar paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis (Лидер экзотических путешествий)*.

2) Uzlikt par pienākumu SIA „Jēkaba aģentūra” 30 dienu laikā no šī lēmuma saņemšanas dienas patērētājiem saprotamā un viegli uztveramā veidā atsaukt Reklāmā ietvertu paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis (Лидер экзотических путешествий)*.

Reklāmā ietvertā paziņojuma atsaukumu izplatīt vienu reizi tajos preses izdevumos, kuros izplatīta Reklāma, tas ir, „Diena” (pielikumā „Tūrisma Diena”) un „Latvijas Avīze” latviešu valodā un “Бизнес & Балтия” krievu valodā, tādā formātā, kādā izplatīta Reklāma minētajos preses izdevumos.

Reklāmā ietvertā paziņojuma *Eksotisko ceļojumu līderis (Лидер экзотических путешествий)* atsaukumu izplatīt kā atsevišķu informācijas vienību ar šādu atsaukuma saturu:

**„Atbilstoši Konkurences padomes 06.12.2006. lēmumam SIA „Jēkaba aģentūra” atsauc kopš 28.07.2005. izplatītajā reklāmā ietvertu paziņojumu *Eksotisko ceļojumu līderis*, jo SIA „Jēkaba aģentūra” nav pierādījusi šāda paziņojuma atbilstību faktiskajiem apstākļiem, un līdz ar to minētais reklāmas paziņojums ir nepatiess un maldinošs.”**

3) Uzsākt lietvedību Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma lietā.

Konkurences padomes lēmuma nolemjotās daļas 1. un 2. punktu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme

(\*\*) – ierobežotas pieejamības informācija