



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 16

2003.gada 4.aprīlī

(Prot. Nr.15, 9.§)

Par Reklāmas likuma pārkāpumu

Lieta Nr.48/03/07/02

Par SIA "Medija un Baltija" 27.01.2003. iesniegumu Nr.6 *Par negodīgu konkurenci, patērētāju maldināšanu un darbības veikšanu bez reģistrācijas*

Konkurences padome 30.01.2003. saņēma SIA "Medija un Baltija" 27.01.2003. iesniegumu Nr.6 (saņemtā dok. Nr.48) par iespējamo Reklāmas likuma pārkāpumu SIA "Fenster" darbībās, publicējot laikraksta "Коммерсант Baltic Daily" izdevumos žurnāla "Коммерсант Baltic" pašreklāmu (turpmāk tekstā – Iesniegums).

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

konstatēja:

Iesniegumā norādīts, ka sakarā ar 2003.gada žurnāla "Коммерсант Baltic" parakstīšanās kampaņu 2002.gada decembra vidū vairākos laikraksta "Коммерсант Baltic Daily" izdevumos bija publicēta žurnāla "Коммерсант Baltic", kā arī "Коммерсант Baltic Daily" un citu tā pielikumu (turpmāk tekstā – reklamējamā prece) pašreklāma (turpmāki tekstā – Reklāma), kas tika veidota tādējādi, ka reklamējamā prece tika salīdzināta ar "parasto biznesa avīzi".

SIA "Medija un Baltija" (laikraksta "Бизнес&Балтия" izdevējs) uzskata, ka salīdzinošajā Reklāmā ir izmantots nepārprotams salīdzinājums ar laikrakstu "Бизнес&Балтия", jo: 1) "Бизнес&Балтия" ir acīmredzams prototips Reklāmā salīdzinājumam izmantotajai "parastajai biznesa avīzei"; 2) Reklāmā minēta summa 38 latī ir laikraksta "Бизнес&Балтия" parakstīšanās cena juridiskajām personām; 3) "parastās biznesa avīzes" grafiskais risinājums ir identisks laikraksta "Бизнес&Балтия" maketam.

SIA "Medija un Baltija" norāda, ka "parastās biznesa avīzes" virsraksts "Finansu grūtības" maldina par laikraksta "Бизнес&Балтия" finansu stāvokli un norāda uz tā

finansiālam grūtībām, bet, neminot visu Reklāmā pretstatītā laikraksta “Бизнес&Балтия” abonentiem piedāvāta izdevuma paketi ar pielikumiem un citiem analītiska satura materiāliem, maldina par pakalpojuma kvalitāti.

SIA “Medija un Baltija” ar 14.02.2003. vēstuli Nr.13 (17.02.2003. saņemtā dokumenta Nr.83) un ar 07.03.2003. vēstuli Nr.07-03/1 (10.03.2003. saņemtā dok. Nr.116) iesniedza papildinājumus Iesniegumam. Iesniedzējs norāda, ka laikraksti “Бизнес&Балтия” un “Коммерсант Baltic Daily” ir vienīgās biznesa avīzes krievu valodā, kas tiek izplatītas Latvijas teritorijā. Cita krievu valodā iznākošā biznesa avīze “Бизнес Шанс” tiek izdota uz baltas krāsas papīra un ir mazpazīstama. Savukārt par faktu, ka potenciālie abonenti ir informēti par cenu – 38 lati norāda tas, ka no 22.11.2003. līdz 21.01.2003. pavisam kopā 39 laikraksta “Бизнес&Балтия” izdevumos tika publicēta laikraksta abonēšanas kampaņas pašreklāma, kurā tika minēta cena 38 lati, ja 2002.gada abonents laikrakstu “Бизнес&Балтия” 2003.gadam abonē redakcijā. Pēc iesniedzēja sniegtās informācijas redakcijā laikrakstu ir abonējušas 2811 juridiskās personas, kas veido 34,5% no kopējā abonentu skaita.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta ceturto daļu, SIA “Fenster” tika uzaicināts (ar Konkurences padomes Biroja 13.03.2003. vēstuli Nr.7-242) iepazīties un izteikt savu viedokli par lietā esošajiem pierādījumiem.

Iesniedzējs iesniedzis laikraksta “Коммерсант Baltic Daily” 16.12.2002. izdevuma Nr.16 kopiju, kura 15. lappuses apakšējā sadaļā publicēta Reklāma. Reklāmā tiek sniegta šāda informācija par reklamējamo precī: 1) laikraksta abonētājs par velti saņem ikdienas biznesa laikrakstu “Коммерсант Baltic Daily”, iknedēļas grāmatvedības pielikumu “Свой бизнес”, ka arī pielikumus “Юрист” un “Образование”; 2) abonēšanas cena juridiskajām personām kopā par visiem izdevumiem ir 32,72 lati. Par “parasto biznesa avīzi” sniegta šāda informācija: 1) abonēšanas cena juridiskajām personām ir 38 lati; 2) laikraksta centrālā raksta virsraksts ir “Финансовые трудности” (tul. no krievu valodas “Finansu grūtības”). Reklāmas virsraksts satur secinājumu: “Подписка 2003. Теперь есть из чего выбирать” (tul. no krievu valodas “Parakstīšanas 2003. Tagad ir no kā izvēlēties”).

Konkurences padome uzskata, ka Reklāmā izmantotā “parastā biznesa avīze” satur šādas pazīmes, kas liecina par tiešu to līdzību attiecīgām laikraksta “Бизнес&Балтия” ārējām pazīmēm: 1) izmatotā papīra krāsa (gaiši brūna) starp krievu valodā iznākošajiem biznesa laikrakstiem ir tikai laikrakstam “Бизнес&Балтия” un laikrakstam “Коммерсант Baltic Daily”; 2) “parastās biznesa avīzes” nosaukuma “Бизнес Газета” burtu izvietojums, lielums, kā arī tas, ka abos laikrakstos identisks ir pirmais vārds – “Бизнес”; 3) “parastajā biznesa avīzē” zem nosaukuma “Бизнес Газета” attēlotā rindkopa imitē valūtas un fondu biržas indeksu sleju, kas ir laikrakstā “Бизнес&Балтия”.

Par to, ka ar “parasto biznesa avīzi” abonents varētu identificēt tieši laikrakstu “Бизнес&Балтия”, netieši liecina tas, ka zem “parastās biznesa avīzes” minētā abonēšanas cena juridiskajām personām ir 38 lati, kas tika minēta laikraksta “Бизнес&Балтия” pašreklāmā kā cena, par kādu laikraksta “Бизнес&Балтия” 2002.gada abonents var to abonēt redakcijā 2003.gadam. Tāpat “Бизнес&Балтия”, kas tiek izdots kopš 1991.gada, līdz “Коммерсант Baltic Daily” ienākšanai konkrētajā tirgū bija faktiski vienīgais biznesa laikraksts.

Konkurences padome uzskata, ka tiešo un netiešo pazīmju, kas liecina par laikraksta “Бизнес&Балтия” līdzību “parastajai biznesa avīzei”, kopums ir pietiekams, lai būtu pietiekams pamats uzskatīt, ka abonentam “parastā biznesa avīze” varētu asociēties ar laikrakstu “Бизнес&Балтия”. Tādējādi reklamējamās preces reklamēšanai tika izmantots netiešs salīdzinājums ar citu (konkurenta) preci.

Publicētā Reklāma nav atzīstama par potenciālos abonentus maldinošu. Ņemot vērā, ka “Бизнес&Балтия” iznāk kopš 1991.gada un ilgāku laiku ir bijis vienīgais biznesa laikraksts krievu valodā, tradicionāliem biznesa laikrakstu abonentiem ir jābūt informētiem, ka “Бизнес&Балтия” piedāvā bez paša laikraksta arī virkni pielikumu un bagātāku rakstu rubriku. Maldinājums par laikraksta “Бизнес&Балтия” kvalitāti un ārējo formu nav ticams.

Taču, attēlojot “parasto biznesa avīzi” kā laikrakstu ar augstāku cenu un zemāku kvalitāti (t.i., bez pielikumiem un ar nabadzīgāku rakstu rubriku) un vienlaikus izceļot reklamējamās preces zemāko cenu un augstāko kvalitāti, kā arī “parastā biznesa avīzē” kā vienīgo rakstu norādot rakstu ar nosaukumu “Finansu grūtības”, bet reklāmas virsrakstā secinājumu (saukli) – “Тагад ир но kā извѐлѐтиес”, kam drīzāk ir ironiska un noniecinoša pieskaņa, ņemot vērā reklāmā ietvertu vienpusējo salīdzinājumu, Reklāmā ietvertais salīdzinājums viennozīmīgi uzskatāms par konkurenta preci noniecinošu un neslavu ceļošu.

Atbilstoši Reklāmas likuma 14.panta trešajai daļai Uzraudzības institūcijai, konstatējot pārkāpumu, tā pieņem vismaz vienu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem. Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.-3.punktos minētos tiesiskos pienākumus, t.i., papildināt reklāmas saturu ar atsevišķiem elementiem vai izslēgt no reklāmas satura atsevišķus elementus, vai arī aizliegt reklāmas publicēšanu, ir tiesisks pamats piemērot tad, ja reklāmas publicēšana tiek turpināta. SIA “Medija un Baltija” norādīja, ka “Коммерсант Baltic Daily” publicētās Reklāmas publicēšana tika veikta decembra vidū. Ņemot vērā, ka Reklāmas publicēšana ir pārtraukta un Konkurences padomes rīcībā nav ziņu, ka tās publicēšana turpinās vai ir atsākta, tad kāda no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.-3.punktos minēto tiesisko pienākumu piemērošana ir uzskatāma par neatbilstošu attiecīgu tiesisko pienākumu mērķim.

Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 4.punkts nosaka, ka Uzraudzības institūcija, konstatējot likuma pārkāpumu, ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā pieprasa reklāmas atsaukumu. Šāda tiesiskā pienākuma uzlikšana ir saistīta ar mērķi novērst Reklāmas likumam neatbilstošās reklāmas radītās sekas.

Sekas var izpausties kā patērētāju maldināšana, nesniedzot pilnīgu informāciju par salīdzināmo preci un noklusējot būtiskas tās pozitīvās īpašības, bet uz tā fona izceļot reklamējamās preces pozitīvās īpašības. Sekas tāpat var būt arī nepatiesas negatīvas informācijas par salīdzināmo preci (t.i., maldināšana) vai neslavas celšana (Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 4.punkts) par salīdzināmo preci, atspoguļojot salīdzināmo preci negatīvā gaismā, un tā rezultātā izceļot reklamējamo preci. Tādējādi tiek pārkāpts Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 4.punkts.

Salīdzinājums nav uzskatāms par objektīvu un neatbilst Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2.punktam, jo tiek noklusētas konkurenta preces būtiskas pozitīvās īpašības.

Konkurences padome, pamatojoties uz Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2. un 4.punktiem, 14.panta ceturto daļu un 15.panta ceturto daļu,

nolēma:

1. Konstatēt, ka SIA "Fenster" izdotajā laikrakstā "Коммерсант Baltic Daily" publicētā Reklāma ir pretrunā ar Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2. un 4.punktos noteiktajām salīdzinošai reklāmai izvirzāmajām prasībām un tādējādi SIA "Fenster" ir pārkāpusi Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2. un 4.punktus.

2. Uzlikt par pienākumu SIA "Fenster" 10 dienu laikā no lēmuma saņemšanas dienas publicēt šāda satura Reklāmas atsaukumu laikraksta "Коммерсант Baltic Daily" 15. lappuses apakšējā sadaļā kā atsevišķu informācijas vienību tādā pat apjomā kā laikraksta "Коммерсант Baltic Daily" 16.12.2002. izdevuma Nr.16 15. lappusē:

"Konkurences padome 04.04.2003. pieņēma lēmumu (lietā par SIA "Medija un Baltija" 27.01.2003. iesniegumu Nr.6), ar kuru konstatēja, ka SIA "Fenster" izdotā laikraksta "Коммерсант Baltic Daily" 16.12.2002. izdevumā Nr.16 publicētā pašreklāma ar virsrakstu "Tagad ir no kā izvēlēties", kurā laikraksts "Коммерсант Baltic Daily" tiek salīdzināts ar "parasto biznesa avīzi", kas imitē SIA "Medija un Baltija" izdoto laikrakstu "Бизнес&Балтия", pārkāpj Reklāmas likuma 9.panta trešās daļas 2. un 4.punktus, jo salīdzinājums ir neobjektīvs un ceļ neslavu konkurenta izdotajam laikrakstam".

Reklāmas atsaukumā jānorāda, ka ar šo paziņojumu Reklāma tiek atsaukta, kā arī laikraksta "Коммерсант Baltic Daily" numuri, kuros vēl tika izplatīta Reklāma.

Par uzliktā tiesiskā pienākuma izpildi SIA "Fenster" iesniegt pierādījumus Konkurences padomei trīs dienu laikā no Reklāmas atsaukuma publicēšanas dienas.

Konkurences padomes lēmums ir pārsūdzams Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad ieinteresētā persona uzzināja vai tai vajadzēja uzzināt par pieņemto lēmumu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu, Civilprocesa likuma Pārejas noteikumu 1.punktu un LR Civilprocesa kodeksa 24-A nodaļu.

Priekšsēdētājs

P. Vilks