



KONKURENCES PADOME

Elizabetes iela 41/43, Rīga, LV-1010 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 13

(Prot. Nr.13, 5.§)

2003.gada 12.martā

Par lietas izpētes izbeigšanu

Par SIA "S.T.F. Valmiera" 11.02.2003. iesniegumu
Lieta Nr.71/03/07/6

Konkurences padome 11.02.2003. saņēma SIA "S.T.F. Valmiera" 03.02.2003. iesniegumu *Par iespējamiem pārkāpumiem* (turpmāk tekstā – Iesniegums).

SIA "S.T.F. Valmiera", kas sniedz kalnu slēpošanas pakalpojumus Valmieras rajona Kauguru pagasta sporta bāzē "Baiļi", Iesniegumā norāda, ka atpūtas bāzes "Žagarkalns" (turpmāk tekstā – Žagarkalns) pakalpojumu popularizēšanai ir izveidots reklāmas buklets, kurā blakus pakalpojumu cenrāžiem un fotogrāfijām ir izvietotas divas Žagarkalna atrašanās vietas shēmas ar attālumiem no Rīgas. Shēmā papildus iekļauta Valmiera ar attālumu norādēm līdz Žagarkalnam un Rīgai. Iesniedzējs uzskata, ka, ņemot vērā to, ka sporta bāze "Baiļi" un Žagarkalns atrodas vienā virzienā no Rīgas, potenciālajiem klientiem nākas izvēlēties starp šiem slēpošanas centriem, līdz ar to bukleta autors, lai piesaistītu klientus, ir apzināti uzsvēris Žagarkalna salīdzinošo tuvumu Rīgai attiecībā pret Valmieru.

Iesniegumā norādīts, ka bukletā, kas saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu ir reklāmas pasākums, sniegtā informācija par slēpošanas iespējām nav patiesa un nav objektīva, līdz ar to tiek pārkāpti godīgas konkurences principi.

SIA "S.T.F. Valmiera" norāda, ka bukletā ir iezīmēts ceļš, kura vispār nav, t.i., Rīga – Ragana. Ceļa posms Rīga – Inčukalns ("Sēnīte") ir kopīgs braucot gan uz Valmieru, gan Cēsīm, līdz ar to cilvēki tiek maldināti norādot, ka uz Valmieru un Cēsīm jābrauc pa atšķirīgiem ceļiem.

Iesniegumā norādīts, ka attālumi, kas uzrādīti bukleta shēmā, ir neprecīzi. Attālums no Rīgas līdz Cēsīm ir 87 km, nevis 75 km kā uzrādīts shēmā. Attālums no Stalbes līdz Valmierai uzrādīts 35 km, bet patiesībā ir 28 km jeb 29 km kā norādīts uz ceļa zīmes konkrētajā krustojumā. Attālums no Rīgas līdz Žagarkalnam shēmā ir uzrādīts mazāks, savukārt līdz Valmierai lielāks, tādējādi maldinot klientus. Attāluma starpība starp Cēsīm un Valmieru ir 20 km, nevis 30 km kā norādīts shēmā. Iesniedzējs uzskata, ka reklāma ir maldinoša saskaņā ar Reklāmas likuma 8.pantā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu, jo bukletā norādīta neprecīza informācija, tā rezultātā tiek maldināti cilvēki un tiek ietekmēta vai var tikt ietekmēta personas ekonomiskā rīcība.

Iesniedzējs uzskata, ka shēmā norādītā Žagarkalna atrašanās vieta tieši salīdzināta ar Valmieru, kur atrodas sporta bāze "Baiļi", nenorādot citas tuvākās pilsētas (piemēram, Limbaži, Smiltene, Madona), līdz ar to tā uzskatāma par salīdzinošo reklāmu Reklāmas likuma 9.panta izpratnē. Salīdzinošā reklāma nedrīkst būt maldinoša un salīdzinājumam jābūt balstītam uz pierādāmiem faktiem. Iesniedzējs uzskata, ka reklāmā ir ietverta nepatiesa, neprecīza un maldinoša informācija, līdz ar to ir pārkāptas Reklāmas likuma 9.panta prasības.

Iesniegumā norādīts, ka reklāmas bukleta izplatīšanas rezultātā vienlaicīgi veiktas darbības, kas var tikt kvalificētas kā negodīga konkurence saskaņā ar Konkurences likuma 18.panta otrās daļas 3.punktu.

Konkurences padome 20.02.2003. pieņēma lēmumu (prot. Nr.8, 3.§) pagarināt lietas Nr.71/03/07/6 izskatīšanas termiņu par desmit dienām.

Konkurences padomes birojs lietas izskatīšanas laikā ieguva papildus informāciju no SIA "Cīruļkalns - atpūtas bāze" (turpmāk tekstā - SIA "Cīruļkalns").

Konkurences padome, ņemot vērā Iesniegumā norādīto un papildu iegūto informāciju,

konstatēja:

27.02.2003. Konkurences padome saņēma SIA "Cīruļkalns" 26.02.2003. atbildes vēstuli, kurā norādīts, ka reklāmas bukleta "Slēpošanas un atpūtas bāze Žagarkalns" (turpmāk tekstā - reklāmas buklets) reklāmas devējs, izplatītājs un apmaksātājs ir SIA "Cīruļkalns". Atbildes vēstulei pievienotās preču pavadvīzes - rēķina (sērija EB - IX 311852) kopija apstiprina to, ka SIA "Cīruļkalns" ir izplatītā reklāmas bukleta apmaksātājs.

SIA "Cīruļkalns" norāda, ka reklāmas bukleta, kas nodrukāts 3000 eksemplāru tirāžā un izplatīts laika periodā no 2002.gada novembra līdz šim brīdim, mērķauditorija ir Latvijas iedzīvotāji, kā arī tūristi no kaimiņvalstīm. Reklāmas bukleta mērķis un uzdevums ir informēt mērķauditoriju par SIA "Cīruļkalns" slēpošanas un atpūtas bāzes sniegtajiem pakalpojumiem, kā arī norādīt atpūtas bāzes atrašanās vietu un galveno ceļu principiālo shēmu, kā nokļūt no Rīgas un tuvākajām pilsētām.

SIA "Cīruļkalns" norāda, ka informācija par attālumiem, kas norādīta reklāmas bukleta shēmā, tika iegūta, mērot attiecīgo ceļa posmu ar elektroniskā auto spidometra palīdzību un noapaļojot to 5 km robežās, jo shēma ir aptuvena un nepretendē uz kartes statusu. Savukārt reklāmas bukleta shēmā norādītās pilsētas Rīga un Valmiera tika izvēlētas tādēļ, ka ir tuvākās lielākās pilsētas Cēsīm.

SIA "Cīruļkalns" reklāmas buklets, ņemot vērā tā izplatīšanas uzdevumu un mērķi, saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu uzskatāms par reklāmu. Ņemot vērā to, ka SIA "Cīruļkalns" darbības, izplatot konkrēto reklāmas bukletu, uzskatāmas par darbībām reklāmas jomā, Reklāmas likuma 2.panta 1. un 3.punktā, 3.panta pirmajā daļā, 8.panta otrajā daļā, 9.panta otrajā daļā, 14. un 15.pantā noteikto, lēmuma pieņemšanā piemērojamas Reklāmas likumā noteiktās materiālās un procesuālās tiesību normas, ierobežojot Konkurences likuma 18.pantā noteiktā negodīgas konkurences aizlieguma kā vispārējās tiesību normas attiecināšanu uz konkrētajām SIA "Cīruļkalns" darbībām, izplatot Iesniegumā norādīto reklāmas bukletu.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš norādītos pierādījumus, ir ieguvusi apstiprinājumu faktam, ka reklāmas bukleta reklāmas devējs ir SIA "Cīruļkalns". Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu un ievērojot Reklāmas likuma 10.panta trešajā daļā noteikto, reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu un reklāmas atbilstību Reklāmas likuma normām.

Reklāmas likuma 8.panta pirmā daļa nosaka, ka "maldinoša reklāma ir aizliegta".Savukārt Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā noteikts, ka "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".

Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta trešo daļu "nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes - atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu (...)".

SIA "Cīruļkalns" izplatītā reklāmas bukleta, kas sastāv no vienas vairākkārt pārlocītas lapas, lapas ārējā pusē ir izvietota sekojoša informācija: slēpošanas un atpūtas bāzes vizuāls attēls, kurā iezīmētas slēpošanas trases, bērnu kalns, kafējnīcas, bistro u.c. atpūtas un izklaides vietas, norādot tās ar apzīmējumiem; virs attēla izvietotas fotogrāfijas ar piedāvātajiem pakalpojumiem; zem attēla ir izvietots teksts, kurā sniegta informācija par trašu darba laiku, pakalpojumu cenām un apzīmējumu atšifrējums. Tāpat lapas ārējā pusē ir izvietota shēma, kurā norādīta slēpošanas un atpūtas bāzes atrašanās vieta un galvenie ceļi no Rīgas un tuvākajām pilsētām, kā arī attālumu norādes kilometros.

Reklāmas bukleta lapas iekšpusē ietverta informācija par vasaras atpūtas bāzes Cīrulīši, kas atrodas blakus Žagarkalnam, piedāvātajiem pakalpojumiem, atpūtas iespējām, kā arī norādīts cenu detalizēts apraksts. Lapas iekšpusē arī izvietota vasaras atpūtas bāzes atrašanās vietas shēma, kas ir identiska iepriekš norādītai shēmai.

Iesniedzējs norāda, ka shēmā uzrādītie attālumi starp apdzīvotām vietām nav precīzi, līdz ar to tiek pārkāpts Reklāmas likuma 8.pantā noteiktais aizliegums.

Konkurences padome, apkopojot Latvijas autoceļu direkcijas datu bāzes informāciju par attālumu lielumiem starp apdzīvotām vietām, konstatē, ka shēmā uzrādītie attālumi ir aptuveni un noapaļoti vidēji 5 - 10 km robežās. Attālums no Rīgas līdz Cēsīm, kas shēmā uzrādīts 75 km, ir 87 km, attālums no Cēsīm līdz Valmierai, kas shēmā uzrādīts 30 km, ir 31 km, attālums no Stalbes līdz Valmierai, kas shēmā uzrādīts 35 km, ir 29 km, attālums no Rīgas līdz Siguldai, kas shēmā uzrādīts 45 km, ir 51 km, attālums no Siguldas līdz Cēsīm, kas shēmā uzrādīts 30 km, ir 39km. Reklāmas bukleta shēma ir uzskatāma par neprecīzu, bet šis apstāklis nevar tikts uzskatīts par būtisku Reklāmas likuma 8.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpuma konstatēšanai, jo reklāmas bukleta shēma nevarētu ietekmēt patērētāja ekonomisko rīcību.

Reklāmas bukleta mērķis ir sniegt patērētājiem informāciju par slēpošanas un atpūtas bāzi, tās piedāvātajiem pakalpojumiem un to cenām, lai patērētājs varētu izdarīt racionālu izvēli, nolemjot apmeklēt vai neapmeklēt šo atpūtas bāzi. Reklāma ir maldinoša, ja tā šo informatīvo funkciju neizpilda. Reklāmas bukleta galvenā sastāvdaļa ir informācija par piedāvātajiem pakalpojumiem un to cenām, norādot to detalizētu aprakstu, kas savukārt veicina šo pakalpojumu popularitāti un pieprasījumu pēc tiem. Reklāmas bukletā ietvertā shēma, kas ir uzskatāma par neprecīzu un kuras galvenais uzdevums ir norādīt slēpošanas un atpūtas bāzes atrašanās vietu, nav uzskatāma par maldinošu reklāmu, jo tā nevar ietekmēt patērētāja ekonomisko rīcību. Šajā gadījumā piedāvāto pakalpojumu klāsts, to cenas būs izšķirošais faktors, ko patērētājs ņems vērā, izvēloties reklamētos pakalpojumus.

Tādējādi SIA "Cīruļkalns" darbībās nav Reklāmas likuma 8.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpuma pazīmes.

Iesniedzējs uzskata, ka reklāmas bukleta shēmā norādītā Žagarkalna atrašanās vieta ir tieši salīdzināta ar Valmieru, kur atrodas sporta bāze "Baiļi", līdz ar to tā uzskatāma par salīdzinošu reklāmu, kurā ir ietverta nepatiesa, neprecīza un maldinoša informācija. Iesniedzējs uzskata, ka tiek pārkāptas Reklāmas likuma 9.panta prasības.

Reklāmas likuma 9.panta pirmajā daļā noteikts, ka "salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kurā izmantots salīdzinājums, kas tieši vai netieši norāda uz konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem".

SIA "Cīruļkalns" izplatītajā reklāmas bukletā nav izmantots salīdzinājums, kas norāda uz konkurentu vai tā piedāvātajiem pakalpojumiem un nerada salīdzinošu efektu attiecībā uz

kādu slēpošanas un atpūtas pakalpojumu sniedzošu tirgus dalībnieku - konkurentu vai to piedāvātajiem pakalpojumiem.

Tādējādi SIA "Cīruļkalns" izplatītajā reklāmas bukletā ietvertā informācija nav uzskatāma par salīdzinošu reklāmu Reklāmas likuma 9.panta izpratnē un SIA "Cīruļkalns" darbībā nav Reklāmas likuma 9.pantā noteikto normu pārkāpums.

Konkurences padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 8.panta pirmo daļu, 8.panta otro daļu, 9.panta pirmo daļu, 14.panta trešo daļu,

nolēma:

izbeigt lietas Nr.71/03/07/6 izpēti sakarā ar to, ka SIA "Cīruļkalns" darbībā nav konstatēts Reklāmas likuma 8.panta pirmajā daļā, 8.panta otrajā daļā, 9.panta pirmajā daļā noteikto normu pārkāpums.

Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesā saskaņā ar LR Civilprocesa likuma Pārejas noteikumu 1.punktu, Latvijas Civilprocesa kodeksa 24.-A nodaļu un Reklāmas likuma 17.panta otro daļu viena mēneša laikā no lēmuma pieņemšanas brīža.

Priekšsēdētājs

P.Vilks