



## KONKURENCES PADOME

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

### L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 8

(Prot. Nr.3.,8.§)

2008.gada 16.janvārī

#### Par lietas izpētes izbeigšanu

#### Par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2. punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA "B & B Redakcija" darbībās

Konkurences padome 30.08.2007. saņēma SIA Izdevniecība „Dienas bizness” 30.08.2007. iesniegumu Nr.1/2 *Par iespējamu negodīgu konkurenci SIA „B & B Redakcija” darbībās* (turpmāk tekstā – „Iesniegums”), kurā norādīts sekojošais.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdod žurnālu „Impulss”, kas iznāk latviešu valodā 11 reizes gadā jau kopš 2003.gada oktobra mēneša. Žurnāls iznāk ar mērķi izklaidējošā stilā informēt auditoriju par sabiedriskajām un ekonomiskajām aktivitātēm, un lasītājiem Latvijā tas ir plaši pazīstams. Žurnāls „Impulss” 27.08.2003. ir reģistrēts LR Uzņēmumu reģistrā (reģ. Nr.000702781). SIA Izdevniecība „Dienas bizness” pieder arī preču zīme „Dienas Bizness Impulss” (M 55 976), kas reģistrēta 20.02.2006. 16.klasē – iespiedprodukcija.

SIA „B & B Redakcija” 29.06.2007. izplatījusi savas izdotās avīzes „Бизнес & Балтия” projekta „Пульс” pirmo (jūlija) numuru.

SIA Izdevniecība „Dienas Bizness” uzskata, ka, izdodot pielikumu „Пульс”, SIA „B & B Redakcija” izmantojusi (sajaucami atveidojusi, imitējusi un tulkojusi) SIA Izdevniecība „Dienas Bizness” plaši pazīstamo preču zīmi „Impulss” un žurnāla „Impulss” nosaukumu, kā arī negodprātīgi izmantojusi un atdarinājusi SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdotā žurnāla „Impulss” ārējo izskatu un atšķirības zīmes, tādējādi maldinot žurnāla „Impulss” lasītājus par žurnāla „Пульс” saistību ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdoto laikrakstu. Pēc iesniedzēja ieskata šāda darbība saskaņā ar Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktu ir vērtējama kā negodīga konkurence no SIA „B & B Redakcija” puses.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” savam žurnālam ir devusi konkrētu nosaukumu „Impulss”, kura galvenā funkcija ir nodrošināt, lai šis ievēriību guvušais žurnāls netiktu sajaukts ar tā paša veida citu izdevēju izdotajiem žurnāliem. Žurnāla „Impulss” atpazīstamībai SIA Izdevniecība „Dienas bizness”, pieaicinot ārvalstu speciālistus, izstrādāja īpašu, tikai šim žurnālam raksturīgu dizainu. Lai iekarotu tirgu, SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir ieguldījusi lielus līdzekļus šī žurnāla reklāmā un popularizēšanā, kā arī potenciālo reklāmdevēju piesaistīšanā. Tādēļ SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka nav pieļaujams, ka Latvijas

tirgū tiek laists klajā žurnāls ar ļoti līdzīgu nosaukumu „Пульс” un dizainu, kas varētu būt par iemeslu šī žurnāla sajaukšanai ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” jau vairākus gadus iznākušo žurnālu „Impulss”, tādējādi pārņemot „Impulss” potenciālo reklāmdevēju un lasītāju tirgu.

Iesniedzējs uzskata, ka salīdzinot kopiespaidu, kuru rada žurnāls „Impulss” un žurnāls „Пульс”, nepārprotami redzams, ka žurnāls „Пульс” ir klajš atdarinājums žurnālam „Impulss” ar mērķi maldināt lasītājus par žurnāla „Pulss” izcelsmi sekojošu iemeslu dēļ:

1) fonētiski žurnāla „Пульс” nosaukums atgādina žurnāla „Impulss” nosaukumu, jo abiem nosaukumiem ir vienāda lielākā fonēmas daļa „pulss” un, izrunājot nosaukumu „impulss”, uzsvars tiek likts uz vārda beigu daļu „pulss”;

2) vizuāli žurnāla „Пульс” nosaukums ir sajaucami līdzīgs un ir atdarinājums žurnāla „Impulss” nosaukumam, jo tie abi satur vienādu krāsu salikumu – melns un sarkans, un abu žurnālu nosaukumi sastāv no diviem apzīmējumiem – izdevuma nosaukuma, kura pielikums tas ir, un paša žurnāla nosaukuma, kā pielikuma; nosaukumā ietvertajam apzīmējumam „Бизнес & Балтия” ir pakārtota nozīme, jo tas izmēra ziņā ir mazākais; viss uzsvars žurnāla „Пульс” nosaukumā tiek likts uz izmēra ziņā lielāko nosaukuma daļu - „Пульс”, kas līdzīgi kā žurnāla „Impulss” nosaukums, tiek rakstīts atšķirīgiem burtiem;

3) žurnāla „Impulss” ārējais izskats tiek precīzi atdarināts žurnāla „Pulss” izskatā, jo tiek izmantots tas pats Latvijas presei netradicionāls nosaukuma novietojums žurnāla vāka labajā pusē (parasti nosaukums ir kreisajā pusē), no kura uz lapas pretējo pusi tiek novilkta precīzi tāda pati melna šaura līnija ar datumu un izdevuma numuru; pie tam šīs līnijas un logo proporcijas izvietojums ir analogs;

4) tiek izmantota būtiska žurnāla „Impulss” atšķirības zīme no pārējiem Latvijas preses izdevumiem, kas vizuālo abu žurnālu līdzību tikai pastiprina, - A3 formāts, kuru žurnāls „Impulss” Latvijas presē līdz šim bija izmantojis kā vienīgais (izņemot atsevišķus reklāmas bukletus);

5) tiek atdarināta arī žurnāla „Impulss” pirmā lapa ar redaktora sleju un triju materiālu pieteikumu zem tās, jo arī žurnāla „Пульс” pirmās lapa izkārtojums ir precīzi tāpat izkārtots kā SIA Izdevniecība „Dienas bizness” žurnāla „Impulss” 2006.gada jūnija izdevumam;

6) žurnāla „Пульс” redaktora foto sižets (fotogrāfijā redaktore ir redzama no mugurpuses, nevis no priekšpuses, kā ierasts) ir tiešs atdarinājums no 2006.gada jūnija žurnāla „Impulss” redaktora foto sižeta, ņemot vērā, ka Latvijas presē šāds foto sižeta veids netiek izmantots;

7) žurnālā „Пульс” ir pārņemts jau vairāku gadu laikā izmantotais žurnāla „Impulss” vienotais un nemainīgais dizains; žurnāla „Impulss” dizains ir izstrādāts pēc galvenā principa – ievietot pēc iespējas vairāk fotoattēlu un zīmējumu pretēji lielākajai daļai Latvijas preses izdevumu, kuri, kā zināms, galvenokārt, sastāv no rakstu un reklāmu sablīvējuma, mazāk vietas atvēlot ilustrācijām;

8) to, ka žurnāla „Impulss” atdarināšanas rezultātā patērētāji šajā iesniegumā minētos žurnālus var uztvert kā savstarpēji saistītus, apliecina arī apstākļi, ka žurnāls „Пульс” ir izplatīts piektdienā, t.i., tajā pašā dienā, kad iznāk žurnāls „Impulss”, un vienīgajā gada mēnesī – jūlijā, kad žurnāls „Impulss” neiznāk, turklāt žurnāls tika izplatīts bez maksas arī laikraksta „Dienas bizness” abonentiem;

9) abi žurnāli saturiski ir līdzīgi un uzrunā vienu un to pašu mērķauditorijas lasītāju grupu;

10) žurnālā „Пульс” tāpat kā žurnālā „Impulss” ir ne tikai ievietoti raksti par līdzīgām tēmām (izklaidi, ceļojumiem, kulināriju, modi utt.), bet arī īpaša uzmanība tiek pievērsta ekskluzīvām lietām (izsmalcināti apģērbi un aksesuāri, ekskluzīvas automašīnas), izvēloties lasītājus ar šādu dzīves veidu;

11) žurnāla „Пульс” pirmajā numurā nav nevienas atsauksmes vai norādes uz to, ka tas ir jauns žurnāls, kurš Latvijā iznāk pirmo reizi, kā tas parasti žurnālistikas praksē tiek darīts,

pieminot to redaktora slejā vai kādā citā rakstā izdevumā; SIA Izdevniecība „Dienas bizness” rīcībā nav neviena reklāmas materiāla, kurā ir informatīva atsauce uz jauna žurnāla iznākšanu Latvijā saistībā ar žurnāla „Пульс” pirmo iznākšanas numuru.

Iesniedzējs uzskata, ka sakarā ar iepriekšminēto patērētājiem var rasties (un ir jau radies) nepareizs priekšstats par žurnāla „Пульс” un/vai tā izdevēja saistību ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un žurnālu „Impulss”. Pamatoti var uzskatīt, ka žurnālu „Пульс” patērētāji notur par žurnāla „Impulss” versiju krievu valodā, jo Latvijas izdevniecību praksē bieži vien izdevniecība izdod līdzīga satura izdevumus dažādu valodu protošām lasītāju auditorijām. Tā kā SIA „B & B Redakcija” izplatītajā žurnālā izmantotais nosaukums „Пульс” ir sajaucami līdzīgs ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” reģistrēto preču zīmi „Dienas Bizness Impulss” gan pēc atsevišķiem elementiem, gan pēc kopiespauda, pastāv iespēja, ka attiecīgie patērētāji šo apzīmējumu sajauc ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” reģistrēto preču zīmi vai uztver šo apzīmējumu kā tādu, kas saistīts ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” reģistrēto preču zīmi.

Kā pierādījums tam, ka patērētāji salīdzināmos žurnālus sajauc, ir kāda žurnāla „Impulss” abonenta SIA „Birojs LV” žurnāla „Пульс” iznākšanas dienā nosūtītā elektroniskā vēstule SIA Izdevniecība „Dienas bizness”, kurā sabiedrības darbinieks, saņemot žurnālu „Пульс”, norāda uz vēlmi samainīt to uz šī saņemtā žurnāla latviešu versiju – žurnālu „Impulss”.

Pēc iesniedzēja ieskata iepriekš norādīto apstākļu dēļ ir pamats uzskatīt, ka SIA „B & B Redakcija”, negodīgi atdarinot un izmantojot SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdotā žurnāla „Impulss” ārējo izskatu un reģistrēto preču zīmi, iegūst atvieglinātu piekļuvi reklāmdevējiem, un reklāmdevēji tiek maldināti par žurnāla „Пульс” izcelsmi, kas viennozīmīgi ir vērtējama kā negodīga konkurence.

Žurnāla „Impulss” uzticamība gan pret lasītājiem, gan reklāmdevējiem ir tikusi veidota vairāku gadu laikā, iegūstot respektabla un ar stabilu mērķauditoriju apveltīta izdevuma prestižu, tādēļ sajaucami līdzīga nosaukuma izmantošana un lietošana var nopietni kaitēt iesniedzēja interesēm, jo:

- 1) sekmē abu šeit minēto žurnālu atšķirt spējas izkliedi;
- 2) negatīvi ietekmē žurnāla „Impulss” un SIA Izdevniecība „Dienas bizness” reputāciju, jo, apskatot atsevišķus rakstus žurnālā „Пульс”, ir pamats pieņemt, ka tie ir tapuši uz iepriekšēju pasūtījumu pamata no kādas ieinteresētās puses;
- 3) rada pamatu riskam, ka, mazinoties žurnāla „Impulss” reputācijai un labajai slavai reklāmdevēji pārtrauks ievietot reklāmu žurnālā „Impulss”.

No konkurences tiesību viedokļa nav pieļaujama situācija, ka kāds no tirgus dalībniekiem, uzsākot jauna produkta ražošanu un izplatīšanu, atveido cita tirgus dalībnieka ražoto un izplatīto preci, faktiski kopējot to, un līdz ar to iegūst nepamatotas priekšrocības tirgū, ne tikai piesaistot konkurenta potenciālos klientus un reklāmdevējus, bet arī nepamatoti samazinot izdevumus savas preces izplatīšanai tirgū. Šādas darbības ne tikai negatīvi ietekmē konkrētā tirgus dalībnieka komercdarbību un nodara tam zaudējumus, bet gan visu preses izdevumu tirgu kopumā, jo viens no tirgus dalībniekiem iegūst nepamatotas priekšrocības attiecībā pret citiem tirgus dalībniekiem.

Par SIA „B & B Redakcija” ētikas un godīgas konkurences principiem pretējo rīcību un SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iebildumiem pret to tika informēta arī Latvijas Preses izdevēju asociācija, kas pauda viedokli, ka SIA „B & B Redakcija” rīcību uzskata par negodīgu konkurenci, kura negatīvi ietekmē ne tikai SIA Izdevniecība „Dienas bizness” komercdarbību, bet arī visu preses izdevniecības tirgu kopumā.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nosūtīja pretenziju SIA „B & B Redakcija” par preču zīmes nelikumīgu izmantošanu, autortiesību un konkurences tiesību pārkāpumu, uz kuru atbilde nav saņemta.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir kļuvis zināms, ka SIA „B & B Redakcija” gatavojas 5.oktobrī un 7.decembrī turpināt veikt negodīgas konkurences darbības un izplatīt jaunus žurnāla „Пульс” numurus, par ko liecina reklāma žurnālā „BIZNESLV”. Tā kā SIA „B &

B Redakcija” darbībās konstatējami arī Eiropas Savienības konkurences tiesību iespējamie pārkāpumi, un šāda pārkāpuma neizbeigšana var nodarīt būtisku un neatgriezenisku kaitējumu konkurencei, lietā būtu jāpieņem lēmums par pagaidu noregulējumu, līdz lietas izskatīšanas pabeigšanai aizliedzot SIA „B & B Redakcija” turpināt avīzes „Бизнес & Балтия” žurnāla „Пульс” izdošanu, reklamēšanu un izplatīšanu.

Pamatojoties uz iepriekšminēto, saskaņā ar Konkurences likuma 18.,19.,22.,23. un 30.pantu iesniedzējs lūdz:

1) ierosināt lietu par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteikto aizliegumu iespējamo pārkāpumu SIA „B&B Redakcija” darbībās;

2) uzlikt par pienākumu SIA „B&B Redakcija” nekavējoties pārtraukt sajaucami līdzīga nosaukuma „Пульс” izmantošanu un SIA Izdevniecība „Dienas bizness” žurnāla „Impulss” dizaina atdarināšanu savos preses izdevumos un šādu izdevumu izplatīšanu Latvijas Republikā;

3) uzlikt par pienākumu SIA „B&B Redakcija” izņemt no apgrozības Latvijas Republikas tirgū avīzes „Бизнес & Балтия” žurnāla „Пульс” 2007.gada jūlija numuru;

4) par Konkurences likuma normu pārkāpumu saukt SIA „B&B Redakcija” pie likumā noteiktās atbildības un piemērot atbilstošu administratīvo sodu.

Konkurences padome 14.09.2007., pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu un 22.panta 1.punktu, nolēma ierosināt lietu par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu.

### **Lietā iegūtā informācija**

(1) 20.09.2007. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA Izdevniecība „Dienas bizness” pārstāvji sniedza sekojošu informāciju.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” darbojas Baltijas laikrakstu izdošanas tirgū. Tās lielākie konkurenti - „Бизнес & Балтия”, „Lietišķā Diena”, „Diena”, „Телеграф”, kā arī izdevniecības, kas izdod mēneša biznesa žurnālus – „Lietišķās informācijas dienests”, biznesa informācijas portāls. Tā kā „Impulss” ir stila žurnāls, tā konkurenti ir arī stila žurnāli, piemēram, „Pastaiga”.

„Impulss” tiek izplatīts visā Baltijas teritorijā, to saņem tikai laikraksta „Dienas bizness” abonenti, bet tas neizslēdz iespēju, ka nākamajā gadā tas var mainīties. „Impulss” nav masu produkts, jo netiek izplatīts tirgū kā masu produkts. „Impulss” ir reģistrēts kā žurnāls un tas ir uzskatāms par žurnālu, jo tam piemīt visas tās pazīmes, kas piemīt žurnālam. Tas ir uzskatāms par precī, lai arī tas netiek izplatīts kā masu prece. „Impulss” šobrīd nav iespējams iegādāties atsevišķi, tikai kā pielikumu laikrakstam „Dienas bizness”, to abonējot. Respektīvi, „Impulss” ir pielikums, kas nāk kopā ar laikrakstu „Dienas bizness”. „Impulss” ir bezmaksas vai ietilpst avīzes cenā, ko abonents, pasūtot avīzi, ir jau samaksājis. „Impulss” iznāk katra mēneša pirmajā piektdienā, izņemot jūliju, jau 4 gadus. Jūlijā auditorija krītas, samazinās ieņēmumi, jo tas ir atvaļinājumu mēnesis, tāpēc „Impulss” jūlijā neiznāk.

Laikrakstam „Dienas bizness” un „Impulss” ir identiska mērķauditorija, tie ir inteliģenti, domājoši cilvēki, aptuveni 100 000 cilvēku. „Impulss” ir izklaidējošs žurnāls, bet „Dienas bizness” ir ietverta lietišķa informācija. Avīzē tā ir sausāka un lietišķāka, bet žurnālā brīvāka stila, kurā varbūt plašāks personu loks atradīs sev interesējošu informāciju. Auditorija ir 22 000 uzņēmumu. Dominējošā auditorija ir uzņēmumi, tie sastāda 75 % no abonentiem. „Impulss” ir dzīves stila žurnāls, tā tematika – informācija par auto jaunumiem, mākslu, kultūru, informācija gardēžiem, stila lappuse, par personībām u.c. Informācija pasniegta populārā veidā, lai lasītājam būtu interesanti to lasīt. Īsāk sakot, izglītība plus izklaide.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta pārkāpums izpaužas tādējādi, ka tiek izmantotas tās pašas krāsas pielikumiem vienai un tai pašai auditorijai, tiek nodoti šie pielikumi, faktiski auditorija abiem pielikumiem pārklājas.

Strīds ir gan par nosaukuma (kas ir „Dienas bizness” preču zīme) atdarināšanu, gan „Impulss” atšķirības zīmju izmantošanu un atdarināšanu. „Impulss” līdz šim bija vienīgais šāda tipa un formāta žurnāls.

Saskaņā ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” rīcībā esošo informāciju „Пульс” diezgan masveidīgi tika nosūtīts „Dienas bizness” abonentiem. Saņemot un vizuāli ieraugot šo jauno žurnālu „Pulss”, abonents varēja sajaukt šo žurnālu ar „Impulss”. „Пульс” tika piegādāts mēneša pirmajā piektdienā, tieši jūlijā, kad „Impulss” neiznāca. Tas arī bija vienīgais „Пульс” žurnāls, ko abonenti saņēma. Nākamais ir plānots oktobra pirmajā piektdienā. „Dienas bizness” abonenti žurnālu „Пульс” saņēma tādā veidā, ka tas tika pievienots klāt SIA „B & B Redakcija” izdotajam laikrakstam. Tā kā „Бизнес & Балтия” un „Dienas bizness” abonenti daļēji pārklājas (25 %), tad, protams, ka šo žurnālu „Пульс” saņēma arī „Dienas bizness” abonenti, kas attiecīgi tika maldināti par šī pielikuma izcelsmi. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” rīcībā nav citas informācijas par to, kādā veidā vēl un vai vispār „Пульс” tika realizēts.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir norādījusi visas pazīmes, kuru dēļ abonents var tikt maldināts par „Пульс” izcelsmi. Papildus pazīme - „Пульс” plānots izdot tieši mēneša (oktobra) pirmajā piektdienā, tātad tajā pašā dienā, kad tiks izdots „Impulss”. Kā sekas šādai abonentu maldināšanai ir tas, ka, izmantojot negodīgi šīs „Impulss” iestrādes, tiek nodrošināta vieglāka piekļuve reklāmdevējiem, jo „Пульс” var uztvert kā „Impulss” krievu valodā. Rezultātā „Пульс” var piedāvāt zemākas cenas reklāmdevējiem, jo SIA „B & B Redakcija” nav jāinvestē sava žurnāla popularizēšanā. Būtībā tiek deformēts tirgus, vēl jo vairāk tāpēc, ka „Dienas bizness” un „Impulss” abonentu starpā var būt un arī ir reklāmdevēji. Papildus, abonentiem tiek grauta uzticība, jo „Impulss” strikti bija izvairījies no reklāmrakstu publicēšanas, savukārt, „Пульс” to praktizē.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nepiekrīt Latvijas Preses izdevēju asociācijas viedoklim, ka abiem pielikumiem ir atšķirīga auditorija. Varbūt var piekrist šim viedoklim, ja ņem vērā to, ka tie ir dažādās valodās, tomēr mūsdienās daudz krievu tautības abonentu lasa latviešu valodā un otrādi. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka auditorija abiem pielikumiem pārklājas, jo būtībā nav tādu tikai latviešu un tikai krievu uzņēmumu. 90 % no „Dienas bizness” abonentiem ir juridiskas personas, 10 % - fiziskas. Aptuveni šāds sadalījums bija arī 2006.gadā. Pastāv tendence palielināties fizisko personu abonentu skaitam. Reģistrēto abonentu skaits ir aptuveni 10 500, bet tas mainās. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka var tikt maldināti arī abonenti, kas ir fiziskas personas, jo avīzes lasītāji ir fiziskas personas, kas tostarp ietilpst kādā juridiskā personā. Mērķauditorija neatpazīst izdevējus, ko apliecina konkrēta abonenta e-pasta vēstule un komentāri interneta mājas lapā. Tātad šie pielikumi ir tik līdzīgi, ka abonents, saņemot „Пульс”, domā, ka tā ir „Impulss” krievu valodas versija. Latvijā vairāk neviens neizdod šāda satura pielikumus. Ir lieli žurnāli, kas iznāk varbūt ar līdzīgu tematiku, bet tie nav konkurenti. „Impulss” unikalitāte izpaužas tādējādi, ka katra biznesa laikraksta pielikums ir oriģināls, katrs ir tik atšķirīgs, ar savu koncepciju, dizainu. Kā princips, ka biznesa laikrakstam iznāk pielikums, tas ir pierasts, taču tas, kāds kuram ir šis pielikums, ir unikalitāte. „Impulss” dizaina koncepcijai tika rīkots konkurss, lai atrastu dizaineru, rezultātā tika atrasta I.B., kas veselu vasaru veltīja tam, lai taptu šāds unikāls „Impulss”, kāds vēl nav bijis Latvijā. Tādējādi Latvijā „Impulss” un „Пульс” nav konkurentu šāda satura pielikumu izdošanā. Attiecībā uz zaudējumiem – tiek dempingotas reklāmas cenas. Konkrēti, kāds auto uzņēmums norādījis, ka „Пульс” piedāvā par 90 % lētāk reklāmas pakalpojumus nekā „Impulss”. Reāli zaudējumi nav nodarīti. Galvenais šajā lietā ir morāli zaudējumi, kas beigsies ar to, ka tiks samazināts reklāmas apjoms, samazināsies klientu apjoms, tiks diskreditēts „Dienas bizness”, degradēti informācijas līdzekļa ētiskie principi, kaut vai tādēļ, ka „Dienas bizness” konsekventi nekad npublicē reklāmrakstus. „Dienas bizness” vērtība ir godīga, pārbaudāma informācija.

Biznesa laikrakstiem ir prakse izdot pielikumus. Tā pirms 4 gadiem arī „Dienas bizness” nonāca līdz parastajai praksei izdot pielikumu. Konkrētā pielikuma izveidošanai netika piesaistīti

ārvalstu speciālisti. Ideja par „Impulss” izdošanu radusies „Dienas bizness” vadībai, bet ideju realizēja minētā dizainere.

Baltijas un Latvijas tirgus, izdodot „Пульс”, tiek ietekmēts tādējādi, ka tiek parādīts negatīvs precedents. „Бизнес & Балтия” tiek izplatīta arī Baltijā, tāpēc ietekmē arī Baltijas tirgu. „Пульс” izdošana visu iepriekšminēto un iesniegumā norādīto iemeslu dēļ uzskatāma par negodīgas konkurences piemēru. „Dienas bizness” abonenti arī ir Baltijas valstīs.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka „Пульс” dizainam un nosaukumam būtu jāmainās pilnībā, tā, lai abus pielikumus varētu atšķirt. Šobrīd „Пульс” nosaukuma un dizaina jomā ir pilnīgs „Impulss” atdarinājums. Saturiskā ziņā „Пульс” var palikt, kāds ir.

(2) Konkurences padomes Birojs 08.10.2007. saņēma no SIA „B & B Redakcija” sekojošus paskaidrojumus.

SIA „B & B Redakcija” izdotās avīzes nosaukums krievu valodā ir „Бизнес & Балтия Пульс”. Savukārt, SIA Izdevniecība „Dienas bizness” žurnāla nosaukums latviešu valodā ir „Dienas Bizness Impulss”. Tādējādi minētie preses izdevumi pēc to nosaukuma ir atšķirīgi. Preču zīme „Бизнес & Балтия” tieši asociējas ar laikrakstu „Бизнес & Балтия”, kurš tiek izdots kopš 1991.gada, un pa šo laiku kļuvis par pazīstamu un populāru lietišķu preses izdevumu Latvijas Republikas teritorijā. VI Baltijas ekonomiskajā forumā, kurš notika 2004.gada 17.-18.maijā, laikraksts „Бизнес & Балтия” uzvarēja konkursā „Baltijas gada brends” un kļuva par labāko Latvijas nacionālo brendu masu informācijas līdzekļu kategorijā. Patērētāji, kuri lasa Latvijas presi, zina ne tikai laikraksta „Бизнес & Балтия” nosaukumu, kas ir reģistrēta preču zīme, bet arī nosaukuma noformējumu un izskatu, kas ir reģistrēts kā grafiskā preču zīme un tiek izmantots žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” nosaukumā. Tāpat arī sarunās ar reklāmdevējiem žurnāls tiek prezentēts, izmantojot pilno nosaukumu, ar mērķi identificēt tā piederību preses izdevumam „Бизнес & Балтия”.

Preses izdevumu nosaukumi ir noformēti atšķirīgi un atšķirīgs ir to dizains. Žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” kārtējais numurs un izdošanas datums ir norādīts zem svītras augšējā kreisajā malā, bet žurnāla „Dienas Bizness Impulss” kārtējais numurs ir norādīts virs svītras augšējā kreisajā malā. Turklāt minētie dati attēloti ar dažādiem fontiem un dažādā secībā.

SIA „B & B Redakcija” nepiekrīt iesniedzēja apgalvojumam, ka fonētiski žurnāla „Пульс” nosaukums atgādina žurnāla „Impulss” nosaukumu. Fonētiski vārda „Impulss” transkripcija ir [‘impuls]. Savukārt, vārda „Пульс” transkripcija ir [puljs]. Vārdam „impulss” akcents pēc latviešu valodas noteikumiem tiek likts uz pirmo patskani „i”, bet ne uz beigu daļu „pulss”, kā to norāda iesniedzējs. Kā redzams, šie abi vārdi skan atšķirīgi un tos nav iespējams sajaukt.

Sakarā ar to, ka žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” tiek izplatīts tikai kā laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikums, praktiski tas tiek ievietots laikrakstā iekšā, žurnālam ir izvēlēts A3 formāts, jo šāds izmērs atbilst laikraksta „Бизнес & Балтия” formātam.

Žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” izlaiduma datos otrajā lappusē patērētājiem skaidri norādīts, kas ir minētā žurnāla izdevējs un ka tas ir laikraksta „Бизнес & Балтия” projekts, tādējādi dodot iespēju lasītājiem un reklāmdevējiem pārliecināties par tirgus dalībnieka – izdevēja identitāti un preces izcelsmi.

Abos žurnālos titullapā galvenās tēmas ir dažādi noformētas. Žurnāla „Dienas bizness Impulss” titullapā galvenās tēmas ir minētas tikai no kreisās puses un cipari, kas norāda uz lappušu numuriem, ir rakstīti ar sarkanu krāsu, tās izmērs pārsniedz tēmas nosaukumu izmērus. Savukārt, žurnālā „Бизнес & Балтия Пульс” titullapā galvenās tēmas ir minētas gan no kreisās, gan no labās malas, bet lapas pušu numuri rakstīti uz sarkana fona ar baltiem burtiem, un to izmērs ir mazāks nekā tēmu nosaukumi. Žurnālā „Dienas bizness Impulss” raksti ir noformēti, izmantojot divus stabiņus vienā lappusē, bet žurnālā „Бизнес & Балтия Пульс” – trīs stabiņi.

Laikrakstā „Бизнес & Балтия” sniegta aktuālā ikdienas informācija par politiskiem un lietišķiem notikumiem Latvijas Republikā un ārzemēs, bet pielikuma „Бизнес & Балтия Пульс”

galvenais mērķis ir sniegt informāciju lasītājiem attiecībā uz modes tendencēm, aksesuāriem, kas norāda uz cilvēka statusu sabiedrībā, atpūtas iespējām utt. Žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” palīdz cilvēkam orientēties kultūras tendencēs. Tieši šī iemesla dēļ žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” nosaukumā ietverts vārds „Pulss”, kurš radies no latīņu valodas un kurš nozīmē kustības ritmu, tempu, dzīves tempu. Savukārt, vārds „impuls” [latīņu val.] nozīmē – ierosinošs motīvs, iemesls, kurš izraisa kaut kādas darbības. No minētā izriet, ka vārdiem „Impuls” un „Pulss” ir dažādas jēgu nozīmes un tie nevar būt uztverti kā sinonīmi, maldinot patērētājus par abu izdevumu identitāti.

Žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” tiek izplatīts tikai bezmaksas un tikai kopā ar laikrakstu „Бизнес & Балтия”. To, ka laikraksta „Dienas bizness” abonenti ir saņēmuši žurnālu „Бизнес & Балтия Пульс” izskaidro tas, ka daži laikraksta „Dienas bizness” abonenti abonē arī laikrakstu „Бизнес & Балтия”.

Redaktore fotoattēla foto sižeta izvēle noteikta ar to, ka redaktore savā uzrunā lasītājiem skar vasaras tematiku, un galvenā fotoattēla jēga ir nevis tas, ka redaktore redzama no mugurpuses, bet tas, ka viņa sauļojas pludmalē.

SIA „B & B Redakcija” par absurdiem uzskata iesniedzēja apgalvojumus, ka žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” maldina par savu izcelsmi sakarā ar to, ka tas ir saturiski līdzīgs un uzrunā to pašu mērķauditoriju, uz kuru vērsts žurnāls „Dienas Bizness Impuls”, un ka tajā ievietoti raksti par līdzīgām tēmām.

Ņemot vērā minēto, SIA „B & B Redakcija” uzskata, ka žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” nosaukums, tā noformējums, kopsakarā ar žurnālu „Dienas bizness Impuls” nosaukumu, tā noformējumu, nevar maldināt vidusmēra patērētāju, kurš ir pietiekami labi informēts, vērtīgs un piesardzīgs, par SIA „B & B Redakcija” izdotā žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” izcelsmi.

Atbildot uz Konkurences padomes Biroja jautājumiem, SIA „B & B Redakcija” norādījusi sekojošo.

SIA „B & B Redakcija” veic saimniecisko darbību preses izdevumu izdošanas tirgū Latvijas Republikas teritorijā. Sakarā ar to, ka SIA „B & B Redakcija” ir vienīgais uzņēmums Latvijas Republikā, kas izdod lietišķu laikrakstu krievu valodā, tai nav konkurentu preses izdevumu izdošanas tirgū.

Žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” nosaukuma idejas un noformējuma autors ir projekta vadītājs A.Š. „Бизнес & Балтия Пульс” galvenais mērķis ir sniegt informāciju lasītājiem par modes tendencēm, aksesuāriem, atpūtas iespējām, ekskluzīvajiem sporta veidiem, ēdieniem, citām valstīm un to kultūras īpatnībām un citām izklaides un izziņas tēmām. Žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” palīdz cilvēkiem orientēties kultūras un modes tendencēs. Tieši šī iemesla dēļ žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” nosaukumā tika ietverts vārds „Пульс”, kurš radies no latīņu valodas un kurš nozīmē ritmu, tempu, dzīves tempu. Veidojot žurnāla dizainu, mērķis bija izstrādāt kvalitatīvu un spilgtu preses izdevumu, kuru tā lasītājs varētu baudīt ilgstošu laiku. Sakarā ar to, ka žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” tiek izplatīts kā pielikums laikrakstam „Бизнес & Балтия” un ir ielikts laikrakstā iekšā, tad žurnālam tika izvēlēts A3 formāts, kas atbilst laikraksta „Бизнес & Балтия” formātam. Tādējādi, izvēloties citu žurnāla formātu, tas izraisītu grūtības tā izplatīšanā. Cits iemesls minētā formāta izvēlei ir tas, ka SIA „B & B Redakcija” izdod žurnālu „Бизнес.LV”, kuram ir A4 formāts un kuru abonē arī laikraksta „Бизнес & Балтия” abonenti. Līdz ar to, ja žurnālam „Бизнес & Балтия Пульс” būtu izvēlēts A4 formāts, tad izveidotos situācija, ka SIA „B & B Redakcija” būtu divi līdzīgi produkti.

Žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” tiek izplatīts tikai kā pielikums laikrakstam „Бизнес & Балтия” un tiek ielikts laikrakstā iekšā. Žurnālu nav iespējams iegādāties atsevišķi.

Sakarā ar to, ka žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” ir SIA „B & B Redakcija” jauns projekts, un uz doto brīdi tiek vērtēta laikraksta „Бизнес & Балтия” lasītāju un potenciālo reklāmdevēju reakcija uz žurnāla parādīšanos, tas netiek izdots ar noteiktu periodiskumu. Tiek plānots, ka līdz šī gada beigām tiks izdoti vēl divi žurnāla numuri oktobra un decembra mēnesī.

Sakarā ar to, ka žurnāls „Бизнес & Балтия Пульс” tiek izplatīts tikai kā pielikums laikrakstam „Бизнес & Балтия”, abiem produktiem ir vienāda mērķauditorija.

2006.gadā laikraksta „Бизнес & Балтия” abonēšanas procentuālais skaits sastāda 86%, pārdošana tirdzniecības vietās sastāda 12%. 2007.gada laikraksta „Бизнес & Балтия” abonēšanas procentuālais skaits sastāda 86%, pārdošana tirdzniecības vietās sastāda 14%. Laikraksta „Бизнес & Балтия” abonēšana ir vienīgais žurnāla „Пульс” izplatīšanas veids. Laikraksta „Бизнес & Балтия” tematika ir ikdienas politisku un lietišķo notikumu apgaismošana, intervijas, tirgus tendenču analīze utt. Žurnāla „Бизнес & Балтия Пульс” tematika ir modes tendencēs, aksesuāri, atpūtas iespējām, ekskluzīvie sporta veidi, ēdieni, citu valstu kultūras īpatnības, automobili, elektronikas un sadzīves tehnikas jaunumi un citas izklaides un izziņas tēmas. Laikraksta „Бизнес & Балтия” abonētu fizisko personu skaits 2006.gadā – 19%, juridisko personu skaits – 77%. 2007.gadā fizisko personu skaits – 13%, juridisko personu skaits – 81%.

(3) Konkurences padomes Birojs 15.10.2007. saņēma no VAS „Latvijas pasts” informāciju par laikrakstu „Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия” 2007.gada jūnija mēneša abonētu skaitu.

(4) Konkurences padomes Birojs 17.10.2007. saņēma no SIA „Abonēšanas centrs Diena” informāciju par laikrakstu „Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия” 2007.gada jūnija mēneša abonētu kopējo un atsevišķo skaitu.

(5) Konkurences padomes Birojs 18.10.2007. saņēma no SIA Izdevniecība „Dienas bizness” sekojošu informāciju.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nepiekrīt SIA „B & B Redakcija” viedoklim, ka „sakarā ar to, ka SIA „B & B Redakcija” ir vienīgais uzņēmums Latvijas Republikā, kas izdod lietišķu laikrakstu krievu valodā, tai nav konkurentu preses izdevumu izdošanas tirgū”.

SIA „B & B Redakcija” šā gada oktobrī, nomainot nosaukumu no „Пульс” uz „Плюс”, ir izdevusi „Бизнес & Балтия” pielikuma „Плюс” oktobra numuru, kura noformējums, dizains un stils ir identisks „Бизнес & Балтия” sākotnējam pielikumam „Пульс” un atkal ir sajaucami līdzīgi ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdoto žurnālu „Impulss”. Nomainot „Бизнес & Балтия” pielikuma nosaukumu no „Пульс” uz „Плюс”, SIA „B & B Redakcija” faktiski ir atzinusi, ka šī nosaukuma izmantošana ir vērtējama kā SIA Izdevniecība „Dienas bizness” preču zīmes „Impulss” izmantošana. Tomēr, tā kā SIA „B & B Redakcija”, neskatoties uz tiesas aizliegumu, turpina atdarināt SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdotā žurnāla „Impulss” ārējo izskatu un atšķirības zīmes, maldinot žurnāla „Impulss” lasītājus par žurnāla „Пульс” (tagad „Плюс”) saistību ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdoto laikrakstu, negodīga konkurence no SIA „B & B Redakcija” puses tiek turpināta.

(6) Konkurences padomes Birojs 22.10.2007. saņēma no SIA „B & B Redakcija” sekojošu informāciju.

SIA „B & B Redakcija” ir vienīgais uzņēmums Latvijas preses izdevumu tirgū, kas izdod lietišķo laikrakstu krievu valodā. Tas nozīmē, ka Latvijā preses izdevumu tirgū nav analogisku produktu, kas varētu tieši konkurēt ar SIA „B & B Redakcija” izdodamo laikrakstu „Бизнес & Балтия”. Laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu „Бизнес & Балтия Пульс” var saņemt tikai laikraksta abonenti. Mazumtirdzniecības vietās laikraksta pielikums netika izplatīts. Laikraksta „Бизнес & Балтия” mērķauditorija ir cilvēki, kas grib būt kompetenti un orientēties uzņēmējdarbības vidū, sekojot līdzi politiskajiem, ekonomiskajiem un sabiedriskajiem procesiem, kuri var tieši vai netieši ietekmēt uzņēmējdarbību un līdz ar to uzņēmēju stratēģiskos plānus.



(7) 30.10.2007. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA „TNS LATVIA” preses un interneta auditorijas pētījumu projektu vadītāja E.K. sniedza sekojošu informāciju.

SIA „TNS LATVIA” kopš 1993.gada regulāri veic Latvijas nacionālo mediju pētījumu. Pētījumā tiek noskaidrots, cik daudz respondentu ir lasījuši vai caurskatījuši konkrētos preses izdevumus pēdējo divu nedēļu laikā. Pētījumā *PRESE - Pavasaris 2007* (05.02.2007.-29.04.2007.) noskaidrots, ka pārsvarā laikrakstu „Dienas bizness” lasa latviešu tautības pārstāvji un laikrakstu „Бизнес & Балтия” – citu tautību pārstāvji (pārsvarā krieviski runājošie). Tomēr neliela daļa auditorijas pārklājas. 9,4% no „Dienas bizness” lasītājiem lasa „Бизнес & Балтия”, bet 13% no „Бизнес & Балтия” lasītājiem lasa „Dienas bizness”.

Lielākā daļa lasītāju izvēlas lasīt laikrakstus dzimtajā valodā. Valoda ir svarīgs izvēles kritērijs arī biznesa preses patēriņā. Visticamāk, ka laikraksti „Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия” tieši nekonkurē. Tomēr cilvēki tagad vairs nav tik piesaistīti vienam medija veidam. Svarīgākais ir informācijas saturs, tiek meklēts informācijas iegūšanas ātrākais veids. Ziņu portāli netiešā veidā konkurē ar laikrakstiem. Savā starpā vairāk varētu konkurēt biznesa ziņu portāls krievu valodā un laikraksts krievu valodā, nekā divi laikraksti dažādās valodās. Biznesa laikrakstu lasītāji ir ekonomiski aktīvi cilvēki, arī studenti.

(8) Konkurences padomes Birojs 01.11.2007. saņēma no VAS „Latvijas pasts” sekojošu informāciju. VAS „Latvijas pasts” laikrakstu „Бизнес & Балтия” un tā pielikumus „Пульс” un „Плюс” saņem komplektētus no tipogrāfijas un pastnieks ievieto tos pasta kastītē attiecīgajos piegādes datumos vienlaicīgi ar atbilstošajiem pielikumiem, savukārt laikrakstu „Dienas bizness” un tā pielikumu „Импульс” saņem jau sakomplektētu, t.i., „Импульс” jau ir ievietots laikrakstā un pastnieks šo komplektu ievieto pastkastītē.

(9) Konkurences padomes Birojs 14.11.2007. saņēma no SIA „Abonēšanas centrs Diena” sekojošu informāciju. Laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumi tiek piegādāti gan ievietoti starp lapām laikrakstā „Бизнес & Балтия”, gan piegādāti laikraksta abonentiem kā atsevišķa vienība kopā ar laikrakstu. Laikraksta „Dienas bizness” pielikums tiek piegādāts laikraksta abonentiem kā atsevišķa vienība kopā ar laikrakstu.

(10) 03.12.2007. tikšanās laikā ar Konkurences padomes Biroja amatpersonu SIA „B & B Redakcija” sniedza sekojošu informāciju. Pielikums „Пульс” iznāca jau deviņdesmitajos gados, tagad tā izdošana tikusi atjaunota, tādēļ to nevar uzskatīt par pilnīgi jauna žurnāla izdošanu. Tādēļ „Пульс” pirmajā numurā netika norādīts, ka tas ir jauns pielikums. SIA „B & B Redakcija” nepiekrīt, ka Latvijā žurnālistikas praksē vienmēr pieņemts pirmajā izdevumā norādīt, ka tas ir jauns izdevums.

(11) Konkurences padomes Birojs 10.12.2007. saņēma no SIA „B & B Redakcija” sekojošu informāciju. Laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikums „Пульс” tika reklamēts žurnālā „Банки & Финансы” un žurnālā „Бизнес.Lv”. SIA „B & B Redakcija” nepiekrīt SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iesniegumā minētajam, ka laikraksta „Dienas bizness” pielikuma „Импульс” formāts līdz laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” izdošanai bija vienīgais šāda formāta žurnāls, jo tāds pats formāts ir vairākiem citiem žurnāliem un avīzēm Latvijā, piemēram, laikrakstam „МК Латвия” un laikrakstam „Rīgas Balss”.

Reklāmas devēju piesaistīšana laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumam „Пульс” un vēlāk „Плюс”, galvenokārt, notiek, izmantojot SIA „B & B Reklāma” klientu bāzi attiecīgais atbildīgais darbinieks pa telefonu vai pa e-pastu sazinās ar SIA „B & B Reklāma” klientu bāzē esošajām personām, kuri jau agrāk izmantoja savas reklāmas izvietošanai laikrakstu „Бизнес & Балтия”, un izsaka tiem attiecīgu piedāvājumu.

Laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikums „Пульс” un vēlāk „Плюс” netiek izdots vai piedāvāts laikraksta „Бизнес & Балтия” abonentiem Lietuvā un Igaunijā. Laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumam „Пульс” un vēlāk „Плюс” iznāk piektdienās, jo tam ir izklaidējošs raksturs. Ņemot vērā, ka laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumam „Пульс” un vēlāk „Плюс” mērķauditorija ir krievu valodā runājošie lietišķie cilvēki, tad minētā pielikuma izplatīšana darba nedēļas laikā nav lietderīga.

(12) Konkurences padomes Birojs 12.12.2007. saņēma no SIA Izdevniecība „Dienas bizness” sekojošu informāciju. Laikraksta „Dienas bizness” pielikuma „Impulss” reklamēšanā, popularizēšanā, kā arī potenciālo reklāmdevēju piesaistīšanā ir ieguldījusi Ls 112 475,66, t.sk. reklāmas un mārketinga kampaņai pirms šī pielikuma izdošanas un uzsākot to, reklāma laikrakstā „Dienas bizness”, reklāmdevēju piesaistīšanas tiešie izdevumi, popularizēšanas tiešie izdevumi, dizaina izstrāde.

Tā ir vispārpieņemta žurnālistikas prakse, ka preses izdevumos, kas iznāk ar lielāku periodiskumu (vienu vai divas reizes mēnesī) vai retāk, pirmajā izdevuma numurā redaktora slejā uzsver, ka tas ir jauna izdevuma pirmais numurs vai norāda, ka tas ir jaunas tematikas aptvērums vai tiek likts uzsvars uz šī izdevuma nosaukumu tā, lai lasītājam būtu skaidrs, ka šis izdevums ir jauns. Ja jauna preses izdevuma izdevējs vēlas šo izdevumu izdot regulāri un veidot lasītāju loku, tad ir gan dabiski, gan loģiski paziņot redaktora slejā, ka ir iznācis jauns izdevums.

Pirms pielikuma „Impulss” izdošanas rīkots dizaineru konkurss, saskaņā ar kuru jaunā izdevuma „Impulss” dizaina izstrāde tika uzticēta I.B., taču, tā izstrādi konsultēja arī ārzemju speciālisti, kuri atzina, ka I.B. oriģināldizains atbilst izdevējkoncerna „Bonnier” un „Dienas bizness” kopīgajam vizuālajam stilam.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka SIA „B & B Redakcija”, tikai nomainot nosaukumu no „Пульс” uz „Плюс”, joprojām aizskar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” tiesības, jo „Бизнес & Балтия” pielikuma „Плюс” oktobra un decembra numura noformējums, dizains un stils ir identisks „Бизнес & Балтия” sākotnējam pielikumam „Пульс”, un tas atkal ir sajaucami līdzīgs ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdoto izdevumu „Impulss”. SIA „B & B Redakcija” turpina atdarināt SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdotā pielikuma „Impulss” ārējo izskatu un atšķirības zīmes, maldinot lasītājus par pielikuma „Пульс” (oktobra un decembra izdevumā „Плюс”) saistību ar „Dienas bizness” pielikumu „Impulss”. Tādējādi SIA „B & B Redakcija” turpina veikt prettiesiskās darbības un nevēlas tās labprātīgi atzīt un pārtraukt. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka 90-tajos gados izdoto „Бизнес & Балтия” pielikumu titullapa ar nosaukumu „Плюс” būtiski atšķīrās no patreizējā laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Плюс” titullapas, jo nosaukums ir izvietots kreisajā, nevis labajā pusē un cita lieluma burtiem un šriftu, pie nosaukuma ir „+” zīme, kā arī šis izdevums iznāca kā avīzes „Бизнес & Балтия” tematiskais pielikums un bija uz avīžu papīra, nevis kā žurnāls. Ja „Бизнес & Балтия” pielikums „Плюс” tiktu izdots tādā veidā kā 90-tajos gados, tad SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nebūtu nekādu iebildumu pret „Бизнес & Балтия” pielikuma „Плюс” izdošanu arī žurnāla veidā, ja tā dizains atkal netiktu veidots kā sajaucami līdzīgs ar „Dienas bizness” pielikumu „Impulss”.

Piemēram, izdevniecība „Lilit” izdod žurnālu „Lilit” krievu, latviešu, igauņu un lietuviešu valodā. Izdevniecība „Rīgas Viļņi” izdod žurnālu „Pastaiga” latviešu valodā un „Pastaiga.ru” krievu valodā. Jānorāda, ka žurnāli ir līdzīgi, taču saturiski nav pilnīgi vienādi.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nevar tieši apgalvot, kurš raksts pielikumā „Пульс” tapis pēc kāda pasūtījuma, jo tam ir nepieciešami konkrēti dokumentāli pierādījumi, taču pazīmes, kas ļauj domāt, ka vismaz daži raksti pielikumā „Пульс” tapuši pēc pasūtījuma, piemēram, raksts 59.lp., 14.lp. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” stingri ievēro godīgas un objektīvas preses tradīcijas skaidri nodalot, kuri raksti ir redakcijas materiāli un kuri ir reklāma vai pasūtījuma raksti. Tā kā SIA „B & B Redakcija” „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” izdošanas gadījumā strādā ar tiem pašiem reklāmdevējiem, ar kuriem strādā SIA Izdevniecība

„Dienas bizness”, un reklāmdevējiem sava žurnāla reklāmas laukumus piedāvā tādējādi, ka piesola rakstīt papildus vēl pasūtījuma rakstus, tad reklāmdevējs tiek radināts pie demokrātiskā sabiedrībā nepieņemamas un neētiskas preses kārtības. Rezultātā šie reklāmdevēji arī no SIA Izdevniecība „Dienas bizness” var prasīt reklāmas un pasūtījuma rakstu sajaukšanu kopā ar redakcijas materiālu, un atteikuma gadījumā izvēlēties „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс”, kas pieļauj šādu praksi.

Šobrīd „Dienas bizness” abonentu loks ārpus Latvijas ir neliels – daži abonenti Lietuvā un Igaunijā.

Ņemot vērā to, ka reklāmdevēju loks preses tirgū ir ļoti šaurs un pārsvarā tās ir lielas kompānijas, kuras abonē abas biznesa preses avīzes („Бизнес & Балтия” un „Dienas bizness”), negodīgi izmantojot pielikuma „Impulss” noformējumu, dizainu, stilu, tiek atvieglota piekļuve reklāmdevējiem un manipulācija ar viņiem, kā arī reklāmdevēju pārvilināšana par dempinga cenām, piedāvājot līdzīgus un sajaucamus produktus.

Ņemot vērā to, ka 2007.gada laikā SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir sasniedzis plānoto reklāmas budžeta pieauguma apjomu, kā arī ir pieaudzis „Dienas bizness” abonentu skaits, tad kopējo reklāmas ieņēmumu pieaugumu vai kritumu pa atsevišķām pozīcijām pašreiz nav iespējams precīzi noteikt, kā arī nav iespējams precīzi noteikt, vai kopš pielikuma „Пульс” izdošanas uzsākšanas pielikuma „Impulss” reklāmas apjoms ir vai nav samazinājies.

**(13)** SIA Izdevniecība „Dienas bizness” pārstāvis atbilstoši Konkurences padomes Biroja 13.12.2007. vēstulē Nr.3017 izteiktajam uzaicinājumam 21.12.2007. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.2131/07/08/14 esošajiem pierādījumiem un izteica viedokli, ka iespējama Konkurences likuma pārkāpums un negodīga konkurence SIA „B & B Redakcija” darbībā ir pierādīta. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” lūdz SIA „B & B Redakcija” saukt pie atbildības un uzlikt par pienākumu novērst pieļauto pārkāpumu.

**(14)** SIA „B & B Redakcija” pārstāve atbilstoši Konkurences padomes Biroja 13.12.2007. vēstulē Nr.3018 izteiktajam uzaicinājumam 19.12.2007. Konkurences padomē iepazinās ar lietā Nr.2131/07/08/14 esošajiem pierādījumiem un 04.01.2008. vēstulē Nr.44 cita starpā izteica sekojošu viedokli par tiem.

SIA „B&B Redakcija” uzskata, ka tās darbībā nav saskatāms Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpums. Visu izdevniecību izdevumu ārējais noformējums un materiālu veiksmīgākais izvietojums tika izdomāts ilgu laiku pirms SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un kaut ko pavisam jaunu šajā jomā nav nepieciešamības izdomāt nevienam laikraksta izdevējam, tādējādi kaut kādas līdzības starp laikrakstiem var atrast starp ļoti daudziem izdevumiem (piemēram, starp laikrakstu „Час” un „Вести Сегодня”). SIA „B&B Redakcija” uzskata, ka starp laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu „Пульс” un laikraksta „Dienas bizness” pielikumu „Impulss” nav saskatāmas tāda mēroga līdzības, kas varētu maldināt vidusmēra patērētāju. Kā vienīgo pierādījumu šķietamajam maldinājumam SIA Izdevniecība „Dienas bizness” piestādījusi e-mailu, kura patiesā sasaiste ar tās autoru netika pierādīta, un tādējādi tas vispār nedrīkst būt ņemams vērā lietas ietvaros, Konkurences padomei pieņemot lēmumu.

Gan vidusmēra patērētājiem, gan ekspertiem, vērtējot pielikumu „Impulss” un „Пульс” līdzību, ir acīmredzams, ka tiem ir pavisam savādāks ārējais izskats un materiālu izvietojums. Turklāt ir pretrunīgs SIA Izdevniecība „Dienas bizness” 12.11.2007. vēstulē Nr.1/8 izteiktais viedoklis, ka nosaukumi „Бизнес.lv” un „Biznews.lv” ir atšķirīgi, jo „BizNews.lv” ir latīņu burtiem rakstīts, savukārt „Бизнес” ir kirilicā rakstīts, jo attiecībā uz laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu „Пульс” SIA Izdevniecība „Dienas bizness” viedoklis ir gluži pretējs un kirilicā rakstīts laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” nosaukums tiek tulkots latviešu valodā, ar to pamatojot tā līdzību ar laikraksta „Dienas bizness” pielikuma „Impulss” nosaukumu.

Ņemot vērā minēto, SIA „B&B Redakcija” uzskata, ka vidusmēra patērētājam jābūt augstākajā mērā izklaidīgam un nevērīgam, lai sajauktu laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu „Пульс” ar laikraksta „Dienas bizness” pielikumu „Impulss”. Tāpat SIA „B&B Redakcija” uzskata, ka, izdodot pielikumu „Пульс”, tā nevarēja ietekmēt reklāmas izvietojanos samazināšanos laikraksta „Dienas bizness” pielikumā „Impulss”, jo SIA „B&B Redakcija” izmanto tikai SIA „B&B Reklāma” klientu bāzē esošas personas, kas jau agrāk izmantoja savas reklāmas izvietojšanai laikrakstu „Бизнес & Балтия”.

### **Pamatojuma daļa**

(15) SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir LR Uzņēmumu reģistrā 03.03.1993. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.50003118721) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 14.12.2004.), kuras galvenais darbības veids ir laikraksta izdošana.

SIA „B & B Redakcija” ir komercreģistrā 04.11.2004. reģistrēta (vienotais reģ. Nr.50003708911) komercsabiedrība, kura izdod preses izdevumus.

SIA „B & B Redakcija”, sniedzot paskaidrojumus, norādījusi, ka sakarā ar to, ka SIA „B & B Redakcija” ir vienīgais uzņēmums Latvijas Republikā, kas izdod lietišķu laikrakstu krievu valodā, tai nav konkurentu preses izdevumu izdošanas tirgū. Tādējādi saskaņā ar SIA „B & B Redakcija” viedokli lietišķu laikrakstu latviešu un krievu valodās izdevēji, t.sk. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un SIA „B & B Redakcija”, nav konkurenti.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nepiekrīt, ka pielikumiem „Impulss” un „Пульс” ir atšķirīga auditorija, jo mūsdienās praktiski daudz krievu tautības abonentu lasa latviešu valodā un otrādi. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” uzskata, ka auditorija abiem pielikumiem pārklājas, jo būtībā nav tādu tikai latviešu un tikai krievu uzņēmumu. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” arī uzskata, ka nav būtisks apstāklis, kādā mērā SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un SIA „B & B Redakcija” izdevumi konkurē lietišķās informācijas tirgū, jo Konkurences likuma 18.panta subjekts ir nevis konkurenti, bet gan jebkurš tirgus dalībnieks, kura likumīgās intereses tirgū tiek pārkāptas ar darbībām, kas liecina par negodīgu konkurenci.

Konkurences padome noraida SIA Izdevniecība „Dienas bizness” argumentu, ka Konkurences likuma 18.panta subjekts ir nevis konkurenti, bet gan jebkurš tirgus dalībnieks.

Konkurences likuma 18.panta pirmā daļa nosaka, ka negodīga konkurence ir aizliegta. Šā panta trešās daļas punktus uzskaitītas darbības, kādā veidā var izpausties negodīga konkurence, ja šo darbību rezultātā ir radusies vai varētu rasties konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana, t.sk. cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata marķējuma vai iepakojuma atdarināšana, preču zīmes izmantošana, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi (2.punkts).

Tātad, lai konstatētu Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu – negodīgu konkurenci, nepieciešams konstatēt šādas pārkāpuma tiesiskā sastāva pazīmes: konkurences attiecību pastāvēšanu, cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšanu vai preču zīmes izmantošanu, maldinājuma iespējamību attiecībā uz preces izcelsmi un konkurences kavēšanu, ierobežošana vai deformēšanu. Tikai pastāvot visām minētajām pazīmēm, iespējams konstatēt konkrēto pārkāpumu. Iepriekšminētais vērtējums atbilst pastāvīgajai tiesu praksei (skat. Administratīvās rajona tiesas 16.11.2005. spriedums lietā Nr.C27075504, 12.punkts.)

Tādējādi, lai izvērtētu SIA „B & B Redakcija” darbību atbilstību Konkurences likuma 18.pantā noteiktajam negodīgas konkurences aizliegumam, Konkurences padomei vispirms jākonstatē, vai starp SIA „B & B Redakcija” un SIA Izdevniecība „Dienas bizness” pastāv konkurences attiecības.

Preses izdevēji parasti gūst ienākumus no divām personu grupām – preses izdevumu lasītājiem un reklāmu devējiem. Arī laikrakstu „Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия” izdevēji var būt konkurenti divos tirgos – preses izdevumu izdošanas tirgū un reklāmas izplatīšanas pakalpojumu sniegšanas tirgū.

**15.1** SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdod laikrakstu „Dienas bizness” latviešu valodā, tas iznāk 5 reizes nedēļā (katru darbdienu). Laikraksta apjoms aptuveni ir 20.-24.lpp. Laikrakstā „Dienas bizness” ievietoti raksti par ekonomiku, galvenokārt, Latvijā, taču ir arī raksti par norisēm ārvalstu ekonomikā. Laikrakstā regulāri tiek publicēta lietišķa informācija par akciju tirgiem un vērtspapīriem, valūtu kursiem, naftas produktu cenām, kredītprocentu likmēm, ieguldījumu fondiem u.c. „Dienas bizness” regulāri publicē arī intervijas ar uzņēmējiem. Laikrakstam „Dienas bizness” ir pielikumi „Auto”, „Bankas”, „IT & Telekomunikācijas”, „Saldo”, „Tūrisms”, „Būve un ģeogrāfija”, „Karjera & Vadzinība”, „Tranzīts & Loģistika”, „Business reģionos” u.c.

Kopš 2003.gada laikraksta abonenti vienu reizi mēnesī (11 reizes gadā) kā „Dienas bizness” pielikumu saņem žurnālu „Impulss”, kas ir izklaidējoša tipa izdevums. Tajā ievietoti raksti – intervijas ar uzņēmējiem, vēsturi, tūrisma, automašīnām, tehnoloģijām, modi, pavārmākslu, kultūras notikumiem ārpus Latvijas, arhitektūru utt., kā arī reklāmas.

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir reģistrēta interneta mājas lapā [www.db.lv](http://www.db.lv), kurā tiek publicēta līdzīga satura informācija kā laikrakstā latviešu valodā. Kopš 01.10.2007. SIA Izdevniecība „Dienas bizness” interneta mājas lapā [www.biznews.lv](http://www.biznews.lv) publicē lietišķa satura informāciju krievu valodā.

SIA „B & B Redakcija” izdod laikrakstu „Бизнес & Балтия” krievu valodā, tas iznāk katru darbdienu. Laikraksta apjoms ir aptuveni 10.lpp. Laikrakstā „Бизнес & Балтия” publicēta lietišķa satura informācija, t.sk. par ekonomiku Baltijā un citur pasaulē, uzņēmumiem Baltijas valstīs un to sadarbību ar Krieviju, par valūtu kursiem, vērtspapīriem, tūrisma utt. Laikrakstam „Бизнес & Балтия” ir pielikumi „Недвижимость” un „Референт”, kā arī pielikums „Пульс” un pielikums „Плюс”, kas tiek izdots pielikuma „Пульс” vietā” (šeit un turpmāk tekstā, kur ir runa par pielikuma „Пульс” ārējā izskata pazīmēm, domāts arī „Плюс”).

29.06.2007. SIA „B & B Redakcija” izdeva pirmo numuru žurnālam „Пульс”, kuru kā laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu saņēma tā abonenti. Žurnālā „Пульс” publicēti raksti par uzņēmumu „Latvijas Gāze”, automašīnām, tehnoloģijām, uzņēmējiem, ekskluzīviem aksesuāriem, modi, interneta veikaliem, golfa laukumiem Latvijā un ārvalstīs, suši gatavošanu, vēsturi, tūrisma, kultūras pasākumiem ārvalstīs, kā arī reklāmas.

SIA „B & B Redakcija” ir reģistrēta interneta mājas lapā [www.bb.lv](http://www.bb.lv), kas ir laikraksta „Бизнес & Балтия” elektroniskā versija. SIA „B & B Redakcija” izdod arī žurnālu „Бизнес.lv”, kurā publicēti lietišķa satura raksti.

Izvērtējot iepriekšminēto, Konkurences padome norāda sekojošo.

Gan „Dienas bizness”, gan „Бизнес & Балтия” ir nacionālie laikraksti, abi tiek izdoti katru darbdienu. Faktiski abiem laikrakstiem un to pielikumiem „Impulss” un „Пульс” ir vienāda tematika un līdzīga mērķauditorija, taču to galvenā atšķirība ir valoda, kurā laikraksti tiek izdoti.

Latvijas iedzīvotāji pārsvarā izvēlas lasīt laikrakstus dzimtajā valodā, t.i., latviešu vai krievu valodā. Saskaņā ar SIA „TNS LATVIA” preses un interneta auditorijas pētījumu projektu vadītājas viedokli arī lietišķa satura laikrakstu izvēlē lasītājiem svarīgākais kritērijs ir valoda. Tomēr neliela daļa lasītāju, kuri pārvalda gan latviešu, gan krievu valodu, lasa abus laikrakstus – „Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия”. Pētījuma *PRESE - Pavasaris 2007* laikā iegūti dati, ka 9,4% no aptaujātajiem „Dienas bizness” lasītājiem lasa arī „Бизнес & Балтия” un ka 13% no „Бизнес & Балтия” lasītājiem lasa arī „Dienas bizness”. To, ka zināms daudzums gan latviski, gan krieviski runājošo cilvēku lasa abus laikrakstus - „Бизнес & Балтия” un „Dienas bizness” pierāda arī tas, ka abus laikrakstus („Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия”) SIA „Abonēšanas

centrs Diena” abonējušas 534 personas. Tādējādi latviski un krieviski rakstošie preses izdevumi zināmā mērā ietekmē viens otru un konkurē savā starpā.

Turklāt Konkurences padome jau iepriekš ir pieņēmusi lēmumu saistībā ar preses izdevumiem, definējot preses izdevumu izdošanas tirgu kā vienotu tirgu (skat. Konkurences padomes 22.12.2005. lēmums Nr.79, publ. laikr. Latvijas Vēstnesis, 10.01.2006., Nr.5).

Līdz ar to Konkurences padome atzīst, ka SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un SIA „B & B Redakcija”, izdodot nacionālos lietišķa satura laikrakstus, kaut arī dažādās valodās, savstarpēji konkurē.

Bez tam abiem procesa dalībniekiem ir interneta ziņu portāli – SIA „B & B Redakcija” tas ir krievu valodā, bet SIA Izdevniecība „Dienas bizness” gan latviešu, gan krievu valodā (kopš 01.10.2007.). Tādējādi internetā ar informāciju krievu valodā SIA Izdevniecība „Dienas bizness” vēršas tieši pie krievu auditorijas, tas ir, pie „Бизнес & Балтия” mērķauditorijas. To, ka SIA „B & B Redakcija” un SIA Izdevniecība „Dienas bizness” cīnās par vienu un to pašu auditoriju internetā, apliecina SIA „B & B Redakcija” 18.10.2007. iesniegumam pievienotais raksts no portāla [www.biznews.lv](http://www.biznews.lv), kurā norādīts, ka laikraksts „Бизнес & Балтия” atteicies publicēt portāla biznews.lv reklāmu. SIA „B & B Redakcija” netieši apstiprinājusi konkurences attiecības starp SIA „B & B Redakcija” un SIA Izdevniecība „Dienas bizness” 18.10.2007. iesniegumā sakarā ar Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.,2. un 3.punktā noteikto aizliegumu pārkāpumiem SIA Izdevniecība „Dienas bizness” darbībās, kā arī 31.10.2007. sarunu protokolā norādot: „Uzskatām, ka portāls biznews.lv var samazināt mūsu žurnāla lasītāju skaitu dēļ nosaukumu līdzības, jo lasītāji var padomāt, ka biznews.lv ir mūsu žurnāla „Бизнес.lv” interneta versija”.

**15.2** Attiecībā uz SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un SIA „B & B Redakcija” darbību reklāmas izplatīšanas pakalpojumu sniegšanas tirgū, Konkurences padome norāda sekojošo.

Laikrakstā „Dienas bizness” tiek ievietotas dažādu reklāmdevēju reklāmas, piemēram, automašīnu dīleru, nekustamo īpašumu attīstītāju, taču pārsvarā reklāmas ir saistītas ar komercdarbību, tas ir, piedāvājumi nomāt telpas, iegādāties biroja tehniku, kravu pārvadājumus utt. Pielikumā „Impulss” savukārt ir izvietota nekustamā īpašuma (dzīvojamo telpu), automašīnu, banku, interjera, fotoaparātu, pulksteņu un dažādu ekskluzīvu u.c. firmu reklāmas.

Arī laikrakstā „Бизнес & Балтия” tiek ievietotas dažādu reklāmas devēju reklāmas, piemēram, apģērbu veikalu, automašīnu rezerves daļu pārdevēju, tūrisma operatoru, radiostaciju u.c. reklāmas. Pielikumā „Пульс” (arī „Плюс”) savukārt, ir izvietotas automašīnu, interneta mājas lapas [www.lidot.lv](http://www.lidot.lv), lidmašīnu, nekustamo īpašumu, pulksteņu (Omega), apģērbu un aksesuāru, mobilo telefonu, diētiskā ūdens, tūrisma firmu, alkohola, celtniecības materiālu, juridisko pakalpojumu u.c. reklāmas.

Tādējādi secināms, ka gan „Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия” un to pielikumos ir izvietotas gan pēc tematikas, gan pēc reklāmdevēju konkrēto nozari pārstāvības līdzīgas reklāmas, respektīvi abi laikraksti un to pielikumi piesaista līdzīgu tirgus dalībnieku – reklāmdevēju auditoriju. Nav iedomājams, ka reklāmu devēji, piemēram, piedāvājot telpu nomas pakalpojumus vai biroja tehniku, būtu ieinteresēti tikai un vienīgi tieši latviešu vai krievu mērķauditorijā. Tieši pretēji, reklāmu devēji ir ieinteresēti konkrētā reklāmas mērķauditorijā – personās, kuras ir vai potenciāli varētu būt uzņēmuma klienti, neskatoties uz valodu, ko tie izmanto ikdienas saziņā. Arī Konkurences padomes iepriekš izskatītajās lietās par reklāmas izplatīšanu definēts reklāmas pakalpojumu tirgus drukātajos nacionālajos preses izdevumos (skat. Konkurences padomes 20.12.2006. lēmums Nr.146, publ. laikr. Latvijas Vēstnesis, 12.01.2007., Nr.8) un preses reklāmas tirgus (skat. Konkurences padomes 02.05.2007. lēmums Nr.21, publ. laikrakstā Latvijas Vēstnesis, 13.04.2007., Nr.61).

Līdz ar to Konkurences padome atzīst, ka SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un SIA „B & B Redakcija” savstarpēji konkurē gan kā lietišķa satura laikrakstu izdevēji, gan arī kā reklāmas izplatīšanas pakalpojumu sniegšanas tirgus dalībnieki.

**(16)** SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iebildumi pēc būtības ir par to, ka SIA „B & B Redakcija”, izdodot pielikumu „Пульс”, ir izmantojusi SIA Izdevniecība „Dienas bizness” preču zīmi „Impuls” un tās laikraksta „Dienas bizness” pielikuma „Impuls” nosaukumu, kā arī izmantojusi un atdarinājusi pielikuma „Impuls” ārējo izskatu, tādējādi maldinot laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” („Плюс”) lasītājus par tā saistību ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdoto laikrakstu.

**(17)** Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktā noteikts aizliegums *izmantot vai atdarināt cita tirgus dalībnieka likumīgi lietota nosaukumu, atšķirības zīmes un citas pazīmes, ja tas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti.*

SIA Izdevniecība „Dienas bizness” norādījusi, ka tās ieskatā Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpums izpaudies, SIA „B & B Redakcija” izmantojot pielikumam „Пульс” tās pašas krāsas, kuras izmantotas pielikumam „Impuls”, kā arī atdarināts žurnāla „Impuls” nosaukums.

Konkurences padome norāda, ka likumdevējs kā patstāvīgus un atšķirīgus ir nošķīris Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteiktos negodīgas konkurences izpausmes veidus. Izvērtējot SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iesniegumā ietverto informāciju, Konkurences padome secina, ka iesniedzējs nav iesniedzis pierādījumus vai norādījis uz faktiem, kas liecinātu, ka SIA „B & B Redakcija” izmantojusi vai atdarinājusi SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nosaukumu (firmu), atšķirības zīmes un citas pazīmes (kas var būt, piemēram, komersanta firma, logo, tirdzniecības vietas nosaukums), kas var maldināt attiecībā uz tirgus dalībnieka identitāti. Pēc būtības iesniedzēja iebildumi ir par tā piedāvātās preces, t.i., (laikraksta) pielikuma nosaukuma un ārējā izskata atdarināšanu, nevis par tirgus dalībnieka (SIA Izdevniecība „Dienas bizness”) nosaukuma, atšķirības zīmju vai pazīmju atdarināšanu. Laikraksta „Dienas bizness” pielikuma, t.i., tirgus dalībnieka preces, nosaukuma vai ārējā izskata atdarināšana nav tirgus dalībnieka nosaukuma, atšķirības zīmju vai pazīmju atdarināšana Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta izpratnē. Atbilstoši pastāvīgajai tiesu praksei par tirgus dalībnieka izdota preses izdevuma ārējā izskata un nosaukuma atdarināšanu šādas tirgus dalībnieka darbības ir vērtējamas atbilstoši Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktam (skat. Administratīvās rajona tiesas 13.07.2007. spriedums lietā Nr.A42452105, 12.punkts).

Ievērojot minēto un izvērtējot iesniedzēja iebildumus, Konkurences padome atzīst, ka SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iebildumi pēc būtības ir par konkrētas preces, tas ir, laikraksta „Dienas bizness”, pielikuma „Impuls” ārējā izskata, nosaukuma un preču zīmes atdarināšanu, kas var maldināt par preces izcelsmi. Līdz ar to minētie SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iebildumi par Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1.punkta pārkāpumu ir noraidāmi un ir vērtējami saskaņā ar Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktu.

**(18)** Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteikts aizliegums *atdarināt cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukumu, ārējo izskatu, marķējumu vai iepakojumu, izmantot preču zīmi, ja tas var maldināt attiecībā uz preces izcelsmi.*

Saskaņā ar SIA Izdevniecība „Dienas bizness” norādīto laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumā „Пульс” SIA „B & B Redakcija” izmantojusi plaši pazīstamo preču zīmi „Impuls”, kas pieder SIA Izdevniecība „Dienas bizness” un reģistrēta Valsts preču zīmju reģistrā (apliecības Nr. M55976) kā grafiska preču zīme, kas ietver vārdus „Dienas bizness impuls”.

Konkurences padome jau iepriekš ir atzinusi, ka likums „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” ir speciāla norma, kas nosaka preču zīmju izmantošanas un aizsardzības tiesiskos ietvarus, un saskaņā ar šī likuma 28.panta otro daļu strīdi, kas radušies reģistrētu preču zīmju lietojuma sakarā, ir Rīgas apgabaltiesas kompetencē. Līdz ar to visi strīdi par jau reģistrētām preču zīmēm ir Rīgas apgabaltiesas kompetencē. Tiesības izvērtēt jau reģistrētu preču zīmju izmantošanas apstākļu atbilstību Konkurences likuma 18.panta

noteikumiem Konkurences padomei dod spēkā stājies tiesas nolēmums. Tādējādi pie pastāvošajiem tiesiskajiem un faktiskajiem apstākļiem Konkurences padome nav pilnvarota izvērtēt iesniegumā norādītos apstākļus par reģistrētas preču zīmes *Impulss* izmantošanu vai atdarināšanu (skat Konkurences padomes 03.03.2005. lēmums Nr.5, publ. laikrakstā Latvijas Vēstnesis, 17.03.2005., Nr.45 un Konkurences padomes 23.11.2005. lēmums Nr.65, publ. laikrakstā Latvijas Vēstnesis, 14.12.2005., Nr.199). Šāds secinājums ir atbilstošs arī pastāvīgajai tiesu praksei. LR Augstākās tiesas Senāts atzinis par pamatotu Rīgas apgabaltiesas 16.10.2000. spriedumā konstatēto, ka Konkurences padome nav tiesīga konstatēt pārkāpumus preču zīmju aizsardzības jomā, jo saskaņā ar likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” 28.panta otro daļu preču zīmes aizsardzības lietas izskatīšana ir tiesas kompetencē (skat. Augstākās tiesas senāta 10.02.2001. spriedumu lietā Nr.SKC-20).

(19) Tajā pašā laikā iesniegumā SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir norādījusi uz vairākām līdzībām laikraksta „Dienas bizness” pielikumā „Impulss” un laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumā „Пульс”, t.i., nosaukumā un ārējā izskatā.

Konkurences padome, izvērtējot SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iebildumus, norāda sekojošo.

Nav pamatots SIA Izdevniecība „Dienas bizness” arguments, ka fonētiski nosaukums „Пульс” atgādina nosaukumu „Impulss”, jo, to izrunājot, uzsvars tiek likts uz vārda beigu daļu „pulss”. Latviešu valodā vārda uzsvars parasti ir pirmajā zilbē, otrā zilbe tiek uzsvēta vien retos izņēmumos. Starp šādiem izņēmumiem nav vārda „impulss” (skat. <http://www.liis.lv/latval/fonetika/fon20.htm>). Vārda daļa „pulss” no vārda „impulss” fonētiski ir vienāda ar SIA „B & B Redakcija” izdotā pielikuma nosaukumu vien tad, ja to iztulko latviski, kas konkrētās lietas ietvaros nav pamatoti, jo pielikums „Пульс” ir izdots un piedāvāts vienīgi krievu valodā, un līdz ar to vidusmēra patērētājam atbilstoši saprotams un uztverams. Krievu valodā vārda „пульс” skanējums atšķiras no latviešu valodas vārda „impulss”. Arī vārdu „impulss” un „пульс” semantiskā nozīme ir dažāda. Turklāt laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikums ar nosaukumu „Пульс” izdots tikai vienu reizi, bet par nosaukuma „Плюс” izmantošanu SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nav iebildusi.

Konkurences padome piekrīt SIA Izdevniecība „Dienas bizness” viedoklim, ka laikrakstu pielikumu „Impulss” un „Пульс” ārējā izskatā vērojamas zināmas līdzības pazīmes, piemēram, formātā, nosaukuma izvietojumā uz vāka, informācijas izvietojumā lappusē ar redaktora sleju. Tomēr Konkurences padome ņem vērā, ka laikrakstam „Бизнес & Балтия” jau agrāk bijis pielikums ar nosaukumu „Плюс”, kas bija aptuveni līdzīga formāta un ar līdzīgu ārējo izskatu, to, ka Latvijā tiek izdoti un patērētājiem pieejami arī citi preses izdevumi A3 formātā (skat. SIA „B & B Redakcija” iesniegtos izdevumus „Rīgas Bals” un „МК Латвия”). Tādējādi SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izdotā laikraksta pielikuma „Impulss” formāts pats par sevi nav unikāla pazīme, pēc kuras varētu atpazīt tieši un vienīgi pielikumu „Impulss”. Bez tam Konkurences padome, pārbaudot lietā esošos pierādījumus, piekrīt SIA „B & B Redakcija” viedoklim, ka pielikuma „Пульс” formāts ir izvēlēts atbilstoši laikraksta „Бизнес & Балтия” formātam, līdz ar to ir pašsaprotams.

Apstrīdētā pielikuma „Пульс” nosaukums, tāpat kā iesniedzēja pielikumam „Impulss”, ir izvietots uz vāka augšdaļas labajā pusē, un Konkurences padome piekrīt, ka tādā veidā preses izdevēji nosaukumu izvieto retāk, tomēr arī bez minētajiem laikrakstu pielikumiem Latvijas Republikā ir izdots, piemēram, žurnāls „Māksla Plus”, kura vairākiem numuriem nosaukums izvietots labajā pusē (skat. <http://www.makslaplus.lv/vaki.php>). Konkurences padome neuzskata par īpašu līdzības pazīmi (kas varētu izraisīt maldinājumu) melno svītru, kas izmantota blakus nosaukumam „Пульс”, jo „Dienas bizness” pielikumā „Impulss” lielākoties, kā tas redzams no lietā esošajiem „Impulss” eksemplāriem izmantota svītra baltā krāsā, nevis melnā. Tostarp Konkurences padome, izvērtējot informāciju, kas izvietota uz pielikuma „Пульс” vāka, un veidu, kādā tā izvietota, ņem vērā, ka uz vāka ir norādīts laikraksta „Бизнес & Балтия”



nosaukums, kas nepārprotami jebkuram patērētājam norāda uz pielikuma saistību ar minēto laikrakstu. Turklāt preču zīme „Бизнес & Балтия” un laikraksts ar šādu nosaukumu Latvijas iedzīvotājiem ir pazīstams jau kopš 1991.gada un ir populārs, ko apstiprina SIA „B & B Redakcija” iesniegtā sertifikāta kopija par 2004.gada konkursā „Baltijas gada brends” iegūto atzinumu - labākais Latvijas nacionālais brends masu informācijas līdzekļu kategorijā. Tādējādi patērētājiem, uz pielikuma „Пульс” vāka redzot preču zīmi „Бизнес & Балтия”, kas vienlaikus ir arī SIA „B & B Redakcija” izdotā laikraksta nosaukums, ir saprotams, ar kuru no preses izdevumiem ir saistīts konkrētais pielikums. Līdz ar to nav pamatots arī SIA Izdevniecība „Dienas bizness” viedoklis, ka vidusmēra patērētājs pielikumu „Пульс” varētu uztvert kā pielikuma „Impulss” krievu valodas variantu.

Konkurences padome piekrīt SIA Izdevniecība „Dienas bizness”, ka pielikuma „Пульс” pirmajā lapā (kurā atrodas redaktora sleja) informācija izvietota līdzīgā veidā, kā pielikuma „Impulss” atsevišķos numuros, t.i., lietai pievienotajos „Impulss” numuros, kas izdoti 2006.gadā. Tomēr, apskatot Konkurences padomes rīcībā esošos 2007.gada „Impulss” numurus (janvāris, jūnijs), Konkurences padome secina, ka kopš 2007.gada pielikuma „Impulss” redaktora slejas lapā ir izmaiņas, un līdz ar to abonenti vienlaicīgi nav saņēmuši pielikumus „Impulss” un „Пульс”, kuros būtu līdzīgā veidā izvietota informācija pirmajā lapā, kur atrodas redaktora sleja. Bez tam vairumā žurnālu pirmajās lapās ir redaktora slejas un informācija par tālāk lasāmajiem rakstiem. Attiecībā uz SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iebildumu par redaktora fotogrāfiju pielikumā „Пульс”, Konkurences padome norāda, ka tā nevar būt par vienu no līdzības pazīmēm, kuras dēļ abonenti varētu tikt maldināti, sasaistot pielikumu „Пульс” ar laikrakstu „Dienas bizness” vai „Impulss”, jo pielikums „Пульс” izdots 2007.gada jūnijā, bet pielikums „Impulss” ar šādu fotogrāfiju (redaktore pludmalē) izdots gadu iepriekš, t.i., 2006.gada jūnijā. Līdz ar to nav iedomājams, ka abonenti pēc gada tik labi atcerētos kādu fotogrāfiju no pielikuma „Impulss” 2006.gada jūnijā, lai tās dēļ sasaistītu pielikumu „Пульс” un „Impulss” izcelsmi.

Iesniedzēja norādītās līdzības pazīmes pielukumos „Impulss” un „Пульс” - dizaina princips (pēc iespējas vairāk fotoattēlu un zīmējumu), kā arī izdošanas diena (piektdiena) ir loģiski preses izdevumiem, kas domāti izklaidei, jo neapšaubāmi tajos var būt vairāk fotoattēlu un ilustrāciju nekā lietišķa satura izdevumos, un izklaides pielikumi parasti tiek pievienoti piektdienas izdevumiem (piemēram, laikraksta „Diena” pielikums „Izklaide”).

Konkurences padome atzīst, ka nevar uzskatīt par negodīgu rīcību pielikuma „Пульс” izplatīšanu laikā, kad iesniedzēja pielikums „Impulss” neiznāca, t.i., jūlija mēnesī, jo tas atbilst saprātīgai komerciālai rīcībai, ka konkurenti cenšas ieņemt brīvu vietu tirgū, piemēram, atver jaunu tirdzniecības vietu, kad konkurentu tirdzniecības vietas nestrādā, vai izdod laikrakstus tajās dienās, kad citi laikraksti neiznāk.

Lietā nav nozīmes iesniedzēja norādītajam argumentam, ka abi pielikumi („Impulss” un „Пульс”) ir saturiski līdzīgi, tajos ir raksti par līdzīgām tēmām un tie uzrunā vienu un to pašu mērķauditoriju. Pirmkārt, pielikuma mērķauditorija izriet no laikraksta mērķauditorijas, tā parasti nemēdz būt atšķirīga laikrakstam un tā pielikumam, jo īpaši situācijā, kad pielikums tiek pievienots laikrakstam bez maksas, līdz ar to pielikuma „Пульс” mērķauditorija ir tāda pati kā laikrakstam „Бизнес & Балтия”. Otrkārt, SIA Izdevniecība „Dienas bizness” 20.09.2007. tikšanās laikā ir norādījusi, ka par pielikuma „Пульс” saturu tai iebildumu nav, iebildumi ir tikai par nosaukumu un dizainu.

Konkurences padome piekrīt SIA Izdevniecība „Dienas bizness”, ka preses izdevēji parasti pirmajos numuros informē, ka tiek izdots jauns preses izdevums, tomēr tas nav obligāts pienākums, un izdevējam ir izvēles iespēja to darīt vai nedarīt. Uz pielikuma „Пульс” vāka ir nepārprotami norādīts, ka tas ir pirmais šā pielikuma numurs. Turklāt SIA „B & B Redakcija” ir iesniegusi pierādījumu (žurnāla „Банки & Финансы” 2007.gada jūnija numurs), ka tā ir reklamējusi pielikuma „Пульс” izdošanu. Jebkurā gadījumā šāds fakts atsevišķi vai iepriekš

noskaidrotā starpā nenorāda uz Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktā negodīgas konkurences aizlieguma pārkāpumu.

Konkurences padome, izvērtējot SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iebildumus par iespējamo maldinājumu par laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” izcelsmi, ņem vērā arī sekojošus apstākļus.

Ar iegūtajiem pierādījumiem lietā nav apstiprinājies iesniedzēja norādītais arguments, ka pielikums „Пульс” masveidīgi ticis izplatīts bez maksas arī laikraksta „Dienas bizness” abonentiem. Gan SIA „Abonēšanas centrs Diena”, gan VAS „Latvijas pasts” apstiprinājusi, ka pielikumu „Пульс” tās piegādājušas vienīgi laikraksta „Бизнес & Балтия” abonentiem, līdz ar to vienīgie lasītāji, kas varētu būt saņēmuši gan pielikumu „Impulss”, gan „Пульс”, ir tie, kuri abonējuši gan laikrakstu „Dienas bizness”, gan „Бизнес & Балтия”. Līdz ar to abu minēto laikrakstu abonenti ir tā lasītāju daļa, kuras iespējas tikt maldinātai par „Бизнес & Балтия” pielikuma izcelsmi konkrētās lietas ietvaros vērtē Konkurences padome.

Laikrakstu abonenti pielikumu „Пульс” ir saņēmuši kopā ar laikrakstu „Бизнес & Балтия”, tāpat kā pielikumu „Impulss” - kopā ar laikrakstu „Dienas bizness”. Saskaņā ar SIA „Abonēšanas centrs Diena” sniegto informāciju laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumi tiek piegādāti arī ievietoti starp lapām laikrakstā „Бизнес & Балтия”, tādējādi, šādā veidā saņemot laikrakstu „Бизнес & Балтия” ar pielikumu „Пульс”, abonentiem nevar rasties nekādas šaubas par to izcelsmi.

Ņemot vērā visu šajā lēmuma punktā konstatēto, SIA „B & B Redakcija” un SIA Izdevniecība „Dienas bizness” viedokli, izvērtējot laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” atsevišķās pazīmes, t.sk. nosaukumu un ārējo izskatu, un to kopējo pasniegšanas veidu, vērtējot kopsakarā ar laikraksta „Dienas bizness” pielikuma „Impulss” atsevišķajām pazīmēm, t.sk. nosaukumu un ārējo izskatu, Konkurences padome atzīst, ka vidusmēra patērētājam, kurš atzīstams par pietiekami labi informētu, vērtīgu un piesardzīgu, nav iespējams tikt maldinātam par laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” izcelsmi. Konkrētajā gadījumā vairākums abonentu, kas iepazinušies ar laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu „Пульс”, ir juridiskas personas (to darbinieki), t.i., strādājoši cilvēki ar pietiekami labu izglītību un, kā norādījis iesniedzējs, inteliģenti un domājoši cilvēki, līdz ar to konkrētās lietas ietvaros vidusmēra patērētāji ir pietiekami zinoši, t.sk. pietiekami labi orientējas laikrakstos, kurus tie pasūta un kuri tos varētu interesēt, un līdz ar to vidusmēra patērētāji ir pietiekami labi spējīgi saskatīt atšķirības starp preses izdevumu un tiem pievienotajiem bezmaksas pielikumiem (konkrētajā gadījumā ir runa tikai par laikrakstu pielikumiem) un izdarīt pareizos secinājumus. Vēl jo vairāk tāpēc, ka vidusmēra patērētāji konkrētajā gadījumā pārsvarā ir iedzīvotāju grupa, kura iepriekšminēto, tai piemītošo pazīmju dēļ, regulāri lasa presi un zina, ka preses izdevumiem bieži ir līdzīgas ārējā izskata pazīmes, piemēram, formāts, vāka noformējums. Tādējādi Konkurences padome šo un iepriekš norādīto apsvērumu dēļ noraida SIA Izdevniecība „Dienas bizness” iesniegtā dizainera K.Š. atzinumā norādīto, ka tiek radīts iespaids, ka „Бизнес & Балтия Пульс” pieder Dienas Biznesa zīmolam vai kaut kādā veidā ir ar to saistīts. Konkrētajā gadījumā, iepriekš norādīto apsvērumu dēļ, Konkurences padome vērtē kritiski arī Latvijas Preses izdevēju asociācijas sniegto viedokli, ka pielikumā „Пульс” ir atdarināts Dienas Biznesa žurnāla „Impulss” nosaukums un dizains, kas var maldināt par tā izcelsmi un saistību ar Dienas Bizness, t.sk. arī tā iemesla dēļ, ka, pirmkārt, viens no administratīvā procesa dalībniekiem šajā lietā, t.i., SIA Izdevniecība „Dienas bizness”, ir Latvijas preses izdevēju asociācijas biedrs saskaņā ar tās interneta mājas lapā sniegto informāciju, un, otrkārt, Latvijas Preses izdevēju asociācija, sniedzot savu viedokli, nav norādījusi tā pamatojumu. Iesniedzēja norādītā klienta (Birojs.lv) 29.06.2007. elektroniskā pasta vēstule nevar būt par pamatu, lai konstatētu Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „B & B Redakcija” darbībā, jo Konkurences padome ir vērtējusi apstrīdētā pielikuma „Пульс” līdzības pazīmes ar iesniedzēja pielikumu „Impulss”, ņemot vērā vidusmēra patērētāja uztveri, līdz ar to vienam lasītājam izraisītas neskaidrības nevar būt par pamatu maldināšanas iespējamības konstatējumam, un

iesniedzēja atsaucei uz elektroniskā pasta vēstuli no klienta (Birojs.lv) nav nozīmes. Turklāt, jebkurā lietā nav iespējams izslēgt kāda atsevišķa patērētāja maldības gadījumu, taču tas nav pamats uzskatīt, ka pietiekams skaits vidusmēra patērētāju var tikt maldināti par preces izcelsmi. Savukārt maldinājuma iespēju Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta izpratnē iespējams konstatēt vienīgi tad, ja atdarinājuma rezultātā vidusmēra patērētāji var tikt maldināti par preces izcelsmi. Arī komentāri internetā, kurus iesniegusi SIA Izdevniecība „Dienas bizness”, nav atzīstami par pierādījumiem, kas apstiprina maldinājumu Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta izpratnē, ņemot vērā to saturu un ticamību. Cita starpā piemēram, 29.06.2007. plkst.15:19 komentārā kāda darbiniece rakstījusi „...uzmetot aci uz blakus galda, kur kolēģe šķirstīja jauno izdevumu, palūdzu – „Kad esi izskatījusi „Impulsu”, padod to, lūdzu, man”. Liels bija pārsteigums, kad viņa atbildēja, ka tas nemaz nav „Impulss”. Tomēr faktiski šis komentārs apliecina, ka darbiniece, kura šķirstījusi jauno izdevumu, ir skaidri sapratusi, ka tas nav „Impulss” vai ar to saistīts jebkādā veidā. Vienīgi kolēģe, kas redzējusi šo jauno izdevumu pa gabalu, pirmajā brīdī nolēmusi, ka tas ir „Impulss”. Tomēr no komentāra satura secināms, ka, apskatot pielikumu „Пульс” tuvāk, arī komentāra autore konstatējusi vienīgi pielikumu „Impulss” un „Пульс” līdzību, bet ir skaidri sapratusi, ka tas ir cits preses izdevums. Tostarp nav iedomājams, ka iepriekš aprakstītajā situācijā pielikuma „Пульс” noturēšana par „Impulss” pirmajā brīdī, redzot to pa gabalu, varētu ietekmēt abonenta, t.i., juridiskās personas, kurā šī darbiniece strādā, ekonomisko izvēli, nākamreiz abonējot preses izdevumus. Jāņem vērā, ka patērētāju uzvedība, izdarot ekonomisko izvēli, ir jāvērtē katrā gadījumā atsevišķi un ievērojot konkrēto preci vai pakalpojumu, tādējādi preses izdevuma abonēšana ir vērtējama pilnīgi atšķirīgi no, piemēram, ikdienas preču izvēles veikalā, kas nereti var sastāvēt arī no impulsīvi veiktiem pirkumiem. Preses izdevumi tiek abonēti, gan pamatojoties uz ilgstošu pieredzi, gan atbilstoši to saturam utt., bet ne mirkļa iespaidā, kad kāds no lasītājiem līdzīgi iepriekšminētajai situācijai ir ievērojis līdzīga preses izdevuma bezmaksas pielikumu no attāluma.

Ņemot vērā iepriekšminēto, Konkurences padome atzīst, ka nav pamata uzskatīt par pamatotiem arī iesniedzēja argumentus par reklāmdevēju, kas ir arī laikrakstu „Dienas bizness” un „Бизнес & Балтия” abonenti, iespējamo maldināšanu, kā arī par laikraksta „Dienas bizness” reputācijas graušānu. Cita starpā Konkurences padome norāda, ka, vērtējot reklāmdevēju maldināšanas iespējamību, papildus jāņem vērā, ka reklāmdevēji šāda tipa preses izdevumos gandrīz vienmēr ir juridiskas personas, kas veic dažādas darbības saistībā ar reklāmas izplatīšanas pasūtīšanu, t.i., veic pasūtījumu, slēdz līgumu, saņem un apmaksā rēķinu utt. Reklāmu devēji, izvēloties savas reklāmas izplatītāju, parasti ir pietiekami vērtīgi un informēti par nākamā sadarbības partneri, līdz ar to nav ticams, ka vidusmēra šīs kategorijas auditorija varētu noslēgt līgumu par reklāmas izplatīšanu ar kādu laikraksta izdevēju, maldīgi domādami, ka slēdz līgumu ar cita laikraksta izdevēju. Līdz ar to ir gandrīz neiespējami, ka vienīgi saistībā ar zināmu līdzību konkrētu laikrakstu bezmaksas pielikumos „Impulss” un „Пульс” reklāmdevēji nespētu izšķirt pielikuma „Пульс” izcelsmi. Turklāt, veicot reklāmas izplatīšanas pasūtījumu pielikuma „Пульс” pirmajā numurā, tas vēl nebija izdots, tādējādi reklāmdevējiem, izdarot savu ekonomisko izvēli, vēl pat nebija iespējams novērot atsevišķās līdzības un konstatētās atšķirības pielikumos „Impulss” un „Пульс”, par kurām iebildis iesniedzējs un kuras pārbaudītas šajā lēmumā, un tās nevarēja ietekmēt reklāmdevēju ekonomisko izvēli iesniedzēja aprakstītajā veidā. Tostarp minēto apstiprina tas, ka SIA Izdevniecība „Dienas bizness” nav varējusi noteikt, vai reklāmas apjoms pielikumā „Impulss” ir samazinājies kopš pielikuma „Пульс” izdošanas, jo 2007.gadā plānoto reklāmas budžeta pieaugumu SIA Izdevniecība „Dienas bizness” ir sasniegusi. Attiecībā uz SIA Izdevniecība „Dienas bizness” argumentu, ka SIA „B & B Redakcija” reklāmas izvietojumam pielikumā „Пульс” piedāvā dempinga cenas, Konkurences padome norāda, ka dempinga cenu jeb cenu, kas zemākas par preces vai pakalpojuma pašizmaksu, piedāvāšana nav negodīgas konkurences aizlieguma pārkāpums, izņemot gadījumus, kad šādas cenas piedāvā dominējošā stāvoklī esošs uzņēmums.

Līdz ar to Konkurences padome atzīst, ka, ņemot vērā visu iepriekšminēto, lai gan SIA Izdevniecība „Dienas bizness” laikraksta „Dienas bizness” pielikuma „Impulss” ārējā izskatā un SIA „B & B Redakcija” laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” ārējā izskatā var saskatīt zināmas līdzības pazīmes, nepastāv Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktā tiesiskā situācija, un konkrētajā gadījumā lasītāji vai reklāmu devēji nevar tikt maldināti par pielikuma „Пульс” izcelsmi. Turklāt laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikums „Пульс” pēc ārējā izskata zināmā mērā ir līdzīgs arī šī paša laikraksta deviņdesmitajos gados izdotajam pielikumam, līdz ar to ir pamatots SIA „B & B Redakcija” viedoklis, ka vairākas pielikuma „Пульс” pazīmes, t.sk. līdzīgais formāts, nevar tikt uzskatītas par aizgūtām no iesniedzēja izdotā pielikuma, bet gan par aizgūtām no sava iepriekšējā produkta.

**(20)** Kā jau šī lēmuma 15.punktā Konkurences padome norādījusi, lai konstatētu Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu – negodīgu konkurenci, nepieciešams konstatēt šādas tiesiskā sastāva pazīmes: konkurences attiecību pastāvēšanu, cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšanu vai preču zīmes izmantošanu, maldinājuma iespējamību attiecībā uz preces izcelsmi un konkurences kavēšanu, ierobežošanu vai deformēšanu.

Konkurences padome jau iepriekš (19.punktā) ir konstatējusi, ka vidusmēra patērētājam nav iespējams tikt maldinātam par laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikuma „Пульс” izcelsmi, tādējādi SIA „B & B Redakcija” darbībā nav saskatāma viena no Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta tiesiskā sastāva pazīmēm - maldinājuma iespējamība attiecībā uz preces izcelsmi.

Konkrētajā lietā arī Konkurences padome ņem vērā, ka faktiski lietā nav strīda par precī, t.i., laikrakstu „Бизнес & Балтия”, bet gan vienīgi par tā pielikumu „Пульс”. Saskaņā ar lietā iegūto informāciju abi pielikumi, gan „Impulss”, gan „Пульс” tiek izplatīti vienīgi laikrakstu abonentiem un bez papildus maksas, pielikums „Impulss” attiecīgi vienu reizi mēnesī, bet „Пульс” – vēl retāk. Minētajos pielikumos ietverta izklaides tipa informācija, kas nav lietišķa satura informācija, kā tas ir laikrakstos „Бизнес & Балтия” un „Dienas bizness”. Šo laikrakstu pamata mērķauditorija ir sociāli aktīvie iedzīvotāji, savukārt laikrakstus ar pielikumiem saņem vienīgi to abonenti, no kuriem vairums ir juridiskas personas. Nav iedomājams, ka konkrētā mērķauditorija, t.i., lietišķa satura laikrakstu abonenti laikrakstu „Бизнес & Балтия” vai „Dienas bizness” abonē to vienīgi konkrētu izklaides rakstura bezmaksas pielikumu dēļ, tas ir, „Impulss” vai „Пульс”, no kuriem pēdējais turklāt tiek izdots tikai aptuveni reizi divos mēnešos. Ja izklaides rakstura pielikums ir konkrētās mērķauditorijas mērķis, tad abonentam daudz izdevīgāk un lietderīgāk būtu abonēt kādu izklaides rakstura žurnālu, kas nav lietišķa satura laikraksta pielikums.

Ņemot vērā minēto, Konkurences padome atzīst, ka konstatētās līdzības pazīmes starp laikraksta „Dienas bizness” pielikumu „Impulss” un laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu „Пульс” nevar ietekmēt abonentu ekonomisko izvēli, piemēram, turpmāk atteikties abonēt laikrakstu „Dienas bizness”, jo lietišķa satura laikrakstu abonentiem galvenais izšķirošais apstāklis, izvēloties konkrētu preses izdevumu, ir pats laikraksts un tā īpašības, nevis tā izklaides satura pielikums. Turklāt, kā konstatēts šī lēmuma 19.punktā, preses izdevuma abonēšana nav impulsīvs pirkums, abonēšanas izvēle parasti tiek labi apsvērta, tādējādi uzskatāms, ka vienīgi atsevišķas līdzības preses izdevumu pielikumu ārējā izskatā nevar ietekmēt abonentu ekonomisko izvēli. Līdz ar to konkrētajā gadījumā SIA „B & B Redakcija” darbībā nav iespējams konstatēt vēl vienu no Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 2.punkta tiesiskā sastāva pazīmēm - konkurences kavēšanu, ierobežošanu vai deformēšanu.

Iepriekš konstatētais neliedz SIA Izdevniecība „Dienas bizness” izmantot tiesības, kas intelektuālā īpašuma tiesību īpašniekam ir piešķirtas normatīvajos aktos, kas regulē autortiesību un tiesību uz preču zīmi aizsardzību.

(21) Ņemot vērā šī lēmuma 19. un 20.punktā konstatēto, Konkurences padome atzīst, ka SIA „B & B Redakcija” darbībās, izdodot laikraksta „Бизнес & Балтия” pielikumu „Пульс”, vēlāk „Плюс”, nav konstatējams Konkurences likuma 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpums.

Ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 6.panta pirmās daļas 1.punktu, 8.panta pirmās daļas 4.punktu, 18.panta trešās daļas 1. un 2.punktu, Konkurences padome

**nolēma:**

izbeigt lietas Nr.2131/07/08/14 izpēti.

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

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme