



LATVIJAS REPUBLIKAS EKONOMIKAS MINISTRIJA  
**PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS**

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 • tālr. (+371) 67388624 • fakss (+371) 67388634 • e-pasts: ptac@ptac.gov.lv

## L Ē M U M S

Rīgā

**2008.gada 30.oktobrī**

**Nr. E03-RIG-453**

### **Par administratīvā soda uzlikšanu**

### **Par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteiktā likumīguma pārkāpumu un Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,  
 piedaloties: Sabiedrības ar ierobežotu atbildību „TV NET”  
juridiskā adrese: Brīvības gatve 214m, Rīga, LV-1084  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003490052  
pilnvarotajai personai  
vārds, uzvārds: (...)  
personas kods: (...)  
izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, 2008.gada 17.septembrī veica interneta portālā [www.tvnet.lv](http://www.tvnet.lv) (turpmāk – Interneta portāls) izplatīto reklāmu izvērtēšanu un konstatēja, ka interneta portālā tiek izplatīta reklāma, kuras izplatīšanas aizliegumu nosaka normatīvais akts.

PTAC konstatēja, ka SIA „TV NET” (turpmāk – Sabiedrība) 2008.gada 17.septembrī Interneta portālā izplatīja [bwin<sup>com</sup>](http://www.bwin.com) reklāmas baneri, kurā izteikts aicinājums reģistrēties tūlīt (turpmāk – Reklāma). Vienlaicīgi PTAC konstatēja, ka Reklāmas laukums darbojas kā saite uz mājaslapu [www.bwin.com](http://www.bwin.com), kurā tiek organizētas interaktīvās azartspēles.

2008.gada 19.septembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli, kurā PTAC norādīja, ka Interneta portālā izplatītā Reklāma ir uzskatāma par azartspēļu

reklāmu, kuras izplatīšana ir aizliegta. Vēstulē PTAC informēja Sabiedrību par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un uzaicināja Sabiedrību ierasties uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu. Vienlaicīgi PTAC, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.pata pirmo daļu, kura nosaka, ka, *izvērtējot reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieprasīt un saņemt no reklāmas devēja, reklāmas izgatavotāja vai reklāmas izplatītāja paskaidrojumus, informāciju vai dokumentus un, ja tas īpaši nepieciešams lietas apstākļu noskaidrošanai konkrētajā gadījumā, pierādījumus par reklamā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) precizitāti, pareizību un atbilstību šā likuma un citu normatīvo aktu prasībām, kā arī noteikt to iesniegšanas termiņu*, pieprasīja Sabiedrībai sniegt informāciju par to, kādā apjomā Reklāma tikusi izplatīta, kā arī informāciju par Reklāmas devēju (nosaukumu, reģistrācijas numuru, adresi), pievienojot starp Sabiedrību un Reklāmas devēju noslēgtā līguma par Reklāmas izvietošanu Interneta portālā kopiju. PTAC aicināja Sabiedrību izteikt rakstveida viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

2008.gada 20.oktobrī PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli, kurā norādīts, ka Sabiedrība uzskata, ka PTAC nav tiesīgs pieprasīt 2008.gada 19.septembra vēstulē minēto informāciju un dokumentus. Sabiedrība informē, ka tā ir tiesīga izteikt savu viedokli mutiski lietas izskatīšanas laikā un pēc tam, kad būs iepazinusies ar lietas materiāliem, un neatsakās no sadarbības ar PTAC.

Izvērtējot lietas materiālus, PTAC norāda tālāk minēto:

Reklāmas likuma 1.pants nosaka, ka *Reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem*.

PTAC norāda, ka reklāmai ir daudz un dažādu izpausmes veidu. Reklāma var būt ne tikai tradicionālā veidā sniegts paziņojums par uzņēmuma piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, bet arī pasākums (darbība) vai to kopums, kas veikts, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu. Reklāmas saturā var tikt ietverta gan informācija par precēm vai pakalpojumiem, gan tikai uzņēmuma nosaukums, preču zīme vai jebkāds cits preci/pakalpojumu identificējošs apzīmējums. Arī šajā gadījumā attiecīgā informācija, proti, domēna nosaukums/preču zīme atbilst iepriekš minētajām pazīmēm, lai to uzskatītu par reklāmu, jo galvenais mērķis, ko norādītā informācija cenšas sasniegt, ir veicināt reklāmas devēja pakalpojumu noietu. Nav nozīmes apstāklim, vai reklāmā ir tieši norādīts uz piedāvātajiem pakalpojumiem, vai arī šī norāde ir netieša. Faktiski reklāmai, t.sk. domēna nosaukuma/preču zīmes publiskošanai/izplatīšanai, nevar būt cits mērķis, kā vien veicināt reklāmas devēja preču vai pakalpojumu noietu, jo nav iedomājams, ka kāds uzņēmums vēlētos reklamēt savu domēna nosaukumu/preču zīmi pašu par sevi bez nodoma gūt no šādas reklamēšanas ekonomisku labumu. Tādējādi arī tad, ja tiek popularizēts domēna nosaukums/preču zīme, neatkarīgi no veida, kā tas tiek darīts, tā ir uzskatāma par preču vai pakalpojumu, vai katrā ziņā uzņēmuma, kas

pārdod preces vai sniedz pakalpojumus, reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Tai pašā laikā jānorāda, ka saskaņā ar likuma „Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm” 1.pantā ietvertu definīciju *preču zīme ir apzīmējums, kuru lieto, lai kāda uzņēmuma preces atšķirtu no citu uzņēmumu precēm*. Tulkojot šo definīciju kopsakarā ar Reklāmas likumā sniegto reklāmas jēdziena skaidrojumu, atzīstams, ka preču zīmes izmantošanu var neuzskatīt par reklāmu, ciktāl tā kalpo, lai vienīgi identificētu sniegtā pakalpojuma vai preces ražotāju vai pārdevēju un atšķirtu to no citiem. Respektīvi, tas attiecas uz noteiktiem gadījumiem, kad preču zīme, piemēram, iestrādāta kādā apģērbā vai citā izstrādājumā, ietverta uzņēmuma dokumentos, t.sk. pakalpojuma apmaksas rēķinos utt..

PTAC norāda, ka banera uzraksts „*bwin.com*” ir domēna vārda nosaukums. Pieslēdzoties interneta tīklam un lietojot adresi [www.bwin.com](http://www.bwin.com) (konkrētajai interneta vietnei ir iespējams piekļūt arī interneta adresu lodziņā ierakstot tikai simbolu „*bwin.com*” salikumu), atveras interneta mājas lapa, kurā tiek organizētas interaktīvās azartspēles. Līdz ar to, izplatot publisku paziņojumu, kurš satur nosaukumu „*bwin.com*”, sabiedrībai tiek sniegts vēstījums par vietu internetā, kurā tiek organizētas interaktīvās azartspēles, papildus piesaistot sabiedrības uzmanību ar aicinājumu reģistrēties tūlīt.

Izvērtējot jebkuru reklāmu atbilstoši Reklāmas likumam, PTAC konsekventi ņem vērā to, kā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs, kurš ir samērā labi informēts, vērīgs un piesardzīgs. Minēto reklāmas izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi Administratīvā apgabaltiesa (Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienų tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienų tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr.C-44/01, 55.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 19.09.2006. spriedums lietā Nr.C-356/04, 78.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>).

Vērtējot reklāmu, PTAC ņem vērā, ka konkrētajā gadījumā Reklāmas mērķauditorija jeb vidusmēra patērētāji ir aktīvi interneta lietotāji, esošie vai potenciālie azartspēļu spēlētāji, kuri pietiekami labi pazīst interneta adresu veidošanas sistēmu, kā arī to, ka internetā izplatīto reklāmu laukumi vienlaicīgi darbojas kā saites uz reklāmas devēju mājaslapu. Šādai mērķauditorijai ir zināms, kā tiek veidota interneta vietnes adrese, t.i., kādi simboli parasti tiek izmantoti jebkuras interneta adreses sākumā (<http://www>) un kādi parasti tiek izmantoti nobeigumā (piemēram, *com, org, lv*). Tādējādi pietiekami pamatoti var pieņemt, ka šādas reklāmas ar domēna vārda/preču zīmes *bwin.com*. vēstījuma saņēmējiem ir saprotams, ka tā ir daļa no interneta adreses un kādi vēl papildu simboli jāizmanto, lai piekļūtu mājas lapai šajā adresē. Līdz ar to no vidusmēra patērētāja viedokļa šāda simbolu salikuma izmantošana reklāmā var tikt vērtēta kā norāde uz attiecīgu interneta adresi, konkrētajā gadījumā uz interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu.

PTAC konstatē, ka izplatītais paziņojums „*bwin.com*” ir saistīts ar saimniecisko darbību, kas ir obligāta reklāmas pazīme Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo interneta mājas lapā [www.bwin.com](http://www.bwin.com) ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību. Līdz ar to interneta mājas lapā [www.bwin.com](http://www.bwin.com) rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējamas kā saimnieciskā darbība. Izplatot paziņojumu „*bwin.com*”, tiek veicināta interneta mājas lapā [www.bwin.com](http://www.bwin.com) piedāvāto interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Interneta portālā izvietotais azartspēļu organizētāja *bwin.com* reklāmas baneris atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi*. Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos*.

PTAC norāda, ka Azartspēļu un izložu likuma (turpmāk – AIL) 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzību*. AIL 41.panta piektā daļa nosaka, ka *azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi*. No konkrētā panta izriet, ka par azartspēļu reklāmu ir atzīstama arī azartspēļu organizētāja preču zīmes un azartspēļu vietas nosaukuma norādīšana, jo vienīgās sastāvdaļas, kuras ir atļauts norādīt azartspēļu organizēšanas vietās, respektīvi, vienīgās sastāvdaļas, kuras ir atļauts popularizēt/reklamēt azartspēļu organizēšanas vietās, ir azartspēļu vietas nosaukums un azartspēļu organizētāja preču zīme. Līdz ar to PTAC norāda, ka Interneta portālā izplatītā Reklāma ir atzīstama par azartspēļu reklāmu.

Papildus PTAC norāda, ka saskaņā ar AIL 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne. Līdz ar to secināms, ka Interneta portāls nav kvalificējams kā azartspēļu organizēšanas vieta.

Ņemot vērā, ka valsts pārvaldes funkciju izložu, azartspēļu un preču un pakalpojumu loteriju organizēšanas uzraudzībā īsteno Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcija (turpmāk – Inspekcija), PTAC 2008.gada 26.maijā lūdza Inspekcijai sniegt atzinumu, vai interneta vietnēs [www.bwin.com](http://www.bwin.com) un [www.betway.com](http://www.betway.com) piedāvātās spēles ir uzskatāmas par azartspēlēm. 2008.gada 5.jūnijā PTAC ir saņēmis Inspekcijas atbildes vēstuli, kurā Inspekcija informē, ka „interneta portālā [www.bwin.com](http://www.bwin.com) un [www.betway.com](http://www.betway.com) piedāvātās spēles ir uzskatāmas par interaktīvajām azartspēlēm Azartspēļu un izložu likuma izpratnē. Minētās azartspēles tiek organizētas interneta vidē, un konkrētās interneta adreses ir uzskatāmas par azartspēļu organizēšanas vietu”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Interneta portāls nav kvalificējams kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām.

Izplatot Reklāmu Interneta portālā, Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, jo izplatītā Reklāma ir nelikumīga.

Reklāmas likuma 12.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam*. Līdz ar to PTAC secina, ka Sabiedrība atbilst Reklāmas izplatītāja statusam Reklāmas likuma 12.panta pirmās daļas izpratnē.

Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa nosaka, ka *reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt*.

PTAC norāda, ka likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanu, publicēšanu, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” 7.pants nosaka, ka *spēkā esošie likumi un Ministru kabineta noteikumi ir saistoši visā Latvijas teritorijā, un neviens nevar aizbildināties ar to nezināšanu. Likumu un Ministru kabineta noteikumu nezināšana neatbrīvo no atbildības*. Tāpat arī PTAC jau 2008.gada 26.maijā tika informējis Sabiedrību, ka arī domēna vārda (konkrētajā gadījumā „betway/com”) reklamēšana ir uzskatāma par azartspēļu reklāmu un ierosinājis Sabiedrību rakstveidā apņemties novērst konstatēto pārkāpumu, proti, neizplatīt azartspēļu (betway/com) reklāmu. 2008.gada 6.jūnijā PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli, kurā sniegta informācija, ka Sabiedrība ir novērsusi konstatēto pārkāpumu.

Nemot vērā iepriekš minēto, Sabiedrība nevarēja nezināt, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām.

Administratīvā procesa likuma 65.panta trešā daļa nosaka, ka *ja piemērojamā tiesību normā noteikts, ka administratīvais akts izdodams, bet nav noteikts tā konkrētais saturs (satura izvēles administratīvais akts), iestāde izdod šo aktu, ievērojot piemērojamā tiesību normā noteiktos ietvarus, un šajos ietvaros, pamatojoties uz lietderības apsvērumiem, nosaka administratīvā akta saturu*.

Reklāmas likuma 14.panta trešā daļa nosaka: *ja uzraudzības iestāde, izvērtējot reklāmu, konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, tā pieņem vismaz vienu no šā likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem*.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC secina, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1.- 4. un 6.punktā minētos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu. Tādējādi Sabiedrība tiks motivēta nepieļaut atkārtotu pārkāpumu, izplatot reklāmas. Arī juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, ka „*soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos neizdarītu citas personas*” (Māris Baltais. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18 (373), 17.05.2005.).

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta otrajai daļai viens no Reklāmas likuma mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā.

Tādejādi, izplatot reklāmu, reklāmas izplatītājam jānodrošina, ka nevienas sabiedrības daļas intereses netiek aizskartas.

Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir izplatījusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu, proti, aizliegtu reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu tā zināja vai tai vajadzēja zināt, kas nav atzīstams par maznozīmīgu pārkāpumu.

Ņemot vērā minētos apstākļus un to, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.pants), kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā – „*Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu,*”.

Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta pirmā daļa nosaka, ka *Sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem.* Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otro daļu *Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu uzliek naudas sodu juridiskajām personām — līdz desmittūkstoš latiem.*

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 13.pantu un 66.panta pirmajā daļā minētos tiesību principus un lietderības apsvērumus, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu piemērotību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu reklāmu un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtšanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 34.pantu, pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvis informē, ka uzskata, ka minētā reklāma nav azartspēļu reklāma, jo nav saprotams, ka tā ir azartspēle, bet

gan parasta interaktīva spēle. Vienlaicīgi pārstāvis informē, ka uzskata par nepamatotu PTAC pieprasījumu iesniegt līgumu par reklāmas izvietojumu, jo tas satur komerciālu noslēpumu. Ja būs spiesta, Sabiedrība līgumu iesniegs.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā reklāmas apjomu, izplatīšanas formātu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, pārkāpēja mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošo un pastiprinošo apstākļus neesamību, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas izplatīšanu, Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 2000.00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu – normatīvo aktu prasībām neatbilstošas, respektīvi, aizliegtas reklāmas izplatīšana, tās iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta otro daļu, 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu, 12.panta 4.punktu, 15.panta astotās daļas 5.punktu, Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piekto daļu un 50.panta pirmās daļas 4.punktu

## **n o l e m t s:**

uzlikt sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „TV NET”  
juridiskā adrese: Brīvības gatve 214m, Rīga, LV-1084  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003490052  
naudas sodu Ls 2000.00 (divi tūkstoši) apmērā.

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs: Patērētāju tiesību aizsardzības centrs  
Reģistrācijas Nr. 90000068854  
Konts Nr. LV30TREL2120030260100  
Saņēmēja iestāde: Valsts kase, kods TREL22.

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-RIG-453. Ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.

Naudas sods jāsamaksā ne vēlāk kā 30 dienu laikā pēc dienas, kad saņemts lēmuma noraksts.

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS