



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 1.septembrī

Nr. E03-RIG-372

Par administratīvā soda uzlikšanu

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties: akciju sabiedrība „Delfi”,
juridiskā adrese: Mūkusalas iela 41, LV-1004, Rīga
vienotās reģistrācijas numurs: 40003504352,
personas ieņemamais amats: pilnvarotajai pārstāvei juristei
vārds, uzvārds: (...)
personas kods: (...)
izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, uz personas (turpmāk – Iesniedzējs) iesnieguma pamata 2008.gada 19.maijā uzsāka izvērtēt interneta portālā www.delfi.lv (turpmāk – Interneta portāls) izplatīto *bwin.com* (adrese – <http://sports.delfi.lv>) reklāmu, kuras izplatīšanas aizliegumu nosaka normatīvais akts.

2008.gada 26.maijā PTAC nosūtīja a/s „Delfi” vēstuli Nr.21-07/4457, kurā norādīja, ka uzraksts *bwin.com* ir uzskatāms par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, kā arī norādīja, ka *bwin.com* reklāmas izplatīšana Interneta portālā ir uzskatāma par Reklāmas likuma 3.panta pirmās daļas pārkāpumu, proti, Reklāma ir nelikumīga. PTAC ierosināja a/s „Delfi” līdz 2008.gada 16.jūnijam nosūtīt PTAC rakstveida apņemšanos novērst iepriekšminēto pārkāpumu.

Līdz 2008.gada 19.jūnijam PTAC nesaņēma a/s „Delfi” vēstuli par pārkāpuma novēršanu un, veicot pārbaudi Interneta portālā (adrese – <http://sports.delfi.lv>), tika konstatēts, ka aicinājums novērst pārkāpumu nav

izpildīts. 2008.gada 1.septembrī *bwin.com* reklāmas Interneta portālā vēl arvien tiek izplatītas.

2008.gada 5.jūnijā PTAC saņēma Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcijas vēstuli, kurā sniegta informācija, ka interneta portālā www.bwin.com piedāvātās spēles ir uzskatāmas par interaktīvajām azartspēlēm Azartspēļu un izložu likuma izpratnē. Tāpat arī minēts, ka konkrētās azartspēles tiek organizētas interneta vidē un interneta adrese www.bwin.com ir uzskatāma par azartspēļu organizēšanas vietu.

2008.gada 14.jūlijā PTAC saņēma zvērinātu advokātu biroja „Kabuce, Punka & partneri” vēstuli Nr.08/07/2008-PTAC/1, kurā paskaidrots, ka a/s „Delfi” uzskata, ka PTAC ierosinātā administratīvā pārkāpuma lieta ir jāizbeidz sakarā ar to, ka 2008.gada 23.aprīlī Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcija pieņēma lēmumu sodīt a/s „Delfi” ar naudas sodu 100,00 LVL apmērā saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 204.⁵ panta pirmo daļu par Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektās daļas pārkāpšanu. Papildus vēstulē paskaidrots, ka a/s „Delfi” uzskata par nepareizu PTAC veikto Reklāmas likuma 1.panta piemērošanu attiecībā pret a/s „Delfi” organizēto sporta prognožu spēli. A/s „Delfi” norāda, ka tā nav pārkāpusi Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piekto daļu, jo nav reklamējusi azartspēles.

Izvērtējot lietas materiālus, PTAC norāda tālāk minēto:

No lietas materiāliem PTAC konstatē, ka Interneta portālā ir izvietoti reklāmas baneri ar uzrakstu „*bwin.com*” (baneru tekstu nemainīgā daļa), un baneru tekstu mainīgajās daļās parādās uzraksti: „pasaules lielākais piedāvājums”; „vairāk kā 90 sporta veidu”; „10 000 notikumu dienā”; „Tev nav jābrauc uz Kanādu, lai baudītu īstu hokeju”; uzraksts angļu valodā „play for real”, vienlaicīgi aicinot „reģistrēties tūlīt!” un „reģistrējies tagad!”.

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 sniegtā 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 ietverto 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 (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.

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 Kopienu tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienu tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienu tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr.C-44/01, 55.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienu tiesas 19.09.2006. spriedums lietā Nr.C-356/04, 78.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>).

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. 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 ir konstatējams, ka attiecīgās interaktīvās azartspēles tiek organizētas sistemātiski, pastāvīgi un par atlīdzību. Līdz ar to interneta mājas lapā www.bwin.com rīkotās interaktīvās azartspēles ir kvalificējamas kā saimnieciskā darbība. Izplatot paziņojumu „*bwin.com*”, tiek veicināta interneta mājas lapā www.bwin.com izplatīto interaktīvo azartspēļu popularitāte un/vai pieprasījums pēc tām.

Nemot vērā iepriekš minēto, Interneta portālā izvietotie azartspēļu organizētāja *bwin.com* reklāmas baneri atbilst visām reklāmas pazīmēm Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa nosaka, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.*

Kopš 2006.gada 1.janvāra spēkā ir Azartspēļu un izložu likums, kura 2.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma mērķis ir nodrošināt sabiedrības interešu un spēlētāju tiesību aizsardzība.* Azartspēļu un izložu likuma 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.* Saskaņā ar Azartspēļu un izložu likuma 50.panta pirmās daļas 4.punktu par interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietu, ja azartspēles organizē ar interneta starpniecību, uzskatāma konkrētā interneta adrese/vietne.

Nemot vērā iepriekš minēto, kā arī to, ka Interneta portāls nav kvalificējams kā azartspēļu organizēšanas vieta, Reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām. Un, izplatot Reklāmu Interneta portālā, a/s „Delfi” ir pārkāpusi Reklāmas likuma 3.panta pirmo daļu.

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 a/s „Delfi” 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.*

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.*

Nemot vērā iepriekš minēto, a/s „Delfi” 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 a/s „Delfi” nav lietderīgi uzlikt Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.-4. un 6.punktā minētos tiesiskos pienākumus, bet gan, pamatojoties uz Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, piemērot ietekmēšanas līdzekli par administratīvo pārkāpumu, uzsākot lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā. Tādējādi a/s „Delfi” 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.).

Attiecībā uz a/s „Delfi” norādi, ka PTAC ierosinātā administratīvā pārkāpuma lieta ir jāizbeidz sakarā ar to, ka 2008.gada 23.aprīlī Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcija pieņēma lēmumu sodīt a/s „Delfi” ar naudas sodu 100,00 LVL apmērā saskaņā ar Latvijas Republikas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 204.⁵ panta pirmo daļu par Azartspēļu un izložu likuma 41.panta piektās daļas pārkāpšanu, PTAC norāda, ka tas ir konstatējis, ka a/s „Delfi” ir pārkāpusi Reklāmas likuma 12.panta ceturto daļu. Respektīvi, PTAC ir konstatējis, ka a/s „Delfi” izplata normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu, par kuras izplatīšanu aizliegumu tā zināja vai tai vajadzēja zināt, tā izdarot Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā *„Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu,, noteikto pārkāpumu.*

Reklāmas likuma 13.panta pirmā daļa nosaka, ka *šā likuma ievērošanu savas kompetences ietvaros uzrauga Patērētāju tiesību aizsardzības centrs, Konkurences padome, Radio un televīzijas padome, zāļu reklāmas jomā – Veselības inspekcija, veterināro zāļu jomā – Pārtikas un veterinārais dienests.* PTAC norāda, ka Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcija nav kompetenta lemt par Reklāmas likuma pārkāpumiem, līdz ar to nepastāv Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.panta 8.punktā noteiktie apstākļi, proti, par konkrēto faktu nav pieņemts kompetentas institūcijas (amatpersonas) lēmums par administratīvā soda uzlikšanu vai atcelts lēmums par administratīvā pārkāpuma lietas izbeigšanu, kā arī par konkrēto faktu nav uzsākts kriminālprocess. Vienlaicīgi PTAC norāda, ka Izložu un azartspēļu uzraudzības inspekcija ir sodījusi a/s „Delfi” par izložu vai azartspēļu organizēšanas un rīkošanas kārtības pārkāpšanu (Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 204.⁵ panta pirmā daļa), nevis par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas, proti, aizliegtas reklāmas izplatīšanu (Latvijas Administratīvo

pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrā daļa). Tādējādi PTAC neuzskata, ka tam ir jāizbeidz ierosinātā administratīvā pārkāpuma lieta.

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta otrajai daļai viens no Reklāmas likuma mērķiem ir aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā. Tādējādi 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 a/s „Delfi” 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 atkārtotāšanās, nepieciešams a/s „Delfi” piemērot administratīvo sodu.

A/s „Delfi” tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ 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 166.¹³ 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 uzliedzamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās 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.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā reklāmas apjomu, izplatīšanas formātu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, lietā esošo informāciju par a/s „Delfi” mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas izplatīšanu, a/s „Delfi” ir uzliekams naudas sods Ls 2000.00, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu – normatīvo aktu prasībām neatbilstošas, respektīvi, aizliegtas reklāmas izplatīšana, ņemot vērā, ka reklāma vēl arvien tiek izplatīta, tās iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu a/s „Delfi” turpmāk šādu pārkāpumu nepieļaut.

Lietas izskatīšanas laikā 2008.gada 1.septembrī a/s „Delfi” pārstāve papildus viedokli un argumentus nesniedza, jo uzskata, ka tie ir sniegti iepriekš iesniegtajā paskaidrojumā.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta otro daļu, 166.¹³ panta otro daļu, 215.⁴ 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

n o l e m t s:

uzlikt akciju sabiedrībai „Delfi”
juridiskā adrese: Mūkusalas iela 41, LV-1004, Rīga
vienotās reģistrācijas numurs: 40003504352
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 stāties 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 TRELIV22.

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

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-RIG-372. Ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.

Direktors vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS