

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](mailto:ptac@ptac.gov.lv)

**LĒMUMS**  
Rīgā

2010.gada 25.martā

Nr.E03-KREUD-19

**Par administratīvā soda uzlikšanu**

**Par normatīvo aktu prasībā neatbilstošas reklāmas sniegšanu, par kuru paredzēts sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,  
 piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „icredit.lv”,  
juridiskā adrese: Dzirnauvu iela 87, Rīga - 1011  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003881759  
pilnvarotajai pārstāvei  
vārds, uzvārds: (...)  
personas kods: (...)  
izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu, ir izvērtējis SIA „icredit.lv” (turpmāk – Sabiedrība) izplatītā komerciālā paziņojuma:



(turpmāk – Reklāma) atbilstību to reglamentējošo normatīvo aktu prasībām. Reklāmas izplatīšana konstatēta interneta portāla [www.inbox.lv](http://www.inbox.lv) e-pasta sūtījuma formā 22.02.2010.

2010.gada 2.martā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 21-06/1707-P-26, kurā informēja par Reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu, lietas izskatīšanas vietu, laiku un Sabiedrības tiesībām izteikt viedokli administratīvā pārkāpuma lietā.

2010.gada 22.martā PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 18.marta paskaidrojumu administratīvā pārkāpuma lietā (turpmāk – Paskaidrojums), kurā Sabiedrība norāda, ka 2010.gada 22.februārī izplatītajā Reklāmā ir ieviesusies tehniska kļūda, kuru Sabiedrība konstatēja Reklāmas izplatīšanas dienā un Reklāmas izplatīšana tika nekavējoties pārtraukta. Sabiedrība paskaidro, ka pārkāpumu ir izdarījusi pirmo reizi, un tāpēc saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta noteikumiem PTAC vajadzēja Sabiedrību informēt par Reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām un ierosināt Sabiedrībai novērst konkrēto pārkāpumu, nodrošinot reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām. Vienlaikus Sabiedrība vērs PTAC uzmanību uz to, ka par tāda paša rakstura pārkāpumu SIA „Open Credit” PTAC sākotnēji nosūtīja vēstuli, kurā informēja, ka sniegtā reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, ierosināja novērst konkrēto pārkāpumu, nodrošinot reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām; un pēc tam, atkārtoti konstatējot, ka SIA „Open Credit” turpina izplatīt reklāmu, kas neatbilst to reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, PTAC pieņēma lēmumu par administratīvā soda uzlikšanu. Papildus Sabiedrība Paskaidrojumā sniedz informāciju par tās citu patērētāju kreditēšanas reklāmu izplatīšanas vietām un laikiem.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāve pamatojās uz rakstveida Paskaidrojumā minēto, atzīstot izdarīto pārkāpumu un informējot, ka Reklāmas izplatīšana tika pārtraukta, jo Sabiedrība, konstatējot, ka Reklāmā nav sniegta informācija, kas brīdina patērētāju par atbildīgu aizņemšanos un spējas izvērtēšanu atmaksāt kredītu, pārtrauca Reklāmas izplatīšanu 2010.gada 23.februārī. Vienlaikus Sabiedrības pārstāve norādīja, ka šajā gadījumā ir notikusi cilvēciska kļūda, nesniedzot Reklāmā normatīvajos aktos noteikto informāciju un iebilda pret iespējamo administratīvā soda piemērošanu. Sabiedrības pārstāve arī iesniedza papildus paskaidrojumu, kurā minēts, ka kopā vēstuļu reklāma ģenerējusi 623 mājas lapas apmeklējumus un 30 pieteikumus Sabiedrības aizdevuma saņemšanai visā vēstuļu darbības periodā, kas pēc Sabiedrības domām ir neliels rādītājs. Vienlaikus Sabiedrības pārstāve informēja, ka Sabiedrība ir izplatījusi 28 750 komerciālos paziņojumus (Reklāmas).

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina:

Reklāmas likuma 1.pantā ir noteikts, 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.* Līdz ar to Reklāma ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma izpratnē.

Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma (turpmāk – ISPL) 1.panta 3.punkts nosaka, ka *komerciāls paziņojums – jebkāds paziņojums elektroniskā veidā, kas paredzēts tiešai vai netiešai preču vai pakalpojumu reklamēšanai vai arī tāda komersanta, organizācijas vai personas tēla reklamēšanai, kas veic komercdarbību, saimniecisku darbību vai reglamentēto profesionālo darbību.* ISPL 8.panta pirmā daļa nosaka, ka *komerciālais paziņojums atbilst vispārējām Reklāmas likuma prasībām.*

Tādējādi Sabiedrības izplatītais komerciālais paziņojums ir vērtējams atbilstoši reklāmai izvirzāmajām prasībām.

Reklāmas likuma 7.panta otrā daļa nosaka, ka *papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu vai izplatīšanas kārtību (arī reklāmas izplatīšanas kārtību atsevišķos masu informācijas līdzekļos) nosaka Ministru kabinets*. Tā kā Reklāma ir uzskatāma par patērētāju kreditēšanas reklāmu, tad konkrētajā gadījumā vērā ņemami Ministru kabineta 25.08.2008. Noteikumi Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” (turpmāk – Noteikumi), kas nosaka patērētāju kreditēšanas reklāmās ietveramo informāciju.

PTAC konstatē, ka Reklāmā nav ietverta Noteikumu 14.2. apakšpunktā norādītā informācija – *reklāmā ietver informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu*.

PTAC arī konstatē, ka Reklāmā sniegtā informācija, uzsverot kredīta saņemšanas ātrumu un vienkāršumu, un tas, ka Sabiedrība Reklāmā nav sniegusi Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādīto brīdinājumu, kā arī Reklāmas kopējais pasniegšanas veids veicina/var veicināt patērētāju bezatbildīgu aizņemšanos, kas ir pretrunā ar Noteikumu 14.1.apakšpunktu, kurš nosaka, ka *reklāmā aizliegts veicināt bezatbildīgu aizņemšanos. Nosakot, vai reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, ņem vērā reklāmas kopējo saturu un tās pasniegšanas veidu, noformējumu un informāciju, kas reklāmā sniegta par kreditēšanas pakalpojumu, par pienākumu atmaksāt kredītu un citu sniegto informāciju, kas palīdz patērētājam pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu*. PTAC norāda, ka, lai patērētājs varētu pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu par kredīta nepieciešamību, reklāmai jāsniedz objektīva informācija par pakalpojumu, informējot patērētāju ne tikai par kredīta saņemšanas ātrumu un vieglumu, bet arī par pienākumu kredītsaistības nokārtot un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu. PTAC arī norāda, ka nav pieļaujams, ka reklāmas kopējais saturs un tās pasniegšanas veids veicinātu patērētāju bezatbildīgu aizņemšanos, tādējādi negatīvi ietekmējot patērētāju iespējas pieņemt ekonomiski pamatotu lēmumu par aizņemšanās nepieciešamību.

Nemot vērā iepriekš minēto, PTAC konstatē, ka, Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, tajā nav norādījusi Noteikumu 14.2.apakšpunktā noteikto informāciju, kā arī Sabiedrības Reklāma saskaņā ar Noteikumu 14.1.apakšpunktu veicina/var veicināt patērētāju bezatbildīgu aizņemšanos.

Sabiedrība Paskaidrojumā norāda, ka tā pārkāpumu ir izdarījusi pirmo reizi un ka PTAC saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta noteikumiem vajadzēja to informēt par Reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām un ierosināt Sabiedrībai novērst konstatēto pārkāpumu, nodrošinot Reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām. Vienlaikus Sabiedrība Paskaidrojumā vērš uzmanību uz to, ka par tāda paša rakstura pārkāpumu PTAC SIA „Open Credit” sākotnēji informēja, ka tās sniegtā reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām un ierosināja novērst konkrēto pārkāpumu, nodrošinot reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām; un tikai pēc tam, PTAC pieņēma lēmumu par administratīvā soda uzlikšanu.

Attiecībā uz Sabiedrības iepriekšminēto viedokli, PTAC norāda, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 15.panta trešo daļu uzraudzības iestādei (šajā gadījumā PTAC) ir tiesības (nevis pienākums) ierosināt, lai reklāmas devējs nodrošina reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī PTAC nav normatīvajos aktos noteikts pienākums

sākotnēji izteikt ierosinājumu nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām un tikai pēc tam pieņemt lēmumus saskaņā ar Reklāmas likumu. PTAC informē, ka uzraudzības iestādei (PTAC) nav normatīvajos aktos noteikts pienākums informēt Sabiedrību par normatīvo aktu prasībām, kādas paredzētas attiecībā uz tās sniegtajām reklāmām. PTAC vērš Sabiedrības uzmanību uz likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanas, publicēšanas, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” 7.pantu, kas 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*. Līdz ar to Sabiedrības nezināšana vai nevēriba attiecībā pret normatīvajos aktos nostiprināto tiesisko regulējumu nav uzskatāma par pamatu Sabiedrības atbrīvošanai no attiecīgās likumā noteiktās atbildības.

PTAC arī norāda, ka Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā ir skaidri un nepārprotami noteiktas uzraudzības iestādes (šajā gadījumā PTAC) pilnvaras, tas ir, ja konstatēts, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, tad uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus no Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem. Līdz ar to secināms, ka Reklāmas likuma 15.panta ceturtajā daļā ir norādīta PTAC kā uzraudzības iestādes rīcības brīvība un kompetence lēmumu pieņemšanas skaita ziņā, izvērtējot lietderības apsvērumus.

PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 66.panta pirmajā daļā noteiktos lietderības apsvērumus, vērtējot administratīvā akta izdošanas nepieciešamību, piemērotību, atbilstību un vajadzību. Šajā sakarā PTAC ņem vērā, ka PTAC jau 2009.gada 17.septembrī nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/7096, kurā informēja, ka 2009.gada 16.septembrī Sabiedrības sniegtā reklāma interneta portālā [www.delfi.lv](http://www.delfi.lv) reklāmas banerī sānos „Delfu klucīšu” veidā, kur cita starpā minēts: „*Ātrais kredīts internetā! Saņemiet aizdevumu, neatejot no sava datora!*”, neatbilst reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, jo tajā nebija ietverta Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija. PTAC, izvērtējot pieļautā pārkāpuma raksturu un būtību un ievērojot Reklāmas likuma 15.panta trešajā daļā minētās uzraudzības iestādes tiesības, ierosināja Sabiedrībai novērst konstatēto pārkāpumu un nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām. PTAC konstatēja, ka konkrētā reklāma vairs netiek izplatīta.

Izvērtējot konkrēto gadījumu, PTAC konstatē, ka saskaņā ar Reklāmā sniegto informāciju, kā arī, ņemot vērā to, ka Reklāma darbojas kā saite uz Sabiedrības mājas lapu [www.icredit.lv](http://www.icredit.lv), un Reklāmas likuma 10.panta pirmo daļu, kas nosaka, ka *reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo vai izplata reklāmu*, Sabiedrība ir uzskatāma par Reklāmas devēju.

Sabiedrība Paskaidrojumā ir sniegusi informāciju, ka izplatītajā Reklāmā ir ieviesusies tehniska kļūda, kuru Sabiedrība ir konstatējusi Reklāmas izplatīšanas dienā 2010.gada 22.februārī, līdz ar to nekavējoties pārtraucot Reklāmas izplatīšanu.

Attiecībā uz Sabiedrības iepriekšminēto informāciju, PTAC norāda, ka tā konkrētajā lietā nav uzskatāma par pamatotu argumentu, jo nav iesniegti nekādi pierādījumi minētajam paskaidrojumam. Šajā sakarā PTAC vērš uzmanību uz Administratīvā procesa likuma 161.panta pirmo daļu, kurā noteikts, ka *administratīvā procesa dalībnieka paskaidrojumi, kas satur ziņas par faktiem, uz kuriem pamatoti*

*viņu prasījumi vai iebildumi, atzīstami par pierādījumiem, ja tos apstiprina citi pārbaudīti un novērtēti pierādījumi.*

Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem.*

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. Par pieņemto lēmumu Uzraudzības iestāde rakstveidā informē procesa dalībniekus.*

Reklāmas likuma 15.panta ceturta daļa nosaka - *ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai saimnieciskās darbības veicēju, vai profesionālās darbības veicēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz izplatīt reklāmu; 4) pieprasa atsaukt reklāmu; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā; 6) uzdod reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam izbeigt pārkāpumu un nosaka termiņu pārkāpuma izbeigšanai.*

Izvērtējot lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, kā arī, ņemto vērā Sabiedrības rakstveida paskaidrojumā sniegto informāciju, ka Reklāmas izplatīšana tika pārtraukta tās izplatīšanas dienā 2010.gada 22.februārī, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturta daļas 1.–4., 6.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāmas iespējamā negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi un saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai ir piemērojams administratīvais sods.

Atbilstoši Reklāmas likuma 2.panta otrajai daļai viens no Reklāmas likuma mērķiem ir *aizsargāt personu, kā arī visas sabiedrības intereses reklāmas jomā.* Tādējādi, sniedzot reklāmu, reklāmas devējam jānodrošina, lai personas un kopumā visas sabiedrības intereses netiktu aizskartas un personas saņemtu normatīvajiem aktiem atbilstošas reklāmas.

Saskaņā ar LAPK 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 LAPK 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas patērētāju kreditēšanas reklāmas sniegšanu, kas varēja veicināt patērētāju bezatbildīgu aizņemšanos, līdz ar to tas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

LAPK 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.*

Ņemot vērā, ka Sabiedrība, sniedzot Reklāmu, nav ietvērusi Noteikumu 14.2.apakšpunktā noteikto informāciju un saskaņā ar Noteikumu 14.1.apakšpunktu

Reklāmā nav ievērojusi aizliegumu veicināt bezatbildīgu aizņemšanos, līdz ar to Reklāmas likumā 3.punktā noteikto reklāmu likumīguma prasību, secināms, Sabiedrība ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu. Tādējādi Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā, kurā noteikts, ka *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu juridiskajām personām uzliek naudas sodu no piecsimts 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, tajā skaitā, tiesības saņemt Reklāmas likumam atbilstošu reklāmu, un šo interešu aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un atturošām. Tādējādi PTAC uzskata, ka attiecīgo mērķi nav iespējams sasniegt ar citiem līdzekļiem, nepiemērojot Sabiedrībai administratīvo sodu.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību un saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību mīkstinošo un atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 500.00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, Reklāmas izplatīšanas apjomu, Reklāmas iespējamo negatīvo ietekmi uz sabiedrību (patērētājiem), kā arī, lai motivētu Sabiedrību un citas personas turpmāk nepieļaut normatīvo aktu pārkāpumus reklāmas sniegšanā.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 8.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un 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, 66.panta pirmo daļu, Reklāmas likuma 1.pantu, 2.panta pirmo un otro daļu, 3.panta pirmo daļu, 7.panta otro daļu, 10.panta pirmo un trešo daļu, 14.panta pirmo un trešo daļu, 15.panta ceturtās daļas 5.punktu un Ministru kabineta 25.08.2008. Noteikumu Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” 14.1. un 14.2. un apakšpunktu

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

**uzlikt** SIA „icredit.lv”,

juridiskā adrese: Dzirnau iela 87, Rīga - 1011

vienotās reģistrācijas numurs: 40003881759

naudas sodu Ls 500.00 (pieci simti) apmērā.

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu SIA „icredit.lv” ir tiesības pārsūdzēt 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. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs:	Valsts kase	Reģistrācijas numurs 90000050138
Saņēmēja iestāde:	Valsts kase	BIC kods TREL LV22
	Konts (IBAN)	LV12TREL1060121019400
Maksājuma mērķis:	Lēmums Nr. E03-KREUD-19	
Pieņemšanas datums:	2010.gada 25.martā	

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

(...)

IZRAKSTS PAREIZS