

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

LĒMUMS
Rīgā

2010.gada 25.martā

Nr.E03-KREUD-20

Par administratīvā soda uzlikšanu

Par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu, par kuru paredzēts sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ panta otrajā daļā

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, piedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Grand Credit”, juridiskā adrese: Palasta iela 7, Rīga, LV - 1050 vienotās reģistrācijas numurs: 50003952521 pilnvarotā persona 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 „Grand Credit” (turpmāk – Sabiedrība) sniegto reklāmu – *Nopietniem cilvēkiem – mierīgi kredīti! Grand Credit* (turpmāk – Reklāma1) un *Nopietniem cilvēkiem – mierīgi kredīti! Tel.:80000688 www.grandcredit.lv* (turpmāk – Reklāma2) – atbilstību normatīvo aktu prasībām. Reklāmas1 izplatīšana konstatēta 2010.gada 3.martā uz Palīdzības ielas un Brīvības ielas stūra ēkas fasādes. Reklāmas2 izplatīšana konstatēta 2010.gada 3.martā interneta portālā www.tvnet.lv.

2010.gada 10.martā PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr. 21-06/1949-P-31, kurā informēja par Reklāmas1 un Reklāmas2 neatbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu, lietas izskatīšanas vietu, laiku un Sabiedrības tiesībām izteikt viedokli administratīvā pārkāpuma lietā. Vienlaikus PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt informāciju par Reklāmas1 un Reklāmas2 izplatīšanas vietām, laikiem un apjomu.

2010.gada 22.martā PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 22.marta paskaidrojumu administratīvā pārkāpuma lietā (turpmāk – Paskaidrojums), kurā Sabiedrība norāda, ka Reklāma1 nav vērtējama kā reklāma, bet gan kā izkārtne. Paskaidrojumā Sabiedrība norāda, ka izkārtņu un reklāmas

izvietošanu Rīgas pilsētā nosaka 2005.gada 8.marta (prot. Nr.149, 3.§) Rīgas domes saistošie noteikumi Nr.91 „Par reklāmu, izkārtnu un citu informatīvo materiālu izvietošanas kārtību Rīgā”, kuros ir noteikti termini izkārtnē un reklāmas, kas nav sinonīmi. Sabiedrība informē, ka izkārtnes izvietošanu ir saskaņojusi Rīgas domes Rīgas pilsētas būvvaldē, ko apliecina Izkārtnes pase Nr.1135/09 (kopija pievienota Paskaidrojumam), un Rīgas domes Rīgas pilsētas būvvalde, saskaņojot izkārtni, neesot aizrādījusi par papildu informācijas nepieciešamību. Sabiedrība uzskata, ka Reklāma1 ir atzīstama par izkārtni un uz to nebūtu attiecināmi Reklāmas likums un Ministru kabineta noteikumi Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” (turpmāk – Noteikumi), jo pie tās izvietošanas ir minēti Rīgas domes saistošie noteikumi nr.91 un noteiktā kārtībā ir saņemta Izkārtnes pase.

Attiecībā uz Reklāmu2 Sabiedrība Paskaidrojumā norāda, ka tā ir atsauce uz citu „Web-lapu” – uzklikšķinot uz tās, interneta lietotājs nokļūst attiecīgajā reklamētajā „Web lapā”. Sabiedrība vērs PTAC uzmanību uz to, ka Sabiedrības mājas lapā www.grandcredit.lv ir sniegta Noteikumu 14.2.apakšpunktā noteiktā informācija. Sabiedrība paskaidro, ka saskaņā ar SIA „TV NET” *baneru – atsauču* uz citu mājas lapu izvietošanas noteikumiem, teksta saites garuma ierobežojums ir 75 zīmes, un, ņemot vērā, ka tiešsaistes primārais uzdevums ir interneta lietotāja nokļūšanas nodrošināšana uz tiešsaistē minēto mājas lapu informācijas saņemšanai, Sabiedrība uzskata, ka tādā veidā tiek nodrošināta personas informēšana par atbildīgu aizņemšanos un spējas atmaksāt aizdevumu izvērtēšanu.

Vienlaikus Sabiedrība, lai uzlabotu sniegto pakalpojumu kvalitāti un nodrošinātu patērētāju tiesību efektīvu aizsardzību, pēc PTAC 2010.gada 10.marta vēstules Nr. 21-06/1949-P-31 saņemšanas, nekavējoties sazinājās ar SIA „TV NET” ar lūgumu mainīt teksta saites izvietošanas noteikumus, un Sabiedrības Reklāma2 tika papildināta ar tekstu – *Izvērtē savas finanses, aizņemies atbildīgi!*

Papildus Sabiedrība Paskaidrojumā arī norāda, ka visās reklāmas ļoti atbildīgi izvērtē reklāmas tekstu, ko apliecina tas, ka patērētāju informēšana par „atbildīgu aizņemšanos un spējas izvērtēšanu atmaksāt kredītu” ir iekļauta SIA „Izdevniecības nams „Petits”” izdotajos preses izdevumos – „Čas”, „Subbota”, „Tele programma s Djaģej Mišeī”, „Reklāma”, „Tava programma” un „Rīgas Santīms”, radio „Krievijas Hiti” ēterā un Sabiedrības mājas lapā.

Sabiedrība Paskaidrojumā norāda, ka, izvērtējot lietderības apsvērumus un Sabiedrības rakstveida paskaidrojumu, kā arī Sabiedrības gatavību sadarboties un nekavējoties rīkoties, Sabiedrībai būtu lietderīgi piemērot Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 2. vai 4., vai 6.punkta noteikumus, nesaucot Sabiedrību pie administratīvās atbildības. Papildus Sabiedrība Paskaidrojumā apņemas līdz 2010.gada 1.aprīlim Reklāmā1 (kas ir Izkārtnē) iekļaut informāciju par atbildīgu aizņemšanos un nepieciešamību izvērtēt spēju atmaksāt kredītu. Sabiedrība Paskaidrojumā izsaka gatavību arī turpmāk aktīvi sadarboties ar PTAC un ņemt vērā tā ieteikumus.

Sabiedrība Paskaidrojumā sniedz informāciju, ka Reklāma2 portālā www.tvnet.lv no 2010.gada 23.februāra līdz 2010.gada 26.martam.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāve pamatojās uz rakstveidā sniegtajiem Paskaidrojumiem, informēja, ka Reklāmā1 šobrīd ir sniegta nepieciešamā informācija, iesniedzot attiecīgu apliecinājumu. Papildus lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāve paskaidroja, ka saskaņojot Reklāmu1 kā izkārtni, paļāvās, ka Reklāma1 ir izkārtnē un uz to neattiecas Noteikumu un Reklāmas likuma prasības. Sabiedrības pārstāve lūdza izbeigt lietvedību un nepiemērot administratīvo sodu.

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.* Ņemot vērā to, ka Reklāmā1 ir norādīts Sabiedrības logo, savukārt Reklāmā2 ir norādīta Sabiedrības mājas lapas adrese un Reklāma2 darbojas kā interaktīvā saite uz Sabiedrības mājas lapu www.grandcredit.lv, konstatējams, ka Reklāmas1 un Reklāmas2 (turpmāk – kopā Reklāmas) devējs ir Sabiedrība.

PTAC norāda, ka saskaņā ar Reklāmas likuma 2.panta 1.punktu reklāmu izgatavošanu un izplatīšanu reglamentē Reklāmas likums. 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.* Patērētāju kreditēšanas reklāmās ietveramo informāciju nosaka Noteikumi.

Saskaņā ar Noteikumu 14.2.apakšpunktu, *reklamējot iespēju kreditēt patērētāju, reklāmā ietver informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu.*

Ņemot vērā, ka Sabiedrība Reklāmās piedāvā kredītu, PTAC konstatē, ka Reklāmas ir uzskatāmas par patērētāju kreditēšanas reklāmām un Sabiedrība tajās nav iekļāvusi minēto informāciju, tādējādi pārkāpjot Noteikumu 14.2. apakšpunkta nosacījumus, līdz ar to neievērojot Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību.

Attiecībā uz Paskaidrojumā sniegto Sabiedrības argumentu, ka Reklāmā1 ir izkārtnē nevis reklāma un tās izvietojumu nosaka 2005.gada 8.marta (prot. Nr.149, 3.§) Rīgas domes saistošie noteikumi Nr.91 „Par reklāmu, izkārtni un citu informatīvo materiālu izvietojumu kārtību Rīgā”, kā arī, saskaņojot izkārtni, Rīgas domes Rīgas pilsētas būvvaldē neesot saņemti aizrādījumi par papildu informācijas nepieciešamību, PTAC norāda, ka iepriekšminētie noteikumi ir izdoti arī saskaņā ar Reklāmas likuma 7.panta trešo daļu, kas nosaka, ka *pašvaldības, ievērojot šā likuma un citu normatīvo aktu noteikumus reklāmas jomā, var izdot saistošus noteikumus par reklāmas izplatīšanu publiskās vietās attiecīgajā administratīvajā teritorijā, arī nosakot vietas, kurās aizliegta atsevišķu preču grupu vai pakalpojumu reklāmas*

izplatīšana, līdz ar to pašvaldību kompetencē ir reklāmas izplatīšanas kārtības saskaņošana nevis satura izvērtēšana. Papildus PTAC norāda, ka saskaņā ar iepriekšminēto noteikumu 5.28.apakšpunktu, kas nosaka, *ka par reklāmas saturu - valstu, karogu, pilsētu nosaukumu un simbolikas, komersantu nosaukumu, kā arī firmu preču zīmēs lietoto nosaukumu (logotipi, simbolizējošās grafiskās zīmes, kurās iekļauti burti, vārdi, teikumi u.tml.) iekļaušanu un izmantošanu izvietojamās reklāmās atbild reklāmas devējs*, konkrētajā gadījumā par Reklāmas1 saturu ir atbildīga Sabiedrība, jo iepriekšminētie noteikumi nosaka izvietošanas kārtību nevis paredz konkrēto reklāmu, izkārtņu, informatīvo materiālu tekstu saskaņošanu, kā arī Rīgas domes Rīgas pilsētas būvvalde neuzrauga un nesaskaņo reklāmu saturu.

Ņemot vērā minēto, PTAC norāda, ka Sabiedrības sniegtais arguments, ka Reklāma1 ir izkārtne, uz ko neattiecas Reklāmas likuma un Noteikumu prasības nav atzīstams par pamatotu, jo Sabiedrība Reklāmā1 ir iekļāvusi tekstu – *Nopietniem cilvēkiem – mierīgi kredīti!*, tādējādi sniedzot informāciju par Sabiedrības piedāvātajām kredīta saņemšanas iespējām, piedāvājot patērētājiem saņemt kredītu, tādējādi konstatējams, ka Reklāma1 veicina konkrētā pakalpojuma – patērētāju kreditēšanas – popularitāti un pieprasījumu pēc tā. Līdz ar to Reklāma1 uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē, jo tā atbilst šajā tiesību normā noteiktajām reklāmas pazīmēm

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 jau 2009.gada 24.februārī nosūtīja Sabiedrībai uz tās juridisko adresi Rīgā, Palasta ielā 7 vēstuli Nr.21-06/1395, kurā informēja, ka Sabiedrības sniegtā reklāma laikrakstā „Rīgas Santīms Nr.6” (18.-24.02.2009.), kur cita starpā minēts: *„Serjoznim ļuģam – spokoinije kreģiti.... do 50 000 Ls – kreģitnie kaņikuli, na srok do 15 ļet – lojaļnie uslovija. Grand – credit – vam ņe povreģit! Beriķe kreģit razumno.”*, neatbilst reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, jo tajā nebija ietverta pilnīga Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija. PTAC ierosināja Sabiedrībai novērst konstatēto pārkāpumu un nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām. PTAC konstatēja, ka Sabiedrība ir to novērsusi.

Attiecībā uz Sabiedrības Paskaidrojumā sniegto argumentu, ka Reklāma2 ir atsauce uz citu „Web-lapu” – Sabiedrības mājas lapu www.grandcredit.lv, kurā ir sniegta Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija, PTAC norāda, ka Reklāma2 ir izvietota portālā www.tvnet.lv labajā pusē sadaļā „Reklāma”, līdz ar to Reklāma2 uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma izpratnē, jo tai piemīt visas Reklāmas likuma 1.panta reklāmas definīcijā norādītās pazīmes, proti, par reklāmu atzīstams jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums, kas saistīts ar Sabiedrības saimniecisko darbību (šajā gadījumā patērētāju kreditēšanas pakalpojumu sniegšana) un konkrētās Reklāmas satur paziņojumu par Sabiedrības piedāvāto pakalpojumu un sniegta konkrētā Sabiedrības piedāvātā pakalpojuma popularizēšanas nolūkā. Līdz ar to apstākļi, ka informācija ir sniegta Sabiedrības mājas lapā

www.grandcredit.lv nenodrošina informācijas sniegšanu portālā www.tvnet.lv izvietotajā reklāmā (Reklāmā2).

Izvērtējot konkrēto gadījumu, PTAC konstatē, ka saskaņā ar Reklāmās sniegto informāciju, kā arī, ņemot vērā to, ka Reklāma2 darbojas kā saite uz Sabiedrības mājas lapu www.grandcredit.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 konkrēto reklāmu devēju.

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 ceturtā 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, ņemot vērā Sabiedrības rakstveida paskaidrojumā sniegto informāciju, ka tāda veida reklāmās kā Reklāmā2 tiek sniegta informācija, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu, kā arī Sabiedrības izteikto apņemšanos sniegt nepieciešamo informāciju arī Reklāmā1 līdz 2010.gada 1.aprīlim, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 1.–4., 6.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāmu 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, 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 neatbilstošu patērētāju kreditēšanas reklāmu sniegšanu, kas 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 Reklāmas, nav ietvērusi Noteikumu 14.2.apakšpunktā noteikto informāciju, līdz ar to – Reklāmas likumā 3.punktā noteikto likumīguma prasību, secināms, ka Sabiedrība ir sniegusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas. Tādējādi Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts LAPK 166.¹³ panta otrajā daļā, kurā noteikts, ka *par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu juridiskajām personām uzliek naudas sodu no piecšimt 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, 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 par administratīvo pārkāpumu, bet, ņemot vērā, ka Sabiedrība tāda veida reklāmā kā Reklāma2 un arī Reklāmā1 sniedz informāciju, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta trešo daļu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību mīkstinošos apstākļus un atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu sniegšanu Sabiedrībai ir uzliedzams naudas sods Ls 500,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, Reklāmu

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, 14.¹ pantu, 22.pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 33.panta trešo 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, 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 ceturtais daļas 5.punktu un Noteikumu 14.2. apakšpunktu

n o l e m t s:

uzlikt SIA „Grand Credit”,
juridiskā adrese: Palasta iela 7, Rīga - 1050
vienotās reģistrācijas numurs: 50003952521
naudas sodu Ls 500,00 (pieci simti) apmērā.

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu SIA „Grand Credit” 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 stājas 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-20	
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