



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā 2017.gada 14.septembrī

LĒMUMS Nr.136

Par administratīvā soda uzlikšanu administratīvā pārkāpuma lietā Nr.AP/2016/6-7/19

Izskatot 2016.gada 23.decembrī uzsākto administratīvā pārkāpuma lietu par iespējamo Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu elektroniskā plašsaziņas līdzekļa AS “TV LATVIJA”, reģ.nr. 40003892235 (turpmāk – TV Latvija) programmā “RīgaTV 24”, apraides atļaujas Nr.AA-056/1 (turpmāk – Programma), Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) šādā sastāvā – Padomes priekšsēdētāja D.Ķezbere, Padome priekšsēdētāja vietnieks I.Āboliņš un Padomes locekļi P.Grīva, I.Beitika un G.Līdaka –, piedaloties TV Latvija pārstāvim Kristam Kalniņam,

konstatē:

[1] Pārbaudot TV Latvija iesniegtos Programmas ierakstus par laika periodu no 2016.gada 3.oktobra līdz 2016.gada 7.oktobrim, Padome konstatēja (*sk. arī 2016.gada 23.decembra pārbaudes ziņojumu Nr.P/2016/6-6/103*), ka:

- [1.1] No plkst. 12.00 līdz 12.49 tiek izplatīts raidījums “La Dolce Vita. Ar Roberto”;
- [1.2] Raidījumos iekļautas norādes par produktu izvietojumu;
- [1.3] Visos pārbaudītajos raidījumos studijā ir izvietots ekrāns, kurā tiek attēlotas dažādas preču zīmes. Piemēram, *Badoit, Serpis, Evian, Heinz, Kikkoman, Zewa, Fudo, Lats, Bahlsen*. Preču zīmes tiek attēlotas visā raidījuma laikā, mainoties aptuveni ik pēc 5 sekundēm. Studijā izvietotajā ekrānā ilgāk par 5 sekundēm ir attēlota preču zīme *Lats* un raidījuma “La Dolce Vita. Ar Roberto” logotips

[2] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk – EPLL) 45.panta otrajā daļā ir noteiktas obligātās prasības raidījumiem, kuros izvietoti produkti. Minētā panta otrās daļas 3.punkts noteic, ka raidījumos izvietotie produkti nedrīkst būt pārmērīgi izcelti.

[3] Ievērojot minēto, Padome 2016.gada 23.decembrī uzsāka lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par iespējamo Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – Kodekss) 201.⁵ panta devītajā daļā paredzēto pārkāpumu izdarīšanu.

[4] Padome ir saņēmusi TV Latvija 2017.gada 24.februāra paskaidrojumus, kuros elektroniskais plašsaziņas līdzeklis norāda tālāk minēto:

[4.1] Raidījumā produkti, pakalpojumu un to preču zīmes tika demonstrētas par samaksu. Atbilstoši EPLL 45.panta trešajai daļai skatītāji par produktu izvietošānu tika skaidri informēti. TV Latvija norāda, ka raidījums pilnībā atbilst visām EPLL 45.panta otrajā daļā minētajām prasībām, tas ir, a) raidījuma saturs ar produktu izvietošānu nekādā ziņā netika iespaidots, kā arī netika ietekmēta ne TV Latvija, ne raidījuma redakcijas redakcionālā atbildība un neatkarība, b) raidījumā atklātā veidā, īpaši ar speciālām preces vai pakalpojumus ieteicošām atsaucēm, neveicināja preču vai pakalpojumu pirkšanu vai nomu, c) raidījumā attiecīgie produkti netika pārmērīgi izcelti.

[4.2] TV Latvija norāda, ka nepiekrīt Padomes izteiktajam vērtējuma, ka displeja izvietošāna studijā, nolūkā popularizēt noteiktas preču zīmes, uzskatāma par šādu preču zīmju pārmērīgu izcelšanu. TV Latvija uzskata, ka tas ir Padomes subjektīvs vērtējums, kurš nav balstīts uz nekādiem objektīviem kritērijiem, rādītājiem un salīdzinājumiem.

[4.3] TV Latvija uzskata, ka produkti raidījumā tika izvietoti samērīgi un atbilstoši EPLL regulējumam, jo displejs, kurā bija redzami produkti, ir izvietots fonā, aiz raidījuma vadītāja, raidījuma viesiem, galda, uz kura tika gatavots ēdiens utt. Līdz ar to tas veidoja tikai raidījuma fonu, tātad nebija pārmērīgi izcelts (aizņēma ne vairāk kā 1/10 daļu ekrāna). Pēc TV Latvija veiktajiem aprēķiniem displejā izvietotie produkti parādījās aptuveni 576 sekundes pie raidījuma kopēja garuma 2880 sekundes. Tātad ekrānā izvietotie produkti bija redzami tikai nelielu daļu raidījuma.

[5] 2017.gada 4.septembrī Padomes priekšsēdētāja D.Ķezbere, piedaloties TV Latvija pilnvarotajam pārstāvim Klāvam Kalniņam, sagatavoja administratīvā pārkāpuma protokolu RE Nr.000204, kurā tika konstatēti produktu izvietošānas noteikumu pārkāpumi TV Latvija Programmas raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto”, kas izplatīti 2016.gada 3. – 7.oktobrī plkst. 12.00 – 12.49, tādējādi pārkāpjot EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktu un izdarot Kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu.

[6] Lietas izskatīšanas laikā 2017.gada 14.septembrī TV Latvija pārstāvis norādīja, ka uz rakstiski sniegtajiem paskaidrojumiem, kā arī vērsa Padomes uzmanību uz citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kas, iespējams, neievēro EPLL noteikumus attiecībā uz produktu izvietošānu.

Ievērojot konstatēto, Padome

secina:

[7] Padomes konstatēto attiecībā uz 2016.gada 3. – 7.oktobra raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto”, kas izplatīti plkst. 12.00 – 12.49 izplatīto saturu, t.sk. izvietotajiem produktiem, apliecina TV Latvija iesniegtie Programmas ieraksti, 2016.gada 23.decembra Padomes

pārbaudes ziņojums Nr.P/2016/6-6-103, TV Latvija 2017.gada 24.februāra paskaidrojumi, kā arī administratīvā pārkāpuma protokolā konstatētie fakti.

[8] EPLL 1.panta 4.punktā noteikts “*audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums — reklāma televīzijā vai radio, sponsorēšana, televīzijas vai radio veikals, produktu izvietošana un citi audio, vizuāli vai audiovizuāli paziņojumi, kas ievietoti raidījumā, izvietoti pirms raidījuma vai pēc tā par samaksu vai citu atlīdzību vai pašreklāmas nolūkā un tieši vai netieši reklamē to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību.*” Tā paša panta 16.punkts noteikts “*produktu izvietošana — jebkurš audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums, kurā iekļauti produkti, pakalpojumi vai to preču zīmes, vai atsauces uz attiecīgajiem produktiem, pakalpojumiem vai to preču zīmēm un kurš tiek demonstrēts raidījumā par samaksu vai citu atlīdzību.*”

[9] No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka produktu izvietošanas obligātās sastāvdaļas ir:

- 1) tieša vai netieša personu preču, pakalpojumu vai tēla, kuras veic saimniecisko darbību popularizēšana, elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumā iekļaujot produktus, pakalpojumus vai to preču zīmes, vai arī atsauces uz attiecīgajiem produktiem, pakalpojumiem vai to preču zīmēm;
- 2) samaksa vai cita atlīdzība par popularizēšanu.

[10] Pārbaudot TV Latvija Programmas ierakstus konstatēts, ka raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto” ir izvietotas tādas preču zīmes kā *Badoit, Serpis, Evian, Heinz, Kikkoman, Zewa, Fudo, Lats, Bahlsen*, tādējādi tieši popularizējot konkrētu komersantu preces un to preču zīmes.

Pārbaudītajos raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto” ir konstatētas norādes par produktu izvietošānu, kas liecina par elektroniskā plašsaziņas līdzekļa apzinātu nolūku izplatīt komerciālus paziņojumus. Vēl jo vairāk, TV Latvija savos 2017.gada 24.februāra paskaidrojumos ir norādījusi, ka par raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto” veikto produktu izvietošānu ir saņemta samaksa.

Ievērojot minēto, uzskatāms par pierādītu, ka 2016.gada 3. – 7.oktobrī plkst. 12.00 – 12.49 izplatītajos raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto” ir veikta produktu izvietošāna.

[11] Tā kā lietā nav šaubu par to, ka 2016.gada 3. – 7.oktobrī plkst. 12.00 – 12.49 izplatītajos raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto” ir veikta produktu izvietošāna, nepieciešams pārbaudīt, vai TV Latvija ir ievērojusi EPLL 45.panta otrās daļas prasības. EPLL 45.panta otrā daļa noteic, ka: “*raidījumi, kuros izvietoti produkti, obligāti atbilst visām šādām prasībām:*

- 1) *raidījuma saturs un programma nekādā ziņā netiek iespaidoti tā, ka tiktu ietekmēta elektronisko plašsaziņas līdzekļu redakcionālā atbildība un neatkarība;*

2) raidījums atklātā veidā, īpaši ar speciālām preces vai pakalpojumus ieteicošām atsaucēm, neveicina preču vai pakalpojumu pirkšanu vai nomu;

3) raidījumā attiecīgais produkts nav pārmērīgi izcelts;

4) skatītāji ir skaidri informēti par produktu izvietošanu. Lai izvairītos no jebkādas skatītāja maldināšanas, raidījumos, kuros izvietoti produkti, tas pienācīgi tiek norādīts katra šāda raidījuma sākumā un beigās, kā arī tad, kad raidījumu atsāk pēc reklāmas pauzes. Šā punkta noteikumi attiecināmi uz tādiem raidījumiem, kurus veido pats audiovizuālais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis vai ar to vienā koncernā ietilpstoša sabiedrība vai kuri izveidoti pēc attiecīgā audiovizuālā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vai ar to vienā koncernā ietilpstošas sabiedrības pasūtījuma;”.

[12] 2016.gada 3. – 7.oktobrī plkst. 12.00 – 12.49 izplatītajos raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto”, Padome nekonstatē EPLL 45.panta otrās daļas 1., 2., 4.punkta pārkāpumus. Ievērojot TV Latvija sniegtos paskaidrojumus, Padome norāda:

[12.1] Programmā šā lēmuma 1.punktā norādītajos raidījumos, studijā izvietotajā ekrānā ir izvietotas preču zīmes, tādā veidā veicot pārmērīgu produktu izcelšanu. Padome piekrīt TV Latvija norādītajam, ka normatīvais regulējums *expressis verbis* nenosaka ierobežojumus izvietotā produkta atrašanās proporcijai kadrā un izvietoto produktu atspoguļojuma hronometrāžai. Tomēr EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktā iekļautais jēdziens “pārmērīgi izcelts” ir ģenerālklausula, kura piepildīšana ar saturu veicama Padomei, piemērojot minēto tiesību normu.

[12.2] Produktu izvietošanas jēdziens un produktu pārmērīgas izcelšanas jēdzieni EPLL iekļauti, implementējot nacionālajos tiesību aktos 2010.gada 10.marta Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvu 2010/13/ES “Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva”. Produktu izvietošana nozīmē, ka kāda persona piedāvā samaksu par konkrētu preču izvietošanu vai izmantošanu raidījumā, piemēram, raidījuma vadītājs izmanto noteikta zīmola apģērbu, par kura izmantošanu plašsaziņas līdzeklis saņem samaksu. Produktu izvietošanai raksturīgs, ka atsauce uz produktu ir iestrādāta raidījuma darbībā.¹ Izskatāmajā lietā atsauce uz produktiem nekādā veidā nav iestrādāta raidījuma darbībā. Proti, studijā izvietotajam ekrānam un tajā attēlotajām preču zīmēm nav saistības ar raidījuma darbību – ēdiena pagatavošanu. Par izvietoto produktu iestrādāšanu raidījuma darbībā, piemēram, var uzskatīt raidījumā “La Dolce Vita. Ar Roberto” uz galda izvietotās garšvielas un citus pārtikas produktus vai ierīces, kas tiek izmantotas ēdiena pagatavošanai. Raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto” izvietotajā ekrānā, lēmuma 1.punktā norādīto preču zīmju attēlojumam nav redakcionāla attaisnojuma, kas uzskatāma par vienu no pazīmēm, kas liecina par pārmērīgu produktu izcelšanu.²

¹ Eiropas Parlamenta un Padomes 2010.gada 10.marta direktīvas 2010/13/ES “Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva” preambulas apsvērumu 91.punkts. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/HTML/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN> [aplūkots 2017.gada 12.septembrī].

² Sk. Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes Vadlīnijas Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma piemērošanā par audiovizuālo komerciālu paziņojumu izvietošanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu audiovizuālos

[12.3] Padome nepiekrīt TV Latvija norādītajam, ka tā kā ekrānā izvietotās preču zīmes, aizņem nelielu raidlaika apjomu un kopējā ekrāna proporciju, nav notikusi to pārmērīga izcelšana. Lai gan raidījumos izvietoto produktu atainojuma hronometrāža un to proporcija attiecībā pret kopējo ekrānu varētu tikt izmantoti vērtējot, vai izvietotie produkti ir pārmērīgi izcelti, šādi kritēriji nevar tikt izmantoti kā vienīgie argumenti. Citstarp par pārmērīgu produktu izvietojumu liecina atkārtota izvietoto produktu demonstrēšana, kā arī nepieciešams izvērtēt veidu kādā tie ir izvietoti.³ Izskatāmajā lietā nozīmīgi apstākļi, kas Padomei ļauj izdarīt secinājumu, ka raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto” ir veikta pārmērīga studijas ekrānā izvietoto produktu izcelšana, ir tie, ka atkārtoti, ilglaicīgi (epizodiski visa raidījuma laikā) auditorijai tiek demonstrētas preču zīmes, kuras nav iestrādātas raidījuma darbība (kā to paredz Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva) un kuru atainojumam nav redakcionāla attaisnojuma. Jāatzīmē, ka no konstatētā izriet, ka displejs raidījuma studijā ir izvietots galvenokārt, lai popularizētu konkrētas preču zīmes un izvietotais displejs nepilda raidījuma īstenošanai nozīmīgu funkciju, ciktāl tas nav saistīts ar konkrētu preču zīmju popularizēšanu.

[13] Ievērojot iepriekš minēto un izvērtējot lietā esošos pierādījumus, Padome secina, ka TV Latvija Programmā 2016.gada 3. – 7.oktobrī plkst. 12.00 – 12.49 raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto”, ir pārkāpusi EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktā noteikto izvietoto produktu pārmērīgas izcelšanas aizliegumu, tādējādi izdarot Kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu.

[16] Kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā juridiskām personām paredzēts administratīvais sods – naudas sods no septiņdesmit līdz septiņtūkstoš simt *euro*.

[17] Kodeksa 32.panta otrajā daļā noteikts, ka uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, vainas pakāpi, mantisko stāvokli, kā arī atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Nosakot soda apmēru, Padome vadās pēc turpmāk norādītajiem apsvērumiem.

[17.1] Administratīvo atbildību pastiprinoši vai mīkstinoši apstākļi nav konstatēti.

[17.2] Saskaņā ar publiski pieejamo TV Latvija 2016.gada finanšu pārskatu, TV Latvija apgrozījums ir 872 991 *euro*, savukārt pārskata periods tika noslēgts ar 334 404 *euro* lieliem zaudējumiem.

[17.3] Juridiskas personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus: pirmkārt, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, par kuru pārkāpšanu ir paredzēta administratīvā atbildība, otrkārt, vai juridiskā persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo noteikumu ievērošanu (*sk. Augstākās tiesas Administratīvo*

raidījumos, programmās un katalogos. Pieejams: [http://neplpadome.lv/lv/assets/normative%20akti/Instrukcija%20par%20komercpazi%C5%86ojumiem_telev%C4%ABzi%C4%81s_2017_redakcija.pdf](http://neplpadome.lv/lv/assets/normative%20akti/Instrukcija%20par%20komercpazi%C5%86ojumiem_tele%C4%ABzi%C4%81s_2017_redakcija.pdf) [aplūkots 2017.gada 12.septembrī].

³ IRIS *plus* 2010-3, Product Placement (Susanne Nikoltchev (Ed.), European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2010) p.15.

lietu departamenta 2009.gada 5.marta spriedums lietā Nr.SKA-19/2009). Līdz ar to, konstatējot juridiskas personas izdarītu administratīvo pārkāpumu, nav nepieciešams konstatēt pie atbildības saucamās personas vainu, un administratīvo sodu ir pamats piemērot, konstatējot un pierādot pašu tiesībpārkāpumu. Saskaņā ar EPLL 25.pantu elektroniskie plašsaziņas līdzekļi uzņemas redakcionālo atbildību. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu redakcionālā atbildība šā panta izpratnē ir efektīva kontrole gan attiecībā uz raidījumu izvēli, gan attiecībā uz to organizāciju programmās un katalogos. Tā kā TV Latvija veido savu programmu un attiecībā uz Programmas sastāvdaļām pieņem redakcionālus lēmumus, t.sk. par komerciālu paziņojumu izvietošanu Programmā, TV Latvija bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, izvietojo produktus Programmā nepārkāpjot EPLL 45.panta otrās daļas 3.punktā noteikto. Padome norāda, ka TV Latvija bija iespēja uzzināt noteikumus, kas jāievēro izvietojo audiovizuālus komerciālus paziņojumus, jo tie ir noteikti EPLL, līdz ar to TV Latvija varēja nodrošināt, lai komerciālie paziņojumi Programmā tiktu izvietoti atbilstoši EPLL prasībām. Vienlaikus pārkāpuma fakts liecina, ka TV Latvija nav veikusi nepieciešamās darbības, lai nodrošinātu noteikumu ievērošanu.

[17.4] Pārkāpums izdarīts nacionālās apraides programmā. Tas nozīmē, ka TV Latvija pakalpojumu var saņemt vismaz 60 procenti Latvijas iedzīvotāju (*sk. EPLL 9.panta pirmo daļu*), tādējādi izdarītais pārkāpums ir sasniedzis ievērojamu Latvijas iedzīvotāju daļu.

[17.5] Saskaņā ar Kodeksa 22.panta soda mērķis ir personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, audzinātu likumu ievērošanas un sadzīves noteikumu cienīšanas garā, kā arī lai tiklab tiesību pārkāpējs, kā citas personas neizdarītu jaunus pārkāpumus.

[17.6] Ņemot vērā iepriekš minēto, Padome uzskata par nepieciešamu piemērot administratīvo sodu – naudas sodu 500 (pieci simti) *euro* apmērā, kas uzskatāms par soda apmēru, kas nenodara TV Latvija nesamērojamus materiālus zaudējumus, vienlaikus stimulējot TV Latvija un citus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus turpmāk ievērot EPLL prasības attiecībā uz komerciālu paziņojumu izvietošanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu audiovizuālajās programmās.

[18] Lietas izskatīšanas laikā 2017.gada 14.septembrī TV Latvija pārstāvis atzina vainu pārkāpuma izdarīšanā un piekrita Padomes lēmumam par naudas soda piemērošanu. Padome nav konstatējusi apstākļus, kas pastiprina TV Latvija atbildību par izdarīto pārkāpumu. Administratīvā pārkāpuma lietā nav cietušo un nav piemērota garantijas nauda. Par 201.⁵ panta devītās daļas pārkāpumu nav paredzēta administratīvā aresta piemērošana. TV Latvija gada laikā nav bijusi nosacīti daļēji atbrīvota no naudas soda samaksas. Administratīvā pārkāpuma lieta tika izskatīta TV Latvija pārstāvja klātbūtnē. Ievērojot šajā punktā minēto, Padome uzskata, ka taisnīgu sodošo mērķi iespējams sasniegt TV Latvija nosacīti daļēji atbrīvojot no naudas soda samaksas, pamatojoties uz Kodeksa 276.¹ panta pirmo un otro daļu.

[12] Padome administratīvā pārkāpuma lietā Nr.AP/2016/6-7/19 TV Latvija piemēro nosacītu daļēju atbrīvošanu no naudas soda samaksas. Padome informē, ka TV Latvija 15 dienu laikā no šī lēmuma paziņošanas dienas, ir jāsamaksā uzliktais 500 *euro* naudas sods 50 procentu

apmērā, tas ir, 250 *euro*. Padome norāda, ka TV Latvija, izpildot šo nosacījumu, tiek atbrīvota no pārējās soda naudas daļas samaksas. Ja TV Latvija neizpildīs šo nosacījumu, uzliktais 500 *euro* naudas sods maksājums pilnā apmērā, pamatojoties uz Kodeksa 276.¹ panta ceturto daļu.

[13] Padome norāda, ka pārsūdzot lēmumu par naudas soda uzlikšanu, TV Latvija zaudēs tiesības samaksāt piemēroto naudas sodu 50 procentu apmērā, atbilstoši Kodeksa 276.¹ panta piektajai daļai.

Ievērojot minēto un saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.⁵ panta devīto daļu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu un 276.¹ pantu, Padome

n o l e m j :

- 1. Sodīt elektronisko plašsaziņas līdzekli AS “TV Latvija” reģ.nr.40003892235 par Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzētā pārkāpuma izdarīšanu, 2016.gada 3. – 7.oktobrī plkst. 12.00 – 12.49 izplatītajos raidījumos “La Dolce Vita. Ar Roberto”, pārmērīgi izceļot izvietots produktus, uzliekot administratīvo sodu – naudas sodu 500 (pieci simti) *euro* apmērā;**
- 2. Piemērot AS “TV Latvija” nosacītu daļēju atbrīvošanu no naudas soda;**
- 3. Pieņemto lēmumu paziņot AS “TV Latvija”.**

Administratīvais sods jāsamaksā zemāk norādītajā bankas kontā:

Saņēmējs: Valsts kase
Reģistrācijas Nr. 90000050138
Konta Nr. LV78TREL1060001019900
Saņēmēja banka: Latvijas Banka
Bankas kods: TREL LV22

Padomes priekšsēdētāja

D.Ķezbere

Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 288.panta pirmo un otro daļu, kā arī 289.panta pirmo daļu persona, kura saukta pie administratīvās atbildības šo lēmumu desmit darba dienu laikā no lēmuma paziņošanas dienas var pārsūdzēt rajona (pilsētas) tiesā pēc tās juridiskās adreses, iesniedzot sūdzību Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei.