

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

(LV - 1013, Rīga, K.Valdemāra 157, tālr. 67388624)

L Ē M U M S Nr. E03-RIG-73

Rīgā

2008.gada 29.februārī

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa,
 piedaloties akciju sabiedrības „Air Baltic Corporation”
 vienotās reģistrācijas numurs: 40003245752
 juridiskā adrese: Rīgas rajonā, Mārupes pagastā, Lidostā „Rīga”
 pilnvarotajiem pārstāvjiem (...),
 personas kods: (...),
 adrese: (...), un
 (...),
 personas kods: (...),
 adrese: (...),
 izskatīja administratīvo pārkāpumu lietu un konstatēja:

2007.gada 1.novembrī Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk tekstā – *PTAC*), pamatojoties uz *Reklāmas likuma* 14.panta pirmo daļu, pēc savas iniciatīvas uzsāka izvērtēt internetā un masu medijos izplatītās reklāmas (turpmāk tekstā – *Reklāma*) ar saukli „*Viegli aizlidot!*” atbilstību normatīvo aktu prasībām.

2007.gada 6.novembrī *PTAC* nosūtīja a/s „Air Baltic Corporation” (turpmāk tekstā – *AirBaltic*) vēstuli Nr.21-06/9131, kurā, pamatojoties uz *Reklāmas likuma* 15.panta pirmo un otro daļu, pieprasīja *AirBaltic* rakstveidā līdz 2007.gada 20.novembrim sniegt paskaidrojumu par *Reklāmas* atbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī sniegt pierādījumus par izpārdoto e-kuponu skaitu atbilstību *AirBaltic* nodrošināto lidojumu skaitam.

2007.gada 22.novembrī *PTAC* saņēma *Air Baltic* 2007.gada 20.novembra vēstuli Nr. 142/11/07, kurā *PTAC* lūgts pagarināt atbildes sniegšanas termiņu līdz 2007.gada 4.decembrim, pamatojot to ar nepieciešamo laiku informācijas apkopošanai.

PTAC 2007.gada 22.novembra vēstulē Nr. 21-06/9654, pamatojoties uz *Administratīvā procesa likuma* 47.pantu, pagarināja procesuālo termiņu atbildes sniegšanai līdz 2007.gada 4.decembrim.

2007.gada 6.decembrī *PTAC* saņēma *AirBaltic* 2007.gada 4.decembra vēstuli Nr. 433/12/07 ar pielikumu, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

Vēstulē izteikts lūgums norādīt, kāda pārkāpuma pazīmes *PTAC* saskata *Reklāmā*. *Air Baltic* norādījis, ka *Reklāma* atbilst *Reklāmas likuma* 3.panta pirmajai daļai - izveidojot e-kuponus, kuri tika pārdoti Rimi tirdzniecības centros, pie katra kupona pievienoja un bukletu veidā izplatīja Rimi tirdzniecības centros e-kupona noteikumus, kuri iepazīstināja patērētājus ar e-kuponu izmantošanas un realizācijas iespējām. Noteikumi tika izvietoti arī uzņēmuma mājas lapā. Līdz ar to patērētājiem tika sniegta pilnīga informācija par e-kuponiem, to izmantošanas iespējām un speciālajiem nosacījumiem. E-kupona noteikumi nosaka lidojuma datumu un maršruta izvēles iespējas, kā arī norāda maršrutus, kuri nav pieejami, izmantojot e-kuponus, kas atbilst *Reklāmas likuma* 6.panta pirmās daļas

3.apakšpunktam, kas nosaka nosacījumus, no kuriem atkarīgs speciālais piedāvājums, kā arī citus ar e-kuponu saistītus nosacījumus. Lidojums Rīga-Liepāja un Liepāja-Rīga nav iekļauts, lai nemaldinātu patērētāju par lidojuma cenu, kuru iegādājoties internetā, ir iespējams iegādāties lētāk par reklāmā norādīto summu Ls 29.00. Sniedzot patērētājam visu nepieciešamo informāciju un nosacījumus par e-kuponu, *AirBaltic* apgalvo, ka nekādā mērā netiek mazināta patērētāju uzticēšanās reklāmai.

Par izpārdoto e-kuponu skaitu atbilstību *AirBaltic* nodrošināto lidojumu skaitu, *AirBaltic* norāda, ka tika izpārdoti 18250 e-kuponi no 25000. *AirBaltic* apliecina, ka nodrošinājis visiem e-kuponu īpašniekiem pietiekošā skaitā lidojumus un reklāmā norādīja, pastāv iespēja, ka Jūsu izvēlētajā lidojuma datumā nav brīvu vietu. Tādā gadījumā izvēlēsies citu lidojuma datumu.

2008.gada 4.janvārī *PTAC* nosūtīja SIA „Rimi Latvia” vēstuli Nr. 21-06/132, kurā, pamatojoties uz *Reklāmas likuma* 15.panta pirmo un otro daļu, kā arī *Administratīvā procesa likuma* 59.panta otro un ceturto daļu, 167.pantu, 168.panta otro daļu, pieprasīja SIA „Rimi Latvia” līdz 2008.gada 16.janvārim rakstveidā sniegt informāciju un to aplicinošus pierādījumus par pārdoto *AirBaltic* aviobiļešu e-kuponu skaitu SIA „Rimi Latvia” tirdzniecības vietās.

2008.gada 4.janvārī *PTAC* nosūtīja *AirBaltic* vēstuli Nr. 21-06/133, kurā, pamatojoties uz *Reklāmas likuma* 15.panta pirmo un otro daļu, Ministru kabineta 2006.gada 1.augusta noteikumu *Patērētāju tiesību aizsardzības centra nolikums* 6.3. apakšpunktu, *PTAC* pieprasīja *AirBaltic* līdz 2008.gada 16.janvārim iesniegt, pirmkārt, normatīvo aktu prasībām atbilstoši noformētus pierādījumus par izpārdoto e-kuponu skaitu atbilstību *AirBaltic* nodrošināto lidojumu skaitam, otrkārt, reģistrācijas žurnāla izdrukas (log faili) no *AirBaltic* aviobiļešu rezervācijas sistēmas, kurās būtu atrodamā informācija par patērētāju mēģinājumiem veikt rezervāciju un veiktajām rezervācijām.

2008.gada 14.janvārī *PTAC* saņēma SIA „Rimi Latvia” 2008.gada 10.janvāra vēstule Nr.03-01/11-49 ar pielikumu, kurā norādīts, ka laika periodā no 2007.gada 1.novembra līdz 2007.gada 5.novembrim uzņēmuma struktūrvienības kopumā realizēja 18188 vienības e-kuponus par kopējo summu Ls 527 452.

2008.gada 17.janvārī *PTAC* faksimila veidā saņēma *AirBaltic* vēstule ar pielikumu (oriģinālā vēstule pa pastu tika saņemta 2008.gada 22.janvārī), kurā tiek norādīts tālāk minētais:

Akcijas laikā tika izpārdoti: Latvijā 18250 no 25000 e-kuponiem, Lietuvā 6213 no 25000 e-kuponiem, Igaunijā 4 976 no 15000 e-kuponiem. Kopā tika izpārdoti 29 439 e-kuponi, no kuriem 28 692 e-kuponi tika izmantoti lidojumiem un 747 e-kuponi netika izmantoti.

AirBaltic apliecina, ka nodrošinājis visiem e-kupona īpašniekiem pietiekošā skaitā lidojumus un reklāmā norādīja „pastāv iespēja, ka Jūsu izvēlētajā datumā nav brīvu vietu. Tādā gadījumā lūdzu izvēlēsies citu lidojuma datumu”.

Attiecībā uz *PTAC* pieprasīto informāciju, „iesniegt reģistrācijas žurnāla izdrukas (log faili) no *AirBaltic* aviobiļešu rezervācijas sistēmas, kurās būtu atrodamā informācija par patērētāju mēģinājumiem veikt rezervāciju un veiktajām rezervācijām, *AirBaltic* norāda, ka šāda informācija uz *AirBaltic* esošās datu bāzes nav tehniski iespējams sagatavot.

PTAC, vadoties no SIA „Rimi Latvia” un *AirBaltic* lietas ietvaros sniegtās informācijas konstatēja, ka ir sniegta pretrunīga informācija par izpārdoto e-kuponu skaitu –

no SIA „Rimi Latvia” paskaidrojuma izriet, ka SIA „Rimi Latvia” tirdzniecības vietās akcijas laikā tika izpārdoti 18 188 e-kuponi, savukārt no *AirBaltic* paskaidrojuma izriet, ka akcijas laikā Latvijā tika izpārdoti 18250 e-kuponi. Ņemot vērā konstatēto pretrunīgo informāciju 2008.gada 21.janvāra vēstulē Nr. 21-06/567 *PTAC* atkārtoti pieprasīja *AirBaltic* līdz 2008.gada 29.janvārim iesniegt normatīvo aktu prasībām atbilstoši noformētus pierādījumus par izpārdoto e-kuponu skaitu atbilstību *AirBaltic* nodrošināto lidojumu skaitam.

2008.gada 6.februārī *PTAC* saņemta *AirBaltic* vēstule Nr. 586/01/08 ar pielikumu, kurā tiek norādīts tālāk minētais:

Akcijas laikā Latvijā tika izpārdoti 18 188 no 25 000 e-kuponiem. Iepriekš sniegtajā informācijā ieviesusies drukas kļūda, kurā norādīts SIA „Rimi Latvia” sākotnēji izpārdoto e-kuponu skaits, kurus vēlāk SIA „Rimi Latvia” precizēja, ka tirdzniecības vietās tika izpārdoti 18 188 e-kuponi. *AirBaltic* atvainojas par radušos kļūdu. *AirBaltic* norāda, ka kopā pa Latviju, Igauniju un Lietuvu tika izpārdoti 29 277 e-kuponi, no kuriem 28 692 e-kuponi tika izmantoti lidojumiem un 685 e-kuponi netika izmantoti. Attiecībā uz *PTAC* vēstulē pieprasīto informāciju, „iesniegt reģistrācijas žurnāla izdrukas (log faili) no *AirBaltic* aviobiļešu rezervācijas sistēmas, kurās būtu atrodamā informācija par patērētāju mēģinājumiem veikt rezervāciju un veiktajām rezervācijām”, *AirBaltic* atkārtoti norāda, ka šāda informācija uz *AirBaltic* esošās datu bāzes nav tehniski iespējams sagatavot.

2008.gada 4.februārī *PTAC* nosūtīja *AirBaltic* vēstuli Nr. 21-06/981, kurā, pamatojoties uz *Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa* 215.⁴ pantu, paziņoja par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku, kā arī, pamatojoties uz *Administratīvā procesa likuma* 62.panta pirmo daļu, izteica aicinājumu līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

Izvērtējot kopumā visus administratīvās 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*”.

AirBaltic internetā un masu medijos izplatītās *Reklāmas* ar saukli „*Viegli aizlidot!*” atbilst visām reklāmai izvirzāmajām prasībām *Reklāmas likuma* 1.panta izpratnē, jo ietver sevī paziņojumu, adresētu sabiedrībai, par *AirBaltic* veicamo saimniecisko darbību – avio pakalpojumu sniegšanu, kas veicina tās popularitāti un/vai pieprasījumu pēc tās.

Reklāmas likuma 8.panta otrā daļa nosaka, ka „*Maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam*”.

Konkrētajā gadījumā *PTAC* ir konstatējis, ka *Reklāmā* ir sniegta informācija, ka „*Tikai no 1. līdz 5. novembrim, pērkot RIMI kasēs e-kuponu, visiem lidojumiem viena cena!*”. Turpretī e-kupona izmantošanas noteikumos, kuri nav konkrētās administratīvās lietas izvērtēšanas priekšmets, bet gan papildus informatīvs avots saistībā ar *Reklāmā* izteikto piedāvājumu, ir sniegta informācija, kura nonāk pretrunā ar *Reklāmā* pausto norādi par patērētājiem pieejamajiem visiem lidojumiem. *PTAC* ir konstatējis, ka e – kupons ir derīgs rezervācijai uz tiešajiem lidojumiem, *izņemot* maršrutus Rīga – Telaviva, Rīga – Taškenta, Rīga – Hurghada, Rīga – Liepāja un Kaļiņingrada – Kopenhāgena...”.

Iepriekš minētā pretruna *Reklāmas* adresātam varēja radīt maldīgu priekšstatu par piedāvāto avio pakalpojumu, kā rezultātā personas varēja pieņemt uz pilnīgu un patiesu informāciju nebalstītus lēmumus. Tādējādi varēja tikt ietekmēta *Reklāmas* adresātu ekonomiskā rīcība. Gadījumā, ja patērētājs, vadoties tikai no *Reklāmā* sniegtās informācijas apjoma, iegādājās e-kuponu/kuponus, lai, piemēram, rezervētu lidojumus uz Telavivu, Taškentu vai Hurghadu, tad secināms, ka šādā situācijā patērētājs pieņēma lēmumu par saistību nodibināšanu, kādu viņš nebūtu pieņēmis, ja patērētājs būtu bijis informēts, ka tam nav nodrošināta iespēja saņemt visus *Reklāmā* norādītos pakalpojumus.

Reklāmas likuma 8.panta pirmā daļa nosaka, ka „*Maldinoša reklāma ir aizliegta*”.

Reklāmas likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka „*Reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo un izplata reklāmu*”. *AirBaltic* atbilst reklāmas devēja statusam *Reklāmas likuma* 10.panta pirmās daļas izpratnē, jo, izplatot *Reklāmu*, tiek veicināts *Air Baltic* komerciālais labums.

Reklāmas likuma 10.panta otrā daļa nosaka, ka „*Reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu*”. Ņemot vērā iepriekš minēto, *AirBaltic* atbild par *Reklāmas* saturu.

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*”. Ņemot vērā iepriekš minēto, *AirBaltic* nebija tiesīga izplatīt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu *Reklāmu*.

Administratīvā procesa likuma 1.panta trešā daļa nosaka, ka „*Administratīvais akts ir uz āru vērsts tiesību akts, ko iestāde izdod publisko tiesību jomā attiecībā uz individuāli noteiktu personu vai personām, nodibinot, grozot, konstatējot vai izbeidzot konkrētas tiesiskās attiecības vai konstatējot faktisko situāciju*”.

Administratīvā procesa likuma 65.panta trešā daļa nosaka: „*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, pamatodamās 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*”.

Reklāmas likuma 15.panta ceturta daļa nosaka: „*Ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt lēmumu, kurā: 1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai uzņēmēju likumīgo tiesību viedokļa; 2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus); 3) aizliedz reklāmas izplatīšanu; 4) pieprasa reklāmas atsaukumu; 5) lemj par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un par administratīvā soda piemērošanu likumā noteiktajā kārtībā*”.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, *PTAC* secina, ka *AirBaltic* nav lietderīgi uzlikt *Reklāmas likuma* (redakcijā, kas bija spēkā pārkāpuma izdarīšanas brīdī) 15.panta ceturta daļas 1-4.punktā noteiktos tiesiskos pienākumus, jo konkrētajā situācijā iepriekš minēto tiesisko pienākumu uzlikšana *AirBaltic* neveicinās *Reklāmas likuma* 2.pantā iekļautā mērķa sasniegšanu par sabiedrības aizsardzību reklāmas jomā. *PTAC* ņem vērā to, ka *Reklāma* tika

izplatīta noteiktu laiku, kā arī to, ka administratīvās lietas izskatīšanas laikā *Reklāma* vairs netiek izplatīta. Tādējādi *PTAC* secina, ka administratīvās lietas ietvaros kā ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, pamatojoties uz *Reklāmas likuma* 15.panta ceturtās daļas 5.punktu, piemērojams administratīvais sods. Piemērojot konkrēto ietekmēšanas līdzekli par izdarīto administratīvo pārkāpumu, tiks veicināts, lai *AirBaltic* turpmāk ievērotu normatīvo aktu prasības reklāmas jomā.

Administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas laikā pilnvarotais pārstāvis paskaidroja, ka Reklāmā pārkāpumi nav saskatāmi. Reklāmā lietotā izteiksme „visiem lidojumiem” nav bijis veiksmīgs formulējums, tomēr uzskatāms, ka tas neiziet ārpus Reklāmas likumā noteiktajām robežām.

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, ka nevienas sabiedrības daļas intereses netiktu 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 *AirBaltic* ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas - maldinošas reklāmas izplatīšanu. *AirBaltic* izplatītā normatīvajiem aktiem neatbilstošā reklāma, ņemot vērā tās izplatīšanas apmērus, kā arī radītās negatīvās sekas, nav vērtējama kā maznozīmīgs pārkāpums *Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa* 21.panta pirmās daļas izpratnē.

Saskaņā ar lietā esošo informāciju *AirBaltic* Reklāma sava maldinošā rakstura dēļ 685 reizes varēja ietekmēt personu ekonomisko rīcību, turklāt radot viņiem materiālus zaudējumus 19 865 Ls vērtībā par neizmantotajiem, bet apmaksātajiem kuponiem.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, nav konstatēti ne administratīvo atbildību mīkstinoši, ne pastiprinoši apstākļi.

Nosakot *Air Baltic* uzliedzamo naudas soda apmēru, tiek ņemta vērā administratīvās lietas izskatīšanas laikā iegūtā informācija. No SIA „Rimi Latvia” sniegtā paskaidrojuma izriet, ka laika periodā no 2007.gada 1.novembra līdz 2007.gada 5.novembrim SIA „Rimi Latvia” tirdzniecības vietās tika realizēti 18 188 e-kuponi par kopējo summu Ls 527 452.

Lai atturētu reklāmas izplatīšanā iesaistītās personas no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotā, *AirBaltic* tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš bija paredzēts *Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa* (redakcijā, kas bija spēkā pārkāpuma izdarīšanas brīdī) 166.¹³ panta otrajā daļā, kurā noteikts, ka „Par likumā aizliegtas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu – uzliek naudas sodu fiziskajām personām līdz divsimt piecdesmit latiem, bet juridiskajām personām – līdz desmittūkstoš latiem”.

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”.

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, 75.panta pirmās daļas 1.punktu, Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 5.punktu, *Administratīvā procesa likuma* 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu,

n o l e m t s:

uzlikt a/s „Air Baltic Corporation”,
juridiskā adrese: Rīgas rajonā, Mārupes pagastā, Lidostā „Rīga”
vienotās reģistrācijas numurs: 40003245752
naudas sodu Ls 5000.00 (pieci tūkstoši) apmērā.

(zīmogs) Direktores vietniece (paraksts) Brigita Liepiņa

Personai, par kuru pieņemts lēmums administratīvo pārkāpumu lietā, ir tiesības pārsūdzēt pieņemto lēmumu likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta otro daļu 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 TREL22.

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

Maksājuma mērķis: Lēmums Nr. E03-RIG-73. Ekonomiskās klasifikācijas kods 21499.

Ar lēmumu iepazīnos _____ (paraksts) _____ 2008.gada 29.februārī
(personas, kura piedalījās lēmuma pieņemšanā, paraksts)