

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 22.aprīlī

Nr.E03-KREUD-26

**Par mutvārdu aizrādījuma izteikšanu un lietvedības izbeigšanu**

**Par normatīvo aktu prasībām 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 akciju sabiedrības „MiniCredit” pārstāvjiem,  
juridiskā adrese: Ģertrūdes iela 66, Rīga, LV - 1009

vienotās reģistrācijas numurs: 40103260762

personas ieņemamais amats: (...)

vārds, uzvārds: (...)

personas kods: (...)

un

personas ieņemamais amats: (...)

vārds, uzvārds: (...)

personas kods: (...)

un

personas ieņemamais amats: (...)

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 AS „MiniCredit” (turpmāk – Sabiedrība) sniegtās reklāmas krievu valodā: „ *MiniCredit – ne živi bez ģeņek, ne otkazivai sebe v udovoļstvijah vesnoi!*” (turpmāk – Reklāma) atbilstību normatīvo aktu prasībām. Reklāmas sniegšana konstatēta internetā mājas lapā [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv) 2010.gada 1.aprīlī.

2010.gada 9.aprīlī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-06/2852-P-47, kurā informēja Sabiedrību par Reklāmas neatbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī par lietvedības administratīvā pārkāpuma lietā uzsākšanu, lietas izskatīšanas

vieta, laiku un Sabiedrības tiesībām izteikt viedokli administratīvā pārkāpuma lietā. Vienlaikus PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt informāciju par Reklāmas izplatīšanas vietām, laikiem un apjomu.

2010.gada 19.aprīlī PTAC saņēma Sabiedrības 2010.gada 19.aprīļa paskaidrojumus administratīvā pārkāpuma lietā Nr.10-2010 (turpmāk – Paskaidrojums), kurā tā paskaidro, ka PTAC konstatētais pārkāpums tika pieļauts galvenokārt pārpratuma dēļ. Sabiedrība Paskaidrojumā norāda, ka pieļautais normatīvo aktu pārkāpums nav apzināta vai ļaunprātīga normatīvo aktu neievērošana, bet ir uzskatāms par vienkāršu pārpratumu, izmēģinājuma režīmā izvietojot portālā [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv) līdz galam nepabeigtu reklāmas testa materiālu. Sabiedrība patērētāju kreditēšanas tirgū ir sākusi darboties 2010.gadā, izveidojot reklāmas kampaņu un slēdzot reklāmas līgumus ar lielākajiem masu saziņas līdzekļiem, un, ņemot vērā darba apjomu, Sabiedrība bija spiesta paļauties uz reklāmas izgatavotāju un izplatītāju profesionālo kompetenci. Sabiedrība ar portāla [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv) darbiniekiem vienojās par informācijas izvietošānu un reklāmas materiāla (banera) izgatavošanu, ko veica portāla darbinieki. Reklāma tika gatavota ar specifiskas datorprogrammas palīdzību un to nebija iespējams atvērt uz Sabiedrības datora; tāpēc tika izlemts izvietot Reklāmas testa materiālu izmēģinājuma režīmā 2010.gada 1.aprīlī portālā [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv), lai Sabiedrība varētu izvērtēt reklāmas maketa vizuālo materiālu konkrētajā portālā un tā atbilstību Sabiedrības prasībām. Reklāmā nebija ietverts brīdinājums patērētājiem par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu, jo Reklāmā šajā gadījumā bija tikai informatīva atsauce uz gaidāmo materiālu, un Reklāmu testa režīmā vēl bija plānots koriģēt un labot atbilstoši Sabiedrības un likumdošanas prasībām. Sabiedrība paskaidro, ka nav pamata uzskatīt, ka tā ļaunprātīgi vai apzināti neievēroja normatīvo aktu prasības, jo konkrētās informācijas ietveršana reklāmas tekstā nerada papildus izmaksas Sabiedrībai, kā arī neietekmē Reklāmas efektivitāti.

Sabiedrība Paskaidrojumā arī norāda, ka visās pārējās Sabiedrības kreditēšanas reklāmās ir iekļauts brīdinājums atbilstoši Ministru kabineta noteikumu Nr.692 „Noteikumi par patērētāja kreditēšanas līgumu” (turpmāk – Noteikumi) 14.2.apakšpunkta prasībām, līdz ar to tā uzskata, ka Reklāma (kas izvietota portālā [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv) uz īsu laiku bez brīdinājuma teksta) nav radījusi patērētājiem kaitīgas sekas.

Paskaidrojumā Sabiedrība informē, ka pēc pieļautā pārkāpuma konstatēšanas, tā ir veikusi visus iespējamus pasākumus, lai novērstu jebkādas iespējamās (potenciālās) pārkāpuma kaitīgās sekas – ir vienošanās ar SIA „RNR Ltd” (portāla [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv) īpašnieks) par to, ka konkrētajā portālā tiks izvietota atvainošanās portāla lietotājiem un potenciālajiem Sabiedrības klientiem par pieļauto pārkāpumu, kā arī līdzīga satura atvainošanās teksts tika izvietots arī Sabiedrības mājas lapā.

Vienlaikus Sabiedrība uzskata, ka pieļautā pārkāpuma īslaicīguma un maznozīmīguma dēļ, kā arī Sabiedrības finansiālā stāvokļa dēļ Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 166.<sup>13</sup> pantā paredzētais administratīvais sods nevar būt uzskatāms par samērīgu. Sabiedrība Paskaidrojumā atsaucas arī uz LAPK 32.panta otro daļu, kas nosaka, ka, uzliekot administratīvo

sodu, ņem vērā pārkāpēja mantisko stāvokli, jo Sabiedrība ir uzsākusi savu darbību tikai 2010.gada sākumā un 2010.gada pirmajos mēnešos tika veikta plaša mēroga reklāmas kampaņa, kas prasīja ievērojamus naudas līdzekļus, un līdz ar to šobrīd Sabiedrības uzņēmējdarbība nav peļņu nesoša (2010.gada pirmajos trīs mēnešos Sabiedrības zaudējumi sastādīja ap LVL 46000,00 apmērā). Sabiedrība pauž viedokli, ka, izvērtējot Sabiedrības sniegto paskaidrojumus, finansiālo stāvokli, lietderības apsvērumus, kā arī īpaši ņemot vērā to, ka pārkāpums un tā negatīvās sekas ir novērstas no Sabiedrības puses labprātīgi un bez kavēšanās, PTAC būtu jāpiemēro „mīkstāko” no Reklāmas likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktā paredzētajiem administratīvajiem sodiem – LAPK 23.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto administratīvo sodu – brīdinājumu. Paskaidrojumam Sabiedrība ir pievienojusi citas Sabiedrības kreditēšanas reklāmas, kā arī izdrukas no portāla [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv) un Sabiedrības mājas lapas [www.minicredit.lv](http://www.minicredit.lv) ar atvainošanās tekstu patērētājiem.

Lietas izskatīšanas laikā Sabiedrības pārstāvji pamatojās uz rakstveidā sniegtajiem paskaidrojumiem, kā arī papildus norādīja, ka laikā, kad tika konstatēts Reklāmas pārkāpums, citos portālos internetā konkrētā reklāma tika sniegta atbilstoši normatīvo aktu prasībām. Vienlaikus Sabiedrības pārstāvji norādīja, ka pārkāpums tika novērsts nekavējoties pēc PTAC 2010.gada 9.aprīļa vēstules Nr.21-06/2852-P-47 saņemšanas. Sabiedrības pārstāvji atzina izdarīto pārkāpumu, nožēloja to, kā arī apņēmas turpmāk pievērst pastiprinātu uzmanību reklāmas prasībām un patērētāju kreditēšanas reklāmās norādīt pilnu attiecīgā brīdinājuma tekstu.

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 minēto, Reklāma ir atzīstama par reklāmu Reklāmas likuma izpratnē.

Saskaņā ar Reklāmā sniegto informāciju 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*, kā arī ņemot vērā to, ka Reklāma darbojas kā saite uz Sabiedrības mājas lapu [www.minicredit.lv](http://www.minicredit.lv), Sabiedrība ir uzskatāma par Reklāmas devēju.

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 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 konstatē, ka, sniedzot Reklāmu, kurā nav ietverta Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija, Sabiedrība nav ievērojusi Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā noteikto likumīguma prasību.

Attiecībā uz Sabiedrības Paskaidrojumā sniegto argumentu, ka Reklāmas izplatīšana ir bijusi „testa režīmā” un Reklāma bija tikai informatīva atsauce uz turpmāko reklāmas materiālu, PTAC norāda, ka Reklāma, lai arī bija izplatīta „testa režīmā” atbilst visām Reklāmas likuma 1.pantā noteiktajām reklāmas pazīmēm, tostarp, tā ir sniegta nolūkā veicināt Sabiedrības piedāvātā kreditēšanas pakalpojuma popularitāti un pieprasījumu, un līdz ar to ir atzīstama par Reklāmu minētās normas izpratnē, tādējādi Sabiedrības arguments nav atzīstams par pamatotu.

Savukārt attiecībā uz Sabiedrības Paskaidrojumā sniegto argumentu, ka tā ir veikusi darbības, lai novērstu jebkādas pārkāpuma sekas, PTAC norāda, ka pārkāpums (normatīvajiem aktiem neatbilstošas Reklāmas sniegšana) jau ir noticis un tā radītās/iespējamās kaitīgās sekas jau ir iestājušās neatgriezeniski. Līdz ar to šāda jau notikuša pārkāpuma kaitīgās sekas nav iespējams nākotnē novērst, jo patērētāji ir saņēmuši normatīvajiem aktiem neatbilstošu reklāmu un iespējams tās ietekmē ir pieņēmuši lēmumu par Sabiedrības piedāvātā kreditēšanas pakalpojuma saņemšanu.

Attiecībā uz Sabiedrības Paskaidrojumā izteikto viedokli, ka PTAC būtu jāpiemēro LAPK 23.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto administratīvo sodu – brīdinājumu, PTAC paskaidro, ka LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā par izdarīto pārkāpumu ir paredzēta konkrēta sankcija – naudas sods noteiktā apmērā, tādējādi PTAC ir tiesīgs piemērot par izdarīto pārkāpumu konkrētajā tiesību normā noteikto sankciju vai arī, ievērojot LAPK 21.panta pirmās daļas noteikumus, atbrīvot pārkāpēju no administratīvās atbildības maznozīmīga pārkāpuma gadījumā.

Sabiedrība Paskaidrojumā norādījusi, ka konkrētais pārkāpums nav noticis apzināti. Attiecībā uz minēto norādi, 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.* Tādējādi, ņemot vērā, ka Sabiedrība darbojās patērētāju kreditēšanas jomā, tai bija jābūt informētai par to, ka ir šāda tiesību norma, kas nosaka, ka patērētāju kreditēšanas reklāmās ir jāsniedz informācija, kas brīdina patērētāju par atbildīgu aizņemšanos un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu un šīs normas nezināšana neatbrīvo Sabiedrību no atbildības.

Saistībā ar Sabiedrības Paskaidrojumā sniegto norādi par to, ka Reklāmu izgatavoja cits komersants ( SIA „RNR Ltd”) PTAC vērš uzmanību uz Reklāmas likuma 10.panta otrās un trešās daļas regulējumu, kas nosaka, ka reklāmas izgatavotājs ir atbildīgs par reklāmas saturu un ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt vai

izplatīt tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar Reklāmas likumu un citiem normatīvajiem aktiem, kā arī LAPK 166.<sup>13</sup> panta otrajā daļā ir paredzēta administratīvā atbildība par normatīvajiem aktiem neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu.

Vienlaikus PTAC norāda, ka jau 2010.gada 25.februārī nosūtīja Sabiedrībai uz tās juridisko adresi Rīgā, Ģertrūdes ielā 66 vēstuli Nr.21-06/1513-P-19, kurā informēja, ka Sabiedrības sniegtā reklāma 2010.gada 13.februāra laikraksta „Diena” pielikumā *Sestdiena* (18.-24.02.2009.), kur cita starpā minēts: „*Jums steidzami nepieciešama nauda! Mēs jums palīdzēsim!*”, neatbilst patērētājiem adresētu reklāmu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, jo tajā nebija ietverta Noteikumu 14.2.apakšpunktā norādītā informācija. PTAC ierosināja Sabiedrībai labprātīgi novērst konstatēto pārkāpumu un nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām. Pēc PTAC ierosinājuma Sabiedrība konstatēto pārkāpumu novērsa.

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, ņemot vērā Sabiedrības Paskaidrojumā sniegto informāciju, ka Sabiedrības sniegtajās patērētāju kreditēšanas reklāmās tiek sniegta informācija, kas brīdina patērētāju par nepieciešamību atbildīgi aizņemties un izvērtēt spēju atmaksāt kredītu, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no Reklāmas likuma 15.panta ceturtais daļas 1.–4., 6.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāmu iespējamā negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi un saskaņā ar 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 mīkstināšos 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 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 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 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 piecšiem līdz desmit tūkstoš 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, bet, ņemot vērā, ka Sabiedrība nožēlo izdarīto pārkāpumu un patērētāju kreditēšanas reklāmās sniedz nepieciešamo papildinformāciju, atbilstoši normatīvo aktu prasībām, kā arī ir izvietojusi Mājas lapā un portālā [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv) atvairinošanos patērētājiem, PTAC ir konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.panta pirmās daļas 1.punktu un minētā panta trešo daļu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot lietas materiālus, PTAC ņem vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (LAPK 239.pants), tomēr, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, īpaši to, ka saskaņā ar lietas materiāliem Reklāma bez attiecīgā brīdinājuma tika izplatīta tikai ļoti ierobežotu laiku portālā [www.mixnews.lv](http://www.mixnews.lv), tādējādi aizskarot ļoti ierobežotu personu loka intereses, PTAC, pamatojoties uz LAPK 21.panta pirmo daļu, kas

nosaka – *Ja izdarītais administratīvais pārkāpums ir maznozīmīgs, institūcija (amatpersona), kas pilnvarota izlemt lietu, var atbrīvot pārkāpēju no administratīvās atbildības un aprobežoties ar mutvārdu aizrādījumu, kā arī pamatojoties uz LAPK 14.<sup>1</sup> pantu, 166.<sup>13</sup> panta otro daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 2.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 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, otro 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” 14.2. apakšpunktu*

### **n o l e m j:**

#### **izbeigt lietvedību, izsakot mutvārdu aizrādījumu**

akciju sabiedrībai „MiniCredit”

juridiskā adrese: Ģertrūdes iela 66, Rīga, LV - 1009

vienotās reģistrācijas numurs: 40103260762.

Pieņemto lēmumu saskaņā ar Reklāmas likuma 17.panta pirmo daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

Ar lēmumu iepazīnos

(paraksts)

2010. gada 22.aprīlī

(personas, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksts)

Ar lēmumu iepazīnos

(paraksts)

2010. gada 22.aprīlī

(personas, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksts)

Ar lēmumu iepazīnos

(paraksts)

2010. gada 22.aprīlī

(personas, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksts)

Lēmuma norakstu saņēmu

(paraksts)

2010. gada 22.aprīlī

(personas, kura saņēma lēmuma norakstu, paraksts)

**IZRAKSTS PAREIZS**