APSTIPRINĀTS
ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes
2026. gada 12. novembra lēmumu Nr. 350/1-2

Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes skaidrojums par Azartspēļu un izložu likuma 41. panta $5.^1$, $5.^2$ un $5.^3$ daļu piemērošanu

2026. gada 1. aprīlī spēkā stājās grozījumi Azartspēļu un izložu likumā (turpmāk arī – AIL), kas cita starpā AIL 41. pantu papildināja ar $5.^1$, $5.^2$ un $5.^3$ daļām šādā redakcijā:

"(5^1) Šā panta piektajā daļā noteiktais aizliegums nav piemērojams tiktāl, ciktāl tas attiecas uz Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrētu figurālo preču zīmju norādīšanu šādos gadījumos: 1) atzīto sporta federāciju organizēto pilngadīgo sportistu sporta sacensību norises vietās un to laikā; 2) pilngadīgo sportistu sporta sacensību, sporta klubu un līgu nosaukumos; 3) uz pilngadīgo sportistu sporta formas tērpiem, sporta inventāra un atribūtikas; 4) sporta organizāciju un pilngadīgo sportistu sponsorēšanas paziņojumos, ja tie tiek izplatīti par konkrēto sporta pasākumu.

(5^2) Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrēta figurālā preču zīme, kas izvietota atbilstoši šā panta $5.^1$ daļai, nedrīkst ietvert tiešu vai netiešu aicinājumu piedalīties azartspēlēs vai apmeklēt azartspēļu norises vietu, kā arī nedrīkst saturēt informāciju vai vizuālus attēlojumus, kas varētu radīt iespaidu, ka azartspēļu spēlēšana veicina sociālu un ekonomisku panākumu vai citādu ieguvumu gūšanu.

(5^3) Šā panta $5.^1$ daļas 1. un 4. punktā minētajos gadījumos, kad Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrēta figurālā preču zīme tiek izvietota sporta sacensību norises vietās vai ietverta sponsorēšanas paziņojumos, obligāti līdz ar to izvietojams labi saskatāms uzraksts, kas brīdina, ka azartspēļu spēlēšana ir atļauta tikai personām no 18 gadu vecuma, kā arī informācija par šā likuma $4.^1$ pantā minēto pašatteikušos personu reģistru, tai skaitā tīmekļvietnes adrese, kur persona var pieteikties iekļaušanai šajā reģistrā."

Minētie AIL grozījumi paredz, ka sponsorēšanas paziņojumā drīkst norādīt Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja figurālo preču zīmi tikai gadījumos, kad paziņojums attiecas uz konkrētu sporta klubu, federāciju vai

pilngadīgu sportistu sponsorēšanu un tiek izplatīts par konkrētu sporta pasākumu. Šādos sponsorēšanas paziņojumos nedrīkst iekļaut aicinājumu spēlēt azartspēles, respektīvi, paziņojumos nedrīkst iekļaut ne tiešus, ne netiešus aicinājumus piedalīties azartspēlēs, tāpat paziņojumos nedrīkst iekļaut informāciju par iespējamiem bonusiem, informāciju par uzvaras gadījumiem, norādes uz vieglu peļņu vai citus vēstījumus, kas sponsorēšanas paziņojumus pārvērš par azartspēļu reklāmu. Tāpat sponsorēšanas paziņojumos obligāti ir izvietojams labi saskatāms uzraksts, kas brīdina, ka azartspēļu spēlēšana ir atļauta tikai personām no 18 gadu vecuma, kā arī informācija par pašatteikušos personu reģistru, tai skaitā tīmekļvietnes adrese, kur persona var pieteikties iekļaušanai šajā reģistrā.

Ņemot vērā, ka AIL grozījumos ir paredzēts, ka elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem ir tiesības savās programmās un katalogos izplatīt sponsorēšanas paziņojumus, Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) ir sagatavojusi skaidrojumu par AIL 41. panta $5.^1$, $5.^2$ un $5.^3$ daļu piemērošanu.

1. <u>Sponsorēšanas paziņojuma nošķiršana no sponsorēšanas Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma izpratnē</u>

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk arī – EPLL) 1. panta 32. punkts nosaka, ka sponsorēšana ir jebkurš audio un audiovizuālu elektronisko plašsaziņas līdzekļu vai video koplietošanas platformu pakalpojumu sniegšanā, audio vai audiovizuālu darbu, programmu vai raidījumu veidošanā neiesaistītas personas <u>ieguldījums</u> elektronisko plašsaziņas līdzekļu, raidījumu, video koplietošanas platformas pakalpojumu vai lietotāju veidotu video finansēšanā, <u>lai popularizētu savu nosaukumu, preču zīmi, tēlu, darbību vai ražojumu</u>. Savukārt EPLL 39. panta ceturtā daļa nosaka, ka <u>privātpersonas, kuru pamatnodarbošanās saistīta ar tādu preču ražošanu vai pakalpojumu sniegšanu, kuru reklamēšana ir aizliegta, nedrīkst būt raidījumu sponsori.</u> No minētajām tiesību normām izriet, ka elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos izvietota raidījuma sponsors nedrīkst būt persona, kas saistīta ar tādu preču ražošanu vai pakalpojumu sniegšanu, kuru reklamēšana ir aizliegta. Tādējādi Azartspēļu un izložu likumā noteikto sponsorēšanas paziņojumu izvietošanas gadījumā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma normas par sponsorēšanu nav piemērojamas.

AIL 41. panta piektā daļa nosaka, ka azartspēļu un interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietņu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Savukārt 5.[1] daļa nosaka, ka "*šā panta piektajā daļā noteiktais aizliegums nav piemērojams tiktāl, ciktāl tas attiecas uz Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrētu figurālo preču zīmju norādīšanu (...) 4) sporta organizāciju un pilngadīgo sportistu sponsorēšanas paziņojumos, ja tie tiek izplatīti par konkrēto sporta pasākumu.*" No minētajām normām izriet, ka azartspēļu un interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietņu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, izņemot tiktāl, ciktāl tas attiecas uz Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrētu figurālo preču zīmju norādīšanu sporta organizāciju un pilngadīgo sportistu sponsorēšanas paziņojumos, ja tie tiek izplatīti par konkrētu sporta pasākumu (tostarp, piemēram, par visām regulārās sezonas spēlēm, izslēgšanas spēlēm vai vairākiem motosporta sacensību posmiem). Tātad AIL normas imperatīvi norāda uz to, ka azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām, tostarp elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos, izņemot gadījumus, kad sporta organizāciju vai pilngadīgu sportistu sponsorēšanas paziņojumos, kas tiek izplatīti par konkrētu sporta pasākumu, ir iekļauta Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrēta figurālā preču zīme. Ievērojot minēto, AIL normas ir uzskatāmas par speciālām normām attiecībā uz sponsorēšanas paziņojumu izvietošanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos.

2. <u>Neitralitāte sponsorēšanas paziņojumos</u>

AIL likuma 41. panta 5.[1] daļa nosaka, ka "*šā panta piektajā daļā noteiktais aizliegums nav piemērojams tiktāl, ciktāl tas attiecas uz Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrētu figurālo preču zīmju norādīšanu,*" un AIL 41. panta 5.[2] daļa noteic, ka *"Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrēta figurālā preču zīme, kas izvietota atbilstoši šā panta 5.[1] daļai, nedrīkst ietvert tiešu vai netiešu aicinājumu piedalīties azartspēlēs vai apmeklēt azartspēļu norises vietu, kā arī nedrīkst saturēt informāciju vai vizuālus attēlojumus, kas varētu radīt iespaidu, ka azartspēļu spēlēšana veicina sociālu un ekonomisku panākumu vai citādu ieguvumu gūšanu.*" Tātad likumdevējs ir skaidri noteicis, ka sponsorēšanas paziņojumos ir pieļaujama tikai figurālās preču zīmes norādīšana likumā

noteiktos gadījumos bez kādas citas papildu informācijas par attiecīgā sponsora darbību. Tās ir imperatīvas normas un nav tulkojamas paplašināti. Tādēļ sponsorēšanas paziņojumiem AIL izpratnē ir jābūt neitrāliem bez kādas papildus informācijas par pašu sponsoru, jo AIL aizliedz reklamēt azartspēles un interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietnes. Ar sponsorēšanas paziņojumu Azartspēļu un izložu likuma izpratnē tiek saprasts neiesaistītas personas, kuras darbība ir saistīta derību un totalizatoru organizēšanu, ieguldījums konkrētas sporta organizācijas vai pilngadīga sportista dalības nodrošināšanā konkrētā sporta pasākumā, šajā paziņojumā iekļaujot tikai Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrēto figurālo preču zīmi, nekā citādi tieši vai netieši nereklamējot šī licencētā totalizatoru un derību organizētāja darbību. Respektīvi, sponsorēšanas paziņojuma mērķis ir neitrāli informēt elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu vai pakalpojumu auditoriju par sponsoru, kas atbalsta pilngadīgo sportistu vai sporta organizāciju saistībā ar sporta pasākumu, izmantojot sponsora reģistrēto figurālo preču zīmi, kas tiek demonstrēta vizuāli, un/vai audiālā paziņojumā izmantojot figurālajā preču zīmē ietverto vārdisko elementu.

3. Sponsorēšanas paziņojumu saturs

Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, izplatot sponsorēšanas paziņojumu, drīkst norādīt Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja reģistrētu figurālo preču zīmi (sponsora nosaukumu) tikai gadījumos, ja sponsorēšanas paziņojums ir saistīts ar konkrētu sporta pasākumu, kurā licencēts totalizatoru vai derību organizētājs sponsorē pilngadīgu sportistu vai sporta organizāciju. Pirms sponsorēšanas paziņojuma izvietošanas elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā vai pakalpojumā elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim ir pienākums pārliecināties, ka sponsorēšanas paziņojuma saturā ir konstatējami visi turpmāk norādītie kritēriji:

- ir izvietota informācija par sponsoru (tikai reģistrēta figurālā preču zīme);
- tiek sponsorēts pilngadīgs sportists vai sporta organizācija;
- ir konstatējama skaidra saistība ar konkrētu sporta pasākumu;
- ir izvietots brīdinājums, ka azartspēļu spēlēšana ir atļauta tikai personām no 18 gadu vecuma un informācijas par pašatteikušos personu reģistru.

Ja sponsorēšanas paziņojumā nav konstatējams konkrēts sportists vai sporta organizācija un tā saistība ar konkrētu sporta pasākumu, tad šādu sponsorēšanas

paziņojumu elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim ir aizliegts savās programmās un pakalpojumos izvietot.

Sponsorēšanas paziņojumā aizliegts:

- iekļaut tiešu vai netiešu aicinājumu piedalīties azartspēlēs vai apmeklēt azartspēļu norises vietu. Sponsorēšanas paziņojumā nedrīkst iekļaut tādus netiešus aicinājumus kā, piemēram, "spēlē tagad", "labākie koeficienti", "bonuss", "lejupielādē aplikāciju", "reģistrējies" u. tml. aicinājumus, kas pēc būtības ir plašāka informācija nekā figurālās preču zīmes norādīšana.

  Padome norāda, ka ar "aicinājumiem" tiek saprasta tāda iedarbības forma uz cilvēku apziņu, gribu, viņu uzvedību, kad, tieši iedarbojoties, veidojas vēlme veikt noteikta veida mērķtiecīgu darbību. Parasti aicinājums tiek izteikts, izmantojot darbības vārdus pavēles izteiksmē (jeb imperatīvi). Darbības vārds pavēles izteiksmē tiek lietots, ja ar to tiek izteikta pavēle, pamudinājums, aicinājums, lūgums, piemēram, "spēlē tagad", "reģistrējies", "lejupielādē aplikāciju". Taču aicinājumi var tikt pausti arī citā veidā, tajā skaitā aicinājumi var tikt izteikti netiešā veidā, izmantojot alegorijas (notikumi un parādības tiek atspoguļotas simboliski, nevis stāstoši), piemēram, tādus izteicienus kā "labākie koeficienti", "bonuss", "izvēle Nr.1";
- izmantot tekstu vai vizuālus elementus, kas rada iespaidu, ka azartspēļu spēlēšana veicina sociālus, ekonomiskus vai citus panākumus. Sponsorēšanas paziņojumā nedrīkst iekļaut veiksmes vai uzvaras stāstus, norādes uz vieglas vai ātras peļņas iespējām, kā arī citu informāciju, kas rada vai var radīt iespaidu, ka azartspēļu spēlēšana veicina sociālus un ekonomiskus panākumus vai citādu ieguvumu gūšanu;
- iekļaut tādu Latvijas Republikā licencēta totalizatoru un derību organizētāja figurālo preču zīmi, kura nav reģistrēta;
- norādīt Latvijas Republikā licencētu totalizatoru un derību organizētāju reģistrētas figurālās preču zīmes jebkādā ar nepilngadīgām personām saistītā sporta pasākumu kontekstā;
- izvietot sponsorēšanas paziņojumu bez obligātā brīdinājuma, ka azartspēļu spēlēšana ir atļauta tikai personām no 18 gadu vecuma un informācijas par pašatteikušos personu reģistru.

Lemjot par sponsorēšanas paziņojumu izplatīšanu, Padome aicina elektroniskos plašsaziņas līdzekļus ievērot samērīgumu un izvērtēt šādu paziņojumu izplatīšanas laika sasaisti ar sponsorētā sporta pasākuma norises laiku un aktualitāti.

4. Sponsorēšanas paziņojuma kopiespaida vērtēšana

Padome vērš uzmanību, ka AIL 41. panta piektā daļa noteic, ka azartspēļu un interaktīvo azartspēļu organizēšanas vietņu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Tādējādi, izvērtējot elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos izvietotos sponsorēšanas paziņojumus, tiek vērtēts ne tikai to saturs, bet arī kopējais iespaids un asociācijas, ko attiecīgais paziņojums var radīt vidusmēra skatītājam vai klausītājam, kuram nav specifisku zināšanu šajā jomā.

Padome aicina elektroniskos plašsaziņas līdzekļus, izvietojot sponsorēšanas paziņojumus savās programmās un pakalpojumos, izvērtēt attiecīgo paziņojumu saturu un noformējumu, tostarp sponsora figurālās preču zīmes izvietojumu un informācijas apjomu par konkrētās sporta organizācijas vai pilngadīgā sportista sponsorēšanu saistībā ar konkrētu sporta pasākumu, lai nodrošinātu, ka sponsorēšanas paziņojuma radītais kopiespaids vidusmēra skatītāja vai klausītāja uztverē primāri saistītos ar attiecīgo sponsorēšanu, nevis azartspēlēm vai azartspēļu pakalpojumiem.

DOKUMENTS PARAKSTĪTS AR DROŠU ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR LAIKA ZĪMOGU