



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

LĒMUMS Nr.376 (18012000000220 – 2)

Par administratīvā soda uzlikšanu

administratīvā pārkāpuma lietā Nr. AP/2020/6-7/11 (18012000000220).

Rīgā, 2020.gada 29.oktobrī

Izskatot 2020.gada 23.jūlijā uzsākto administratīvā pārkāpuma lietu par iespējamo Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 78.pantā paredzētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu AS “Super Fm” (reģ. Nr. LV44103130536) (turpmāk – Superfm) darbībā, Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) šādā sastāvā – Padomes priekšsēdētājs Ivars Āboliņš, Padomes priekšsēdētāja vietniece Aurēlija Ieva Druvieta, Padomes loceklis Patriks Grīva, Padomes locekle Ieva Kalderauska, Padomes loceklis Jānis Eglītis, piedaloties Superfm pārstāvjiem, –

konstatē:

[1] Padomes Monitoringa departaments ir veicis elektroniskā plašsaziņas līdzekļa AS “SUPER FM” programmas „Eiropas Hītu Radio” (turpmāk – Programma) pārbaudi par programmas ietvaros no 2020.gada 18.maija līdz 24.maijam izplatīto komerciālo paziņojumu atbilstību normatīvo tiesību aktu prasībām.

[2] Padomes locekļi ir iepazīnušies ar Padomes Monitoringa departamenta 2020.gada 20.jūlija pārbaudes ziņojumu Nr. P/2020/6-6/99, kurā tika konstatēts, ka programmas „Eiropas Hītu Radio” ietvaros 2020.gada 19., 20., 22.maijā tiek izplatītas attiecīgi 134 sekunžu, 106 sekunžu un 134 sekunžu ilgstošas reklāmas, to sākumā un beigās nenorādot, ka tiek pārraidīta ilgstoša reklāma. Izplatītās reklāmas ir uzskatāmas par ilgstošām reklāmām Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 10.punkta izpratnē.

[3] **2020.gada 19.maijā** no pulksten 16:28:24 līdz 16:30:38 tiek izplatīta **134 sekundes** ilgstoša tirdzniecības centra “Akropole” reklāma:

“Vispirms svarīgs paziņojums, pie mums iepirkšanās un izklaides galvaspilsētā Akropole, vēl aizvien pirmajā vietā ir drošība, taču vasara un jaunākās modes tendences neviens nav atcēlis, tāpēc kopā ar drošas iepirkšanās garantijām solām tev arī daudz priecīgu pārsteigumu, pēc labām sajūtām šobrīd taču ir noilgojušies visi vai ne? Un šodien par aktuālo jautājumu kas tad ir modē, esmu sazvanījis stilisti Anitu Altmani.”

“Sveika Anita!

Nu čau, čau, sveiciens.

Anita, pirms tu man un EHR klausītājiem pastāsti par pašām aktuālākajām modes tendencēm, vai vari atklāt kādas tev ir attiecības ar Akropoli?

Nu es jau domāju un ceru, ka tās pašas labākās, esmu profesionāla stiliste ar 20 gadu pieredzi imidža veidošanā, kura pašlaik Akropolē sniedz stila konsultācijas gan dāmām gan kungiem un jāsaka, ka Akropolē meklēt jaunus komplektus ir tīrā bauda, jo sortiments ir nu ļoti plašs.

Lieliski, bet nu par to, kas tad modē šovasar?

Okej aiziet, tātad es izdalīšu tādas 3 spilgtākās līnijas, ko noteikti jūs pamanīsiet jaunajās kolekcijās un kam ir arī vērts, teiksim, pievērst uzmanību. Pirmais varētu būt visa veida modulācijas ar klasisko bikškostīmu. Nu kas tas ir, tās ir oversize žaketes, tās ir platās bikses ar augsto vidukli, garo bikšu vietā var būt arī pilsētas šorti ar buktēm, tas var būt arī pilns monotons kostīms, tad viss vienā tonī, kam šobrīd ir pievienojusies arī klasiskā veste, ko mēdzam saukt arī par trīnieciņu, otrā līnija noteikti ir oda patiesai sievišķībai, tās ir romantiskas kleitas boho stilā, smalki karaliski ziediņi, tie var būt arī volāni, rišas, medium maxi garumi un kā trešo noteikti es varētu ieteikt vērst uzmanību gan dāmām gan kungiem uz neonu, šī te krāsa ar raksturu, tā var būt gan skābi zaļa, gan fuksī rozā, gan dzeltena, ja tomēr bail riskēt es tev ieteiktu izvēlēties klasiski zilo, tas ir arī šī gada tonis jeb gada krāsa.

Nu paldies tev, Anita, un, klausītāji, nebrīnieties, ka Rīgas ielās mani turpmāk redzēsiet neona krāsas T-kreklā, jo tagad es zinu, ka tas ir must have šajā vasarā.”

[4] **2020.gada 20.maijā** no pulksten 16:31:00 līdz 16:32:46 tiek izplatīta **106 sekundes** ilgstoša tirdzniecības centra “Akropole” reklāma:

“Sveika, Zane.

Labdien.

Pastāsti, lūdzu, kā šobrīd notiek darbs Akropolē un kāpēc tiem, kam šobrīd aktuāls šopings, jādodas tieši uz Akropoli?

Nu noteikti gribu sākt ar to, ka darbs Akropolē ir daudz, daudz plašāks process, nekā to redz pircējs ikdienā, vienkārši apmeklējot Akropoli, drošība viennozīmīgi ir mūsu prioritāte. Vēlos pastāstīt par tiem darba rūķiem, kas rūpējas par drošas iepirkšanās aspektiem visu cauru diennakti un tie Akropoles tehniskie cilvēki, kas rūpējas par svaiga gaisa apriti, par uzkopšanas un dezinfekcijas darbu organizēšanu un nodrošināšanu, tā ir komanda, kas praktiski darbojas 24/7. Tāpat vienmēr esam lepojušies ar Akropoles mūsdienīgo interjeru, kas sevī ietver arī plašos gaitenšus un šobrīd tā ir ļoti nepieciešama lieta, plašs gaitenis, kurā bez piepūles var ieturēt distanci viens no otra un bez bažām baudīt iepirkšanos, un, visbeidzot, jāpiemin plašais veikalu un pakalpojumu klāsts, kurš ir pārstāvēts Akropolē, vienuviet Akropolē var apmierināt lielu virkni ar vajadzībām un nav vajadzība meklēt sev nepieciešamo, apbraukājot visu Rīgu.

Nu paldies tev par šo info, un, jā, esmu pārliecinājies, ka no drošības viedokļa Akropole tiešām ir īstais iepirkšanās galamērķis un ne tikai no drošības viedokļa, jo, cik zinu, Akropolē šobrīd notiek arī starpsezonas izpārdošana vai ne?

Jā, informācija ir ļoti precīza un pretstatā mūsu nepastāvīgajiem laikapstākļiem, kad mēs esam spiesti katru dienu minēt, vai šodien būs saulīte ārā vai nē, tad saulainās atlaides Akropolē ir bez šaubām un tās noteikti spēs sasildīt dvēseli, pat, ja ārā līst lietus.”

[5] 2020.gada 22.maijā no pulksten 16:31:58 līdz 16:34:12 tiek izplatīta **134 sekundes** ilgstoša tirdzniecības centra “Akropole” reklāma:

“Vispirms svarīgs paziņojums, pie mums, iepirkšanās un izklaides galvaspilsētā Akropole, vēl aizvien pirmajā vietā ir drošība, taču vasara un jaunākās modes tendences neviens nav atcēlis, tāpēc kopā ar drošas iepirkšanās garantijām solām tev arī daudz priecīgu pārsteigumu, pēc labām sajūtām šobrīd taču ir noilgojušies visi, vai ne? Un šodien par aktuālo jautājumu, kas tad ir modē, esmu sazvanījis stilisti Anitu Altmani.”

“Sveika Anita!

Nu čau, čau, sveiciens.

Anita, pirms tu man un EHR klausītājiem pastāsti par pašām aktuālākajām modes tendencēm, vai vari atklāt, kādas tev ir attiecības ar Akropoli?

Nu es jau domāju un ceru, ka tās pašas labākās, esmu profesionāla stiliste ar 20 gadu pieredzi imidža veidošanā, kura pašlaik Akropolē sniedz stila konsultācijas gan dāmām, gan kungiem un jāsaka, ka Akropolē meklēt jaunus komplektus ir tīrā bauda, jo sortiments ir nu ļoti plašs. Lieliski, bet nu par to, kas tad modē šovasar?

Okej aiziet, tātad es izdalīšu tādas 3 spilgtākās līnijas, ko noteikti jūs pamanīsiet jaunajās kolekcijās un kam ir arī vērts, teiksim, pievērst uzmanību. Pirmais varētu būt visa veida modulācijas ar klasisko bikškostīmu. Nu, kas tas ir, tās ir oversize žaketes, tās ir platās bikses ar augsto vidukli, garo bikšu vietā var būt arī pilsētas šorti ar buktēm, tas var būt arī pilns monotons kostīms, tad viss vienā tonī, kam šobrīd ir pievienojusies arī klasiskā veste, ko mēdzam saukt arī par trīnieciņu, otrā līnija noteikti ir oda patiesai sievišķībai, tās ir romantiskas kleitas boho stilā, smalki karaliski ziediņi, tie var būt arī volāni, rišas, medium maxi garumi un kā trešo noteikti es varētu ieteikt vērst uzmanību gan dāmām, gan kungiem uz neonu, šī te krāsa ar raksturu, tā var būt gan skābi zaļa, gan fuksī rozā, gan dzeltena, ja tomēr bail riskēt, es tev ieteiktu izvēlēties klasiski zilo, tas ir arī šī gada tonis jeb gada krāsa.

Nu paldies tev, Anita, un, klausītāji, nebrīnieties, ka Rīgas ielās mani turpmāk redzēsiet neona krāsas T-creklā, jo tagad es zinu, ka tas ir must have šajā vasarā.”

[6] 2020.gada 23.jūlijā ar Padomes lēmumu Nr.250 tika pieņemts lēmums uzsākt administratīvā pārkāpuma procesu lietā pret Superfm par iespējamo Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk - EPLL) 78.pantā paredzētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu AS “SUPERFM” darbībā, kur laika posmā no 2020.gada 18.maija līdz 24.maijam programmā “Eiropas Hītu Radio” konstatējami Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 46.panta 1.punkta pārkāpumi – ilgstošu reklāmu izvietošana, to sākumā un beigās nenorādot, ka tiek pārraidīta ilgstoša reklāma.

[7] 2020.gada 28.jūlijā Padome ir nosūtījusi lūgumu AS “SUPER FM” izvērtēt Padomes konstatēto un sniegt paskaidrojumus minētajā lietā.

[8] 2020.gada 10.augustā Padome ir saņēmusi Superfm 2020.gada 10.augusta paskaidrojumus, kuros Superfm paskaidro turpmāk norādīto:

[8.1] Veicot iekšējo pārbaudi, tika konstatēts, ka Padomes norādītie apstākļi atbilst patiesībai, norādītajā periodā radio ēterā izskanējusi informācija, kuras ilgums pārsniedzis 90 sekundes;

[8.2] Pārbaudes gaitā konstatēts, ka tas notika netīši, daļēji datorizēto sistēmu dēļ, kā arī valstī pasludinātās ārkārtējās situācijas laikā, mūsu darbinieki bija spiesti strādāt attālināti, tāpēc arī tika pieļauta kļūda kontroles mehānismā.

[8.3] Analogiska veida informācija no ētera ir izņemta vai izvietota, ievērojot atbilstošas likuma normas, personālam uzdots par pienākumu turpmāk stingri ievērot likumu un kontrolēt programmas saturu.

[9] Lietas izskatīšanas laikā Superfm pārstāvji uzturēja iepriekš rakstiskajos paskaidrojumos norādīto pozīciju.

Ievērojot konstatēto, Padome

secina:

[10] Padomes Pārbaudes ziņojumā konstatēto Programmā esošo paziņojumu izvietojumu programmā laika posmā no 2020.gada 18.maija līdz 24.maijam (sk. 3.; 4 un 5.punktu) apliecina Padomes veiktie ieraksti.

[11] EPLL 1.panta 10.punktā ir noteikts: *“Ilgstoša reklāma — reklāmas sižets, kura ilgums pārsniedz 90 sekundes”*.

Tā paša panta 26.punktā noteikts: *“Reklāma — jebkurš paziņojums, kas tiek izplatīts par samaksu vai citu atlīdzību, kā arī ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatu vai profesiju saistīts jebkuras personas raidījums, kas tiek veidots reklāmas nolūkā, lai veicinātu preču, tai skaitā nekustamā īpašuma vai pakalpojumu, tiesību un pienākumu, piedāvājumu par samaksu vai citu atlīdzību, kā arī politiskā reklāma.”*

Tā paša likuma 35.panta divpadsmitajā daļā noteikts: *“Izvietojot audio un audiovizuālus komerciālus paziņojumus elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās, tos sākumā un beigās ar vizuāliem vai akustiskiem līdzekļiem atdala no citām programmas daļām tā, lai šie paziņojumi būtu uzreiz atpazīstami un viegli identificējami.”*

Tā paša likuma 46.pantā “Papildu prasības ilgstošas reklāmas izvietošanai audio elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās” ir noteikts: *“Izvietojot ilgstošu reklāmu audio elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās, ievēro šādus noteikumus: 1) reklāmas sākumā un beigās norāda, ka tiek pārraidīta ilgstoša reklāma; 2) ilgstoša reklāma nedrīkst atgādināt jau esošu raidījumu, un to nedrīkst vadīt attiecīgajā elektroniskajā plašsaziņas līdzeklī strādājoši žurnālisti.”*

No minētajām tiesību normām secināms, ka reklāma ir paziņojums, kas elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā izplatīts par samaksu vai citu atlīdzību un to sākumā vai beigās ar akustiskiem līdzekļiem atdala no citām programmas daļām tā, lai šie paziņojumi būtu uzreiz atpazīstami un viegli identificējami. Turpretim ilgstoša reklāma ir reklāmas paveids un tās kvalificējošā pazīme ir konkrētā komerciālā paziņojuma ilgums, kas pārsniedz 90 sekundes.

Izvietojot ilgstošu reklāmu elektronisko plašsaziņas līdzekļu audio programmās tās sākumā un beigās izvietojama tieša norāde par to, ka tiek izplatīta ilgstoša reklāma, kā arī tā nedrīkst atgādināt jau esošu raidījumu.

[12] Tādējādi secināms, ka paziņojumos izplatīta tirdzniecības centra “Akropole” popularizējoša informācija. Tā kā programmā attiecīgie paziņojumi ir izvietoti reklāmas blokos, kuri atdalīti ar akustiskiem līdzekļiem, nav apšaubāms, ka elektroniskais plašsaziņas līdzeklis konstatētos paziņojumos iecerējis kā reklāmu. Secināms, ka 2020.gada 19., 20. un 22.maijā izplatītas attiecīgi 134 sekunžu, 106 sekunžu un 134 sekunžu ilgas reklāmas, to sākumā un beigās nenorādot, ka tiek pārraidīta ilgstoša reklāma. Izplatītās reklāmas ir uzskatāmas par ilgstošām reklāmām Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 10.punkta izpratnē, tādējādi, tās izvietojot, elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim bija pienākums ievērot visus noteikumus, kas attiecināmi uz ilgstošu komerciālu paziņojumu izvietošānu. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 46.pantā ilgstošas reklāmas izvietošānai noteikta prasība tās sākumā un beigās izvietot norādi, ka tiek izplatīta ilgstoša reklāma. Konkrētajos gadījumos šādas norādes programmā izvietotas nav.

Ievērojot minēto, secināms, ka programmā “Eiropas Hitu Radio” pārraidītas tirdzniecības centra “Akropole” ilgstošas reklāmas, to sākumā un beigās nenorādot, ka tiek pārraidīta ilgstoša reklāma. Līdz ar to secināms, ka Programmā, izvietojot ilgstošu reklāmu, nav ievērots Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 46.panta 1.punkts.

[13] Saskaņā ar Administratīvās atbildības likuma (turpmāk arī – AAL) 132.pantu institūcijai (amatpersonai), izskatot administratīvā pārkāpuma lietu, jānoskaidro, vai ir izdarīts administratīvais pārkāpums, vai to izdarījusi pie atbildības saucamā persona, vai šo personu var saukt pie administratīvās atbildības, vai ir atbildību mīkstināši un pastiprinoši apstākļi, vai ir nodarīts mantisks zaudējums, kā arī jānoskaidro citi apstākļi, kam ir nozīme lietas pareizā izlemšanā. Pamatojoties uz AAL 11.panta pirmo daļu, ja personas izdarītais administratīvais pārkāpums konkrētajos apstākļos nav radījis tādu apdraudējumu tiesiski aizsargātajām interesēm, lai par to piemērotu sodu (maznozīmīgs pārkāpums), amatpersona var neuzsākt administratīvā pārkāpuma procesu, bet, ja tas ir uzsākts, amatpersona, augstāka amatpersona vai tiesa jebkurā stadijā var to izbeigt, nepiemērojot sodu. Šajā gadījumā amatpersona, augstāka amatpersona vai tiesa, ja to atzīst par lietderīgu, izsaka personai aizrādījumu. Aizrādījums nerada tiesiskas sekas.

[14] Juridiskās personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus: pirmkārt, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, par kuru pārkāpšanu ir paredzēta atbildība, otrkārt, vai juridiskā persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo noteikumu ievērošanu (Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2009.gada 5.marta spriedums lietā Nr.SKA-19/2009). Saskaņā ar Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 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.*

Šie noteikumi neattiecas uz programmu retranslāciju.” Tā kā AS “SUPER FM” pati veido savu programmu un pieņem redakcionālus lēmumus, AS “SUPERFM” bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu atbilstoši EPLL prasībām.

No lietas apstākļiem secināms, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas varētu būt par pamatu lietvedības izbeigšanai (AAL 119.pants). Lai atturētu pārkāpēju un citus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotā, Padome uzskata, ka nepieciešams AS “SUPER FM” piemērot administratīvo sodu. Padomes ieskatā, piemērojot administratīvo sodu, AS “SUPER FM” tiks motivēta savā turpmākajā darbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu.

[15] AS “SUPERFM” savos paskaidrojumos pārkāpuma izdarīšanu atzīst un apņemas turpmāk pastiprināti ievērot likumā noteiktos ierobežojumus attiecībā uz reklāmas izvietojumu.

[16] Ievērojot iepriekš minēto un izvērtējot lietā esošās ziņas par faktiem kopumā un savstarpējā sakarībā, Padome secina, ka elektroniskais plašsaziņas līdzeklis AS “SUPERFM” programmā “Eiropas Hītu Radio” laika posmā no 2020.gada 18.maija līdz 24.maijam pārraidītajos paziņojumos ir pārkāpis EPLL 46.pantu, tādējādi izdarot EPLL 78.pantā paredzēto pārkāpumu – *“Par šajā likumā noteiktās kārtības pārkāpšanu audio un audiovizuālo komerciālo paziņojumu sniegšanā vai izplatīšanā piemēro brīdinājumu vai naudas sodu fiziskajai personai no septiņām līdz divdesmit astoņām naudas soda vienībām, bet juridiskajai personai — no četrpadsmit līdz tūkstoš četrdesmit divdesmit naudas soda vienībām.”* No minētā izriet, ka par konkrēto pārkāpumu juridiskām personām var piemērot naudas sodu no 70 euro līdz 7 100 euro.

[17] AAL 19.panta pirmā daļa nosaka, ka *“sodu par administratīvo pārkāpumu piemēro ietvaros, ko nosaka likums vai pašvaldību saistošie noteikumi, kuros paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu.”*

[18] AAL 19.panta otrajā daļā noteikts, ka *“nosakot administratīvā soda veidu un mēru, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pie atbildības saucamās personas personību (juridiskajai personai — reputāciju), mantisko stāvokli, pārkāpuma izdarīšanas apstākļus, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus.”* Nosakot soda apmēru, Padome ņem vērā turpmāk norādītos apsvērumus:

[18.1] Ņemot vērā AS “SUPER FM” paskaidrojumos norādīto pozīciju un pārkāpuma atzīšanu, konstatējami atbildību mīkstinoši apstākļi, jo saskaņā ar Administratīvās atbildības likuma 20.panta pirmās daļas 1.punktu *“atbildību par administratīvo pārkāpumu mīkstina šādi apstākļi: 1) pie atbildības saucamā persona atzinusi un nožēlojusi izdarīto.”*

[18.2] Pārkāpums radies, jo AS “SUPER FM” neveica visus iespējamus pasākumus EPLL noteikto reklāmas izvietojuma noteikumu ievērošanai.

- [18.3] AS "SUPER FM" pārkāpums uzskatāms par pirmreizēju, tāpat jāņem vērā, ka, lai gan pārkāpums izdarīts trīs dienās nedēļas laikā, tas dienas laikā auditorijai nav izplatīts vairākkārtīgi dienas laikā.
- [18.4] AS "SUPER FM" pārkāpumu atzīst un turpmākajā darbībā apņemas ievērot likumā noteiktos ierobežojumus attiecībā uz reklāmas izvietojumu.
- [18.5] Saskaņā ar publiski pieejamo AS "SUPER FM" finanšu rādītāju pārskatu par 2019.gada periodu AS "SUPER FM" 2019.gada apgrozījums ir bijis 54 952 euro, bet 2019.gadu AS "SUPER FM" ir noslēgusi ar 2 423 euro zaudējumiem.
- [18.6] 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 lietu departamenta 2009.gada 5.marta spriedums lietā Nr.SKA-19/2009*).
- [18.7] Saskaņā ar AAL 13.pantu "*administratīvais sods ir ietekmēšanas līdzeklis, kas tiek piemērots administratīvo pārkāpumu izdarījušajai personai, lai aizsargātu sabiedrisko kārtību, atjaunotu taisnīgumu, sodītu par izdarīto pārkāpumu, kā arī atturētu administratīvo pārkāpumu izdarījušo personu un citas personas no turpmākas administratīvo pārkāpumu izdarīšanas.*"
- [18.8] Ņemot vērā iepriekš minēto, Padome uzskata par nepieciešamu piemērot administratīvo sodu 30 (trīsdesmit) naudas soda vienības jeb 150 (viens simts piecdesmit) euro, kas uzskatāms par soda apmēru, kas nenodara AS "SUPER FM" ar pārkāpumu nesamērojamus materiālus zaudējumus, vienlaikus stimulējot AS "SUPER FM" un citus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus turpmāk ievērot EPLL prasības attiecībā uz reklāmas izvietojumu.

Ievērojot minēto un saskaņā ar Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 46.panta 1.punktu, 78.pantu un Administratīvās atbildības likuma 151.panta 1.punktu, kā arī 153.panta pirmo daļu, Padome

n o l e m j :

- 1. Sodīt elektronisko plašsaziņas līdzekli AS "SUPER FM", reģistrācijas numurs 44103130536, par Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 78.pantā paredzētā pārkāpuma izdarīšanu 2020.gada 19., 20. un 22.maijā, uzliekot naudas sodu 30 (trīsdesmit) naudas soda vienības jeb EUR 150,- (viens simts piecdesmit) euro apmērā.**
- 2. Pieņemto lēmumu paziņot AS "SUPER FM".**

Administratīvais sods jāsamaksā 1 (viena) mēneša laikā norādītajā bankas kontā:

Saņēmējs: Valsts kase

Reģistrācijas Nr.90000050138
Konta Nr. LV78TREL1060001019900
Saņēmēja banka: Latvijas Banka
Bankas BIC: TRELLV22

Saskaņā ar Administratīvās atbildības likuma 166.panta pirmo un otro daļu, kā arī 168.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.

Saskaņā ar Administratīvās atbildības likuma 262.pantu termiņš lēmumā noteiktā naudas soda labprātīgai izpildei pilnā apmērā tiek noteikts 1 (viens) mēnesis no dienas, kad lēmums ir stājies likumīgā spēkā. Naudas soda brīvprātīgas izpildes kārtība ir noteikta Administratīvās atbildības likuma 263.pantā.

Gadījumā, ja naudas sods labprātīgi netiek samaksāts šajā lēmumā noteiktajā termiņā, tad saskaņā ar Administratīvās atbildības likuma 269.panta pirmo daļu iestāde pēc naudas soda brīvprātīgas izpildes termiņa beigām nekavējoties nodod lēmumu par sodu piespiedu izpildei zvērinātam tiesu izpildītājam.

Padomes priekšsēdētāja vietniece

Aurēlija Ieva Druvieta

*DOKUMENTS PARAKSTĪTS AR DROŠU ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR LAIKA
ZĪMOGU*