Suvestinė redakcija nuo 2015-11-01 iki 2018-06-30

Įstatymas paskelbtas: Žin. 2000, Nr. 64-1937, i. k. 1001010ISTAIII-1871

Nauja redakcija nuo 2013-08-01:
Nr. XII-315, 2013-05-16, Žin. 2013, Nr. 57-2854 (2013-06-01), i. k. 1131010ISTA0XII-315

LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMAS

2000 m. liepos 18 d. Nr. VIII-1871
Vilnius

PIRMASIS SKIRSNIS BENDROSIOS NUOSTATOS

1 straipsnis. Įstatymo paskirtis ir taikymas

1. Šio įstatymo tikslas – gerinti vartotojų informavimą apie prekes ir paslaugas, ginti vartotojų teises ir teisėtus interesus, saugoti sąžiningos konkurencijos laisvę, skatinti reklamos savitvarką ir sudaryti sąlygas reklaminei veiklai plėtoti.

2. Šis įstatymas nustato reklamos naudojimo reikalavimus, reklaminės veiklos subjektų atsakomybę ir reklamos naudojimo priežiūros Lietuvos Respublikoje teisinius pagrindus.

3. Jeigu kiti Lietuvos Respublikos įstatymai nustato papildomų ar kitų reklamos naudojimo reikalavimų arba nustato kitą reklamos naudojimo priežiūros tvarką ar reklaminės veiklos subjektų atsakomybę, taikomos tų įstatymų nuostatos. Jeigu Lietuvos Respublikos ratifikuotose tarptautinėse sutartyse nustatomi kitokie reklamos naudojimo reikalavimai, taikomos tų sutarčių nuostatos.

4. Šio įstatymo nuostatos atitinkamai taikomos dėl Europos Sąjungoje daromo pažeidimo, kaip jis apibrėžiamas 2004 m. spalio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (EB) Nr. 2006/2004 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, bendradarbiavimo („Reglamentas dėl bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje“) (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004), kai pažeidžiamos šio įstatymo 5 ar 6 straipsnio nuostatos.

5. Šis įstatymas nereglamentuoja politinės ir socialinės reklamos ir skelbimų, nesusijusių su ūkine komercine, finansine ar profesine veikla.

6. Šiuo įstatymu įgyvendinami šio įstatymo priede nurodyti Europos Sąjungos teisės aktai.

2 straipsnis. Pagrindinės šio įstatymo sąvokos

1. Ekonominis elgesys – reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, ūkine komercine, finansine ar profesine veikla.

2. **Išorinė reklama** – reklama, kurios įvairios specialios (stendai, skydai, stulpai, vitrinos ir pan.) ir pritaikytos (pastatų sienos, stogai, laikinieji statiniai, transporto priemonės, oro balionai ir pan.) pateikimo priemonės yra ne patalpose.

3. **Klaidinanti reklama** – reklama, kuri bet kokiu būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominį elgesį arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti.

4. **Lyginamoji reklama** – reklama, kurioje tiesiogiai arba netiesiogiai nurodomas reklamos davėjo konkurentas, jo prekės ar paslaugos.

5. **Paslėpta reklama** – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija apie gamintoją ar paslaugos teikėją, jo pavadinimą ar veiklą, prekių ženklą, pateikiama tokia forma, kuri gali suklaidinti reklamos vartotojus dėl šios informacijos pateikimo

tikrojo tikslo. Toks informacijos pateikimas visais atvejais laikomas paslėpta reklama, kai už ją sumokama ar kitaip atsilyginama.

6. **Pradinio maitinimo kūdikių mišiniai** – specialios paskirties maisto produktai kūdikiams, visiškai patenkinantys jų mitybos poreikius pirmaisiais gyvenimo mėnesiais, kol pradedama maitinti papildomai.

7. **Prekių ženklas** – bet koks žymuo, kurio paskirtis – atskirti vieno asmens prekes ar paslaugas nuo kito asmens prekių ar paslaugų ir kurį galima pavaizduoti grafiškai.

8. **Reklama** – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

9. **Reklaminės veiklos subjektas** – reklamos davėjas, reklamos paslaugų teikėjas.

10. **Reklamos davėjas** – asmuo, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama.

11. **Reklamos gamintojas** – reklamos paslaugų teikėjas, teikiantis reklamos gamybos paslaugas.

12. **Reklamos naudojimas** – veikla, apimanti reklamos užsakymą, gamybą, tarpininkavimą ir skleidimą.

13. **Reklamos paslaugų teikėjas** – Lietuvos Respublikos, kitos Europos Sąjungos valstybės narės ar Europos ekonominės erdvės valstybės (toliau – valstybė narė) pilietis, kitas fizinis asmuo, kuris naudojasi Europos Sąjungos teisės aktuose jam suteiktomis judėjimo valstybėse narėse teisėmis, Lietuvos Respublikoje įsteigtas juridinis asmuo arba kitoje valstybėje narėje įsteigtas juridinis asmuo, kita organizacija ar jų filialai, užsienio valstybės juridinio asmens ar kitos organizacijos filialas, įsteigtas Lietuvos Respublikoje, teikiantys reklamos gamintojo, reklamos skleidėjo ar (ir) reklamos tarpininko paslaugas.

14. **Reklamos savitvarkos institucija** – reklaminės veiklos subjektų įsteigta savanoriškos priežiūros institucija, kuri vadovaujasi teisės aktais, reglamentuojančiais reklaminę veiklą, taip pat savo patvirtintomis taisyklėmis (kodeksu).

15. **Reklamos skleidėjas** – reklamos paslaugų teikėjas, skleidžiantis reklamą bet kokiomis informacijos perteikimo priemonėmis.

16. **Reklamos tarpininkas** – reklamos paslaugų teikėjas, tarpininkaujantis užsakant reklamos skleidimo arba reklamos gamybos ir skleidimo paslaugas.

17. **Reklamos vartotojas** – asmuo, kuriam skiriama arba kurį gali pasiekti reklama.

18. **Religinis simbolis** – atvaizdas, daiktas, grafinis ar rašytinis ženklas, kuris gerbiamas religinėje bendruomenėje kaip nurodantis į dievybę ar šventumą.

19. Šiame įstatyme vartojamos sąvokos „komercinės veiklos subjektas“, „komercinis pasiūlymas“, „sprendimas dėl sandorio“, „vartotojas“, „vidutinis vartotojas“ suprantamos taip, kaip jos apibrėžtos Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatyme (toliau – Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas).

ANTRASIS SKIRSNIS
REKLAMOS PRINCIPAI IR BENDRIEJI REIKALAVIMAI

3 straipsnis. Reklamos principai

Reklama turi būti:

1) padori ir teisinga;

2) aiškiai atpažįstama.

4 straipsnis. Bendrieji reikalavimai reklamai

1. Rašytiniam ir garsiniam reklamos tekstui taikomi Lietuvos Respublikos valstybinės kalbos įstatymo nustatyti reikalavimai.

2. Reklama draudžiama, jeigu joje:

1) pažeidžiami visuomenės moralės principai;

2) žeminama žmogaus garbė ir orumas;

3) kurstoma tautinė, rasinė, religinė, lyčių ar socialinė neapykanta ir diskriminacija, taip pat šmeižiama ar dezinformuojama;

4) skatinama prievarta, agresija, keliama panika;

5) skatinamas elgesys, keliantis grėsmę sveikatai, saugumui ir aplinkai;

6) piktnaudžiaujama prietarais, žmonių pasitikėjimu, jų patirties ar žinių stoka;

7) be fizinio asmens sutikimo minimas jo vardas, pavardė, pateikiama jo nuomonė, informacija apie jo privatų ar visuomeninį gyvenimą, turtą, naudojamas fizinio asmens atvaizdas;

8) reklamos skleidimui naudojamos specialios pasąmonę veikiančios priemonės ir technologijos;

9) panaudota reklaminė medžiaga yra parengta pažeidžiant autorių teises į literatūros, meno, mokslo kūrinius ir (ar) gretutines teises;

10) niekinami Lietuvoje įregistruotų religinių bendruomenių religiniai simboliai.

5 straipsnis. Klaidinanti reklama

1. Draudžiama naudoti klaidinančią reklamą.

2. Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, atsižvelgiama į jos teisingumo, išsamumo ir pateikimo kriterijus:

1) reklamoje pateikiami teiginiai yra neteisingi, jeigu reklamos davėjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo jos naudojimo metu. Ar pakanka reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančių duomenų, sprendžiama atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį. Pateikiamų teiginių teisingumą pagrindžiančiais duomenimis nepripažįstami liudijimai ir rekomendacijos asmenų, kurių kompetencija nėra susijusi su pateikiamos informacijos turiniu;

2) reklamoje pateikiama informacija yra neišsami, jeigu praleista tam tikra informacijos dalis, kurios pateikimas, atsižvelgiant į kitą toje reklamoje pateikiamą informaciją, būtinai reikalingas, kad būtų išvengta reklamos vartotojų suklaidinimo. Reklamoje pateikiama informacija taip pat yra neišsami, jeigu neatskleidžiama, nuslepiama arba neaiškiai, nesuprantamai, dviprasmiškai ar ne laiku pateikiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Jeigu reklamos perteikimo priemonės apimties arba laiko požiūriu yra ribotos, tai sprendžiant, ar informacija neišsami, turi būti atsižvelgiama į šį ribotumą, konkretaus atvejo ypatumus, aplinkybes ir bet kokias kitas priemones, kurių reklamos davėjas ėmėsi tam, kad informacija vartotojams būtų prieinama kitais būdais;

3) reklamos pateikimo būdas ar forma yra tokie, kad reklamos vartotojas gali suvokti numanomą neteisingą (klaidinantį) reklamos teiginį.

3. Jeigu Europos Sąjungos teisės aktuose yra nustatytas privalomas tam tikros informacijos reklamoje pateikimas, tai tokia informacija laikoma esmine.

4. Kai reklamoje vartotojui pateikiamas komercinis pasiūlymas, tai joje esmine laikoma Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 6 straipsnio 3 dalyje nustatyta informacija.

5. Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, ypač atsižvelgiama į joje esančią informaciją apie:

1) reklamos davėją ar kitą asmenį, jų veiklą, buveinę, pavadinimą (jeigu fizinis asmuo, – šio asmens vardą ir pavardę), teisinę formą, turtą, pramoninės ar intelektinės nuosavybės teises, licencijas (leidimus), kvalifikaciją, narystę, apdovanojimus ir nuopelnus;

2) prekes ar paslaugas, jų gamybos vietą ar kilmę, pagaminimo datą, gamybos būdą, paskirtį, kiekį, sudėtį, energinę vertę, vartojamąsias savybes, pavojingumą, kaip atitinka paskirtį ir vartojimo (naudojimo) tinkamumą, patikros laiką, vietą, būdą ir įvertinimus, vartojimo (naudojimo) būdą, ar atitinka nustatytą standartą, sertifikavimą, oficialų prekės ar paslaugos

pripažinimą ir apdovanojimą mugėse, parodose;

3) prekių (paslaugų) įsigijimo ir vartojimo (naudojimo) sąlygas – kainą ar jos apskaičiavimo būdą ar ypatingo kainos pranašumo buvimą, mokėjimo, pristatymo, grąžinimo sąlygas, garantijas, keitimo, remonto, aptarnavimo sąlygas ir poreikį;

4) reklamos davėjo įsipareigojimus, ūkinės komercinės, finansinės ar profesinės veiklos motyvus ir prekės ar paslaugos pardavimo būdą, bet kokį pareiškimą arba žymenį, susijusį su reklamos davėjo arba prekės ar paslaugos tiesioginiu arba netiesioginiu rėmimu arba patvirtinimu;

5) vartotojo teises, riziką, su kuria jis gali susidurti, ir skundų nagrinėjimą.

6. Reklama bet kuriomis aplinkybėmis laikoma klaidinančia, jeigu ji turi Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytų klaidinančios komercinės veiklos požymių.

7. Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, laikoma, kad vartotojai susidaro nuomonę apie reklamoje pateikiamų teiginių teisingumą, reklamos išsamumą ir reklamos pateikimo būdą ar formą ir priima tokius sprendimus, kurių galima tikėtis iš vidutinio vartotojo.

8. Kai reklama yra skirta tam tikrai reklamos vartotojų grupei, sprendžiant, ar reklama yra klaidinanti, vertinamas jos poveikis vidutiniam tos grupės nariui.

6 straipsnis. Lyginamoji reklama

Lyginamoji reklama leidžiama, kai laikomasi šių reikalavimų:

1) reklama nėra klaidinanti pagal šio įstatymo 2 straipsnio 3 dalį ir 5 straipsnį;

2) reklamoje yra lyginamos prekės ar paslaugos, tenkinančios tuos pačius poreikius ar skirtos tiems patiems tikslams;

3) reklamoje yra objektyviai lyginamos viena ar daugiau reikšmingų, svarbių, galimų patikrinti ir būdingų šių prekių ar paslaugų savybių, taip pat gali būti lyginama ir kaina;

4) reklama nesukelia painiavos tarp komercinės veiklos subjektų, tarp reklamos davėjo ir konkurento arba reklamos davėjo ir konkurento prekių ženklų, pavadinimų, kitų žymenų su skiriamaisiais požymiais, prekių ar paslaugų;

5) reklama nediskredituoja ir nemenkina konkurento prekių ženklų, pavadinimo, kitų žymenų su skiriamaisiais požymiais, jo prekių, paslaugų, veiklos, finansinės ar kitokios padėties;

6) prekės ar paslaugos, turinčios kilmės nuorodą, lyginamos su prekėmis ar paslaugomis su tokia pačia kilmės nuoroda;

7) nesąžiningai nesinaudojama konkurento prekių ženklo, pavadinimo ar kitų žymenų su skiriamaisiais požymiais reputacija arba konkuruojančios prekės ar paslaugos nuoroda į kilmę;

8) reklamoje prekės ar paslaugos nepateikiamos kaip prekių ar paslaugų, pažymėtų turinčiu apsaugą prekių ženklu ar pavadinimu, imitacijos ar kopijos.

7 straipsnis. Reklama ir vaikai

1. Neigiamą poveikį vaikams darančios reklamos naudojimo draudimai ir ribojimai nustatyti šio straipsnio 2 dalyje ir Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatyme.

2. Reklamoje draudžiama daryti žalingą moralinį ir fizinį poveikį vaikams:

1) piktnaudžiauti vaikų pasitikėjimu tėvais, globėjais (rūpintojais), mokytojais ar kitais suaugusiais asmenimis;

2) formuoti vaikų nuomonę, kad tam tikrų prekių ar paslaugų naudojimas suteiks jiems fizinį, psichologinį ar socialinį pranašumą prieš bendraamžius ar kitus asmenis;

3) nepagrįstai rodyti vaikus, patekusius į situacijas, kurios kelia grėsmę jų sveikatai ir gyvybei.

8 straipsnis. Reklamos atpažįstamumas

1. Paslėpta reklama draudžiama.

2. Reklama turi būti aiškiai atpažįstama pagal pateikimo formą. Jeigu tikėtina, kad

reklamos vartotojai visuomenės informavimo priemonėje skleidžiamos reklamos dėl jos pateikimo formos gali neatpažinti, tokia reklama turi būti pažymėta žodžiu „Reklama“.

9 straipsnis. Įstatymų uždraustos ar neteisėtos veiklos ir prekių ar paslaugų reklama

Reklama, skleidžiama bet kokia forma ir bet kokiomis reklamos perteikimo priemonėmis, yra draudžiama tais atvejais, kai siekiama reklamuoti:

1) veiklą, kuri yra įstatymų uždrausta ar neteisėta;

2) prekes ar paslaugas, kurių gamyba ir (ar) pardavimas (teikimas) yra įstatymų uždrausti;

3) prekes, kurios yra išimtos iš civilinės apyvartos.

TREČIASIS SKIRSNIS
REIKALAVIMAI REKLAMAI, SKLEIDŽIAMAI ATSKIROMIS REKLAMOS PERTEIKIMO PRIEMONĖMIS

10 straipsnis. Reklama televizijos programose

Reikalavimus reklamai televizijos programose nustato šis ir Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas.

11 straipsnis. Reklama kino teatruose ir videosalėse

Rodant filmus kino teatruose ir videosalėse, reklama gali būti pateikiama tik prieš kino filmo rodymą ir (ar) po jo.

12 straipsnis. Išorinės reklamos įrengimo reikalavimai

1. Draudžiama įrengti išorinę reklamą:

1) keliuose, virš kelių, kelių juostose ir apsaugos zonose, išskyrus stendus, eismo dalyvius informuojančius apie kelio būklę. Išorinę reklamą įrengti draudžiama gatvėse ir prie jų, jeigu ji gali užstoti technines eismo reguliavimo priemones, pabloginti matomumą, akinti eismo dalyvius, kelti pavojų eismo dalyviams. Taip pat draudžiama naudoti reklamą, imituojančią kelio ženklus ir (ar) naudojančią kelio ženklų simboliką. Reklama, įrengta pažeidžiant šiuos reikalavimus, turi būti nuimta, nugriauta ar išmontuota neatlyginant nuostolių jos savininkui arba įrengusių asmenų lėšomis;

2) ant skulptūrų, paminklų ir medžių;

3) gamtiniuose ir kompleksiniuose draustiniuose, valstybiniuose parkuose, jeigu reklama nesusijusi su draustiniuose ar valstybiniuose parkuose saugomais kompleksais ir objektais (vertybėmis). Šis draudimas netaikomas įrengiant išorinę reklamą draustiniuose ir valstybiniuose parkuose esančių miestų ir miestelių teritorijose;

4) neturint žemę, statinius ar kitus objektus, ant kurių ji įrengiama, nuosavybės teise ar kitais teisėtais pagrindais valdančio asmens (toliau – savininkas) sutikimo. Tuo atveju, kai reklama įrengiama ant bendrojo naudojimo objektų, – neturint butų ir kitų patalpų savininkų daugumos sutikimo, jeigu butų ir kitų patalpų savininkų bendrijos įstatuose ar jungtinės veiklos sutartyje nenumatyta kitaip;

5) neturint leidimo įrengti išorinę reklamą (toliau – leidimas).

2. Įrengti išorinę reklamą kultūros paveldo objektuose, jų teritorijose ir apsaugos zonose leidžiama tik Lietuvos Respublikos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymo nustatytais atvejais gavus už kultūros paveldo objekto apsaugą atsakingos institucijos sutikimą, saugomose teritorijose – suderinus su saugomų teritorijų direkcija arba regiono aplinkos apsaugos departamentu, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomų teritorijų direkcijos.

3. Išorinės reklamos įrengimo taisykles, kuriose nustatomi išorinės reklamos įrengimo reikalavimai, leidimų išdavimo tvarka ir jų galiojimo terminai, tvirtina Lietuvos Respublikos Vyriausybė (toliau – Vyriausybė) arba jos įgaliota institucija.

4. Išorinė reklama turi būti įrengiama vadovaujantis projektavimą, statybą, kultūros paveldo objektų ir kraštovaizdžio apsaugą, teritorijų planavimą ir valstybinės kalbos vartojimą

reglamentuojančių teisės aktų nuostatomis, Išorinės reklamos įrengimo taisyklėmis, savivaldybės institucijos patvirtintais išorinės reklamos specialiaisiais planais ar bendraisiais teritorijų planavimo dokumentais ir (ar) juose nustatytais išorinės reklamos įrengimo reglamentais.

5. Leidimas suteikia teisę leidime nurodytoje vietoje įrengti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę ir ant jos skleisti reklamą arba skleisti reklamą ant pritaikytos išorinės reklamos pateikimo priemonės.

6. Savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, vykdomoji institucija, vadovaudamasi Išorinės reklamos įrengimo taisyklėmis, išduoda leidimus, sustabdo jų galiojimą, panaikina galiojimo sustabdymą, panaikina leidimų galiojimą.

7. Leidimas neišduodamas, jeigu:

1) pateikiami ne visi Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nurodyti dokumentai, pateikti dokumentai neatitinka teisės aktų nustatytų reikalavimų arba pateikti neteisingi duomenys ir reklaminės veiklos subjektas neįvykdo leidimus išduodančios savivaldybės vykdomosios institucijos reikalavimo per 5 darbo dienas ištaisyti šiuos trūkumus;

2) numatoma įrengti išorinė reklama neatitinka šiame straipsnyje nustatytų išorinės reklamos įrengimo reikalavimų.

8. Reklaminės veiklos subjekto leidimo galiojimas sustabdomas, jeigu:

1) paaiškėja, kad leidimui gauti buvo pateikti neteisingi duomenys;

2) išorinė reklama įrengta nesilaikant leidime nurodyto išorinės reklamos įrengimo projekto.

9. Reklaminės veiklos subjekto leidimo galiojimo sustabdymas panaikinamas, jeigu reklaminės veiklos subjektas įvykdo leidimus išduodančios savivaldybės vykdomosios institucijos reikalavimus per 5 darbo dienas ištaisyti nurodytus trūkumus.

10. Leidimo galiojimas panaikinamas, jeigu:

1) reklaminės veiklos subjektas pateikia paraišką panaikinti leidimo galiojimą;

2) reklaminės veiklos subjektas (juridinis asmuo) yra likviduojamas;

3) reklaminės veiklos subjektas (fizinis asmuo) miršta;

4) reklaminės veiklos subjektas, sustabdžius jo leidimo galiojimą, neįvykdo leidimus išduodančios savivaldybės vykdomosios institucijos reikalavimų per 5 darbo dienas ištaisyti nurodytus trūkumus;

5) pasibaigia žemės, statinių ar kitų objektų, ant kurių įrengta išorinė reklama, savininko sutikimo galiojimo terminas.

11. Leidimai registruojami savivaldybės vykdomosios institucijos nustatyta tvarka ir informacija apie jų išdavimą skelbiama savivaldybės interneto svetainėje.

12. Pasibaigus leidimo galiojimo terminui ar panaikinus leidimo galiojimą, reklaminės veiklos subjektas privalo per savivaldybės vykdomosios institucijos nustatytą terminą išardyti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę arba nukabinti reklamą ir sutvarkyti aplinką.

13 straipsnis. Reikalavimai reklamai, skleidžiamai kitomis reklamos perteikimo priemonėmis

1. Reklama telefonu, telefaksu, teleksu, elektroniniu paštu gali būti teikiama tik reklamos vartotojo sutikimu arba jo prašymu.

2. Draudžiama tiesiogiai teikti reklamą konkrečiam asmeniui, jeigu yra aiškiai išreikštas šio asmens nesutikimas.

KETVIRTASIS SKIRSNIS
REIKALAVIMAI ATSKIRŲ PREKIŲ IR PASLAUGŲ REKLAMAI

14 straipsnis. Maisto reklama

1. Reklamoje draudžiama:

1) nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų

gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų;

2) nurodyti, kad koks nors maistas turi ypatingų savybių, jeigu iš tikrųjų tokios savybės būdingos visiems panašiems gaminiams.

2. Pradinio maitinimo kūdikių mišinių reklama leidžiama tik sveikatos priežiūros specialistams skirtuose leidiniuose ir mokslo publikacijose teisės aktų nustatyta tvarka.

3. Maisto reklamoje privalo būti nurodyta, kad maistas yra genetiškai modifikuotas, jeigu pagal teisės aktų nustatytus reikalavimus jį ženklinant turi būti pateikiama informacija apie tai, kad maistas – genetiškai modifikuoti organizmai, kad maisto sudėtyje arba jo sudedamosiose dalyse yra genetiškai modifikuotų organizmų, kad maistas pagamintas iš genetiškai modifikuotų organizmų arba jo sudėtyje yra iš genetiškai modifikuotų organizmų pagamintų dalių.

4. Maisto papildų reklamoje privalo būti nuoroda „Maisto papildas“.

5. Draudžiama nurodyti energinius gėrimus kaip rėmėjų gaminius ar kitaip juos reklamuoti:

1) ugdymo įstaigose, kurias lanko jaunesni kaip 18 metų asmenys;

2) koncertų, sporto, labdaros ir (ar) paramos bei kitų renginių, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, vietose ir jų reklamoje;

3) teatro spektaklių, kino filmų ir videofilmų, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, demonstravimo vietose ir jų reklamoje;

4) visuomenės informavimo priemonėse, skirtose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir jų reklamoje;

5) akcijose, konkursuose, skirtuose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir jų reklamoje.

Straipsnio dalies pakeitimai:
Nr. XII-577, 2013-11-07, Žin., 2013, Nr. 120-6049 (2013-11-23), i. k. 1131010ISTA0XII-577

6. Draudžiama energinius gėrimus nemokamai platinti reklamos tikslais jaunesniems kaip 18 metų asmenims.

7. Energinių gėrimų reklamoje privalo būti įrašyti žodžiai „nevartoti su alkoholiniais gėrimais“.

Papildyta straipsnio dalimi:
Nr. XII-577, 2013-11-07, Žin., 2013, Nr. 120-6049 (2013-11-23), i. k. 1131010ISTA0XII-577

8. Šio straipsnio 3, 4 ir 7 dalyse nurodytos informacijos pateikimo reklamoje taisykles nustato Lietuvos Respublikos Vyriausybės įgaliota institucija.

Papildyta straipsnio dalimi:
Nr. XII-1885, 2015-06-25, paskelbta TAR 2015-07-02, i. k. 2015-10690

15 straipsnis. Sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos prietaisų ir aparatų reklama

Sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos prietaisų ir aparatų reklamoje draudžiama naudoti paciento vardą, pavardę, įvaizdį, remtis sveikatos priežiūros institucijų, sveikatos priežiūros specialistų ar jų profesinių organizacijų rekomendacijomis.

16 straipsnis. Ginklų ir šaudmenų reklama

Ginklų ir šaudmenų reklama leidžiama tik jų prekybos vietose, ginklų, šaudmenų parodose ir specialistams skirtuose leidiniuose.

17 straipsnis. Kosmetikos gaminių reklama

Draudžiama 2009 m. lapkričio 30 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 1223/2009 dėl kosmetikos gaminių nuostatų neatitinkanti reklama.

18 straipsnis. Biocidinių produktų reklama

Draudžiama 2012 m. gruodžio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 528/2012 dėl biocidinių produktų tiekimo rinkai ir jų naudojimo nuostatų neatitinkanti

reklama.

PENKTASIS SKIRSNIS
REKLAMOS PRIEŽIŪRA

19 straipsnis. Reklamos priežiūros institucijos

1. Šiame įstatyme nustatytų reikalavimų įgyvendinimo priežiūrą, vadovaudamiesi šiuo ir kitais įstatymais, pagal kompetenciją atlieka:

1) Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba – dėl šio įstatymo 4, 7, 8, 9, 11, 13 straipsnių, 14 straipsnio (nagrinėja šiame straipsnyje nustatytų reikalavimų pažeidimus ir skiria baudas dėl pažeidimų, ištirtų savo iniciatyva, arba pagal Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos pateiktus pažeidimų tyrimo dokumentus su atlikto tyrimo išvadomis (aktą, protokolą ar kitą dokumentą) (toliau – tyrimo dokumentas), 15, 16, 17 ir 18 straipsnių nuostatų;

2) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba) – dėl šio įstatymo 5 ir 6 straipsnių nuostatų;

3) Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba – dėl šio įstatymo 14 straipsnio nuostatų (atlieka tyrimą dėl šiame straipsnyje nustatytų reikalavimų pažeidimo ir surašo tyrimo dokumentus);

4) savivaldybių vykdomosios institucijos – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2, 4 ir 12 dalių nuostatų;

5) Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2, 4 ir 12 dalių nuostatų (dėl išorinės reklamos įrengimo kultūros paveldo objektuose, jų teritorijose ir apsaugos zonose);

6) saugomų teritorijų direkcija arba regiono aplinkos apsaugos departamentas, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomų teritorijų direkcijos, – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2, 4 ir 12 dalių nuostatų (dėl išorinės reklamos įrengimo saugomose teritorijose).

2. Konkurencijos taryba yra atsakinga už Reglamento (EB) Nr. 2006/2004 taikymą, kiek tai susiję su Konkurencijos tarybos funkcijomis prižiūrint, ar reklama nėra klaidinanti, ir lyginamąją reklamą.

3. Šio straipsnio 1 dalyje nurodytos institucijos (toliau – priežiūros institucijos), atlikdamos reklamos naudojimo priežiūrą, bendradarbiauja su reklamos savitvarkos institucijomis.

20 straipsnis. Reklamos savitvarka ir reklamos savitvarkos institucijos

1. Reklamos savitvarka grindžiama teisingumo, viešumo, objektyvumo, teisėtumo, etiškos reklamos, reklaminės veiklos subjektų nediskriminavimo ir atvirumo principais.

2. Reklamos savitvarkos institucijos turi teisę rengti ir tvirtinti galiojantiems teisės aktams neprieštaraujančius elgesio (etikos) kodeksus (toliau – kodeksas) ir prižiūrėti, kaip reklaminės veiklos subjektai, prisiėmę kodekse nustatytus įsipareigojimus, jų laikosi.

3. Reklamos savitvarkos institucijos informuoja priežiūros institucijas apie kodeksų patvirtinimą, nurodo savo duomenis ryšiui palaikyti ir interneto svetainės adresą.

4. Reklamos savitvarkos institucija turi turėti kolegialų organą, nagrinėjantį kodekso pažeidimus ir priimantį sprendimus dėl šių pažeidimų. Kolegialus organas dirba pagal reklamos savitvarkos institucijos patvirtintą darbo reglamentą.

5. Kodeksas, jo laikymosi priežiūros vykdymo tvarka ir sprendimai dėl kodekso pažeidimų skelbiami viešai reklamos savitvarkos institucijos interneto svetainėje.

6. Jeigu reklaminės veiklos subjektas nevykdo reklamos savitvarkos institucijos sprendimo dėl kodekso pažeidimo ir yra faktinių duomenų, leidžiančių pagrįstai įtarti, kad yra pažeisti šiame įstatyme nustatyti reikalavimai, reklamos savitvarkos institucija turi apie pažeidimą informuoti kompetentingas priežiūros institucijas.

21 straipsnis. Priežiūros institucijų teisės ir pareigos

1. Priežiūros institucijos, atlikdamos šio įstatymo reikalavimų įgyvendinimo priežiūrą, turi

teisę:

1) gauti iš valstybės ir savivaldybės institucijų bei įstaigų, kitų asmenų šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimui tirti reikalingą informaciją ir dokumentus;

2) gauti iš reklaminės veiklos subjektų informaciją ir dokumentus, o prireikus – ir reklamuojamų prekių ir reklamos pavyzdžius, reikalingus šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimui tirti. Ištyrus pažeidimą, o jeigu priežiūros institucijų nutarimas buvo apskųstas teismui, – įsiteisėjus teismo sprendimui, reklamuojamų prekių pavyzdžiai ir veiklos dokumentų originalai turi būti grąžinami reklaminės veiklos subjektams šių reikalavimu;

3) reikalauti, kad reklaminės veiklos subjektai ar jų vadovai ir kiti už reklamos naudojimą atsakingi asmenys atvyktų ir duotų žodinius arba rašytinius paaiškinimus;

4) neatidėliotinais atvejais, kai yra pakankamai duomenų, kad paskleista arba numatoma paskleisti reklama gali būti pripažinta neatitinkančia šiame įstatyme nustatytų reikalavimų ir padarytų kitiems asmenims ar visuomenės interesams žalos ar sukeltų nepataisomus padarinius, priimti nutarimą taikyti laikinojo pobūdžio priemonę – įpareigojimą sustabdyti reklamos skleidimą, iki kol bus priimtas šio įstatymo 25 straipsnio 17 dalyje nurodytas nutarimas. Prieš priimdama nutarimą taikyti laikinojo pobūdžio priemonę – įpareigojimą sustabdyti reklamos skleidimą, priežiūros institucija turi suteikti galimybę reklaminės veiklos subjektui, kuris įtariamas pažeidęs šiame įstatyme nustatytus reikalavimus, per jos nustatytą terminą duoti paaiškinimą;

5) įpareigoti reklaminės veiklos subjektus nutraukti šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą;

6) informuoti raštu reklaminės veiklos subjektus, kad jų atliekami veiksmai gali turėti šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo požymių, ir siūlyti jiems nutraukti tokios reklamos naudojimą arba ją pakeisti;

7) įstatymų nustatytais atvejais skirti baudas.

2. Konkurencijos taryba, be šio straipsnio 1 dalyje nustatytų teisių, turi:

1) teisę įpareigoti reklaminės veiklos subjektus, kurių reklama pripažinta klaidinančia ar neleidžiama lyginamąja, ją paneigti ir nustatyti šio įpareigojimo įvykdymo terminus, tvarką ir sąlygas;

2) Reglamente (EB) Nr. 2006/2004 kompetentingai institucijai numatytas teises, kiek tai susiję su Konkurencijos tarybos funkcijomis prižiūrint, ar reklama nėra klaidinanti, ir lyginamąją reklamą;

3) teisę nustatyti Konkurencijos tarybos veiklos, atliekant reklamos naudojimo priežiūrą, prioritetus, kurie skelbiami Konkurencijos tarybos interneto svetainėje.

3. Priežiūros institucijų darbuotojams draudžiama atskleisti jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų komercinę paslaptį, išskyrus įstatymų nustatytus atvejus.

ŠEŠTASIS SKIRSNIS
ATSAKOMYBĖ UŽ ŠIAME ĮSTATYME NUSTATYTŲ REIKALAVIMŲ PAŽEIDIMUS IR JOS TAIKYMO TVARKA

22 straipsnis. Atsakomybė už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus

1. Reklaminės veiklos subjektai, išskyrus fizinius asmenis, pažeidę šiame įstatyme nustatytus reikalavimus, atsako šio įstatymo nustatyta tvarka.

2. Fiziniams asmenims už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus taikoma įstatymų nustatyta administracinė atsakomybė.

23 straipsnis. Atsakomybės už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą ypatumai

1. Reklamos davėjas atsako už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą, jeigu jis neįrodo, kad šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti ne dėl jo kaltės.

2. Reklamos paslaugų teikėjas atsako už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą tik tuo atveju, jeigu jis žinojo ar turėjo žinoti, kad naudojama šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkanti reklama arba šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti dėl jo veiksmų gaminant ar skelbiant reklamą, arba reklamos paslaugų teikėjas negali pateikti įrodymų, leidžiančių nustatyti reklamos davėją (reklamos gamintoją).

24 straipsnis. Baudos

1. Už šio įstatymo 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 17 ir 18 straipsniuose nustatytų reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių iki aštuonių tūkstančių šešių šimtų aštuoniasdešimt aštuonių eurų. Tais atvejais, kai šio įstatymo 5 ar 6 straipsnyje nustatyti reikalavimai pažeidžiami pakartotinai per vienus metus nuo baudos paskyrimo, reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama didesnė, iki trisdešimt keturių tūkstančių septynių šimtų penkiasdešimt keturių eurų, bauda.
Straipsnio dalies pakeitimai:
Nr. XII-1189, 2014-10-07, paskelbta TAR 2014-10-17, i. k. 2014-14284

2. Už priežiūros institucijų laikino įpareigojimo sustabdyti reklamos skleidimą nevykdymą, įpareigojimo nutraukti šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą nevykdymą ar netinkamą jo vykdymą, už reklamos, kurios naudojimą reklaminės veiklos subjektas buvo įpareigotas nutraukti, pakartotinį naudojimą, jeigu tai pažeidžia šiame įstatyme nustatytus reikalavimus, arba Konkurencijos tarybos įpareigojimo paneigti klaidinančią ar neleidžiamą lyginamąją reklamą nevykdymą ar netinkamą jo vykdymą reklaminės veiklos subjektams skiriama dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių eurų bauda už kiekvieną įpareigojimų nevykdymo, netinkamo vykdymo ar reklamos pakartotinio naudojimo dieną.
Straipsnio dalies pakeitimai:
Nr. XII-1189, 2014-10-07, paskelbta TAR 2014-10-17, i. k. 2014-14284

3. Už priežiūros institucijų reikalavimo pateikti informaciją ir dokumentus, o prireikus – ir reklamuojamų prekių ir reklamos pavyzdžius, reikalingus šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimui tirti, nevykdymą ar netinkamą jo vykdymą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių iki dviejų tūkstančių aštuonių šimtų devyniasdešimt šešių eurų.
Straipsnio dalies pakeitimai:
Nr. XII-1189, 2014-10-07, paskelbta TAR 2014-10-17, i. k. 2014-14284

4. Už šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2, 4 ir 12 dalyse nustatytų reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių iki dviejų tūkstančių aštuonių šimtų devyniasdešimt šešių eurų.
Straipsnio dalies pakeitimai:
Nr. XII-1189, 2014-10-07, paskelbta TAR 2014-10-17, i. k. 2014-14284

5. Skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį ir atsižvelgiant į šio straipsnio 7 ir 8 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

6. Skundą dėl priežiūros institucijų nutarimo nagrinėjantis teismas, atsižvelgdamas į atsakomybę lengvinančias ir kitas aplinkybes (dėl kurių atitinkama piniginė bauda reklaminės veiklos subjektui, kuris pažeidė šį įstatymą, būtų akivaizdžiai per didelė, nes neproporcinga padarytam teisės pažeidimui ir dėl to neteisinga) ir vadovaudamasis teisingumo, protingumo kriterijais, turi teisę skirti mažesnę piniginę baudą negu atitinkamoje šio straipsnio dalyje nustatyta minimali piniginė bauda.

7. Atsakomybę lengvinančiomis aplinkybėmis laikoma tai, kad reklaminės veiklos subjektas, padaręs šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimą, savo noru užkirto kelią

žalingiems pažeidimo padariniams, pripažino padaręs pažeidimą, padėjo priežiūros institucijoms tyrimo metu, atlygino nuostolius ar pašalino padarytą žalą. Atsakomybę lengvinančia aplinkybe gali būti pripažįstama ir tai, kad reklaminės veiklos subjektas yra prisiėmęs kodekse nustatytus įsipareigojimus, jų laikėsi iki šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo padarymo ir pateikė tai patvirtinantį reklamos savitvarkos institucijos dokumentą.

8. Atsakomybę sunkinančiomis aplinkybėmis laikoma tai, kad reklaminės veiklos subjektas kliudė vykdyti tyrimą, tęsė šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimą, nepaisydamas įpareigojimo jį nutraukti, jeigu reklamos vartotojams ar kitiems asmenims buvo padaryta žala arba pažeidimas padarytas pakartotinai per metus nuo šiame įstatyme numatytos baudos paskyrimo.

9. Už šio straipsnio 1 dalies pirmame sakinyje, 2, 3 ir 4 dalyse nurodytus pažeidimus skiriamos baudos dydis neturi viršyti 3 procentų reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, o už šio straipsnio 1 dalies antrame sakinyje nurodytus pažeidimus – 6 procentų reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais. Jeigu reklaminės veiklos subjektas vykdo veiklą trumpiau negu metus, atsižvelgiama į jo gaunamas pajamas einamaisiais finansiniais metais.

10. Bauda gali būti skiriama ne vėliau kaip per vienus metus nuo reklamos skleidimo paskutinės dienos, šio straipsnio 2 ir 3 dalyse nustatytais atvejais – nuo priežiūros institucijos sprendimo priėmimo dienos, o šio straipsnio 4 dalyje nustatytais atvejais – nuo pažeidimo nustatymo dienos. Jeigu reklamos davėjas reklamoje nurodo įsipareigojimus tam tikram laikotarpiui, bauda gali būti skiriama per vienus metus nuo įsipareigojimų laikotarpio paskutinės dienos, bet ne vėliau kaip per trejus metus nuo paskutinės reklamos skleidimo dienos.

25 straipsnis. Šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimų nagrinėjimo tvarka

1. Šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimai nagrinėjami šiame straipsnyje ir priežiūros institucijų patvirtintuose teisės aktuose nustatyta tvarka.

2. Teisę reikalauti, kad būtų pradėtas šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimų nagrinėjimas, turi asmenys, kurių interesai yra pažeisti, valstybės ir savivaldybės institucijos ir įstaigos bei asmenų interesams atstovaujančios asociacijos (toliau – pareiškėjai).

3. Priežiūros institucija turi teisę pradėti nagrinėti šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus savo iniciatyva, priimdama motyvuotą nutarimą. Tokiu atveju *mutatis mutandis* taikomos šio straipsnio 8–19 dalių nuostatos.

4. Pranešimas (skundas) dėl šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo turi būti pateiktas raštu. Pranešime (skunde) turi būti nurodyta:

1) pareiškėjo vardas, pavardė, adresas (jeigu kreipiasi fizinis asmuo) arba pavadinimas, kodas, buveinės adresas (jeigu kreipiasi juridinis asmuo) ir duomenys ryšiui palaikyti;

2) pareiškėjui žinomos šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo faktinės aplinkybės, prie pranešimo (skundo) turi būti pridėti tai patvirtinantys įrodymai.

5. Pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą atsisakoma motyvuotu priežiūros institucijos nutarimu arba motyvuotu jos įgalioto pareigūno sprendimu, jeigu:

1) pranešime (skunde) nurodyto šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo nagrinėjimas nepriskirtas priežiūros institucijos kompetencijai. Tuo atveju Lietuvos Respublikos viešojo administravimo įstatymo nustatyta tvarka ir terminais pranešimas (skundas) perduodamas viešojo administravimo subjektui, turinčiam reikiamus įgaliojimus, ir apie tai pranešama pareiškėjui arba, jeigu nėra kito viešojo administravimo subjekto, kuriam galėtų būti perduodamas pranešimas (skundas) nagrinėti pagal kompetenciją, apie tai pranešama pareiškėjui;

2) pranešime (skunde) nurodyti faktai jau buvo nagrinėti ir dėl jų teismas arba priežiūros institucija jau yra priėmę sprendimą;

3) nuo šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo dienos, o esant trunkamam teisės pažeidimui arba kai reklamos davėjas reklamoje nurodo įsipareigojimus tam tikram laikotarpiui, – nuo pažeidimo paaiškėjimo dienos praėjo daugiau kaip vieni metai;

4) pranešimas (skundas) neatitinka jam keliamų reikalavimų ir pareiškėjas per priežiūros

institucijos nustatytą ne trumpesnį kaip 5 darbo dienų terminą pranešimo (skundo) trūkumų nepašalina;

5) nėra faktinių duomenų, kurie leistų pagrįstai įtarti, kad šis įstatymas buvo pažeistas, ir pareiškėjas be pateisinamos priežasties per priežiūros institucijos nustatytą ne trumpesnį kaip 5 darbo dienų terminą nepateikia jo pranešimą (skundą) pagrindžiančių dokumentų ir duomenų;

6) pranešime (skunde) nurodyti faktai yra mažareikšmiai, nedarantys žalos šio įstatymo saugomiems asmenų interesams.

6. Motyvuotu priežiūros institucijos nutarimu arba motyvuotu jos įgalioto pareigūno sprendimu taip pat gali būti atsisakoma pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, jeigu reklamos savitvarkos institucija pateikia priežiūros institucijai dokumentą, patvirtinantį, kad pranešime (skunde) nurodyti faktai jau buvo nagrinėti, dėl jų reklamos savitvarkos institucija yra priėmusi sprendimą ir šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimą padaręs reklaminės veiklos subjektas nutraukė pažeidimą.

7. Konkurencijos taryba arba jos įgaliotas pareigūnas, be šio straipsnio 5 ir 6 dalyse nurodytų pranešimo (skundo) nagrinėjimo atsisakymo atvejų, gali atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, jeigu pranešime (skunde) nurodyto šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo nagrinėjimas neatitinka Konkurencijos tarybos veiklos prioritetų. Ši nuostata netaikoma, jeigu pranešime (skunde) yra faktinių duomenų, leidžiančių pagrįstai įtarti, kad pažeidimas daro esminę žalą šio įstatymo saugomiems asmenų interesams.

8. Motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas arba motyvuotas priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimas atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą turi būti priimtas ne vėliau kaip per 30 kalendorinių dienų nuo pranešimo (skundo) gavimo dienos, išskyrus šio straipsnio 5 dalies 1, 2 ir 3 punktuose nurodytus atvejus. Apie priimtą priežiūros institucijos nutarimą arba priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimą pareiškėjas informuojamas raštu ne vėliau kaip per 3 darbo dienas nuo nutarimo ar sprendimo priėmimo dienos. Šio straipsnio 5 dalies 1, 2 ir 3 punktuose nurodytais atvejais motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas arba motyvuotas priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimas atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą turi būti priimtas ir apie tai pareiškėjas turi būti informuotas ne vėliau kaip per 5 darbo dienas nuo pranešimo (skundo) gavimo dienos.

9. Priežiūros institucijai priėmus nutarimą pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, jos įgalioti pareigūnai priežiūros institucijos nustatyta tvarka atlieka tyrimą dėl pranešimo (skundo) ir surašo tyrimo dokumentą. Tuo atveju, kai tyrimą dėl pranešimo (skundo) atlieka ir tyrimo dokumentą surašo Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos įgalioti pareigūnai, tyrimo dokumentas ne vėliau kaip per 3 darbo dienas nuo jo surašymo perduodamas nagrinėti Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai.

10. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros metu dalyvauja reklaminės veiklos subjektas, dėl kurio veiksmų (neveikimo) ši procedūra pradėta, pareiškėjas ir priežiūros institucijos sprendimu ekspertai, specialistai ir kiti asmenys (toliau – pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviai).

11. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviams atstovauti gali jų atstovai pagal įstatymą arba pavedimą.

12. Priežiūros institucija, pradėjusi pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, raštu kreipiasi į reklaminės veiklos subjektą, dėl kurio veiksmų (neveikimo) ši procedūra pradėta, ir paprašo per priežiūros institucijos nurodytą ne trumpesnį kaip 14 kalendorinių dienų terminą pateikti motyvuotą paaiškinimą dėl aplinkybių, dėl kurių pradėta nagrinėjimo procedūra, ir jį pagrindžiančius įrodymus.

13. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviai pranešimo (skundo) nagrinėjimo metu turi teisę duoti paaiškinimus žodžiu ar raštu, pateikti papildomą informaciją ir kitus dokumentus, taip pat, gavę šio straipsnio 15 dalyje nurodytą informaciją apie pranešimo (skundo) nagrinėjimą priežiūros institucijoje, susipažinti su gautais dokumentais ir kita

informacija, išskyrus dokumentus ir informaciją, kurie sudaro valstybės, tarnybos, komercinę arba profesinę paslaptį. Jeigu norima susipažinti su dokumentais, kuriuose yra komercinių paslapčių, būtina gauti reklaminės veiklos subjekto, su kurio komercines paslaptis sudarančiais dokumentais norima susipažinti, sutikimą.

14. Priežiūros institucija pranešimą (skundą) nagrinėja rašytinio arba žodinio proceso tvarka.

15. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviams ne vėliau kaip prieš 21 kalendorinę dieną iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos registruotu laišku pranešama apie galimus šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus, pranešimo (skundo) nagrinėjimo vietą ir laiką, nurodoma pranešimo (skundo) nagrinėjimo tvarka, pasiūloma susipažinti su gautais dokumentais ir kita informacija, išskyrus dokumentus ir informaciją, kurie sudaro valstybės, tarnybos, komercinę ar profesinę paslaptį, taip pat pasiūloma ne vėliau kaip prieš 7 kalendorines dienas iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos raštu pateikti paaiškinimus.

16. Jeigu žodinio pranešimo (skundo) nagrinėjimo atveju pranešimo (skundo) procedūros dalyviai nedalyvauja nagrinėjant pranešimą (skundą), pranešimas (skundas) gali būti nagrinėjamas, kai yra duomenų, kad pranešimo (skundo) procedūros dalyviams tinkamai ir laiku buvo pranešta apie pranešimo (skundo) nagrinėjimo vietą ir laiką.

17. Priežiūros institucijai atlikus pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, teisės aktų nustatyta tvarka įgaliotas kolegialus organas arba asmuo priima nutarimą skirti šiame įstatyme nustatytas baudas arba, jeigu nėra šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo, pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą nutraukti. Kartu su bauda reklaminės veiklos subjektui gali būti skiriamas įpareigojimas nutraukti šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą ar (ir) paneigti reklamą, kuri buvo pripažinta klaidinančia ar neleidžiama lyginamąja. Nutarime turi būti nurodyta:

1) priežiūros institucijos pavadinimas;

2) nutarimo priėmimo data ir vieta;

3) nutarimą priėmusio kolegialaus organo (asmens) duomenys, posėdžio sekretorius, pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviai;

4) reklaminės veiklos subjekto, dėl kurio veiksmų (neveikimo) buvo priimtas nutarimas, duomenys;

5) nustatytos šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo faktinės aplinkybės;

6) šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo faktą patvirtinantys įrodymai, kuriais grindžiamas nutarimas;

7) motyvai, pagrindžiantys baudos skyrimą ir baudos dydį;

8) šio įstatymo straipsnis, kuriame nustatyta atsakomybė už pažeidimą;

9) reklaminės veiklos subjekto, dėl kurio veiksmų (neveikimo) buvo priimtas nutarimas, paaiškinimai ir jų įvertinimas;

10) priimtas sprendimas;

11) nutarimo įvykdymo tvarka ir terminas;

12) nutarimo apskundimo terminai ir tvarka.

18. Priežiūros institucijų nutarimai per 3 darbo dienas nuo jų priėmimo dienos paskelbiami juos priėmusios priežiūros institucijos interneto svetainėje ir išsiunčiami asmenims, dėl kurių šie nutarimai priimti.

19. Šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimai turi būti išnagrinėti ir šio straipsnio 17 dalyje nurodytas nutarimas turi būti priimtas ne vėliau kaip per šešis mėnesius nuo priežiūros institucijos nutarimo pradėti šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimo nagrinėjimo procedūrą priėmimo dienos. Motyvuotu priežiūros institucijos nutarimu šis terminas gali būti pratęstas ne ilgiau kaip šešiems mėnesiams.

26 straipsnis. Baudų išieškojimas

1. Priežiūros institucijos paskirta bauda į valstybės biudžetą sumokama ne vėliau kaip per

vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos.

2. Motyvuotu reklaminės veiklos subjekto prašymu priežiūros institucija turi teisę baudos arba jos dalies sumokėjimą atidėti iki trijų mėnesių, jeigu reklaminės veiklos subjektas sumokėti baudos laiku negali dėl objektyvių priežasčių.

3. Priežiūros institucijos nutarimas dėl baudos skyrimo yra vykdomasis dokumentas, vykdomas Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso nustatyta tvarka.

27 straipsnis. Priežiūros institucijos nutarimų ir jos įgaliotų pareigūnų sprendimų apskundimas

1. Reklaminės veiklos subjektas, dėl kurio veiksmų (neveikimo) buvo priimtas nutarimas, pareiškėjas, nesutinkantys su priežiūros institucijos nutarimu, priimtu pagal šio įstatymo 21 straipsnio 1 dalies 4 punktą ar 25 straipsnio 17 dalį, arba pareiškėjas, nesutinkantis su priežiūros institucijos nutarimu arba jos įgalioto pareigūno sprendimu, priimtu pagal šio įstatymo 25 straipsnio 5, 6 ir 7 dalis, turi teisę per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo ar sprendimo priėmimo dienos apskųsti jį teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

2. Kreipimasis į teismą nesustabdo nutarimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

28 straipsnis. Teisių gynimas

1. Asmenys, kurių teisės ir įstatymų saugomi interesai pažeidžiami naudojant šio įstatymo draudžiamą reklamą, turi teisę įstatymų nustatyta tvarka kreiptis į teismą su ieškiniu dėl:

1) reklamos naudojimo nutraukimo;

2) padarytos žalos atlyginimo;

3) įpareigojimo paskelbti vieną, du ar kelis konkretaus turinio ir formos pareiškimus, paneigiančius klaidinančią reklamą.

2. Šio straipsnio 1 dalies 1 ir 3 punktuose nurodytas teises taip pat turi reklaminės veiklos subjektų ar vartotojų interesams atstovaujančios organizacijos ir reklamos savitvarkos institucijos.

Skelbiu šį Lietuvos Respublikos Seimo priimtą įstatymą.

RESPUBLIKOS PREZIDENTAS VALDAS ADAMKUS

Lietuvos Respublikos
reklamos įstatymo
priedas

ĮGYVENDINAMI EUROPOS SĄJUNGOS TEISĖS AKTAI

1. 2004 m. spalio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 2006/2004 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, bendradarbiavimo („Reglamentas dėl bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje“) (OL 2004 L 364, p. 1).

2. 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 („Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva“) (OL 2005 L 149, p. 22).

3. 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos (kodifikuota redakcija) (OL 2006 L 376, p. 21).

4. 2006 m. gruodžio 22 d. Komisijos direktyva 2006/141/EB dėl pradinių mišinių kūdikiams ir tolesnio maitinimo mišinių, iš dalies keičianti Direktyvą 1999/21/EB (OL 2006 L 401, p. 1).

5. 2009 m. lapkričio 30 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1223/2009 dėl kosmetikos gaminių (OL 2009 L 342, p. 59).

6. 2012 m. gegužės 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 528/2012 dėl biocidinių produktų tiekimo rinkai ir jų naudojimo (OL 2012 L 167, p. 1).

Pakeitimai:

1.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24), i. k. 1021010ISTA0IX-1212
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 1, 2, 5, 6, 18, 19, 21, 22, 23 straipsnių pakeitimo ir papildymo bei įstatymo papildymo priedu įstatymas

2.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. X-808, 2006-09-14, Žin., 2006, Nr. 107-4046 (2006-10-06), i. k. 1061010ISTA000X-808
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 1, 17, 19 straipsnių ir priedo pakeitimo ir papildymo įstatymas

3.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26); Žin., 2008, Nr. 16-0 (2008-02-07), i. k. 1081010ISTA00X-1414
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 1, 2, 5, 6, 12, 17, 18, 22, 23, 24, 25 straipsnių ir priedo pakeitimo ir papildymo įstatymas

4.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. XI-923, 2010-06-22, Žin., 2010, Nr. 79-4056 (2010-07-03), i. k. 1101010ISTA00XI-923
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio pakeitimo ir papildymo įstatymas

5.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. XI-1606, 2011-09-29, Žin., 2011, Nr. 123-5814 (2011-10-13), i. k. 1111010ISTA0XI-1606
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio pakeitimo ir papildymo įstatymas

6.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas

Nr. XII-315, 2013-05-16, Žin., 2013, Nr. 57-2854 (2013-06-01), i. k. 1131010ISTA0XII-315
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pakeitimo įstatymas

7.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. XII-577, 2013-11-07, Žin., 2013, Nr. 120-6049 (2013-11-23), i. k. 1131010ISTA0XII-577
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio pakeitimo ir papildymo įstatymas

8.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. XII-1189, 2014-10-07, paskelbta TAR 2014-10-17, i. k. 2014-14284
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 24 straipsnio pakeitimo įstatymas

9.
Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas
Nr. XII-1885, 2015-06-25, paskelbta TAR 2015-07-02, i. k. 2015-10690
Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 14 straipsnio pakeitimo įstatymas